



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA FOMENTAR LA PRODUCCION A  
TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICA A LA  
PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE VELAS DECORADAS CON  
SEMILLA DE FRUTAS DE LA ZONA DE GUAYLLABAMBA Y CON  
DIFERENTES AROMAS UBICADA EN LA PARROQUIA DE  
GUAYLLABAMBA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Bancaria y Financiera

**Autor:** Landázuri Yugcha Tatiana Elizabeth

**Tutor:** Ing. Guzmán Carlos

Quito, 2016

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Tatiana Elizabeth Landázuri Yugcha

C.I. 172186625-7

## CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **Landázuri Yugcha Tatiana Elizabeth** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172186625-7 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “Tecnóloga en Administración de Empresas Bancaria Y Financiera” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

**FIRMA**

\_\_\_\_\_

**NOMBRE**

Landázuri Yugcha Tatiana Elizabeth

**CEDULA**

172186625-7

## AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por darme vida y salud mantenerme de pie día tras día, a mis padres y a mi hija por ser el motor fundamental de mi vida por siempre inculcarme buenos valores y los más importante darme la educación que es lo más valioso que me pueden heredar, a mi familia que siempre está presente en los buenos y malos momentos.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, a sus docentes y a mis compañeros por la paciencia, valores inculcados, enseñanzas del día a día y sobre todo por los conocimientos enseñados y por las experiencias vividas durante todo este periodo de estudio superior, y por siempre enseñarnos a respetarnos como damas y caballeros.

A mi Tutor Ing. Carlos Guzmán mis más sinceros agradecimientos por su paciencia y conocimiento por ser un gran guía durante este tiempo y ayudarme a culminar con mi proyecto.

## DEDICATORIA

Mi proyecto dedico a mis padres y a mi hija que siempre estuvieron presentes en todo momento, por su apoyo incondicional las enseñanzas y lo más importante los valores que me inculcaron dentro del hogar por enseñarme a luchar por conseguir mis objetivos y siempre estar presente en los momentos buenos y malos de mi vida por que sin el apoyo de mi familia no hubiera sido posible culminar con este proyecto.

## INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
INDICE GENERAL.....	v
INDICE DE TABLAS .....	xi
INDICE DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
1 INTRODUCCIÓN .....	1
1.1 Justificación.....	2
1.2 Antecedentes .....	3
CAPÍTULO II .....	5
2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	5
2.1 Ambiente Externo .....	5
2.1.1.1 Producto Interno Bruto.....	5
2.1.1.2 Tasa de Interés.....	9
2.1.1.2.1 Tasa de Interés Activa.....	9

---

2.1.1.2.2 Tasa de Interés Pasiva .....	11
2.1.1.3 Inflación .....	12
2.1.1.4 Balanza Comercial .....	14
2.1.1.5 Riesgo País .....	15
2.1.2 Factor Social.....	16
2.1.2.1 PEA (Población Económicamente Activa) .....	16
2.1.2.2. Subempleo.....	17
2.1.2.3. Desempleo.....	18
2.1.3 Factor Legal .....	20
2.1.4 Factor Tecnológico.....	25
2.2 ENTORNO LOCAL .....	25
2.2.1 Clientes .....	25
2.2.2 Proveedores .....	26
2.2.3 COMPETIDORES .....	27
2.3 Análisis interno .....	27
2.3.1 Propuesta Estratégica .....	28
2.3.1.1 Misión.....	28
2.3.1.2 Visión.....	28
2.3.1.3 Objetivos.....	28
2.3.1.3.1 Objetivo General.....	29
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos .....	29

---

2.3.1.3.3 Principios y/o Valores.....	29
2.3.2 Gestión Administrativa.....	30
2.3.2.1. Organigrama de la Empresa .....	31
2.3.2.1.1 Gerente General .....	31
2.3.2.1.2 Asistente de Gerencia.....	32
2.3.2.1.3. Departamento Administrativo Financiero.....	33
2.3.2.1.4. Departamento de Producción .....	34
2.3.2.1.5. Departamento de Comercialización .....	35
2.3.3 Gestión Operativa.....	36
2.3.3.1. Flujograma de Producción .....	36
2.3.4 Gestión Comercial .....	38
2.3.4.1 Marketing Mix .....	38
2.3.4.1.1 Producto .....	38
2.3.4.1.2 Precio .....	39
2.3.4.1.3 Plaza.....	39
2.3.4.1.4 Promoción .....	39
2.4 Análisis FODA.....	43
CAPÍTULO III.....	44
ESTUDIO DE MERCADO .....	44
3.1 Análisis del Consumidor .....	44
3.1.1 Determinación de la población y muestra.....	44
3.1.2 Técnicas de obtención de Información .....	47

---

3.1.3 Encuesta.....	47
3.1.3 Análisis de la información .....	51
3.2. OFERTA .....	62
3.2.1. Oferta histórica.....	62
3.2.3 Oferta Proyectada.....	63
3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS .....	63
3.3.1 Oferta Histórica.....	63
3.3.2 Oferta Actual.....	64
3.3.3 Oferta Proyectada.....	64
3.3 DEMANDA .....	64
3.3.1 Demanda Histórica.....	65
3.4.2 Demanda Actual.....	65
3.4.3 Demanda Proyectada .....	66
3.5 BALANZA OFERTA – DEMANDA.....	66
3.5.1 Balance Actual .....	66
3.5.2 Balance Proyectado.....	67
CAPÍTULO IV.....	68
ESTUDIO TÉCNICO .....	68
4.1 Tamaño Del Proyecto .....	68
4.1.1 Capacidad Instalada .....	69
4.1.2 Capacidad Óptima.....	70
4.2. LOCALIZACIÓN.....	71
4.2.1 Macro-localización .....	71
4.2.2 Micro-localización .....	72
4.2.3 Localización Óptima.....	73

---

4.3 Ingeniería del Producto .....	74
4.3.1 Definición de Bien y Servicio .....	74
4.3.2. Distribución de Planta .....	75
4.3.4 Método SLP .....	77
4.3.5 Maquinaria .....	78
CAPÍTULO V .....	81
5. ESTUDIO FINANCIERO .....	81
5.1 Ingresos Operacionales y no Operacionales .....	81
5.2 Costos .....	81
5.2.1 Costos Directos. ....	81
5.2.3 Gastos Administrativos .....	82
5.2.4 Costo de Ventas .....	83
5.2.5 Costos Financieros .....	84
5.2.6 Costos Fijos y Variables.....	84
5.2 Inversiones .....	86
5.2.1 Inversión fija .....	86
5.2.1.1 Activos fijos .....	87
5.2.1.2 Activos nominales.....	88
5.2.3 Fuentes de financiamiento y usos de fondos.....	89
5.2.4 Amortización de Financiamiento (Tabla de amortización).....	89
5.2.5 Depreciaciones (Tabla de depreciación) .....	91
5.2.6 Estado de situación inicial.....	91

---

5.2.7 Estado de resultados proyectado .....	92
5.2.8 Flujo neto de efectivo.....	93
5.2.9 Flujo de caja .....	94
5.3 Evaluación.....	95
5.3.1 Tasa de descuento .....	95
5.3.2 VAN .....	95
5.3.4 TIR .....	96
5.3.5 PRI (Periodo de recuperación de la inversión) .....	97
5.3.6 RBC (Relación costo beneficio).....	98
5.3.7 Punto de equilibrio .....	99
5.3.8 Análisis de índices financieros.....	101
CAPÍTULO VI.....	103
6. ANALISIS DE IMPACTOS .....	103
6.1 Impacto Ambiental.....	103
6.2 Impacto Económico .....	104
6.3 Impacto Social.....	104
6.4 Impacto Productivo .....	104
CAPÍTULO VII .....	105
7. Conclusiones y Recomendaciones .....	105
7.2 Recomendaciones.....	106
BIBLIOGRAFÍA .....	107

---

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto Interno Bruto.....	6
Tabla 2 PIB Por Actividad Económica 2015 .....	7
Tabla 3 Por Sector Al Que Pertenece Mi Proyecto .....	8
Tabla 4 Tasa Activa.....	9
Tabla 5 Tasa Activa Por Sector PYMES.....	10
Tabla 6 Tasa Pasiva.....	11
Tabla 7 Inflación .....	12
Tabla 8 Inflación Por Ciudades .....	13
Tabla 9 Balanza Comercial .....	14
Tabla 10 Riesgo País .....	15
Tabla 11 PEA .....	16
Tabla 12 Subempleo.....	17
Tabla 13 Desempleo.....	18
Tabla 14 Desempleo Rural .....	19
Tabla 15 Clientes.....	26
Tabla 16 Target en números.....	26
Tabla 17 Proveedores .....	27
Tabla 18 Competidores .....	27
Tabla 19 Producción de velas artesanales .....	36
Tabla 20 Factores Internos y Externos .....	43
Tabla 21 Población Provincia de Pichincha .....	45
Tabla 22 Población de Hombres y Mujeres .....	45
Tabla 23 Habitantes de la Parroquia de Guayllabamba .....	46
Tabla 24 Género .....	51
Tabla 25 Pregunta 1.....	52
Tabla 26 Pregunta 2.....	53
Tabla 27 Pregunta 2.....	53

---

Tabla 28 Pregunta 3.....	54
Tabla 29 Pregunta 4.....	55
Tabla 30 Pregunta 5.....	56
Tabla 31 Pregunta 6.....	57
Tabla 32 Pregunta 7.....	58
Tabla 33 Pregunta 8.....	59
Tabla 34 Pregunta 9.....	60
Tabla 35 Pregunta 10.....	61
Tabla 36 Oferta Actual .....	62
Tabla 37 Oferta Proyectada .....	63
Tabla 38 Oferta Histórica .....	63
Tabla 39 Oferta Actual .....	64
Tabla 40 Oferta Proyectada .....	64
Tabla 41 Demanda Histórica .....	65
Tabla 42 Demanda Actual .....	65
Tabla 43 Demanda Proyectada.....	66
Tabla 44 Balance Actual .....	67
Tabla 45 Balance Proyectado .....	67
Tabla 46 Tamaño del Proyecto.....	69
Tabla 47 Capacidad Instalada.....	70
Tabla 48 Capacidad Óptima .....	70
Tabla 49 Lugar del Proyecto .....	71
Tabla 50 Matriz Relevante .....	74
Tabla 51 Planta de Distribución .....	75
Tabla 52 Código de Cercanía .....	76
Tabla 53 Método SLP.....	77
Tabla 54 Maquinaria .....	78
Tabla 55 Equipos de Computación .....	78
Tabla 56 Equipo de Oficina.....	79
Tabla 57 Suministro de Oficina.....	79
Tabla 58 Muebles y Enseres.....	80
Tabla 59 Costos Directos .....	82
Tabla 60 Gastos Administrativos .....	83

---

---

Tabla 61 Costo de Ventas.....	83
Tabla 62 Costos Financieros .....	84
Tabla 63 Costos Fijos y Variables.....	84
Tabla 64 Inversión fija .....	87
Tabla 65 Activos fijos .....	87
Tabla 66 Activos nominales .....	88
Tabla 67 Capital de trabajo .....	88
Tabla 68 Fuentes de financiamiento y usos de fondos.....	89
Tabla 69 Amortización de financiamiento .....	90
Tabla 70 Depreciaciones .....	91
Tabla 71 Estado de situación inicial.....	92
Tabla 72 Estado de resultados proyectado .....	93
Tabla 73 Flujo neto de efectivo.....	94
Tabla 74 Flujo de caja .....	94
Tabla 75 Tasa de descuento.....	95
Tabla 76 VAN .....	96
Tabla 77 TIR .....	97
Tabla 78 Periodo de Recuperación.....	98
Tabla 79 Punto de equilibrio .....	99
Tabla 80 Análisis de índices financieros .....	101
Tabla 81 Análisis de índices financieros .....	101
Tabla 82 Análisis de índices financieros .....	102

---

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto .....	6
Figura 2 PIB Por Actividad Económica 2015 .....	7
Figura 3 PIB Por Sector Al Que Pertenece Mi Proyecto .....	8
Figura 4 Tasa Activa .....	9
Figura 5 Tasa Pasiva.....	11
Figura 6 Inflación .....	12
Figura 7 Inflación Por Ciudades.....	13
Figura 8 Balanza Comercial .....	14
Figura 9 Riesgo País.....	15
Figura 10 PEA .....	17
Figura 11 Desempleo Rural.....	20
Figura 12 Organigramas de la Empresa .....	31
Figura 13 Flujograma de Producción y Comercialización.....	37
Figura 14 Marketing Mix .....	38
Figura 15 Ubicación del Sector .....	39
Figura 16 Logotipo.....	40
Figura 17 Slogan .....	40
Figura 18 Sitio Web .....	41
Figura 19 Tríptico.....	41
Figura 20 Hoja Membretada.....	42
Figura 21 Género.....	51
Figura 22 Pregunta 1 .....	52
Figura 23 Pregunta 3 .....	54
Figura 24 Pregunta 4 .....	55
Figura 25 Pregunta 5 .....	56
Figura 26 Pregunta 6 .....	57
Figura 27 Pregunta 7 .....	58
Figura 28 Pregunta 8 .....	59
Figura 29 Pregunta 9 .....	60
Figura 30 Pregunta 10 .....	61
Figura 31 Macro - Localización .....	72

---

Figura 32 Micro – Localización .....	73
Figura 33 Planta de Distribución .....	76
Figura 34 Punto de equilibrio .....	100

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad crear una microempresa de velas decoradas de manera artesanal en base a semilla de naranja y con el mismo aroma realizando un estudio de mercado a través de encuestas para conocer a fondo sobre las necesidades y gustos dentro de la cual se va a emprender este proyecto con el fin de satisfacer las mismas y ofrecer dentro del mercado algo no innovador pero si con un plus adicional.

También analizaremos varios factores que influyen dentro de este emprendimiento como son la competencia, factores políticos, económicos, tecnológicos, sociales y legales con el fin de estudiar el entorno del mercado.

Dentro de la Parroquia de Guayllabamba no tenemos ningún tipo de competencia ya que no existe una micro-empresa que se dedique a la elaboración y comercialización de velas lo cual es favorable ya que tendremos una gran acogida dentro del mercado.

## ABSTRACT

The present project aims to create a micro-company of candles decorated in an artisan way based on orange seed and with the same aroma conducting a market study through surveys to know in depth about the needs and tastes within which it goes To undertake this project with the purpose of satisfying the same ones and offering within the market something not innovative but if with an additional plus.

We will also analyze several factors that influence within this enterprise such as competition, political, economic, technological, social and legal factors in order to study the market environment.

Within the Parish of Guayllabamba we do not have any type of competition since there is no micro-company dedicated to the elaboration and commercialization of candles which is favorable since we will have a great

## CAPÍTULO I

### 1 INTRODUCCIÓN

Quito, capital de la República del Ecuador, es hoy una metrópoli emprendedora y el centro político del país, que ofrece muchas opciones para una visita agradable entre su historia, tradición y leyenda, fue declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural de Humanidad con el objetivo de conservar sus conventos coloniales, iglesias y el centro histórico en general.

En este Quito contemporáneo día a día se han ido originando cambios y nuevos hábitos en las personas, que buscan satisfacer sus gustos y preferencias cuando se trata de decoración y buen gusto, razón por lo que nace la idea innovadora de crear una microempresa de velas aromáticas y decorativas en el lugar.

El principal motivo para emprender esta pequeña micro-empresa es que, Quito es una ciudad de tradiciones y cultura religiosa, cuyas costumbres de sus habitantes relucen a cada momento y demuestran su espíritu conservador, el presente proyecto de velas artesanales en base a semillas con el mismo aroma se lo realiza con el fin de emprender una micro-empresa que primero ayude a determinar el nivel de aceptación que tendremos dentro del mercado y a generar nuevas fuentes de trabajo,

a la vez satisfacer las necesidades que tienen los habitantes en la parroquia de Guayllabamba y también para poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria.

### **1.1 Justificación**

La ejecución de este proyecto micro empresarial fue creado con el fin de demostrar a la ciudadanía de Quito y del país, una alternativa diferente en lo que respecta al aroma terapia y decoración, además de ser utilizado como un sustituto de energía y en nuestra vida cotidiana, iniciando con un local adecuado para la elaboración y comercialización de velas en la ciudad de Quito, parroquia de Guayllabamba; satisfaciendo las necesidades de los habitantes, residentes y extranjeros.

Las velas serán elaboradas de manera artesanal en base a semilla de naranja y con el mismo aroma lo que buscamos con la elaboración de este producto es llegar al mercado nacional ofreciendo un producto no innovador pero si con un plus adicional, ya que la mayoría de productores se inclina por lo tradicional olvidando algunos factores como son la aroma terapia que no solo contribuye a la salud sino que también nos ayuda a entrar en un ambiente relajado, con el fin de satisfacer las necesidades de los habitantes y ayudar al desarrollo económico del país.

La propuesta del proyecto está fortaleciendo a impulsar la transformación de la matriz productiva, que se presenta en EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR (objetivo 10) que nos indica que los nuevos desafíos deben estar orientados en la

conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad siendo competitivos, sostenibles, sustentables y diversos con inclusión económica. (Secretaria, 2013)

Las velas además de ser utilizadas para uso decorativo, ayudan también a entrar en un ambiente de relajación, aroma terapia armonizando los hogares y lugares de trabajo, con el desarrollo de este proyecto ayudamos al crecimiento de la producción artesanal ofreciendo un producto de calidad y así satisfacer las necesidades y gustos de las personas.

## 1.2 Antecedentes

“A lo largo de la historia, la fabricación de velas, se desarrolló de forma independiente, en varios países. Cerca del año 3000 A.C los egipcios fabricaban las velas usando la cera de abejas.

A lo largo del siglo XIV la vela era la forma más popular de iluminación, hacia finales del siglo XV las velas solo eran empleadas en los monasterios y en las casas de la nobleza y en las iglesias, en este periodo, la producción de velas fue prohibida, ya que estas eran símbolo de poder y prosperidad.

En la edad media, época en que la gente de escasos recursos la realizaba con sebo (grasa procedente de bueyes o corderos. Estas velas generaban mucho humo y desprendían olor a grasa animal. En cambio, las clases privilegiadas las realizaban con cera de abeja, además de dar luz, las velas se utilizaron como método de medición del tiempo. La hora del día se conocía gracias a que las velas ardían hasta un punto señalado en una hora.

La cera de abeja y el cebo de animal fueron los únicos materiales sólidos utilizados hasta que al final del siglo XVIII comenzó a emplearse esperma de ballena que producía velas muy luminosas y decorativas. A partir del descubrimiento del petróleo, la parafina se ha convertido en la materia prima más empleada.

A mediados del siglo XIX, el desarrollo de la estearina como compuesto químico, originalmente producido a partir de la grasa mineral refinada que produjo grandes cambios en la técnica de hacer velas, se extendieron los tiempos de mayor duración. Fue entonces cuando se comienza a fabricar velas en máquina de producción continua.

Las velas siempre están presentes en templos, altares, hogares, palacios, etc. Además en la actualidad la Aromaterapia es una disciplina terapéutica que aprovecha las propiedades de los aceites esenciales extraídos de las plantas aromáticas, para restablecer el equilibrio y armonía del cuerpo y de la mente para beneficio de nuestra salud y belleza.

“Cada color tiene un significado según la creencia popular y cada aroma, una función. Se cree que las propiedades de las esencias utilizadas pueden cambiar los estados de ánimos y calmar ansiedades”. (Leon, 2009)

## CAPÍTULO II

### 2. ANÁLISIS SITUACIONAL

Permite medir el desenvolvimiento que tiene la empresa, en un periodo determinado tanto internamente como externamente ya que son los que influyen en el entorno de la empresa.

#### 2.1 Ambiente Externo

Son todos los factores que influyen dentro de una organización que permiten analizar variables directas e indirectas.

##### 2.1.1.1 Producto Interno Bruto

El Producto Interno Bruto (PIB), es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un periodo determinado además es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento y decrecimiento de la producción de bienes y servicios de la empresa en cada país únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (Planeta)

**Tabla 1 Producto Interno Bruto**

AÑO	PORCENTAJE
2011	7,90%
2012	5,20%
2013	4,60%
2014	3,80%
2015	3,70%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

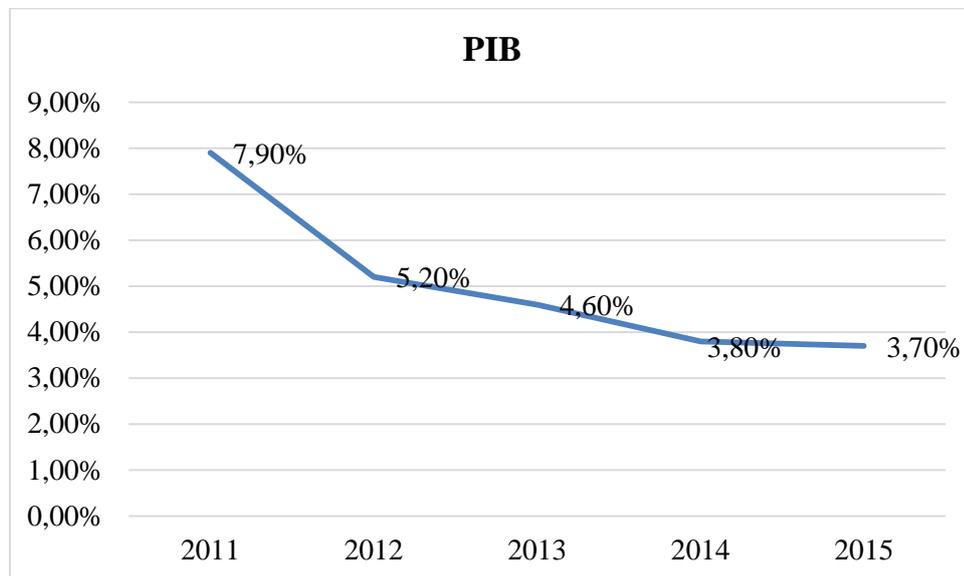


Figura 1 Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### Análisis

Se puede observar que en el año 2015 el PIB tiene un déficit de 3,70% debido a la caída del petróleo lo que significa que la acogida de un nuevo producto aportaría con ingresos mayores al país.

## PIB Por Actividad Económica 2015

Tabla 2 PIB Por Actividad Económica 2015

Actividades	Industria	Valor Anual
Actividades profesionales	7,4	0,46
Enseñanza y servicio	4,8	0,37
Manufactura	2,5	0,29
Comercio	2,3	0,24
Administración Pública	3,8	0,24
Suministró de electricidad	8,0	0,18
Transporte	2,3	0,15
Agricultura	1,5	0,11
Acuicultura pesca y camarón	14,6	0,08
Otros servicios	1,1	0,07
Pesca excepto camarón	5,9	0,04
Actividades Serv. Financieras	1,1	0,03
Servicio domestico	0,5	0
Alojamiento y servicio de comida	-1,7	-0,03
Correo y Comunicaciones	-1,9	-0,07
Construcción	-1,1	-0,11
Refinación de Petróleo	-21,2	-0,19
Petróleo y minas	-2,7	-0,27

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tatiana Landázuri

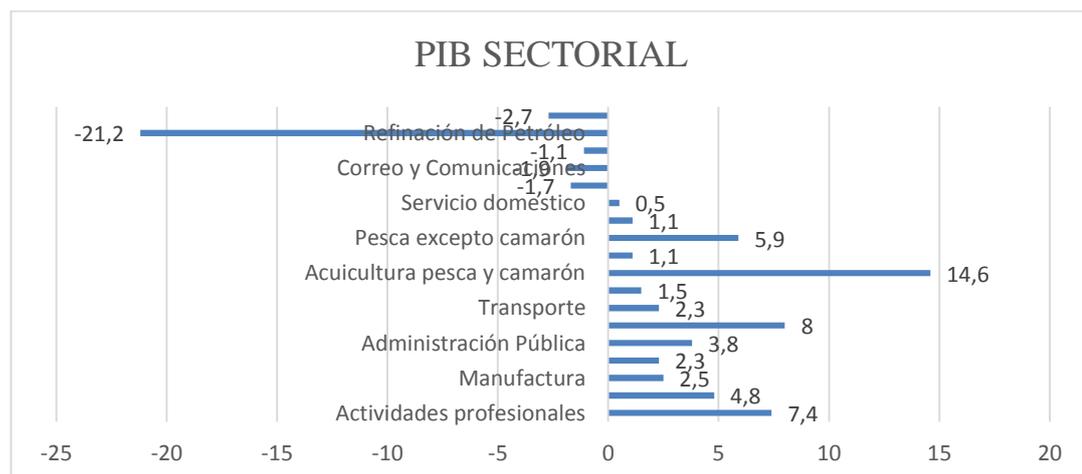


Figura 2 PIB Por Actividad Económica 2015

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Análisis

El sector de manufactura es el que más aporta con el desarrollo del PIB con un 0,29% lo que ha ido en constante variación debido a los altos costo arancelarios.

### PIB Por Sector Al Que Pertenece Mi Proyecto

Tabla 3 Por Sector Al Que Pertenece Mi Proyecto

Año	Porcentaje
2011	5,80%
2012	3,40%
2013	5,10%
2014	3,90%
2015	3,80%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tatiana Landázuri

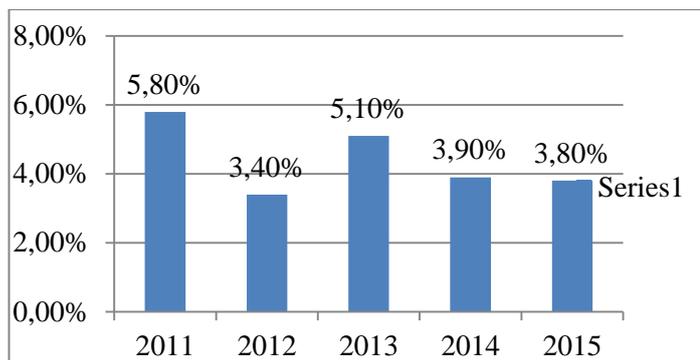


Figura 3 PIB Por Sector Al Que Pertenece Mi Proyecto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Análisis

En el año 2015 el PIB por el sector productivo es de 3,8 El crecimiento de la economía del país ha ido perdiendo ritmo a causa de la gran caída del precio del petróleo por lo cual varios sectores se han visto afectados.

### 2.1.1.2 Tasa de Interés

(Ventura, 2011) “Las tasas de interés manifiestan que este representa el importe del alquiler del dinero. Dado que los montos de intereses son dinero los mismos que el capital, este importe se presenta normalmente como un porcentaje que ese aplica al capital por unidad de tiempo.”

#### 2.1.1.2.1 Tasa de Interés Activa

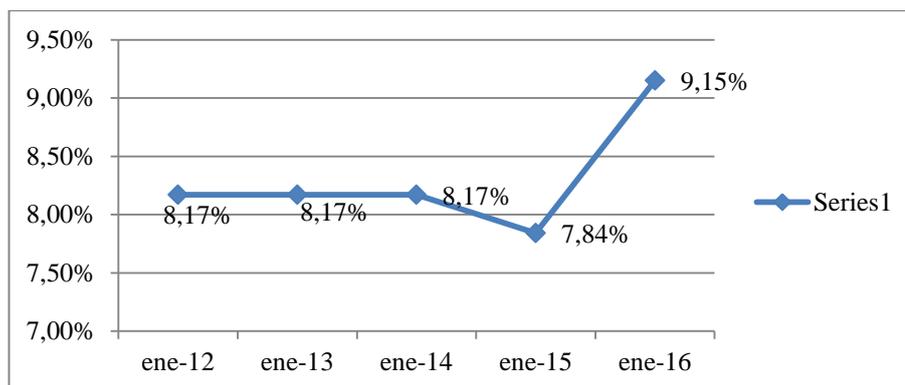
La tasa Activa es aquella con la que la empresa se provee de fondos ajenos ya que es la que nos cobra el banco cuando realizamos préstamos y se expresa en porcentaje siendo el interés. (Mundo, 2010)

**Tabla 4 Tasa Activa**

AÑO	PORCENTAJE
<b>Ene-12</b>	8,17%
<b>Ene-13</b>	8,17%
<b>Ene-14</b>	8,17%
<b>Ene-15</b>	7,84%
<b>Ene-16</b>	9,15%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri



**Figura 4 Tasa Activa**

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## Análisis

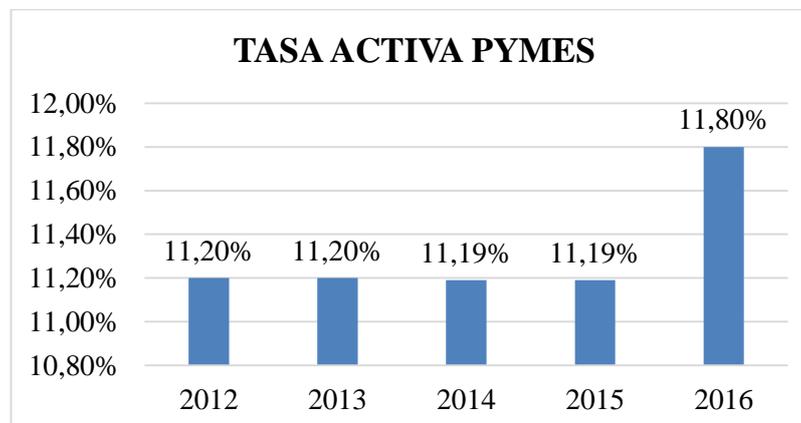
En el año 2016 se refleja un 9,15% lo que indica que genera ganancia dentro de las operaciones de crédito lo cual entrega un resultado estable con la necesidad de realizar un préstamo generando un gasto mayor para cancelar.

**Tabla 5 Tasa Activa Por Sector PYMES**

TASA REFERENCIAL	
AÑO	PORCENTAJE
2012	11,20%
2013	11,20%
2014	11,19%
2015	11,19%
2016	11,80%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri



**Figura 1 Tasa Activa Por Sector PYMES**

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## Análisis

En el año 2012 la tasa referencial fue del 11,20% lo cual en los tres últimos años, pero en el año 2016 incrementó al 11,80% lo que facilita el acceso a créditos que permita incrementar el capital de trabajo.

### 2.1.1.2.2 Tasa de Interés Pasiva

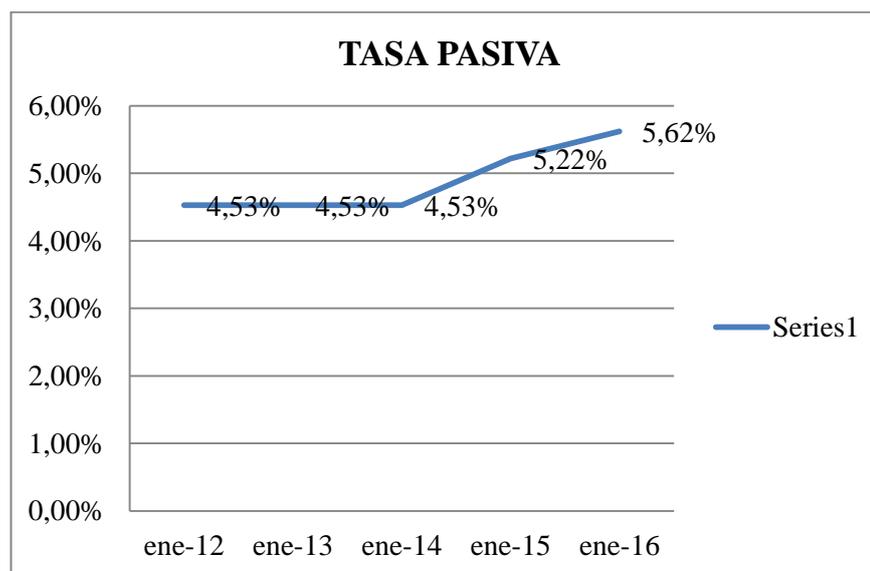
Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen. (Soto, 2001)

**Tabla 6 Tasa Pasiva**

AÑO	PORCENTAJE
<b>Ene-12</b>	4,53%
<b>Ene-13</b>	4,53%
<b>Ene-14</b>	4,53%
<b>Ene-15</b>	5,22%
<b>Ene-16</b>	5,62%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri



**Figura 5 Tasa Pasiva**

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### Análisis.

Actualmente la Tasa Pasiva es muy baja al encontrarse en un 5,62 y no sería recomendable ya que no brinda una mayor rentabilidad.

### 2.1.1.3 Inflación

La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado. Para su cuantificación se usa el "índice de precios al consumo. (Debitoor)

**Tabla 7 Inflación**

Año	Porcentaje
<b>Jun-13</b>	2,68%
<b>Jun-14</b>	3,67%
<b>Jun-15</b>	4,87%
<b>Jun-16</b>	1,59%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

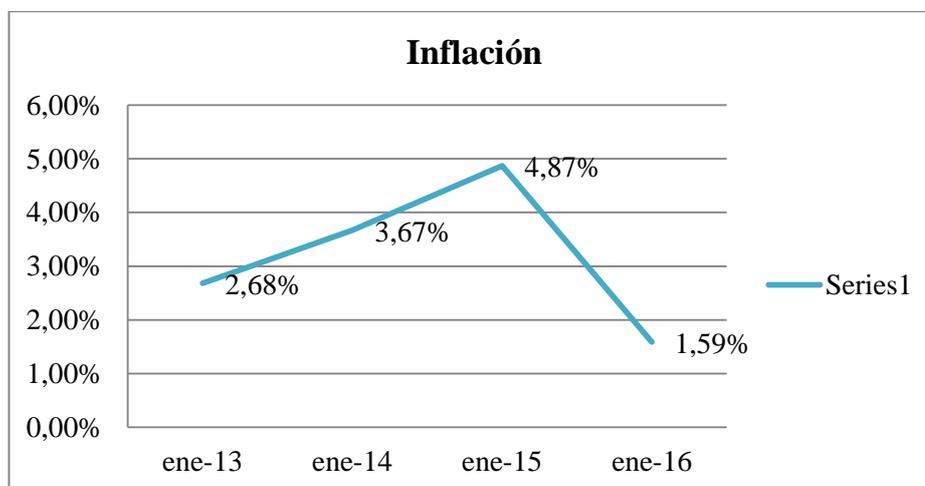


Figura 6 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### Análisis

Es un indicador en el cual fluctúan los precios dentro del mercado considerando que la materia prima a utilizar tiende a aumentar su valor.

**Tabla 8 Inflación Por Ciudades**

Ciudad	Porcentaje
<b>Ambato</b>	2,43%
<b>Esmeraldas</b>	3,09%
<b>Cuenca</b>	2,27%
<b>Machala</b>	2,83%
<b>Quito</b>	1,72%
<b>Manta</b>	1,05%
<b>Guayaquil</b>	1,42%
<b>Santo Domingo</b>	0,70%
<b>Loja</b>	0,84%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

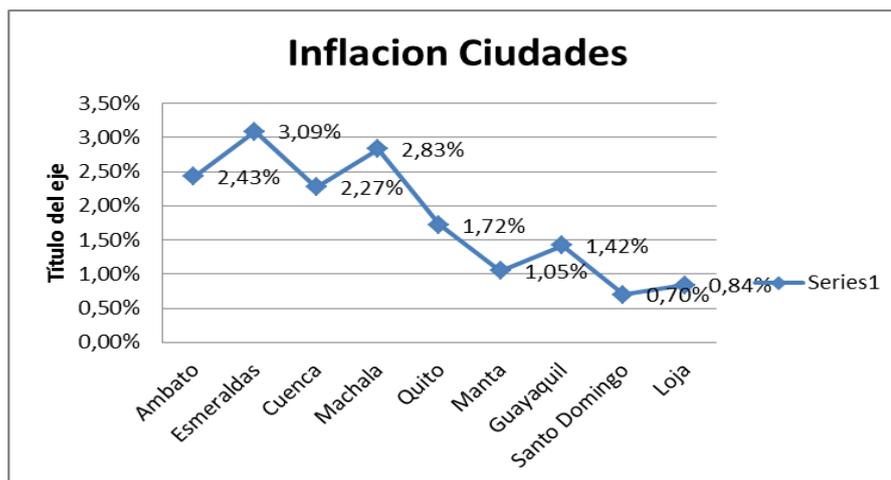


Figura 7 Inflación Por Ciudades  
Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

### Análisis

Como podemos observar la ciudad de Esmeraldas se ha registrado anualmente con un 3,09% Mientras que Loja y Santo Domingo han registrado menos inflación con el 0,84% y 0,70%, lo que significa que el producto elaborado no se verá afectado.

### 2.1.1.4 Balanza Comercial

(Ecuador, 2013) Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones.

**Tabla 9 Balanza Comercial**

Año	Porcent aje
2011	84,94%
2012	91,34%
2013	93,28%
2014	92,53%
2015	85,19%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Observatorio Económico del Ecuador

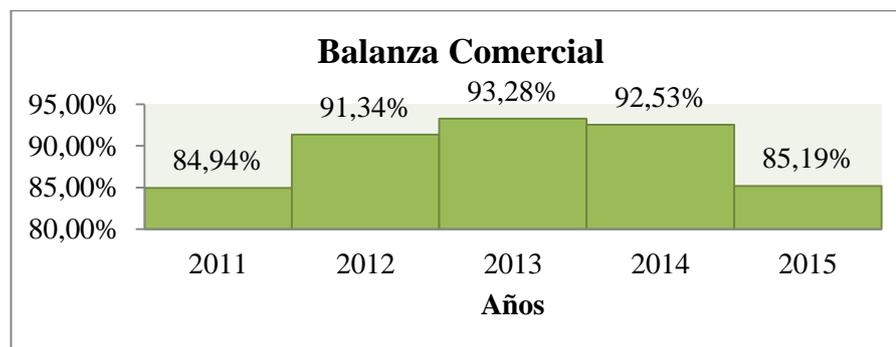


Figura 8 Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Observatorio Económico del Ecuador

### Análisis

Se registró un déficit ya que las exportaciones en relación con la reducción de importaciones debido a las salvaguardas se mantuvieron a productos que ingresen al país.

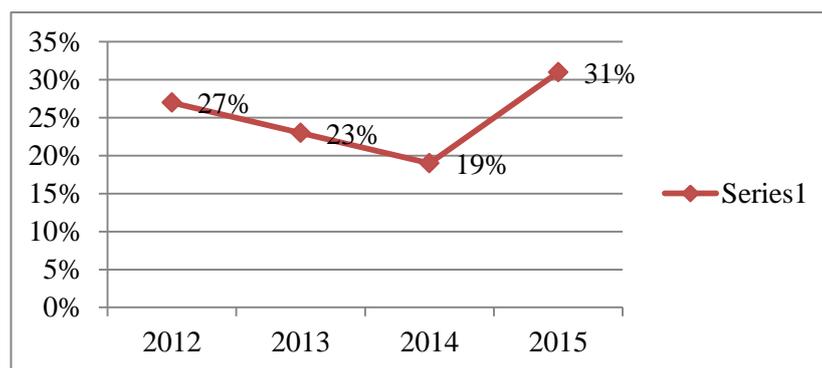
### 2.1.1.5 Riesgo País

El concepto de riesgo país, hace referencia a la probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados. (Montilla, 2007)

**Tabla 10 Riesgo País**

Año	Porcentaje
2012	27%
2013	23%
2014	19%
2015	31%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri



**Figura 9 Riesgo País**  
**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### Análisis

Se puede decir que como empresa no se podría llegar a mercados internacionales, ya que no se llegaría a tener una relación de comercio dentro del país por la crisis económica por que en el momento de invertir perderían su capital.

## 2.1.2 Factor Social

El factor social se lo consideraría muy importante tomando en cuenta que influye en todos los aspectos tanto económicos como políticos por que comprende a toda la sociedad tanto en su forma de organizarse como equipo dentro de la empresa y en el mercado es decir como relacionarse con los clientes para obtener un beneficio económico en la administración de la empresa. (Carmen, 2010)

### 2.1.2.1 PEA (Población Económicamente Activa)

PEA, se refiere a el número de personas de 10 años y más económicamente activa, en un determinado periodo. Es el principal indicador de la oferta de la oferta de mano de obra en una sociedad. Las personas económicamente activas son todas aquellas que teniendo edad para trabajar están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento incluye a las personas que trabajan o aquellos que no tienen empleo pero están dispuestos a trabajar. (INEC, 2013)

**Tabla 11 PEA**

	HOMBRES	MUJERES
<b>Jun-12</b>	50,8%	36,7%
<b>Jun-13</b>	48,5%	34,5%
<b>Jun-14</b>	53,4%	41,7%
<b>Jun-15</b>	53,1%	35,5%
<b>Jun-16</b>	48%	31,6%

**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

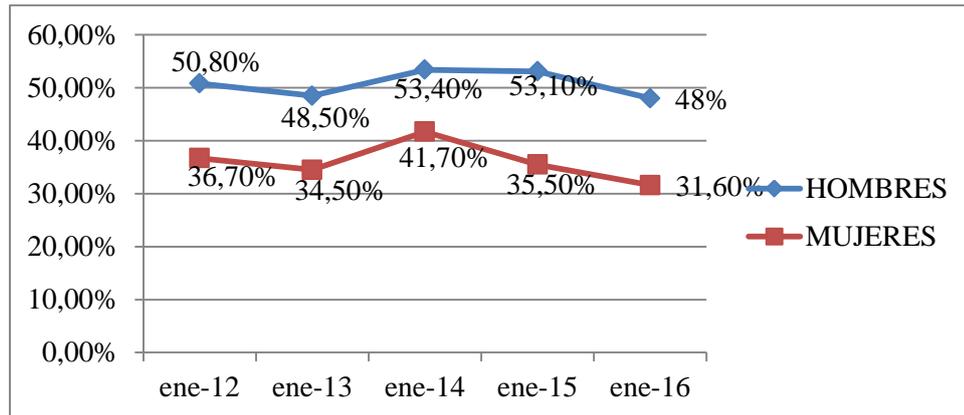


Figura 10 PEA  
Fuente: INEC  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Análisis

Según los datos obtenidos por el INEC en Junio 2016 los hombres se mantienen en un 48% mientras que las mujeres un 31,60% con empleo comparando con años anteriores se puede decir que se mantienen en un mismo porcentaje ya que no existe mucha variación.

### 2.1.2.2. Subempleo

Situación económica en que la mano de obra no está aprovechada en su totalidad.  
(WordReference.com, 2016)

Tabla 12 Subempleo

	HOMBRES	MUJERES
<b>Jun-12</b>	9,7%	9,6%
<b>Jun-13</b>	11,8%	11,6%
<b>Jun-14</b>	12,5%	11,7%
<b>Jun-15</b>	13,5%	12,6%
<b>Jun-16</b>	16,8%	15,7%

Fuente: INEC  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

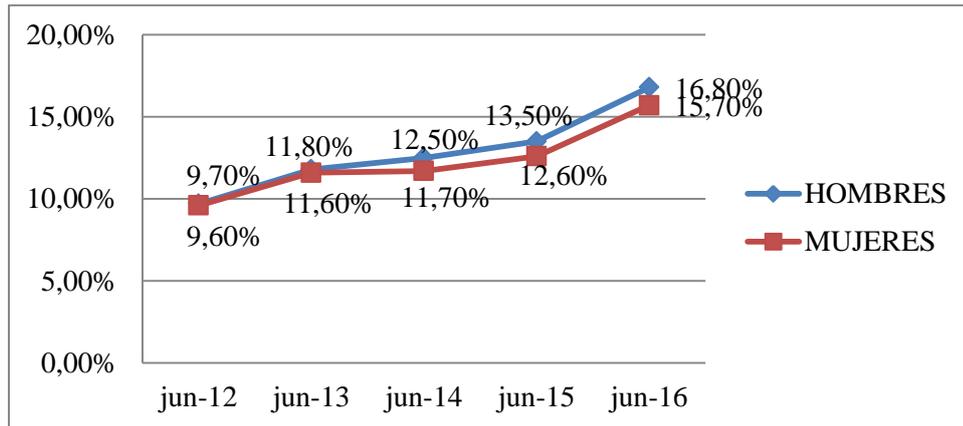


Figura 2 Subempleo

Fuente: INEC

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### Análisis

Según los datos del INEC entre hombres se obtienen un 16,80% y mujeres 15,70% los porcentajes no tienen mucha variación lo cual refleja que la mano de obra no está aprovechada en su totalidad.

### 2.1.2.3. Desempleo

El desempleo es uno de los problemas que más genera preocupación en la sociedad actual. Las personas desempleadas o aquellas que no tienen empleo u ocupación, deben enfrentarse a situaciones difíciles por no tener ingresos con los cuales sostenerse a sí mismos y a sus familias. (República, 2015)

Tabla 13 Desempleo

	HOMBRES	MUJERES
<b>Jun-12</b>	3,6%	4,9%
<b>Jun-13</b>	3,6%	4,4%
<b>Jun-14</b>	4%	5,7%
<b>Jun-15</b>	3,6%	5,7%
<b>Jun-16</b>	4%	7,1%

Fuente: INEC

Elaborado por: Tatiana Landázuri

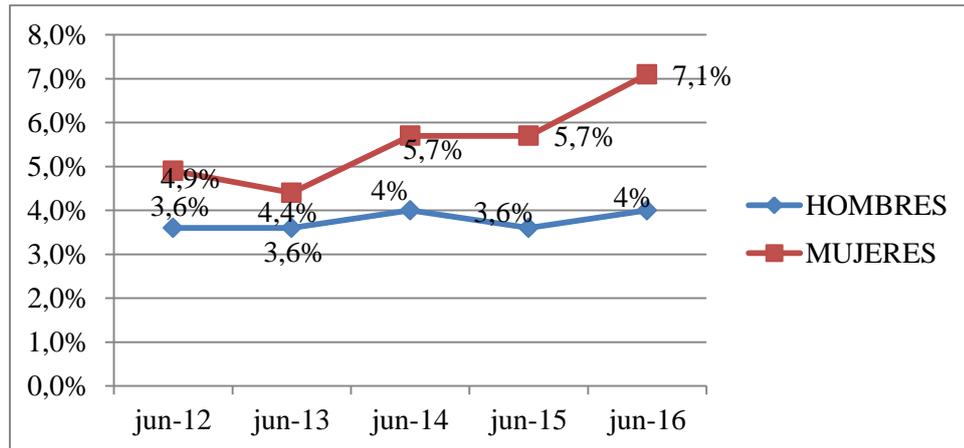


Figura 3 Desempleo  
Fuente: INEC  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

### Análisis

La tasa de desempleo es mayor para las Mujeres que para los Hombres en todo el periodo analizado a Junio 2016 lo que significa que se esté generando fuente de trabajo un poco más elevada para las mujeres que para hombres.

Tabla 14 Desempleo Rural

AÑO	PORCENTAJE
Jun-12	1,9%
Jun-13	2%
Jun-14	2,3%
Jun-15	2,2%
Jun-16	2,6%

Fuente: INEC  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

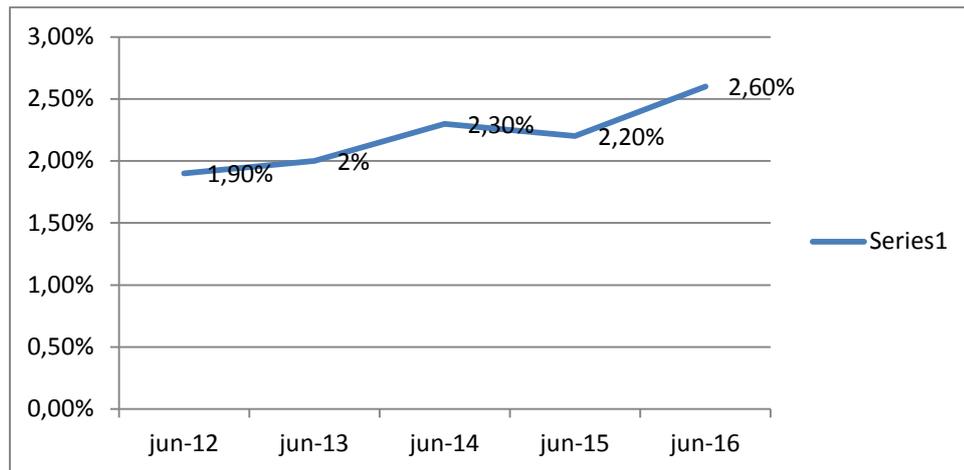


Figura 11 Desempleo Rural  
Fuente: INEC  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Análisis

En junio del 2016, la tasa de desempleo se elevó al 2,6% a nivel rural a comparación de los años anteriores, es decir las variaciones son normalmente estadísticas y casi se mantienen en un porcentaje normal.

### 2.1.3 Factor Legal

Son todos los documentos que se requiere para el funcionamiento de un negocio.

### SRI (Servicio de rentas internas)

El Servicio de Rentas Internas busca ser una organización sustentada en los principios de justicia, equidad y absoluta neutralidad política, fundamentales para su relación con el contribuyente, pero también con quienes aspiran, en ejercicio de su legítimo derecho, a ocupar una posición en la entidad. Estos principios asignan imparcialidad a la Administración Tributaria e independencia para definir sus políticas y estrategias de gestión y han permitido se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones. Guiarse bajo estos principios, le garantiza la aplicación confiable y transparente de las políticas y legislación tributaria. (SRI, 2015)

### **Condiciones para sacar el RISE:**

- ✓ Ser persona natural.
- ✓ No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año, para el año 2011 equivale a 9210 USD.
- ✓ No dedicarse a alguna de las actividades restringidas.
- ✓ No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

### **Requisitos para sacar el RISE:**

- ✓ Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía.
- ✓ Presentar el último certificado de votación.
- ✓ Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).
- ✓ Las personas naturales nacionales o extranjeras que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales a excepción de los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano deben presentar el original y copia del pago de la patente municipal.

### **Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).**

Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- ✓ Actualización de Datos del Registro Patronal.

- ✓ Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico).
- ✓ Digitar el número del RUC.
- ✓ Seleccionar el tipo de empleador.
- ✓ Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos.
- ✓ Solicitud de Entrega de Clave (Registro).
- ✓ Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- ✓ Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- ✓ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- ✓ Copia de pago de teléfono, o luz.
- ✓ Calificación artesanal si es artesano calificado

### **Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal**

Para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- 1.- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la Junta).
- 2.- Copia del Título Artesanal.
- 3.- Carnet actualizado del gremio.
- 4.- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos.

- 5.- Copia de la cédula de ciudadanía.
- 6.- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad).
- 7.- Foto a color tamaño carnet.
- 8.- Tipo de sangre.
- 9.- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior.

### **Permiso de funcionamiento**

“Art. 8.- Los establecimientos categorizados como artesanales están exentos del pago del derecho por Permiso de Funcionamiento; y, para su funcionamiento se registrará por lo dispuesto en la Ley de Fomento Artesanal vigente en este reglamento.

En su lugar deberán presentar entre los requisitos:

- 1.- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos o Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE), en el caso de que el establecimiento se encuentre ubicado en Distrito Metropolitano de Quito.
- 2.- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad; y
- 3.- Certificado de Salud Ocupacional del personal que labora en el establecimiento.

### **Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos**

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y Número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.

- ✓ Fotocopia nítida del RUC actualizado.
- ✓ Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.

- ✓ Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
- ✓ Nombramiento del representante legal si es compañía.
- ✓ Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
- ✓ Señalar dimensiones del local.

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria y son:

- ✓ Impuesto a la renta Sociedades 101 Anual.
- ✓ Impuesto a la renta Personas naturales 102 Anual.
- ✓ Retenciones en la fuente 103 Mensual Conforme el noveno dígito del RUC. IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la Renta Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad y Personas Jurídicas.

### **Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad**

Requisitos básicos:

Servicio de rentas internas

- ✓ Contar con su RUC vigente en el SRI.
- ✓ Encontrarse al día en obligaciones tributarias con el SRI.
- ✓ Tener registrado en el SRI su dirección de correo electrónico.

## **Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social**

- ✓ Constar como empleador registrado en el IESS.
- ✓ Tener a sus empleados afiliados en el IESS.
- ✓ Encontrarse exento de mora patronal.

### **2.1.4 Factor Tecnológico**

Los factores tecnológicos dentro de una empresa son todos aquellos que se consideran para el crecimiento, funcionamiento y progreso de una empresa.

(Tecnologicos, 2012)

En la empresa como factor tecnológico no se va a implementar ningún tipo de máquinas para la transformación de la materia prima en producto terminado ya que va a hacer estrictamente artesanal, pero para el área administrativa se utilizara equipos tecnológicos como; computadores, impresoras, fax, teléfonos.

## **2.2 ENTORNO LOCAL**

Se trata de factores cercanos a la empresa o al sector en el que desarrolla su actividad y que le influyen directamente. Sobre estos factores la empresa puede ejercer un cierto control. (WILLIAN, 2012)

### **2.2.1 Clientes**

Son aquellas personas hombres o mujeres que pertenecen a un nivel socioeconómico que compran bienes o servicios de una empresa para satisfacer sus necesidades.

**Tabla 15 Clientes**

<b>TURISTAS</b>
<b>NATIVOS</b>
<b>ALMACENES</b>
<b>OFICINAS</b>
<b>TIENDAS DE ABARROTES</b>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

**Tabla 16 Target en números**

### **Amas de casa**

<b>EDADES</b>	19-35	36-64	65 y mas
<b>MUJERES</b>	2535	1998	490

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### **Análisis**

Nuestro producto está principalmente enfocado en amas de casa, turistas, almacenes, oficinas, tiendas de abarrotes, instituciones privadas y públicas. Por lo que nuestra oferta va a ser aceptable ya que no tiene ningún tipo de distinción.

#### **2.2.2 Proveedores**

Son todas aquellas personas que ofrecen o venden a nuestra empresa la materia prima, aparatos tecnológicos, o diferentes artículos los cuales son transformados para poder venderlos.

**Tabla 17 Proveedores**

PROVEEDOR	UBICACIÓN	TELEFONO	PRODUCTO
Velas decorativas San Mateo	Tulipanes e11-106 y Av. de las palmeras, el inca	2254254	Parafina Solida.
La casa de los Químicos	Av. América N18-17 y Asunción	2503475 2503428	Aceites esenciales colorantes naturales etc.
Moniclandes	Urb. la ribera, solidaridad y de la paz N14-397	2190319	Parafina Cera Vegetal.

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 2.2.3 COMPETIDORES

Podemos identificar como competidores a aquellas empresas que ofrecen algún producto similar o igual al que vamos a ofrecer nosotros dentro del mercado.

**Tabla 18 Competidores**

<b>Tiendas</b>
<b>Vendedores</b>
<b>formales</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 2.3 Análisis interno

Es el estudio o análisis de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de una empresa, con el fin de evaluar los recursos con que cuenta una empresa para, de ese modo, conocer el estado o la capacidad con que cuenta la empresa.

### **2.3.1 Propuesta Estratégica**

Es el desarrollo sistemático de programas de acción encaminado a alcanzar los objetivos organizacionales, mediante el proceso de analizar, evaluar y seleccionar las oportunidades que hayan sido previstas.

Por ese motivo se pretende elaborar velas artesanales en base a semillas de naranja con el mismo aroma con el fin de cumplir con las expectativas y gustos de los clientes.

#### **2.3.1.1 Misión**

La Misión es la razón de ser de la empresa, en este caso podría ser: “Producir y comercializar velas decorativas con diferentes diseños, aromas, tamaño y excelente calidad, además de precios accesibles, satisfaciendo a plenitud las necesidades y gustos del cliente.”

#### **2.3.1.2 Visión**

Llegar a ser en cinco años una empresa productora y comercializadora rentable, sostenible y competitiva a nivel local y nacional colocándonos como una de las empresas líder en el sector artesanal, por contar con las velas mejor elaboradas por profesionales de manera artesanal, que sean distinguidas por sus aromas naturales, empaque, formas distintas y creativas, satisfaciendo a los clientes.

#### **2.3.1.3 Objetivos**

El objetivo es la meta a la cual se pretende llegar que nos permitirá tomar decisiones para poder alcanzarlos.

### 2.3.1.3.1 Objetivo General

Implementar una microempresa productora y comercializadora de velas decoradas con semillas de frutas de la zona y con diferentes aromas, ubicada en la parroquia de Guayllabamba año 2016, satisfaciendo así las necesidades y gustos de las personas.

### 2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Posesionar en el mercado ofreciendo un productor innovador para el sector, satisfaciendo así las necesidades de los clientes.
- Establecer rentabilidad económica.
- Generar plazas de trabajo.
- Fomentar la demanda de los consumidores por la generación de este producto en el mercado.

### 2.3.1.3.3 Principios y/o Valores

Creatividad: Beneficiar al trabajador y buscar, en forma permanente, nuevas formas de hacer las cosas.

Puntualidad: Cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás y llegando a tiempo para laborar.

Responsabilidad: Tomar acciones cuando sea necesario y obrar de manera que se contribuya al logro de los objetivos de la empresa, actuando de manera correcta y aceptando las labores que se deben realizar de buena manera.

## Principios

Trabajo en Equipo: Contar con un personal unido que apoye a la empresa con sus decisiones y trabajo seguro, mostrando un ambiente cómodo y de calidad.

Compromiso en el servicio: Junto con todo el personal de la empresa trabajar para destacar el nivel de los servicios que se ofrecen en la empresa.

Responsabilidad en la Innovación: Mantener los equipos y procesos actualizados con la tecnología más avanzada, para garantizar la productividad y competitividad de nuestras operaciones.

Desarrollo y bienestar del recurso humano: Proporcionar una adecuada calidad de vida a nuestros trabajadores; velar por su seguridad física, social y emocional; brindarles los servicios que los valoren como personas.

### 2.3.2 Gestión Administrativa

Hace referencia a los procesos y actividades que deben desarrollar una organización para el fortalecimiento de las actividades empresariales en procura del mejoramiento corporativo.

### 2.3.2.1. Organigrama de la Empresa

#### Organigramas de la Empresa

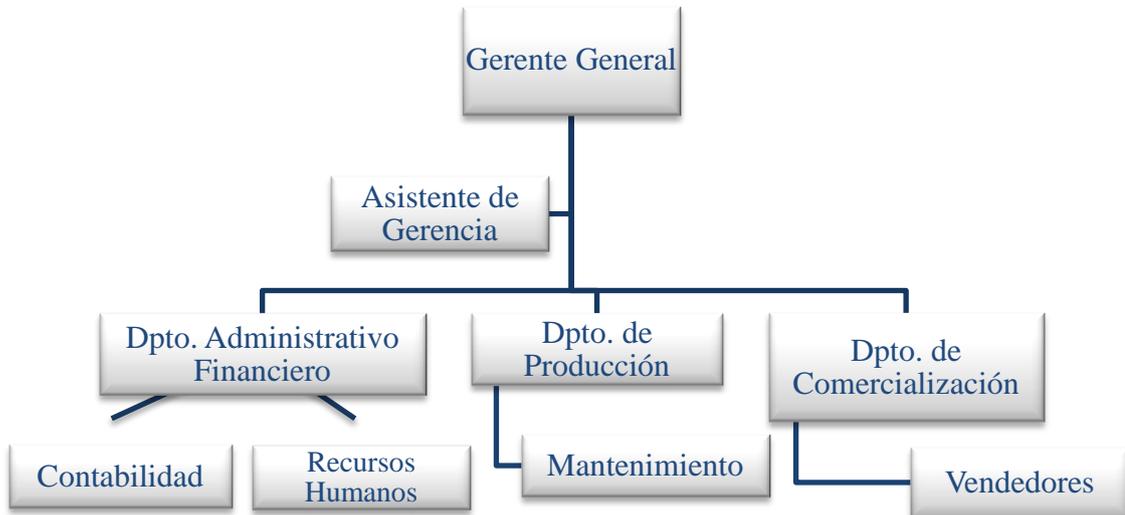


Figura 12 Organigramas de la Empresa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tatiana Landázuri

#### 2.3.2.1.1 Gerente General

La persona que se encarga de liderar una organización, para poder mantener un buen ambiente de trabajo da órdenes y planifica todas las actividades que se van a realizar a corto y largo plazo.

##### Perfil Académico

- ✓ Estudios Universitarios, Ingeniería, Administración de Empresas.
- ✓ Relaciones Humanas, Liderazgo, Seguridad y Salud en el Trabajo.
- ✓ Mínimo tres años de experiencia como Gerente General o cargos similares.

## **Objetivo**

Supervisar cada uno de los departamentos al igual que el personal de la empresa.

## **Funciones Generales:**

Controlar las funciones Administrativas y Financieras de una organización, así como resolver los asuntos que se requieran dentro de la misma de acuerdo a cada una de las actividades delegadas.

## **Funciones Específicas:**

- ✓ Informar a todos los accionistas sobre las funciones que se realizan dentro de la empresa.
- ✓ Delegar funciones y cargos.
- ✓ Dirigir a la empresa en la toma de decisiones y ser un líder.
- ✓ Dirigir las gestiones administrativas y financieras, tomando decisiones oportunas.
- ✓ Desarrollar planes de organización interna y hacer seguimiento de su cumplimiento.

### **2.3.2.1.2 Asistente de Gerencia**

Colabora a su jefe con todas las actividades planeadas dentro de la organización con el fin de mantener un buen clima laboral.

## **Perfil Profesional**

- ✓ Administración de empresas.
- ✓ Relaciones humanas.
- ✓ Experiencia de un año en cargos similares

## Objetivo

Asistir al Departamento Financiero es decir al Gerente.

## Funciones

- ✓ Recibir documentación, llamadas y visitantes.
- ✓ Apoyar en la realización de actividades que sean solicitados en el área.
- ✓ Organización y archivo de los documentos de la empresa.
- ✓ Organizar y controlar el archivo físico y computacional de la Gerencia.

## Responsabilidades

- ✓ Coordinar las actividades administrativas y operativas de área.
- ✓ Responsable de las actividades administrativas para brindar el apoyo necesario del Gerente General a fin de propiciar que las acciones, funciones y responsabilidades se le faciliten.

### 2.3.2.1.3. Departamento Administrativo Financiero

Controla todo la gestión financiera y administra de manera adecuada los fondos de una organización con el fin de hacer crecer el capital de la organización.

## Perfil Profesional

- Administración de Empresas.
- Relaciones humanas, tributación, régimen laboral, seguridad y salud ocupacional.
- Experiencia de tres años

## Objetivo

Jefe financiero, supervisara el departamento de contabilidad y de Recursos Humanos.

### Funciones

Analizar cuentas contables y presupuestos.

Determinación de costos de producción.

Verifica el pago de impuestos.

Elabora Estados de Situación, pueden ser mensuales, trimestrales, semestrales o anuales.

Revisa y aprueba Roles de Pago, Planillas IESS, Fondos de Reserva, Décimos y otros.

### 2.3.2.1.4. Departamento de Producción

Tiene como función principal, la transformación de la materia prima, mano de obra, en un producto terminado con el fin de brindar un bien o servicio para satisfacer las necesidades de los clientes.

### Perfil profesional

- ✓ Ingeniería en Producción o Industrial, Tecnología.
- ✓ Relaciones Humanas, Liderazgo, Confecciones.
- ✓ Experiencia mínima tres años

## Objetivo

Jefe de producción, se encargara del personal dentro del área de producción de velas artesanales.

### Funciones

- ✓ Verifica el oportuno suministro de la materia prima.
- ✓ Análisis y control de fabricación o manufactura.

- ✓ Planeación y distribución de instalaciones.
- ✓ Control de la producción y de los inventarios

### **Responsabilidades**

- ✓ Hacer cumplir el tiempo y plazo de la entrega del producto.
- ✓ Reducir los costos por medio de una mayor eficiencia y productividad.

#### **2.3.2.1.5. Departamento de Comercialización**

Ayudar con las estrategias en ventas y otras cuestiones que mejoren la relación con los clientes para poder satisfacer las necesidades de los consumidores y también mantener un buen ambiente de trabajo.

### **Perfil Profesional**

- Administración de empresas con mención en Marketing.
- Negociación.
- Experiencia mínima dos años

### **Objetivo**

Supervisar al personal de ventas.

### **Funciones**

- ✓ Estudio de mercado.
- ✓ Establecer un plan o una estrategia de carácter general para la empresa.
- ✓ Capacitar al equipo de ventas, según lo disponga la empresa.
- ✓ Dirigir y controlar el equipo de ventas.

### 2.3.3 Gestión Operativa

Es un proceso que ayuda a medir el desempeño de los recursos para poder cumplir con el objetivo de la organización, seguidas por actividades que deben cumplirse en determinado tiempo.

#### 2.3.3.1. Flujograma de Producción

Tabla 19 Producción de velas artesanales

Simbología		
1		Operación
2		Inspección
3		Decisión
4		Proceso Alternativo

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

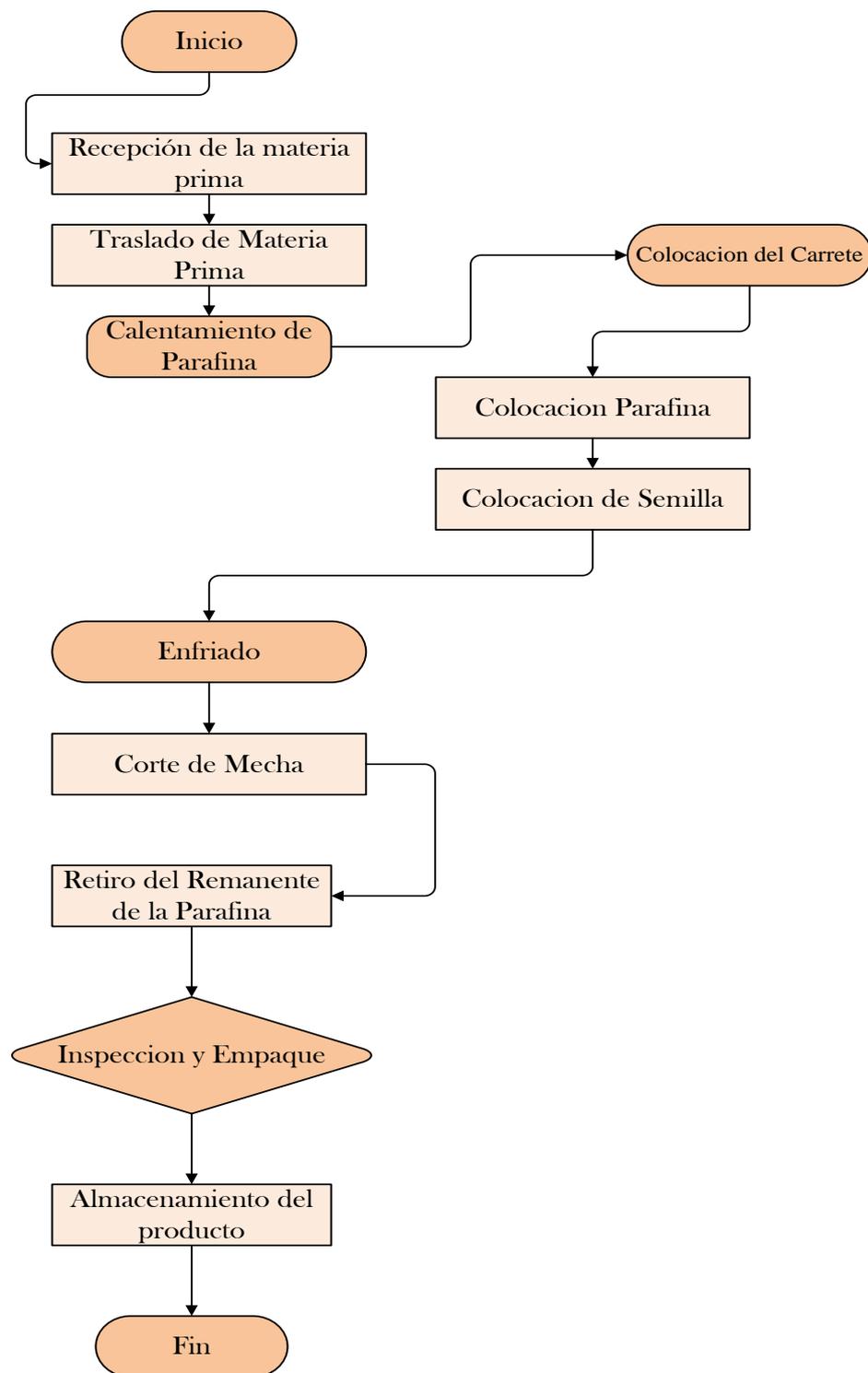


Figura 13 Flujograma de Producción y Comercialización

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### 2.3.4 Gestión Comercial

La Gestión Comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado.

(GestioPolis.com, 2001)

#### 2.3.4.1 Marketing Mix

Da apoyo al cumplimiento de objetivos comerciales encaminando a la microempresa de velas artesanales en base a semillas con diferentes aromas a tener un posicionamiento a futuro en el mercado.

#### Marketing Mix



Figura 14 Marketing Mix  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

##### 2.3.4.1.1 Producto

“Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles forma, tamaño, color, e intangibles marca, imagen de empresa, servicio que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades.” (Muñiz)

### 2.3.4.1.2 Precio

(Promonegocios.net & Thompson, 2006) El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

### 2.3.4.1.3 Plaza

Lugar físico o punto de venta que se distribuirá el producto o servicio, conjunto de actividades que hace que el producto salga del fabricante y llegue al consumidor cuando lo necesite y en las condiciones que lo requiera. (Share & Abigail, 2011)

El motivo por el que se realiza la elaboración y comercialización de velas artesanales en base a semillas de frutas con aroma en el sector de Guayllabamba es por la fruta ya que este sector es muy agrícola.

### Ubicación del Sector



Figura 15 Ubicación del Sector  
Fuente: Google maps  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

### 2.3.4.1.4 Promoción

“Es aquella que influye en las actitudes y comportamientos del público, objetivo a favor de los productos y de la empresa que los ofrece.” (Thompson, 2010)

## LOGOTIPO



Figura 16 Logotipo

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

**Amarillo:** Representa alegría, felicidad e inteligencia.

**Naranja:** Representa el entusiasmo, atracción, creatividad y el éxito.

**Rojo:** Representa la guerra, energía, fortaleza la pasión y el amor.

## SLOGAN

VELARTE: "Cada vela encendida es una luz de esperanza"

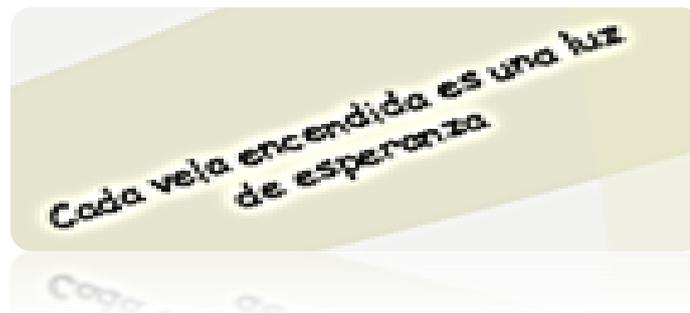


Figura 17 Slogan

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

## SITIO WEB

Es una página creada por medio del internet para poder ofrecer nuestro producto de tal manera que llegue a ser reconocido y tener gran acogida dentro del mercado.

[www.velarte.com](http://www.velarte.com)

## Sitio Web



Figura 18 Sitio Web  
Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

## TRÍPTICO

Es un folleto impreso en cual se puede comunicar ideas sobre productos o hacer publicidad.

### Tríptico informativo del producto

#### Tríptico



Figura 19 Tríptico  
Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

## HOJA MEMBRETADA

Una hoja membretada o papel es aquel que incluye, impresos, el nombre y el logotipo o algún otro diseño de una compañía o institución.

## Hoja Membretada



Figura 20 Hoja Membretada  
Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

## 2.4 Análisis FODA.

Tabla 20 Factores Internos y Externos

<b>FACTORES INTERNOS</b>	
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con variedad de velas artesanales aromáticas.</li> <li>• Personalizar velas de acuerdo a la necesidad del cliente.</li> <li>• Innovar constantemente diseños, aromas, modelos, colores.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las ventas varían por temporadas.</li> <li>• Infraestructura.</li> <li>• Falta de valor agregado en el producto.</li> </ul>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar fuentes de empleo.</li> <li>• La artesanía a lo largo del tiempo se ha hecho más conocida a nivel mundial.</li> <li>• El apoyo que brinda el gobierno para impulsar la creación de micro empresas con préstamos en instituciones bancarias y reducen o anulan los créditos tributarios a los artesanos</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fenómenos Naturales.</li> <li>• Aumento en el precio de la materia prima.</li> <li>• Competencia.</li> <li>• La continuidad de la crisis económica provoca una baja en la demanda de los productos</li> </ul>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

El estudio del mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. (Rivera, 2011)

#### 3.1 Análisis del Consumidor

Los consumidores varían ya que las velas estas dirigidas a todas las personas de diferentes edades sin importar la clase social ya que tienen precios accesibles y además sirven como adornos decorativos dentro de los hogares o para algún obsequio en especial.

##### 3.1.1 Determinación de la población y muestra

En el presente análisis se da a conocer el número de la población que existe en la provincia de Pichincha y en la Parroquia del Quinche, lugar donde se realizará la ejecución del proyecto.

Cabe recalcar que la información es tomada de datos del último censo ejecutado por el INEC en el 2010.

## **Población**

Es un grupo de personas que existen dentro de un lugar específico o en un momento determinado con el fin de satisfacer las necesidades y gustos del mismo.

### **Censo de población de la provincia de Pichincha**

**Tabla 21 Población Provincia de Pichincha**

<b>PROVINCIA</b>	<b>ÁREA KM2</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>DENSIDAD POBLACIONAL</b>
<b>PICHINCHA</b>	9535,91	2.576.287	270

**Fuente:** INEC.

**Elaborado por:** INEC.

**Tabla 22 Población de Hombres y Mujeres**

<b>HOMBRES</b>	<b>1.255.711</b>
<b>MUJERES</b>	<b>1.320.576</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2.576.287</b>

**Fuente:** INEC.

**Elaborado por:** INEC.

El proyecto que se presenta se realizara en Guayllabamba, es una Parroquia Ecuatoriana Metropolitana rural perteneciente al cantón Quito, en la Provincia de Pichincha, ubicada a aproximadamente 25 km de Quito, la capital del Ecuador con la cual se comunica mediante la carretera Panamericana.

Tabla 23 Habitantes de la Parroquia de Guayllabamba

POBLACIÓN	HABITANTES
PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA	16.213

Fuente: INEC.

Elaborado por: INEC.

### Muestra

Es aquella parte de una población que se considera representativa de la misma.

### Fórmula para calcular la muestra

$$n = \frac{z^2 p q n}{ne^2 + z^2 p q}$$

Dónde:

n: Población o universo

z: Nivel de confianza = 95 % = 1.96

p: Probabilidad de Ocurrencia 50 % = 0.50

q: Probabilidad de No Ocurrencia 50 % = 0.50

e: margen de error 5 % = 0.05

$$n = \frac{z^2 p q n}{ne^2 + z^2 p q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(16213)}{16213(0,05)^2 + (1,96)(0,50)(0,50)}$$

$$n = 375$$

### 3.1.2 Técnicas de obtención de Información

Son herramientas para uso investigativo que nos da una gran información acerca de comportamientos, posturas, o pensamientos acerca de algo. Se usan en proyectos de investigación ya sean de factores naturales, económicos, políticos o sociales. (Prezzi & Vásquez, 2014)

### 3.1.3 Encuesta

Es una técnica de información en el cual se recopila datos de forma verbal o escrita con el fin de obtener información para una investigación y conocer un poco más acerca de los gustos de las personas.

La presente encuesta tiene como finalidad obtener información para la creación de una MICROEMPRESA, la información que brinde será de ayuda para el desarrollo de esta tesis y todo se maneja con absoluta reserva. Gracias por su atención presentada

Instrucciones: Marque o señale un aspecto según su criterio o selección.

Datos Generales:

**Genero**

FEMENINO  MASCULINO

**ENCUESTA**

1. ¿Usted utiliza velas?

<b>Si</b>	
<b>No</b>	

2. ¿Qué formas de vela prefiere?

<b>Cilíndricas</b>	
<b>Cubicas</b>	
<b>Gel Grande</b>	
<b>Gel Pequeño</b>	
<b>Otras</b>	

3. ¿Qué aspectos considera Ud. Al momento de comprar una vela?

<b>Precio</b>	
<b>Calidad</b>	
<b>Estética</b>	
<b>Otras</b>	

4. ¿Con qué frecuencia compra usted velas artesanales?

<b>Semanal</b>	
<b>Quincenal</b>	
<b>Mensual</b>	
<b>Otras</b>	

5. ¿Le gustaría adquirir velas artesanales en base a semilla de frutas con el mismo aroma?

<b>Si</b>	
<b>No</b>	

6. ¿Qué tipo de aroma le gustaría que lleve la vela?

<b>Naranja</b>	
<b>Lima</b>	
<b>Mandarina</b>	
<b>Eucalipto</b>	
<b>Otros</b>	

7. ¿Qué uso le daría usted a las velas artesanales?

<b>Decoración</b>	
<b>Salud</b>	
<b>Bienestar</b>	

<b>Regalo</b>	
<b>Otros</b>	

8. ¿Qué es lo que más le atrae de las velas artesanales?

<b>Colores</b>	
<b>Aromas</b>	
<b>Tamaños</b>	
<b>Otros</b>	

9. ¿En qué lugar adquiere usted velas?

<b>Supermercados</b>	
<b>Tiendas</b>	
<b>Almacenes</b>	
<b>Ferias</b>	
<b>Artesanales</b>	
<b>Otros</b>	

10. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una unidad de nuestro producto?

<b>\$1,00</b>	
<b>\$1,25</b>	
<b>\$1,50</b>	
<b>\$2,00</b>	
<b>Mas</b>	

### 3.1.3 Análisis de la información

Especificaciones de la muestra

Género

Tabla 24 Género

Género	Frecuencia
Masculino	128
Femenino	247
Total	375

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

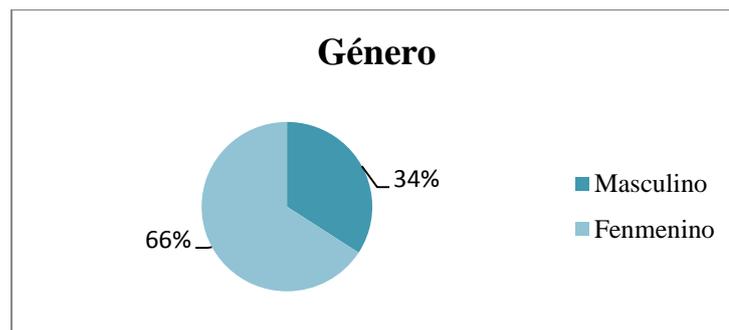


Figura 21 Género

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### Análisis

Como se muestra en el gráfico el número de personas encuestadas el género Femenino representa el 66% y el género masculino un 34%, durante el estudio de mercado se observa que las mujeres tienen más interés por adquirir productos de uso que les hace falta en el hogar.

## Pregunta 1

Tabla 25 Pregunta 1

1. ¿Usted utiliza velas?	Frecuencia
Si	320
No	55
<b>Total</b>	<b>375</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

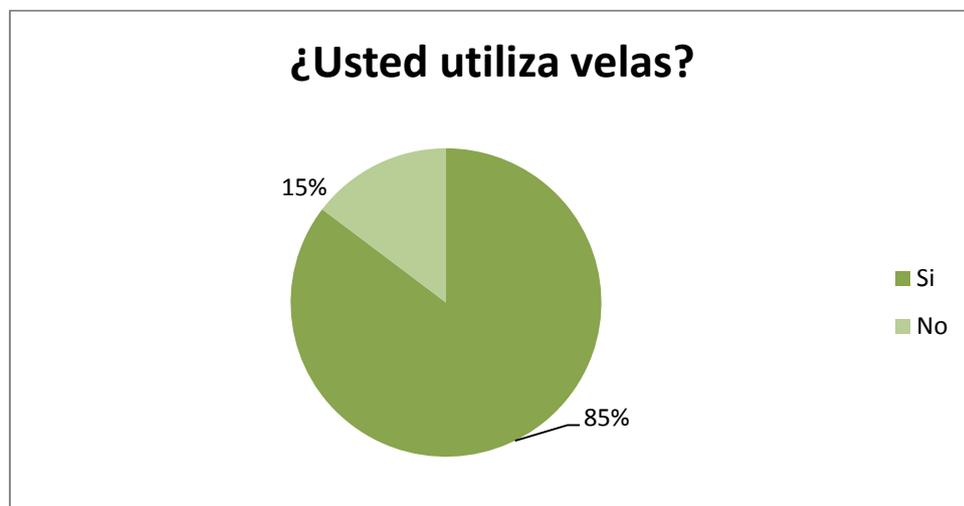


Figura 22 Pregunta 1

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Análisis

Como se muestra en el gráfico el 85% de los habitantes de Guayllabamba si utilizan velas mientras que un 15% dijo que no, lo cual significa que aún mantienen el interés por comprar productos como son las velas.

## Pregunta 2

Tabla 26 Pregunta 2

2. ¿Qué tipo de velas le gusta?	Frecuencia
Cilíndricas	87
Cubicas	129
Gel Grande	49
Gel Pequeño	68
Otras	42
<b>Total</b>	<b>375</b>

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

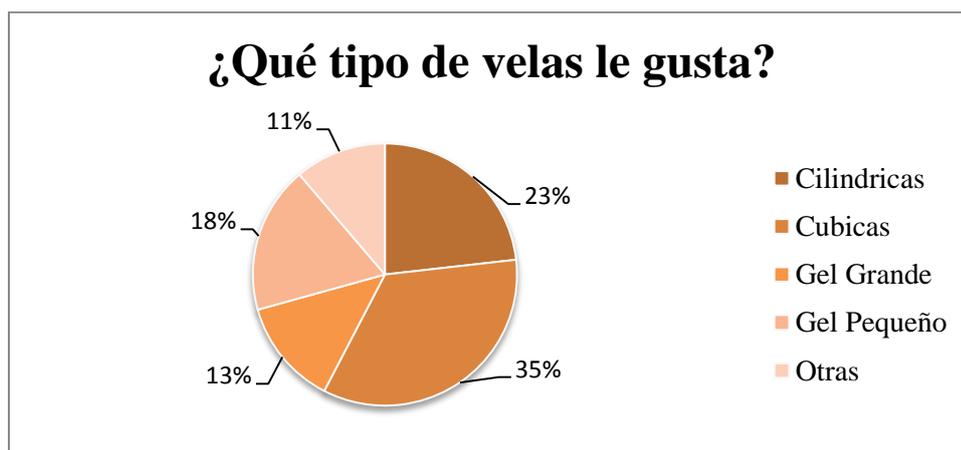


Tabla 27 Pregunta 2

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### Análisis

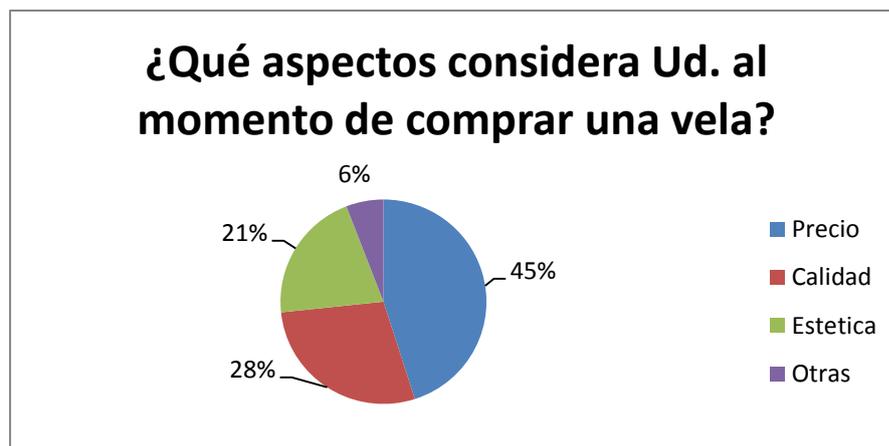
Según los datos de las encuestas se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas optan más por las velas cubicas con un 35% ya que son las que más atraen por su figura y modelo.

### Pregunta 3

Tabla 28 Pregunta 3

¿Qué aspectos considera usted al momento de comprar una vela?	Frecuencia
Precio	169
Calidad	106
Estética	78
Otras	22
<b>Total</b>	<b>375</b>

**Fuente:** Estudio de mercado  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri



**Figura 23** Pregunta 3  
**Fuente:** Estudio de mercado  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### Análisis

Según las encuestas realizadas se puede determinar que el 45% de personas encuestadas opta por el precio ya que muchos no tienen los mismos recursos económicos, seguido de la calidad con un 28% mientras que el resto no son tomados en cuenta porque no les da mucha importancia.

## Pregunta 4

Tabla 29 Pregunta 4

4. ¿Con que frecuencia compra usted velas artesanales?	Frecuencia
Semanal	33
Quincenal	39
Mensual	235
Otras	68
Total	375

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

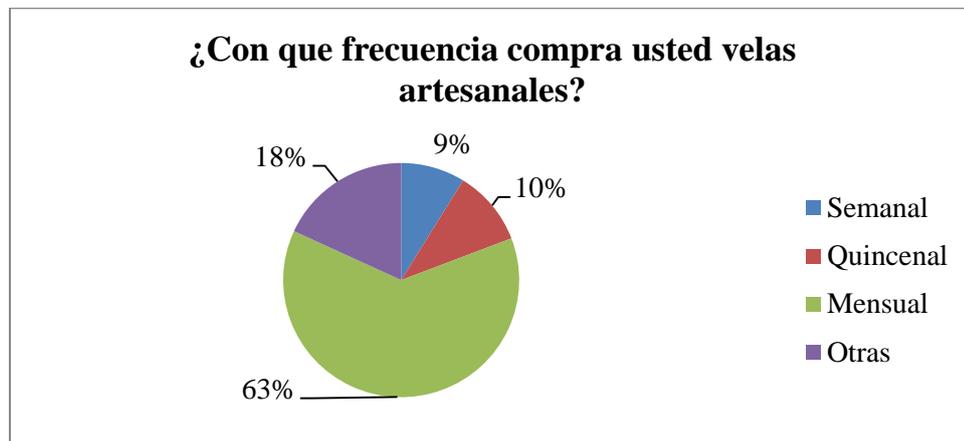


Figura 24 Pregunta 4  
Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Análisis

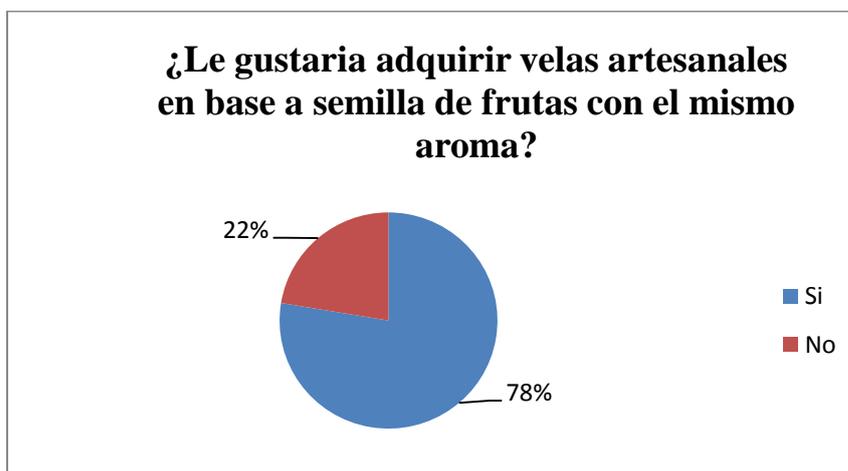
Mediante las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia de Guayllabamba se puede determinar que la mayoría adquieren velas 1 vez por mes representando un 63% mientras que los demás no optan por comprar velas ya que las tienen en casa.

## Pregunta 5

Tabla 30 Pregunta 5

¿Le gustaría adquirir velas artesanales en base a semilla de frutas con el mismo aroma?	Frecuencia
Si	291
No	84
<b>Total</b>	<b>375</b>

**Fuente:** Estudio de mercado  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri



**Figura 25 Pregunta 5**  
**Fuente:** Estudio de mercado  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### Análisis

Mediante las encuestas realizadas se puede determinar que el 78% de las personas encuestadas si le gustaría que en la Parroquia de Guayllabamba se realice velas artesanales en base a semilla de frutas con el mismo aroma, lo que significa que si se puede inclinar a producir el producto en el mercado y darse a conocer como una MICROPYME.

## Pregunta 6

Tabla 31 Pregunta 6

¿Qué tipo de aroma le gustaría que lleve la vela?	Frecuencia
Naranja	138
Lima	45
Mandarina	74
Eucalipto	55
Otros	63
<b>Total</b>	<b>375</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

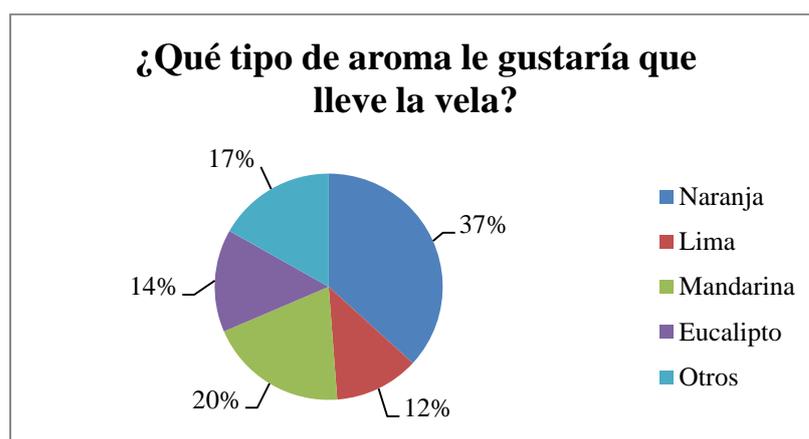


Figura 26 Pregunta 6

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Análisis

Mediante los datos obtenidos sobre las personas que fueron encuestadas la mayoría opta por las velas que sean decoradas en base a semilla de naranja ya que por su aroma son más llamativas lo cual nos ayuda a enfocarnos a producir mayor porcentaje ya que son de preferencia de los consumidores.

## Pregunta 7

Tabla 32 Pregunta 7

¿Qué uso le daría usted a las velas artesanales?	Frecuencia
Decoración	144
Salud	36
Bienestar	24
Regalo	140
Otros	31
<b>Total</b>	<b>375</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

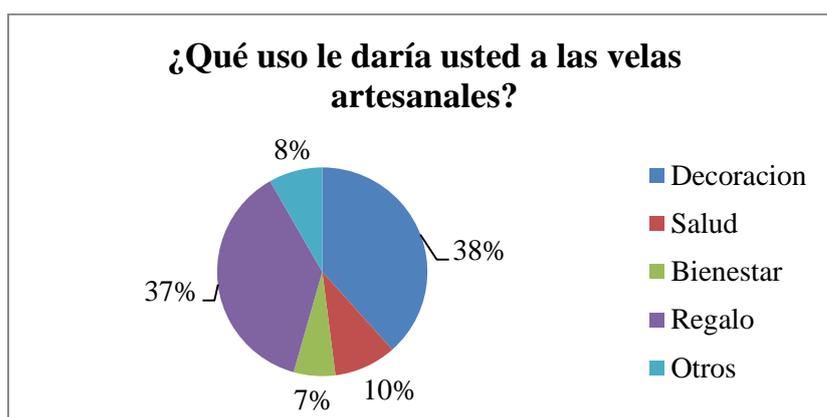


Figura 27 Pregunta 7

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Análisis

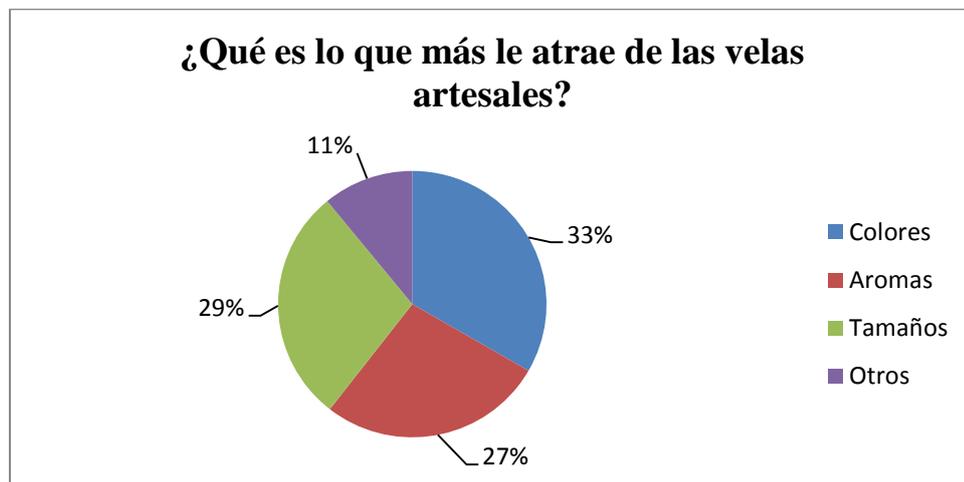
Según los datos obtenidos mediante a las personas que fueron encuestadas el 38% y 37% de ellas prefieren usar las velas como decoración, al igual que muchos la utilizan como salud ya que desde tiempos antiguos se les da diferentes tipos de uso.

## Pregunta 8

Tabla 33 Pregunta 8

¿Qué es lo que más le atrae de las velas artesanales?	Frecuencia
Colores	125
Aromas	102
Tamaños	107
Otros	41
<b>Total</b>	<b>375</b>

**Fuente:** Estudio de mercado  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri



**Figura 28 Pregunta 8**  
**Fuente:** Estudio de mercado  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## Análisis

Mediante los resultados obtenidos en base a las encuestas se puede determinar que a las personas les atrae más el color del producto con un 33% seguido de tamaños con un 29% lo cual nos genera ideas para poder producir productos de diferentes colores y tamaños para ofrecer a nuestros consumidores.

## Pregunta 9

Tabla 34 Pregunta 9

¿En qué lugar adquiere usted velas?	Frecuencia
Supermercados	47
Tiendas	92
Almacenes	144
Ferias Artesanales	59
Otros	33
<b>Total</b>	<b>375</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

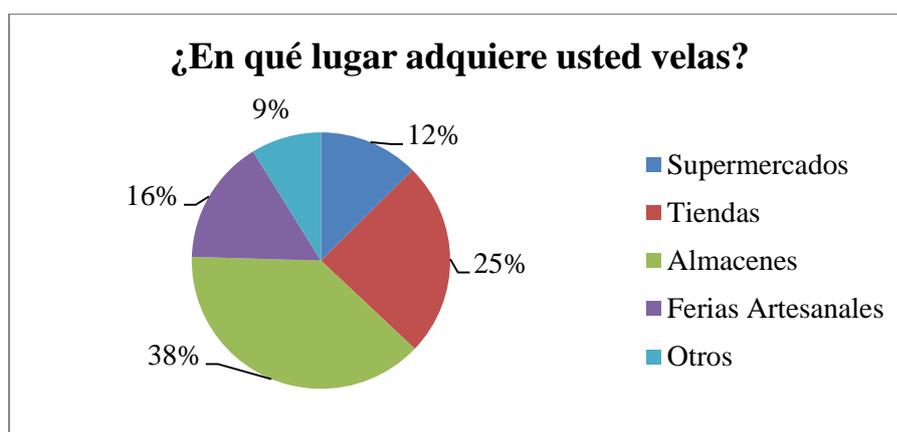


Figura 29 Pregunta 9

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Análisis

Según los datos obtenidos durante las encuestas las personas optan por comprar en almacenes con un porcentaje del 38% en vista que encuentran variedad de productos cumpliendo así con sus necesidades.

## Pregunta 10

Tabla 35 Pregunta 10

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una unidad de nuestro producto?	Frecuencia
1,00	68
1,25	65
1,50	203
2,00	26
Mas	13
<b>Total</b>	<b>375</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

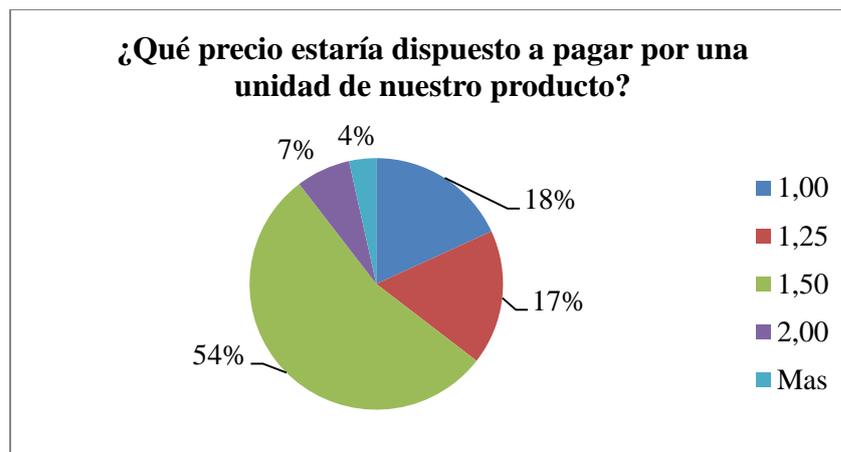


Figura 30 Pregunta 10

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Análisis

Según los porcentajes obtenidos mediante las encuestas se puede determinar que los habitantes de Guayllabamba están dispuestos a pagar 1,50ctv representado con un 54%, seguido por un 18% de 1,00 dólar por lo que tenemos que tener en cuenta estos datos al momento de vender el producto al consumidor final.

## 3.2. OFERTA

“Cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado.” (economía, 2006)

### 3.2.1. Oferta histórica

La mayoría dentro de las empresas guardan información confidencial las cuales no podemos obtener como las ventas que se realizan en el periodo de un año y por el riesgo que se tiene con la competencia dentro del mercado por ese motivo se va a realizar un análisis de la oferta obtenidos en base a fuentes secundarias.

### 3.2.2 Oferta Actual

Es medir las cantidades que la economía puede poner a disposición del mercado un bien o servicio.

Tabla 36 Oferta Actual

<b>Cálculo de la oferta actual</b>	
<b>Tamaño del mercado objetivo</b>	16.213
<b>Nivel de personas que compran velas artesanales</b>	78%
<b>Oferta Actual 2016</b>	12.646

**Fuente:** Estudio de mercado  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 3.2.3 Oferta Proyectada

Para la elaboración de este cuadro se consideraran los datos del índice de crecimiento comercial que es del 3,80% y con los datos de la oferta actual podremos realizar las proyecciones.

**Tabla 37 Oferta Proyectada**

<b>Oferta Proyectada</b>		
<b>Años</b>	<b>Índice</b>	<b>Proyección en unidades</b>
<b>2017</b>	3,8%	13.127
<b>2018</b>	3,8%	13.626
<b>2019</b>	3,8%	14.144
<b>2020</b>	3,8%	14.681
<b>2021</b>	3,8%	15.239

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## 3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS

### 3.3.1 Oferta Histórica

**Tabla 38 Oferta Histórica**

La oferta historia vienen hacer el porcentaje de ventas anuales de empresas que ofrecen en el mercado productos con iguales similitudes que el nuestro.

<b>VENTA DE FOCOS AHORRADORES</b>					
<b>Años</b>	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Cantidad de ventas en millones</b>	19	18,25	16,95	17,22	22,24
<b>Variación Anual %</b>	85,40%	86,32%	79,43%	88,52%	89,44%

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 3.3.2 Oferta Actual

Tabla 39 Oferta Actual

AÑO	2015
Cantidad Ventas en Millones	23,9
Variación Anual %	90,78%

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

En el año 2015, se registró 23,9 millones de focos que fueron vendidos a nivel nacional lo que significa que tiene demanda en el mercado de tal manera que representa una competencia para nuestra empresa.

### 3.3.3 Oferta Projectada

Tabla 40 Oferta Projectada

VENTA DE FOCOS		
Años	Variación Anual %	Cantidad Venta en Millones
2016	0,18%	23,94
2017	0,18%	23,99
2018	0,18%	24,03
2019	0,18%	24,07
2020	0,18%	24,12

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## 3.3 DEMANDA

La Demanda es la cantidad de bien o servicio que el público desea adquirir dentro del mercado.

### 3.3.1 Demanda Histórica

Debemos considerar que las velas existen desde hace mucho tiempo atrás en modelos, colores y aromas diferentes en distintas empresas incluso con características similares a las nuestras, pero lo que hace a cada vela diferente es el plus adicional que se le puede colocar.

**Tabla 41 Demanda Histórica**

AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015
PEA	7515	7700	7889	8083	8282

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 3.4.2 Demanda Actual

Para el cálculo de la demanda actual se consideró el mercado meta al cual estamos dirigidos, para lo cual se está tomando las respuestas de la pregunta 1 de las encuestas realizadas nos muestra que el 85% de las personas utilizan velas, lo que da importancia y podemos observar la demanda que tendría los productos para el presente estudio.

**Tabla 42 Demanda Actual**

<b>Cálculo de la Demanda Actual</b>	
<b>Tamaño del mercado/ Parroquia Guayllabamba</b>	16.213
<b>Nivel de Importancia de Velas Artesanales</b>	85%
<b>Demanda Actual 2016</b>	13.781

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 3.4.3 Demanda Proyectada

Para el cálculo de la demanda proyectada se tomara en cuenta el índice de la tasa de crecimiento poblacional del 3,14%, más la información de la demanda actual, con los datos antes mencionados se proyectara la demanda futuro hasta el año 2021.

Tabla 43 Demanda Proyectada

DEMANDA PROYECTADA		
Años	Índice	Proyección en Unidades
2017	3,14%	16.722
2018	3,14%	17.247
2019	3,14%	17.789
2020	3,14%	18.348
2021	3,14%	18.924

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 3.5 BALANZA OFERTA – DEMANDA

Nos permite conocer lo disponible dentro del proyecto y a su vez mantener un equilibrio en lo que es oferta y demanda dándonos como resultado la demanda insatisfecha.

#### 3.5.1 Balance Actual

En base a las encuestas podemos verificar la cantidad de demanda insatisfecha en el año 2016 y sobre todo nos ayuda a identificar cuáles son las necesidades que se tiene dentro del mercado.

**Tabla 44 Balance Actual**

Año	Demanda		Oferta		Demanda
	<b>Actual</b>		<b>Actual</b>		<b>Insatisfecha</b>
<b>2016</b>	13.781	-	12.646	=	1.135

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 3.5.2 Balance Proyectado

Nos ayuda a determinar la cantidad de demanda insatisfecha que tenemos dentro del mercado, lo que nos ayuda a identificar quienes pueden ser nuestros posibles clientes.

**Tabla 45 Balance Proyectado**

Año	Demanda		Oferta		Demanda
	<b>Actual</b>		<b>Actual</b>		<b>Insatisfecha</b>
<b>2017</b>	16.722	-	13.127	=	3.595
<b>2018</b>	17.247	-	13.626	=	3.621
<b>2019</b>	17.789	-	14.144	=	3.645
<b>2020</b>	18.348	-	14.681	=	3.667
<b>2021</b>	18.924	-	15.239	=	3.685

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. (Estudio Técnico, 2011)

El estudio técnico nos ayuda a obtener información verídica con respecto al lugar en donde se va a ubicar el proyecto.

#### 4.1 Tamaño Del Proyecto

(Urbina, 2006) En forma resumida se puede comentar que todos estos elementos son los que determinan la base de la inversión (inicial y total) necesaria, así como los costos y gastos operativos; por ejemplo, la localización de la planta determinará y condicionará el costo referido al traslado de los productos, especialmente en lo referente a los insumos (materia prima, recursos humanos, etc.).

Tabla 46 Tamaño del Proyecto

Descripción	Velas con semilla de naranja
Número de trabajadores	2
Producción individual diaria	45
Total Producción diaria	90
Número de días laborados	5
Producción semanal	450
Numero de semanas al año	52
Total de producción anual	23.400
Precio de venta unitario	\$1,50
Total ingresos por trabajador	\$35.100,00
Total ingresos anuales	\$35.100,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tatiana Landázuri

#### 4.1.1 Capacidad Instalada

Se debe analizar la jornada de trabajo de acuerdo a lo que se va a elaborar y comercializar, en este caso son las velas artesanales en base a semilla y con el mismo aroma.

La producción puede variar por eso se debe tener en cuenta la capacidad instalada en términos de tiempo acordados con el fin de no tener muchas horas sin laborar.

**Tabla 47 Capacidad Instalada**

Capacidad de producción Velas decoradas con semilla		
<b>Tiempo de producción unitario</b>	8	Minutos
<b>Tiempo de producción diario</b>	480	Minutos
<b>Producción diaria unitaria</b>	90	Velas
<b>Números de días laborados a la semana</b>	5	Días
<b>Producción semanal</b>	450	Velas
<b>Numero de semanas al año</b>	52	Semanas
<b>Total Producción Anual</b>	23.400	Velas
<b>Precio de venta al publico</b>	\$1,25	Dólares
<b>Total ingresos por velas decoradas con semilla</b>	\$35.100,00	Dólares
<b>Nivel de aceptación del mercado</b>	85%	Porcentaje
<b>Producción Óptima</b>	\$29.835,00	Dólares

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

#### 4.1.2 Capacidad Óptima

La capacidad óptima se refiere a la capacidad de producción de bienes y servicios que tiene un micro-empresa nuestra distribución de planta comprende lo que son 149 metros cuadrados que están divididos en materiales y los distintos departamentos en los cuales se va a laborar.

**Tabla 48 Capacidad Óptima**

Área	Dimensión M2	M2
<b>Área de administración</b>	3 x 4	12
<b>Área de producción</b>	8 x 4	32
<b>Área de comercialización</b>	8 x 4	32
<b>Área de empaque</b>	8 x 2 = 16	26
	5 x 2 = 10	
<b>Sanitarios</b>	3 x 2 = 6	11
	2.5 x 2 = 5	
<b>Parqueadero</b>	15 x 2 = 30	36
	3 x 2 = 6	
<b>TOTAL</b>		149m2

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## 4.2. LOCALIZACIÓN

Es el estudio que realizamos para poder identificar el lugar ideal en el cual vamos a emprender nuestro proyecto y ver tipo de estrategias que podamos utilizar dentro de este sector que comprenden la macro-localización y micro-localización.

### 4.2.1 Macro-localización

La macro-localización se refiere a la zona en el cual se situara la microempresa lo que comprenden país, provincia, cantón y ciudad a la que pertenece.

Tabla 49 Lugar del Proyecto

<b>Cantón</b>	<b>Ecuador</b>
<b>Provincia</b>	Pichincha
<b>Cantón</b>	Quito
<b>Parroquia</b>	Guayllabamba

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## Macro - Localización



Figura 31 Macro - Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### 4.2.2 Micro-localización

El micro-localización es el lugar exacto que comprende las calles primarias, secundarias o a su vez alguna referencia en el cual nosotros vamos a emprender nuestro proyecto de velas artesanales. Dirección Guayllabamba AV. Simón Bolívar frente al mercado.

Guayllabamba es una parroquia ecuatoriana metropolitana rural perteneciente al cantón Quito, en la provincia de Pichincha, ubicada a aproximadamente 25 km de Quito.

Es un centro agrícola y turístico por su clima subtropical y seco; sin embargo de la presencia de varios ríos, su economía radica en la agricultura y el turismo. Predominan los cultivos de aguacates, chirimoyas, tomate de árbol, pepino, granadilla, limón, naranja, lima.

### Micro – Localización

#### VELARTE AV. Simón Bolívar



Figura 32 Micro – Localización  
Fuente: Google Maps  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

### 4.2.3 Localización Óptima

La localización óptima se refiere al lugar en cual nosotros vamos a establecer nuestra planta de trabajo, y a su vez considerar varios aspectos como son la cercanía con nuestros clientes, proveedores las vías de acceso que tendremos y todos los servicios básicos que comprende la misma.

## Matriz de factores relevantes

Tabla 50 Matriz Relevante

Factores	Ponderación	Lugar Guayllabmba	
		Calificación	Total
Cercanía al mercado	0,15	8	1,2
Vías de acceso	0,1	8	0,8
Seguridad	0,15	9	1,35
Transporte	0,1	8	0,8
Servicios básicos	0,1	9	0,9
Materia prima	0,2	10	2
Mano de obra	0,15	9	1,35
Estacionamiento	0,05	6	0,3
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>8,7</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### 4.3 Ingeniería del Producto

Se refiere a todo lo que comprende la infraestructura que permite realizar el proceso de producción y elaboración de las velas artesanales, y a su vez todas las actividades y procesos en cualquier campo laboral.

#### 4.3.1 Definición de Bien y Servicio

La empresa VELARTE lo que ofrece a sus clientes es un producto nuevo elaborado en base a semillas de naranja y con el mismo aroma de una manera artesanal o elabóralas de acuerdo a la necesidad de nuestros clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y cumplir las expectativas deseadas dentro del mercado.

### 4.3.2. Distribución de Planta

La distribución de la planta se realiza con el fin de saber cuánto va a medir cada área de trabajo con la finalidad de obtener un buen ambiente laboral.

Área total de la planta es de 149m<sup>2</sup>.

Tabla 51 Planta de Distribución

Área	Dimensión M2	M2
Área de administración	3 x 4	12
Área de producción	8 x 4	32
Área de comercialización	8 x 4	32
Área de empaque	8 x 2 = 16	26
	5 x 2 = 10	
Sanitarios	3 x 2 = 6	11
	2.5 x 2 = 5	
Parqueadero	15 x 2 = 30	36
	3 x 2 = 6	
<b>TOTAL</b>		149m <sup>2</sup>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### Planta de Distribución

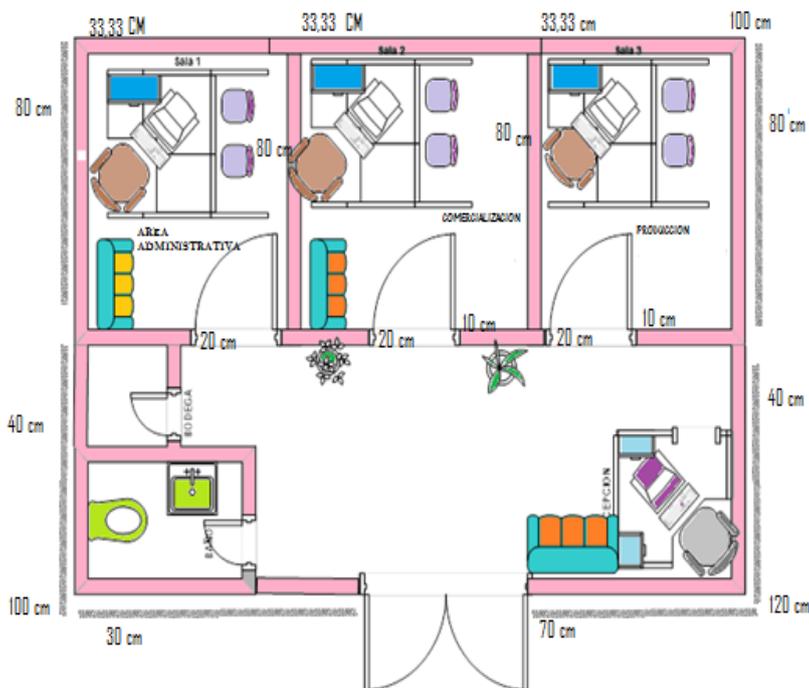


Figura 33 Planta de Distribución

### Código de Cercanía

Tabla 52 Código de Cercanía

Letra	Orden de Proximidad
A	Absolutamente necesaria
E	Especialmente Importante
I	Importante
O	Ordinaria y normal
U	Unimportant (sin importancia)
X	Indeseable
XX	Muy Indeseable

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### Códigos de Cercanía

Número	Razones
1	Por Control
2	Por Proceso
3	Por Higiene
4	Por Seguridad
5	Flujo de Información

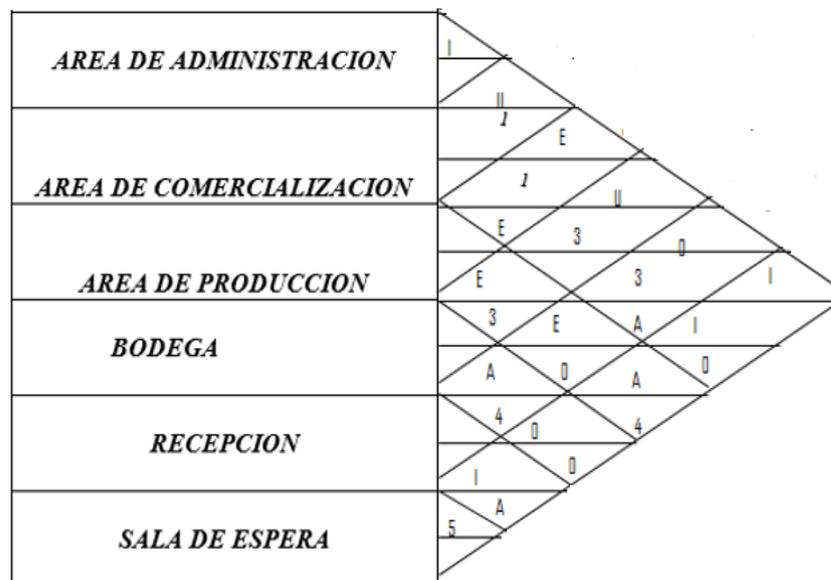
**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 4.3.4 Método SLP

Tabla 53 Método SLP



**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 4.3.5 Maquinaria

La maquinaria viene a ser todo lo que vamos a utilizar para la elaboración de nuestro producto.

**Tabla 54 Maquinaria**

<b>MAQUINARIA</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Cocina industrial	\$635,00	\$635,00
3	Ollas de aluminio	\$45,50	\$136,50
1	Olla enlozada	\$30,00	\$30,00
5	Tubo de PVC (molde)	\$4,50	\$22,50
1	Mesa de trabajo	\$250,00	\$250,00
14	Kit de paletas y jarras	\$11,25	\$157,50
1	Gas domestico	\$3,00	\$3,00
<b>Total</b>			<b>\$1.234,50</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### Equipos

Cada una de las empresas debe tomar una iniciativa de acuerdo al modelo empresarial que se tenga de tal manera que se logre adquirir adecuados equipos de trabajo que ayuden en el proceso de producción y así poder cumplir con las necesidades de nuestro personal de trabajo y clientes.

**Tabla 55 Equipos de Computación**

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Computadoras de Escritorio</b>	2	350,00	700,00
<b>Portátil laptop/Gerencia</b>	1	320,00	320,00
<b>Impresora/scanner/copiadora</b>	1	250,45	250,45
<b>Router inalámbrico para oficina</b>	1	30,00	30,00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>950,45</b>	<b>1.300,45</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## Equipo de Oficina

Un equipo de oficina se encuentra compuesto por todos los dispositivos necesarios para poder llevar un buen ambiente de trabajo de acuerdo a cada una de las actividades asignadas dentro de una empresa.

Tabla 56 Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA				
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	Valor Total Anual
Calculadora	3	10,00	30,00	360,00
Teléfonos	3	14,00	42,00	504,00
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>24,00</b>	<b>72,00</b>	<b>864,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Suministro de Oficina

Tabla 57 Suministro de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA				
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	Valor Total Anual
Grapadora	5	1,15	5,75	69,00
Perforadora	5	1,50	7,50	90,00
Esferos	8	0,35	2,80	33,60
Lápices	8	0,25	2,00	24,00
Resmas de papel bond	5	4,50	22,50	270,00
Portapapeles	5	2,25	11,25	135,00
Carpetas	5	1,00	5,00	60,00
Tinta para impresora con cartuchos recargables	2	12,00	24,00	288,00
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>23,00</b>	<b>80,80</b>	<b>969,60</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Muebles y Enseres

Tabla 58 Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor	
		Unitario	Total
<b>Escritorios</b>	3	110,00	330,00
<b>Sillas</b>	9	18,00	162,00
<b>Archivadores</b>	3	75,00	225,00
<b>Vitrinas</b>	2	200,00	400,00
<b>Aparador de oficina</b>	1	180,00	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>583,00</b>	<b>1.297,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tatiana Landázuri

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo se realiza con el fin de tener una idea acerca del análisis financiero en el cual se determinan varios factores con el TIR, VAN, TMAR, ROE, entre otros, se toman en cuenta los ingresos para la elaboración y comercialización de velas artesanales en base a semilla de naranja con el mismo aroma.

El proyecto se encuentra ubicado en la Parroquia de Guayllabamba y se detallara cada uno de los costos, gastos y ventas para la elaboración del producto.

#### 5.1 Ingresos Operacionales y no Operacionales

Son aquellos ingresos producto de la actividad económica y los no operacionales son ingresos diferentes para el desarrollo principal de la empresa.

#### 5.2 Costos

Constituyen el gasto económico de un producto o servicio.

##### 5.2.1 Costos Directos.

Están directamente relacionados con la elaboración del producto como la Materia Prima, material directo y mano de obra.

**Tabla 59 Costos Directos**

Materiales promedio vela decorada con semilla de naranja.

MATERIA PRIMA DIRECTA	COSTO	DIMENSION/CANTIDAD	MATERIAL USADO	COSTO MATERIAL USADO	TOTAL
	\$				
Parafina	2,50	1.000,00	0,00	100	0,04
	\$				
Estereanina	5,00	1.000,00	0,01	8	0,01
	\$				
Semillas	0,25	120,00	0,00	5	0,00
	\$				
Esencias	7,00	200,00	0,04	1	0,01
	\$				
Mechas	5,00	100,00	0,05	5	0,04
	\$				
Desmoldantes	3,00	153,00	0,02	1	0,00
<b>TOTAL</b>					<b>0,10</b>

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.2.3 Gastos Administrativos

Son aquellos que se originan en el área administrativa como sueldos y salarios del personal indirecto, servicios básicos, etc.

Son necesarios al momento de elaborar un producto.

Tabla 60 Gastos Administrativos

**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL AÑO 1
<b>Sueldo Personal</b>				
<b>Administración</b>	<b>2</b>	<b>523,43</b>	<b>1.046,87</b>	<b>12.562,40</b>
Gerente	1	523,43	523,43	6.281,20
Suministros de Oficina	43	23	81	969,60
<b>Arriendo</b>	<b>1</b>	<b>220</b>	<b>220</b>	<b>2.640,00</b>
<b>Depreciación de Activos Fijos</b>	<b>1</b>	<b>5,29</b>	<b>38,12</b>	<b>457,42</b>
Maquinaria y Equipo	1	10,29	10,29	123,45
Muebles Y Enseres	1	10,29	10,29	123,45
Equipo de Oficina	1	6,73	6,73	80,80
<b>Equipo de Computación</b>	<b>1</b>	<b>36,12</b>	<b>10,81</b>	<b>129,72</b>
<b>Servicios Básicos</b>	<b>1</b>	<b>64,00</b>	<b>64,00</b>	<b>768,00</b>
Agua Potable	1	10,00	10,00	120,00
Luz Eléctrica	1	18,00	18,00	216,00
Teléfono	1	15,00	15,00	180,00
Internet Fijo	1	21,00	21,00	252,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.449,79</b>	<b>17.397,42</b>

Fuente: Investigación Financiera

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### 5.2.4 Costo de Ventas

Son los recursos que utilizamos para realizar la comercialización de un producto.

Tabla 61 Costo de Ventas

Costo de Ventas				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Diseño página web	1	120,00	0,00	120,00
Tarjetería	1000	0,03	25,00	100,00
Varios	1	45,00	40,00	160,00
<b>TOTAL</b>			<b>65,00</b>	<b>380,00</b>

Fuente: Investigación Financiera

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### 5.2.5 Costos Financieros

Es la principal variable que se debe pagar al utilizar un préstamo.

**Tabla 62 Costos Financieros**

INVERSION TOTAL			
INVERSION TOTAL	\$8.203,55	100%	
CAPITAL PROPIO	4.922,13	60%	
CAPITAL FINANCIADO	3.922,13	40%	
Inversión	:	100%	\$8.203,55
Cap. Propio	:	60%	4.922,13
Financiamiento	:	40%	3.922,13
Plazo	:		24 MESES
Interés	:	12%	0,49%
Pagos	:	217,93	MENSUAL

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.2.6 Costos Fijos y Variables

Los costos fijos y variables son los que se desembolsaran, incluyendo los gastos de administración y de ventas, excepto los gastos financieros.

**Tabla 63 Costos Fijos y Variables**

Servicios Básicos				
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	Valor Anual Total
Internet	1	21,00	21,00	252,00
Luz	1	18,00	18,00	216,00
Agua	1	10,00	10,00	120,00
Teléfono	1	15,00	15,00	180,00
<b>Total</b>			<b>64,00</b>	<b>768,00</b>

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## Gastos sueldos y salarios administrativos

### GERENTE

Sueldo Nominal	Décimo Tercero	Vacaciones	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte Patronal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
400,00	33,33	15,17	30,33	33,32	44,60	523,43	574,03	592	610	629
<b>400,00</b>	<b>33,33</b>	<b>15,17</b>	<b>30,33</b>	<b>33,32</b>	<b>44,60</b>	<b>\$523,43</b>	574,03	592	610	629

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

## Gasto sueldo operarios

### OPERARIOS

Sueldo Nominal	Décimo Tercero	Vacaciones	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte Patronal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
366	31	15	31	30	41	483	531	549	567	587
366	31	15	31	30	41	483	531	549	567	587
<b>732</b>	<b>62</b>	<b>30</b>	<b>62</b>	<b>60</b>	<b>82</b>	<b>966</b>	<b>1.062</b>	<b>1.098</b>	<b>1.134</b>	<b>1.174</b>

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

### Costos fijos y variables

Descripción	MP	MO	Costo por vela	Producción diaria	Producción mensual	Ventas mensuales	Ventas anuales
Velas con semilla	\$0,07	\$0,42	\$0,49	90	1800	22.032,00	33.048,00
<b>Total</b>	<b>\$0,07</b>	<b>\$0,42</b>	<b>\$0,49</b>	<b>90</b>	<b>1800</b>	22.032,00	33.048,00
<b>PVP</b>						<b>\$1,50</b>	

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## 5.2 Inversiones

Es el capital inicial con el que cuenta el proyecto para la compra de bienes y que sirve para producir otros bienes con el fin de recuperarlo.

### 5.2.1 Inversión fija

Es la inversión de los recursos financieros tangibles o intangibles que tiene la empresa para la elaboración del proyecto.

Tabla 64 Inversión fija

Descripción	Año		Año		Año 4	Año 5
	Año 0	1	2	Año 3		
Equipo y Maquinaria	1.234,50	-	-	-	617,25	-
Muebles y Enseres	1.297,00	-	-	-	648,50	-
Equipo de Oficina	-80,80	-	-	-	40,40	-
Equipos de Computación	1.300,45	-	-	1.588,45	-	433,48
<b>TOTAL</b>	<b>3.912,75</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.588,45</b>	<b>-</b>	<b>1.739,63</b>

**Fuente:** Investigación Financiera  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.2.1.1 Activos fijos

Es un bien que posee la empresa este puede ser tangible o intangible que son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

Tabla 65 Activos fijos

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
Descripción	TOTAL
Equipo y Maquinaria	1.234,50
Muebles y Enseres	1.297,00
Equipo de Oficina	80,80
Equipos de Computación	1.300,45
<b>TOTAL</b>	<b>3.912,75</b>

**Fuente:** Investigación Financiera  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.2.1.2 Activos nominales

Se los llama también diferidos por que corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para el proyecto.

En este caso son valores que la recuperación es condicionada.

Tabla 66 Activos nominales

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Activos Diferidos	
Gastos de Constitución	\$500,00
Estudio de Factibilidad	\$200,00
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$700,00</b>

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.2.2 Capital de trabajo

Son los recursos económicos que requiere la empresa para poder operar sin contratiempo.

Tabla 67 Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>				
<b>Descripción</b>	<b>1 Mes</b>	<b>2 Mes</b>	<b>3 Mes</b>	<b>TOTAL</b>
Arriendo	220,00	220,00	220,00	<b>660,00</b>
Sueldo Personal Administración	523,43	523,43	523,43	<b>1570,30</b>
Servicios Básicos	64,00	64,00	64,00	<b>192,00</b>
Gasto de Ventas	65,00	65,00	65,00	<b>195,00</b>
Costo de Producción	897,69	897,69	0,00	<b>1795,38</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.770,12</b>	<b>1.770,12</b>	<b>872,43</b>	<b>4.412,68</b>

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.2.3 Fuentes de financiamiento y usos de fondos

Es un mecanismo que nos ayuda a cumplir con los objetivos de la empresa al igual que el ámbito financiero.

Tabla 68 Fuentes de financiamiento y usos de fondos

FUENTE DE USOS Y FONDOS				
Descripción	Inversión	Recursos Propios	Recursos Financiados	Total
<b>Maquinaria y Equipo</b>	1.234,50	493,80	740,70	1.234,50
<b>Muebles y Enseres</b>	1.297,00	518,80	778,20	1.297,00
<b>Equipo de Computación</b>	1.300,45	520,18	780,27	1.300,45
<b>Equipo de Oficina</b>	80,80	32,32	48,48	80,80
<b>Arriendos</b>	660,00	264,00	396,00	660,00
<b>Servicios Básicos</b>	192,00	76,80	115,20	192,00
<b>Gastos Administrativos</b>	1.570,30	628,12	942,18	1.570,30
<b>Gasto de Ventas</b>	195,00	78,00	117,00	195,00
Costo de Producción	<b>1.795,38</b>	718,15	1.077,23	1.795,38
<b>TOTAL</b>	8.325,43	3.330,17	4.995,26	8.325,43
<b>PARTICIPACIÓN</b>	<b>100%</b>	<b>40%</b>	<b>60%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Financiera

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### 5.2.4 Amortización de Financiamiento (Tabla de amortización)

Se aplica a los activos diferidos o intangibles ya que con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, en si la amortización significa el cargo anual que se hace para poder recuperar la inversión.

Tabla 69 Amortización de financiamiento

**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

Inversión	100%	8.325,43			
Cap. Propio	40%	3.330,17			
Financiamiento	60%	4.995,26			
Plazo		24 MESES			
Interés		12%	0,49%		
Pagos		221,17	MENSUAL		
Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	4.995,26	0,00	0,00	0,00	4.995,26
1	4.995,26	24,56	221,17	196,61	4.798,65
2	4.798,65	23,59	221,17	197,57	4.601,07
3	4.601,07	22,62	221,17	198,55	4.402,53
4	4.402,53	21,65	221,17	199,52	4.203,01
5	4.203,01	20,66	221,17	200,50	4.002,50
6	4.002,50	19,68	221,17	201,49	3.801,01
7	3.801,01	18,69	221,17	202,48	3.598,53
8	3.598,53	17,69	221,17	203,47	3.395,06
9	3.395,06	16,69	221,17	204,48	3.190,58
10	3.190,58	15,69	221,17	205,48	2.985,10
11	2.985,10	14,68	221,17	206,49	2.778,61
12	2.778,61	13,66	221,17	207,51	2.571,11
13	2.571,11	12,64	221,17	208,53	2.362,58
14	2.362,58	11,62	221,17	209,55	2.153,03
15	2.153,03	10,59	221,17	210,58	1.942,45
16	1.942,45	9,55	221,17	211,62	1.730,83
17	1.730,83	8,51	221,17	212,66	1.518,17
18	1.518,17	7,46	221,17	213,70	1.304,47
19	1.304,47	6,41	221,17	214,75	1.089,71
20	1.089,71	5,36	221,17	215,81	873,90
21	873,90	4,30	221,17	216,87	657,03
22	657,03	3,23	221,17	217,94	439,09
23	439,09	2,16	221,17	219,01	220,09
24	220,09	1,08	221,17	220,09	0,00

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.2.5 Depreciaciones (Tabla de depreciación)

Es la disminución en el valor de un debido al uso del bien que posee la empresa, haciendo que este tenga un valor menor lo cual hace que se deprecie.

**Tabla 70 Depreciaciones**

DEPRECIACIONES								
Descripción	Año 0	Vida						Valor
		Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Residual
Maquinaria y Equipo	\$1.234,50	10	123,45	123,45	123,45	123,45	123,45	\$617,25
Muebles y Enseres	1.297,00	10	129,70	129,70	129,70	129,70	129,70	648,50
Equipo de Oficina	\$80,80	10	8,08	8,08	8,08	8,08	8,08	\$40,40
Equipos de Computación	\$1.300,45	3	433,48	433,48	433,48	433,48	433,48	\$433,48
<b>TOTAL</b>	<b>3.912,75</b>		<b>694,71</b>	<b>694,71</b>	<b>694,71</b>	<b>694,71</b>	<b>694,71</b>	<b>\$1.739,63</b>

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.2.6 Estado de situación inicial

El estado de situación inicial tiene como objetivo principal determinar anualmente cual es el valor real de la empresa en ese momento para saber si estamos obteniendo una utilidad o pérdida en la empresa.

**Tabla 71 Estado de situación inicial**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL</b>		
<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activo Corriente</b>		<b>\$ 1.501,07</b>
Caja	\$ 1.501,07	
<b>ACTIVO no Corriente</b>		<b>\$ 3.912,75</b>
Maquinaria y Equipo	1.234,50	0,00
Muebles y Enseres	1.297,00	0,00
Equipo de Computación	1.300,45	0,00
Equipo de Oficina	80,80	0,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$ 5.413,82</b>
<b>PASIVOS</b>		
Pasivos no Corrientes		<b>\$ 1.673,26</b>
Préstamos Bancarios por pagar	\$ 1.673,26	
<b>PATRIMONIO</b>		
<b>Capital</b>		<b>\$ 3.740,56</b>
Capital	\$ 3.740,56	
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$ 5.413,82</b>

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.2.7 Estado de resultados proyectado

Es un documento o informe financiero que muestra los ingresos, gastos y el beneficio o pérdida que ha obtenido una empresa durante un periodo determinado.

Tabla 72 Estado de resultados proyectado

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
Tasa Crecimiento Manufactura 5%					
Tasa De Inflación 3,38					
Descripción	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
<b>VENTAS</b>	33.048,00	35.873,27	38.940,08	42.269,07	45.882,65
(-) Costo de Producción	10.772,25	12.283,90	13.334,06	14.473,98	15.711,36
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>22.275,75</b>	<b>23.589,37</b>	<b>25.606,02</b>	<b>27.795,08</b>	<b>30.171,28</b>
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	17.397,42	18.062,00	18.751,97	19.468,30	20.211,98
Gastos de Ventas	380,00	394,52	409,59	425,23	441,48
Gastos Financieros	229,86	82,91	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>4.268,46</b>	<b>5.049,94</b>	<b>6.444,47</b>	<b>7.901,56</b>	<b>9.517,82</b>
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Utilidad A.P.E.I.</b>	<b>4.268,46</b>	<b>5.049,94</b>	<b>6.444,47</b>	<b>7.901,56</b>	<b>9.517,82</b>
(-) 15 % Participación Laboral	640,27	757,49	966,67	1.185,23	1.427,67
<b>(=) Utilidad Antes de I.R.</b>	<b>3.628,19</b>	<b>4.292,45</b>	<b>5.477,80</b>	<b>6.716,32</b>	<b>8.090,15</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	907,05	1.073,11	1.369,45	1.679,08	2.022,54
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>2.721,15</b>	<b>3.219,34</b>	<b>4.108,35</b>	<b>5.037,24</b>	<b>6.067,61</b>
(+) Depreciaciones	694,71	694,71	694,71	694,71	694,71
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>EXCEDENTE</b>					
<b>(=) OPERACIONAL</b>	<b>3.415,86</b>	<b>3.914,05</b>	<b>4.803,06</b>	<b>5.731,95</b>	<b>6.762,33</b>

Fuente: Investigación Financiera

Elaborado por: Tatiana Landázuri

### 5.2.8 Flujo neto de efectivo

Es el estado que nos ayuda a tener un panorama más claro acerca de los fondos disponibles en efectivo.

**Tabla 73 Flujo neto de efectivo**

<b>FLUJOS NETOS DE EFECTIVO</b>						
<b>Descripción</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Inversión Total	8.325,43			-1.588,45		1.739,63
Excedente Operacional		2.074,18	11.227,35	27.058,28	0,00	0,00
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>8.325,43</b>	<b>2.074,18</b>	<b>11.227,35</b>	<b>25.469,83</b>	<b>0,00</b>	<b>1.739,63</b>

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.2.9 Flujo de caja

Es un estado financiero dinámico que nos permite ver el desarrollo de un periodo de acuerdo a la vida económica del proyecto.

**Tabla 74 Flujo de caja**

<b>FLUJO DE CAJA</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>3.912,75</b>	<b>2.074,18</b>	<b>4.782,88</b>	<b>11.227,35</b>	<b>17.540,45</b>
<b>VENTAS</b>					
Artículo 1	33.048,00	35.873,27	38.940,08	42.269,07	45.882,65
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>36.960,75</b>	<b>37.947,45</b>	<b>43.722,96</b>	<b>53.496,41</b>	<b>63.423,10</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costo de Producción	10.772,25	12.283,90	13.334,06	14.473,98	15.711,36
Gastos Administrativos	17.397,42	18.062,00	18.751,97	19.468,30	20.211,98
Gastos de Ventas	380,00	394,52	409,59	425,23	441,48
Pago Préstamo	2.424,15	2.424,15	0,00	0,00	0,00
Maquinaria y Equipo	1.234,50	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	1.297,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo de Oficina	80,80	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo de Computación	1.300,45	0,00	0,00	1.588,45	0,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>34.886,57</b>	<b>33.164,57</b>	<b>32.495,61</b>	<b>35.955,96</b>	<b>36.364,83</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>2.074,18</b>	<b>4.782,88</b>	<b>11.227,35</b>	<b>17.540,45</b>	<b>27.058,28</b>

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.3 Evaluación

Es una investigación profunda que nos permite determinar si existe rentabilidad o viabilidad dentro de un proyecto.

#### 5.3.1 Tasa de descuento

Es una medida financiera utilizada para descontar los flujos futuros de efectivo mediante la técnica del valor presente neto, calculando así su valor actual.

Tabla 75 Tasa de descuento

TASA DE DESCUENTO	
<b>TMAR =</b>	$i + f + (i \times f)$
$i =$	inflación
$f =$	costo de oportunidad
Inflación =	3,38%
Costo de Oportunidad =	8,00%
<b>TMAR =</b>	$0,0338 + 0,08 + (0,0338 \times 0,08)$
<b>TMAR =</b>	$0,1138 + 0,002704$
<b>TMAR =</b>	<b>0,116504</b>
<b>TMAR =</b>	<b>11,65%</b>

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

#### 5.3.2 VAN

Es un método de valoración financiera que nos permite evaluar la rentabilidad que tiene un proyecto o la elaboración de un producto novedoso.

Tabla 76 VAN

<b>FLUJOS NETOS DE EFECTIVO</b>						
Descripción	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Inversión						
Total	-8.325,43			-1.588,45		1.739,63
Excedente Operacional		2.074,18	11.227,35	27.058,28	0,00	0,00
<b>FLUJOS DE EFECTIV</b>	<b>-8.325,43</b>	<b>2.074,18</b>	<b>11.227,35</b>	<b>25.469,83</b>	<b>0,00</b>	<b>1.739,63</b>
$\text{VAN} = -P + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$						
$\text{VAN} = -8.325,43 + \frac{2.074,18}{1,116504} + \frac{11.227,35}{1,246581182} + \frac{25.469,83}{1,391812876} + \frac{0,00}{1,55396464} + \frac{1.739,63}{1,73500774}$						
$\text{TIR} \quad -8.325,43 + 1.857,74 + 9.006,51 + 18.299,75 + 0,00 + 1.002,67$						
$\text{TIR} \quad -8.325,43 + 30.166,7$						
$\text{VAN} = \$12.798,41$						
$\text{TIR} = 67\%$						

**Fuente:** Investigación Financiera  
**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.3.4 TIR

Es una herramienta financiera que nos ayuda a verificar la viabilidad que tiene el proyecto.

Tabla 77 TIR

VAN =	- P	+	$\frac{FNE 1}{(1+i)^1}$	+	$\frac{FNE 2}{(1+i)^2}$	+	$\frac{FNE 3}{(1+i)^3}$	+	$\frac{FNE 4}{(1+i)^4}$	+	$\frac{FNE 5}{(1+i)^5}$
VAN =	-8.325,43	+	$\frac{2.074,18}{1,11650^4}$	+	$\frac{11.227,35}{1,2465811^2}$	+	$\frac{25.469,83}{1,3918128^3}$	+	$\frac{0,00}{1,5539646^4}$	+	$\frac{1.739,63}{1,7350077^5}$
TIR	-8.325,43	+	1.857,74	+	9.006,51	+	18.299,75	+	0,00	+	1.002,67
TIR	-8.325,43	+	30.166,67								
VAN =	\$12.798,4										
TIR =	67%										

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.3.5 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

Es el tiempo en el cual nos refleja que se recuperara el capital invertido dentro del proyecto.

Tabla 78 Periodo de Recuperación

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN</b>					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
<b>Actualizado</b>					
0	-8.325,43	-8.325,43	1,00	-8.325,43	-8.325,43
1	2.074,18	-6.251,25	0,90	1.857,74	-6.467,68
2	11.227,35	4.976,10	0,80	9.006,51	2.538,83
3	25.469,83	30.445,93	0,72	18.299,75	20.838,58
4	0,00	30.445,93	0,64	0,00	20.838,58
5	1.739,63	32.185,56	0,58	1.002,67	21.841,24
<b>PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES</b>			<b>PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS</b>		
Inversión a			Inversión a		
	Ingresos	Recuperar		Ingresos	Recuperar
<b>AÑO 2</b>	25.469,83	4.976,10	<b>AÑO 3</b>	0,00	20.838,58
1 mes	2122,49	7.098,58	1 mes	0,00	20.838,58
2 mes	2122,49	9.221,07	2 mes	0,00	20.838,58
3 mes	2122,49	11.343,56	3 mes	0,00	20.838,58
4 mes	2122,49	13.466,04	4 mes	0,00	20.838,58
5 mes	2122,49	15.588,53	5 mes	0,00	20.838,58
6 mes	2122,49	17.711,01	6 mes	0,00	20.838,58
7 mes	2122,49	19.833,50	7 mes	0,00	20.838,58
8 mes	2122,49	21.955,98	8 mes	0,00	20.838,58
9 mes	2122,49	24.078,47	9 mes	0,00	20.838,58
10 mes	2122,49	26.200,95	10 mes	0,00	20.838,58
11 mes	2122,49	28.323,44	11 mes	0,00	20.838,58
12 mes	2122,49	30.445,93	12 mes	0,00	20.838,58
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN:</b>			<b>2 AÑO Y 10 MESES</b>	<b>PRVC</b>	
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN:</b>			<b>3 AÑOS Y 6 MESES</b>	<b>PRVA</b>	

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

### 5.3.6 RBC (Relación costo beneficio)

(AgroProyectosos, 2013) Es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA), a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación

### 5.3.7 Punto de equilibrio

Es el punto en el cual el nivel de Costos y gastos son igual a los Ingresos y eso quiere decir que no refleja pérdida ni tampoco ganancia.

Tabla 79 Punto de equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu}$
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	17.397,42
Gastos de Ventas	380,00
Gastos Financieros	229,86
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>18.007,28</b>
Costo Variable unitario	0,49
Precio	1,50
PE =	$\frac{CF}{p - Cvu}$
PE =	$\frac{18.007,28}{1,50 - 0,49}$
PE =	$\frac{18.007,28}{1,01} = 17.810,24 \text{ u}$
<b>DEMOSTRACION</b>	
VENTAS	26.715,37
(-) Costo Variable	8.708,08
(=) Margen Contribución	18.007,28
(-) Costo Fijos	18.007,28
(=) Utilidad Operacional	-

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## Punto de equilibrio

GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

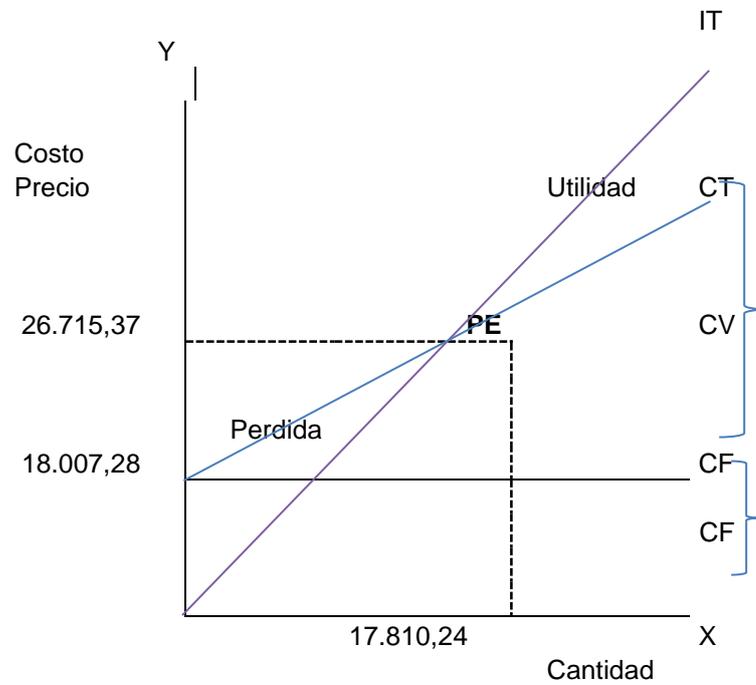


Figura 34 Punto de equilibrio  
Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Tatiana Landázuri

### 5.3.8 Análisis de índices financieros

Tabla 80 Análisis de índices financieros

<b>ANÁLISIS DE INDICADORES</b>	
R.O.E =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
R.O.E =	$\frac{2.721,15}{3.330,17}$
R.O.E =	0,82

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

Tabla 81 Análisis de índices financieros

<b>RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS</b>	
R.A. =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$
R.A. =	$\frac{2.721,15}{4.291,25}$
R.A. =	0,63

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

Tabla 82 Análisis de índices financieros

<b>INDICE DE ENDEUDAMIENTO</b>	
TOTAL PASIVO	
TOTAL ACTIVO	
	\$ 4.995,26
	\$ 6.202,54
	81%

**Fuente:** Investigación Financiera

**Elaborado por:** Tatiana Landázuri

## CAPÍTULO VI

### 6. ANALISIS DE IMPACTOS

#### 6.1 Impacto Ambiental

Los productos que se van a elaborar y comercializar en la microempresa están hechos en base a semillas que no afectan ni destruyen la capa de Ozono, ni al medio ambiente en ninguno de sus elementos, además serán elaborados de manera artesanal.

Los desechos que serán del producto de trabajo se colocaran en sacos, los mismos que se llevaran los recolectores de basura; de igual manera los productos químicos como son: aromas, pigmentos, etc., serán debidamente sellados y adecuados de tal manera que cuando se los utilice no exista fuga de ningún tipo.

En cuanto al material de envases y empaquetado de los productos serán reciclables y de uso común, los cuales una vez que se hayan empleado pueden ser reutilizables para así mitigar la contaminación que pueden generar.

## 6.2 Impacto Económico

La creación de un nuevo proyecto nos ayuda primeramente a generar fuentes de trabajo, además de crear un producto innovador que no solo ayuda al desarrollo económico del sector si no que a su vez nos ayuda a sumar dentro del área comercial.

## 6.3 Impacto Social

Es un proyecto innovador que nos genera beneficios económicos y aspectos positivos para nuestra sociedad, además de generar nuevas fuentes de empleo satisfaciendo así las necesidades de nuestros consumidores.

De tal manera que nuestros empleados se sientan cómodos trabajando en un ambiente laboral agradable en la cual puedan demostrar sus habilidades con responsabilidad.

## 6.4 Impacto Productivo

Un proyecto productivo nos ayuda a impulsar el desarrollo de una microempresa generando así fuentes de trabajo y ayudar a impulsar el desarrollo de la matriz productiva.

## CAPÍTULO VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

De tal modo que se ha culminado con las investigaciones del proyecto llegamos a las siguientes conclusiones:

- ✓ El proyecto realizado se lo hizo con el fin de ver que tan factible es la creación de una microempresa dentro de la parroquia de Guayllabamba teniendo así una gran aceptación sobre el proyecto lo cual nos resulta viable para poder emprenderle de tal manera conocer un poco más acerca de los gustos y preferencias que tienen los habitantes.
- ✓ el proyecto se realizó por la demanda que se encuentra dentro de la parroquia con el fin de satisfacer las necesidades de las amas de casa ofreciendo un producto innovador.
- ✓ Debemos tomar en cuenta que en el momento que ofrecemos un producto innovador no debemos perder la creatividad para así seguir cumpliendo con las necesidades de nuestros habitantes.
- ✓ Toda la información recopilada durante este estudio de mercado es realizada con responsabilidad y ética, lo cual nos sirvió de mucho porque nos ayudó en la toma de decisiones para nuestro proyecto realizado.

- ✓ Este proyecto se enfocó en la gran demanda que se tiene dentro de la parroquia y en si satisfacer a nuestros habitantes.

## 7.2 Recomendaciones

- ✓ Establecer estrategias nuevas que ayuden a mantener a los clientes es uno de los principales objetivos que buscamos en lo que es el desarrollo de nuestro proyecto.
- ✓ Siempre debemos tener en cuenta los precios con los que vamos a trabajar dentro del mercado ya que lo primordial es enfocarnos en el producto y la competencia que nos rodea.
- ✓ No perder la creatividad del producto y día tras día seguir innovándolo sin perder la buena calidad.
- ✓ Contar con el personal más capacitado en la elaboración del producto para que así podamos ofrecer algo de calidad y desarrollar cada una de las actividades en el campo correspondiente.
- ✓ Cumplir con todos los procesos establecidos para poder cuidar el medio ambiente.
- ✓ Mantener convenios con nuestros competidores para así poder liderar dentro del mercado y no perder posición dentro del mismo.

---

## BIBLIOGRAFÍA

LEON, 2009

PRODUCTO INTERNO BRUTO

[http://www.economia.com.mx/producto\\_interno\\_bruto.htm](http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm)

BUENA VENTURA PAG.98 AÑO 2011

ECONOMIA Y NEGOCIOS EN EL MUNDO, EL ABC DE LA ECONOMIA AÑO  
2010

ORTIZ SOTO GETIOPOLIS AÑO 2001

BANCO CENTRAL DE ECUADOR. (2015).

CIENCIA JURIDICAS. (04 de 01 de 2014). DE CONCEPTOS. Recuperado el 15 de  
01 de 2015, de DE CONCEPTOS: [deconceptos.com/ciencias-juridicas/empleo CIS](http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/empleo-CIS) .  
(02 de 04 de 2013). ESTUDIOS . Recuperado el 07 de 02 de 2015, de ESTUDIOS:  
[http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1\\_encuestas/ComoSeHacen/quesunaencuesta.ht  
ml](http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/quesunaencuesta.html)

CreceNegocios. (17 de marzo de 2009). Técnicas de Investigación de Mercados.

Recuperado el 27 de octubre de 2014, de Técnicas de Investigación de Mercados:

<http://www.crecenegocios.com/tecnicas-de-investigacion-demercados/>

ECONOMIA. (2014). [http://www.economia.com.mx/riesgo\\_pais\\_y\\_el\\_embi.htm](http://www.economia.com.mx/riesgo_pais_y_el_embi.htm).

ECONOMIA. (2015). [http://www.economia.com.mx/producto\\_interno\\_bruto.htm](http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm).

Inec. (2007). INEC, Censos de población y vivienda. En Inec.

INEC. (2013). CENSOS DE POBLACION Y VIVIENDA. En INEC.

INEC, I. N. (2010). Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC. Obtenido de  
Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC.

URBINA, B. (2006). FORMULACION DE PROYECTOS. En B. URBINA,  
FORMULACION DEL PROYECTO. Bogota.

Urbina, G. B. (2010). Evaluacion de Proyectos.

URBINA, G. B. (2001-2006). EVALUACION DE PROYECTOS. En G. B. URBINA, EVALUACION DE PROYECTOS (pág. 123). COREA: QUINTA EDICION.

SRI. (17 de 01 de 2015). SRI.

<http://www.sri.gob.ec/de/67>

Pesca, D. d. (s.f.). Depósito de documentos de la FAO. Recuperado el 2015, de Depósito de Promonegocios.net, & Thompson, I. (01 de 2006). Definición de Precio. Recuperado el 2015, de Definición de Precio:  
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definición-concepto.html>

Quito, D. M. (2012). Servicios Ciudadanos DMQ. Obtenido de Servicios Ciudadanos DMQ: <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/noticias/228-nuevo-proceso-luaeb.html?showall=1&limitstart=>

Quito, D. M. (s.f.). Cuerpo de Bomberos del DMQ. Obtenido de Cuerpo de Bomberos del DMQ:  
[http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6](http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6)

República, S. C. (2015). Desempleo. Obtenido de Desempleo:  
<http://admin.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/desempleo>

Reyes, K. (2015).

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). Buen Vivir Plan Nacional. Recuperado el 29 de 06 de 2015, de Buen Vivir Plan Nacional:  
<http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>

SM&V. (s.f.). Copyright(c) SM&V . Obtenido de Copyright(c) SM&V :  
[http://www.smvpi.com/servicios\\_2.htm](http://www.smvpi.com/servicios_2.htm)

Sobre Conceptos, V. (19 de 07 de 2011). Concepto de Consumidor. Recuperado el 2015, de Concepto de Consumidor: <http://sobreconceptos.com/consumidor>

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). RUC. Obtenido de RUC:  
<http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>