



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

IMPORTANCIA DE LA ESTADÍSTICA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VELAS
DECORATIVAS A BASE DE SEMILLA DE EUCALIPTO DE DIFERENTES
AROMAS UBICADA EN EL SECTOR DE LA MITAD DEL MUNDO DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO.

QUITO.

Proyecto de previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración

Bancaria y Financiera

Autor: Baraja Tonato Sandra Jimena

Tutor: Lic.: Eric Martínez Tocaronte

Quito, Octubre 2014

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica personal que se han citado 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

SANDRA JIMENA BARAJA TONATO

C.C: 0504125733

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante ***BARAJA TONATO SANDRA JIMENA***, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado ***PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VELAS DECORATIVAS A BASE DE SEMILLA DE EUCALIPTO DE DIFERENTES AROMAS UBICADA EN EL SECTOR DE LA MITAD DEL MUNDO DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.***”, el cual incluye la creación y desarrollo de una microempresa productora de velas decorativas para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad

del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de una microempresa de velas decorativas a base de semilla de eucalipto, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción del proyecto

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del el título de la microempresa y lo que contenga en ella como descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial del proyecto (modelo tamaño y diseño de las velas aromáticas decorativas con semilla de eucalipto) el cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción de una microempresas con los mismos parámetros .por cualquier forma o procedimiento; b)la publicidad es personal ; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler de los parámetros de la microempresa ; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto ; e) La protección y registro el a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto r; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del proyecto del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de

recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d)

El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f)

El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 13 días del mes de octubre del dos mil catorce.

f) _____

C.C. N°0504125733

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a dios por haberme guiado, para llegar, a culminar esta etapa, profesional. A todos y cada uno de los que son parte de mi familia a mis padres, padrinos, hermanos a mi novio por haberme brindado su apoyo incondicional lo que ha contribuido para poder alcanzar los objetivos Propuestos. Al instituto tecnológico superior cordillera por todos los conocimientos, morales y académicos adquiridos durante mi vida estudiantil, a mi tutor el Ing.: Eric Martínez por todo su apoyo y por todos los conocimientos impartidos

DEDICATORIA

El presente trabajo de tesis de grado está dedicado a Dios por ser el motor de mi vida, quien me ha permitido culminar con éxito el esfuerzo de todos estos años de estudio, para el mi agradecimiento infinito. A mis amados padres Santiago y Marlene por ser el pilar fundamental en mi vida quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar, por todo su esfuerzo y sacrificio, lo que hizo posible el triunfo profesional alcanzado, para ellos mi gratitud respeto y obediencia ;los amo mucho.

A mis hermanos y mis compañeros de vida de quienes aprendí muchas cosas y de quien siempre recibí su apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida. No puedo dejar de lado a llegaron a ser parte de mi vida y a quienes agradezco por todo ese cariño apoyo y comprensión en todo momento, gracias las quiero mucho.

A mis familiares que de una u otra manera me ayudaron y participaron para que lograra este éxito profesional, gracias por sus palabras de aliento y fe en mí.

INDICE DE CONTENIDO

DECLARATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
INDICE DE CONTENIDO.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIV
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
RESUMEN EJECUTIVO.....	XIX
ABSTRACT	XXI
CAPITULO I.....	1
1.1. JUSTIFICACION.	3
1.2. ANTECEDENTES.....	4
CAPITULO II	6
1.3. AMBIENTE EXTERNO.	6
1.3.1. Factor económico.....	6
1.3.1.1. Inflación.	6
1.3.2. producto interno bruto (PIB).....	11
1.3.2.1. producto interno bruto real.....	11
1.3.2.2. producto interno bruto nominal.....	11
1.3.3. Factor social.....	13
1.3.4. Factor legal.	15
1.3.4.1. Sri. “servicio de rentas internas”	17

1.3.4.2. IESS.	20
1.3.4.3. permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo.....	21
1.3.4.4. patentes municipales	21
1.3.4.5. certificado de seguridad del cuerpo de bomberos	21
1.3.4.6. permiso sanitario.	22
1.3.4.6.1. requisitos.....	22
1.3.5. Factor tecnológico.....	23
1.4. ENTORNO LOCAL.	23
1.4.1. Clientes.	23
1.4.2. Proveedores.....	23
1.4.3. Competidores.....	25
1.5. ANALISIS INTERNO.	25
1.5.1. Propuesta estratégica.....	25
1.5.1.1. Misión.	25
1.5.1.2. Visión.	26
1.5.1.3. Objetivos.	26
1.5.1.3.1. Objetivo general.....	26
1.5.1.3.2. Objetivos específicos.	26
1.5.1.4. Principios y/o valores.....	26
1.5.2. Gestión administrativa.	27
1.5.3. Gestión operativa.	27
1.5.4. Gestión comercial.	28
1.5.5. PUBLICIDAD.	30
1.5.5.1. etiqueta.	30
1.5.5.2. tríptico.	31
1.5.5.3. tarjeta.....	32
1.5.5.4. logotipo.	33
1.5.5.5. eslogan.....	34
1.5.5.6. sitio web	34
1.5.5.7. Hoja Membretada.....	35
1.5.5.8. Carpeta.	36
1.5.5.9. Sobre	36
1.6. ANALISIS FODA.....	38
CAPITULO.III.....	39
1.7. ANALISIS DEL CONSUMIDOR.....	39

1.7.1.	DETERMINACIÓN DE LA POBLACION Y MUESTRA.	40
1.7.1.1.	población.	40
1.7.1.2.	MUESTRA.	41
1.7.2.	técnicas de obtención de información.	42
1.7.2.1.	LA OBSERVACION.	42
1.7.2.2.	LA ENTREVISTA.	43
1.7.2.3.	LA ENCUESTA	43
1.7.3.	Análisis de la información.	46
1.8.	OFERTA.	61
1.8.1.	OFERTA HISTÓRICA.	61
1.8.2.	Oferta actual.	62
1.8.3.	Oferta proyectada.	62
1.9.	PRODUCTOS SUSTITUTIVOS.	63
1.9.1.	Oferta histórica.	64
1.9.2.	Oferta actual.	64
1.9.3.	Oferta Proyectada	64
1.10.	DEMANDA.	65
1.10.1.	Demanda histórica.	65
1.10.2.	Demanda actual.	66
1.10.3.	Demanda proyectada.	66
1.10.4.	Balance actual.	68
1.10.5.	Balance proyectado.	68
CAPITULO. IV		69
1.11.	TAMAÑO DEL PROYECTO.	69
1.11.1.	Capacidad instalada.	72
1.11.1.1.	Capacidad óptima.	72
1.12.	LOCALIZACION.	72
1.12.1.	Macro Localización.	72
1.12.2.	Micro – localización.	74
1.12.3.	Localización óptima.	75
1.13.	INGENIERIA DEL PRODUCTO.	76
1.13.1.	PROCESO PRODUCTIVO.	77
1.13.1.1.	Recepción y almacenamiento de la materia prima	77
1.13.1.2.	Transporte de la materia prima al área de producción.	77

En esta etapa se efectúa el transporte del hilo trenzado a la máquina Wudschmann y de la parafina a la paila.	77
1.13.1.3. Calentamiento de la parafina.	77
1.13.1.4. Colocación del carrete en la maquina tipo Wudschmann	78
1.13.1.5. Vaciado de la parafina en los moldes.....	78
1.13.1.6. Enfriado.....	79
1.13.1.7. Corte de las mechas.....	79
1.13.1.8. Retiro del remanente de la parafina.....	80
1.13.1.9. Retiro de las velas de los moldes.....	80
1.13.1.10. Inspección.....	80
1.13.1.11. Transporte de las velas al área de empaque.....	80
1.13.1.12. Empaque.....	80
1.13.1.13. Transporte al almacén.....	80
1.13.1.14. Almacenaje del producto terminado.....	80
1.13.2. DEFINICIÓN DEL BIENES Y SERVICIOS.	81
1.13.3. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.	82
1.13.3.1. Dimensiones de la planta.....	83
1.13.3.2. Áreas o Ambientes.	84
1.13.3.3. Descripción de las Áreas del Proyecto.	84
1.13.4. PROCESO PRODUCTIVO.....	86
1.13.5. Maquinaria.	88
1.13.6. equipos de cómputo.	89
1.13.7. muebles de oficina.	89
1.13.7.1. Tiempo de elaboración del producto.	91
1.13.7.2. Trabajadores.	91
1.13.7.3. usadas para el alumbrado.	92
1.13.7.4. uso religioso y supersticioso.....	92
1.13.7.5. uso decorativo.....	93
1.13.7.6. EQUIPOS DE OFICINA.....	93
1.13.8. útiles de oficina.....	94
1.13.9. u tencillos de producción.	95
1.13.10. implementos de aseo y limpieza.	96
 CAPITULO.V	 97
1.14. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....	98
1.14.1. ingresos operacionales.	98
1.15. PROYECCIÓN DE INGRESOS OPERACIONALES.	99
1.15.1. ingresos no operacionales.	99

1.16. COSTOS.....	99
1.16.1. Costo directo.....	100
1.16.2. Costos indirectos.....	101
1.16.3. Gastos Administrativos.....	102
1.16.4. Costo de ventas.....	104
1.16.5. Costos financieros.....	105
1.16.6. COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	105
1.16.6.1. Costo Fijo.....	105
1.16.6.2. Costo Variable.....	105
1.16.7. INVERSIONES.....	108
1.16.8. Inversión Fija.....	108
1.16.8.1. Activos Fijos.....	109
1.16.8.2. Activos nominales diferidos:.....	112
1.16.9. Capital de trabajo.....	112
1.16.10. Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	113
1.16.11. Amortización de financiamiento, tabla de amortización.....	115
1.16.12. Depreciaciones tabla de depreciación.....	116
1.16.13. Estado de Situación Inicial.....	117
1.16.14. Estado de Resultados Proyectado a cinco años.....	119
1.16.15. Flujo de Caja.....	120
1.17. EVALUACION.....	121
1.17.1. Tasa de descuento.....	121
1.17.2. VAN (Valor Actual Neto).....	122
1.17.3. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	123
1.17.4. PRI. (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	123
1.17.5. RBC. Relación Costo Beneficio.....	126
1.17.6. Punto de equilibrio.....	127
1.17.7. ANÁLISIS DE ÍNDICES FINANCIEROS.....	129
CAPITULO.VI.....	131
ANALISIS DE IMPACTOS.....	131
1.18. Impacto Ambiental.....	131
1.19. Impacto económico.....	131
1.20. Impacto productivo.....	132

1.21. Impacto social.	132
CAPITULO. VII	134
1.22. CONCLUSIONES.	134
1.23. RECOMENDACIONES.	136
2. ANEXOS DE VELAS MODELO	137
3. BIBLIOGRAFÍAS DE TEXTOS.	139
4. BIBLIOGRAFÍAS DE INTERNET	142

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-----	8
Figura 2-----	12
Figura 3-----	14
Figura 4-----	29
Figura 5. Etiqueta para el producto. -----	31
Figura 6. Tríptico informativo del producto.-----	¡Error! Marcador no definido.
Figura 7. Tarjetas de presentación. -----	¡Error! Marcador no definido.
Figura 8. Logotipo del micro-empresa. -----	¡Error! Marcador no definido.
Figura 9. Slogan de la micro - empresa. -----	¡Error! Marcador no definido.
Figura 10. Sitio Web -----	35
Figura 11. Hoja Membretada-----	35
Figura 12. Carpeta. -----	36
Figura 13. Modelo de Sobre-----	37
Figura 14. Pregunta 1-----	47
Figura 15. Pregunta 2-----	49
Figura 16. Pregunta 3-----	50
Figura 17. Pregunta 4-----	51
Figura 18. Pregunta 5-----	53
Figura 19. Pregunta 6-----	54

Figura 20. Pregunta 7-----	55
Figura 21. Pregunta 8-----	57
Figura 22. Pregunta 9-----	58
Figura 23. Pregunta 10 -----	60
Figura 24 -----	73
Figura 25. Micro localización -----	75
Figura 26. Localización óptima-----	76
Figura 27. Plano de distribución de área y espacios -----	82
Figura 28. Flujo grama de producción -----	87
Figura 29. Gráfico del punto de equilibrio -----	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 inflación	9
Tabla 2.....	12
Tabla 3 Factores internos y externos.....	38
Tabla 4.....	47
Tabla 5.....	48
Tabla 6.....	50
Tabla 7.....	51
Tabla 8.....	52
Tabla 9.....	54
Tabla 10.....	55
Tabla 11.....	56
Tabla 12.....	58
Tabla 13.....	59
Tabla 14.....	61
Tabla 15 Demanda actual.....	66
Tabla 16 Demanda proyectada.....	67
Tabla 17 CONSULO DEL PRODUCTO	71
Tabla 18 Macro localización.....	73
Tabla 19 Áreas y dimensiones de la planta.....	83
Tabla 20 Áreas	84
Tabla 21.....	88

Tabla 22 Equipos de cómputo.....	89
Tabla 23 muebles de oficina	90
Tabla 25 Personal administrativo y de producción	91
Tabla 26 Equipos de Oficina.....	93
Tabla 27 Útiles de oficina	94
Tabla 28 Herramientas	95
Tabla 29 Implementos de aseo y limpieza	96
Tabla 30 Hoja de producción	100
Tabla 31 Costos indirectos	101
Tabla 32 Gastos administrativos	102
Tabla 33 Gastos útiles de oficina	103
Tabla 34 Gastos materiales de aseo	103
Tabla 35 Rol de pagos.....	103
Tabla 36 Costos de venta	104
Tabla 37 Costos variables	107
Tabla 38 Activos fijos	110
Tabla 39 Equipos de computación	110
Tabla 40 Equipos de oficina.....	111
Tabla 41 Vehículo	111
Tabla 42 Maquinaria y herramientas.....	111
Tabla 43 Capital de trabajo	112
Tabla 44 Fuentes de financiamiento	114

Tabla 45 Tabla de amortización.....	115
Tabla 46 periodo de recuperación	116
Tabla 47 Depreciaciones	117
Tabla 48 Estado de situación inicial.....	118
Tabla 49 Estado de resultado proyectado.....	119
Tabla 50 Flujo de fondos financieros.....	120
Tabla 51 TMAR	121
Tabla 52 Valor actual neto	122
Tabla 53 TIR	123
Tabla 54 Periodos de recuperación	124
Tabla 55 Periodo de recuperación valores constantes.....	125
Tabla 56 Periodo de recuperación actualizado.....	125
Tabla 57 punto de equilibrio	127
Tabla 58 Margen de utilidad	129
Tabla 59 rentabilidad económica	129
Tabla 60 rentabilidad de la inversión	130

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente trabajo se desarrolló en el período de Abril – Octubre del 2014 en el Sector de San Antonio de la Mitad del Mundo entre las calles Av. Equinoccial y Daniel Cevallos a una cuadra del supermercado TÍA en la ciudad de Quito capital del Ecuador, zona que durante décadas se dedica a la elaboración y comercialización de productos artesanales, situación que motiva a crear una microempresa para elaboración de velas aromáticas y decorativas con esencias de especies naturales, para ello se partió con el estudio situacional actual logrando acercarnos a la realidad local y nacional, además como sustento técnico se realizó el análisis **FODA**, describiendo las fortalezas y oportunidades así como las debilidades y amenazas que se presentarían en la ejecución del proyecto.

Para el estudio de mercado se determinó la población y una muestra de 309 personas entre (20 – 35) años de edad, quienes compran las velas con mayor frecuencia, además se aplicó la observación y la entrevista como técnicas de la investigación y la encuesta como instrumento de la misma. Así mismo tras la tabulación de resultados de la encuesta resaltamos lo más relevante y observamos que un **41%** de personas encuestadas están dispuestas a pagar hasta \$ **4.5** por unidad de producto, lo cual hace notar que el precio no es propiamente una limitante para el consumo de las velas, sino más bien: la calidad, presentación y forma del producto. Algo que podemos resaltar es el **77%** de aceptación de que creen necesario que exista una fábrica o almacén de velas

aromáticas y decorativas en el sector de La Mitad del Mundo. Finalmente con el estudio de mercado determinamos una producción anual de **12960 velas** en el primer año con un precio promedio de venta de **\$ 4,5/unidad** y un ingreso bruto estimado de \$ 58.320, como indicadores económicos determinamos el **VAN**, el **TIR**, **RBC** y un **Punto de Equilibrio** que nos indica que hay que vender **9681 velas** a partir de la cual la microempresa empezará a generar utilidades, con lo que concluimos con la idoneidad de ejecutar el proyecto

ABSTRACT

This work was developed in the period from April to October 2014 in San Antonio Sector of the Equator between the Equator and Av Daniel Ceballos streets one block from the supermarket AUNT in Quito Ecuador capital area. For decades the development and marketing of handicrafts, a situation that motivates us to create a micro forma king aromatic and decorative candles with scents of natural species, for it broke with the current situational study making closer to local realities and is dedicated national, technical support as well as a SWOT analysis was performed, describing the strengths and weaknesses and the opportunities and threats that would arise in the implementation of the project.

For the market study population and a sample of 309 people aged (20-35) years of age determined who buy candles more often, plus observation and interview techniques as applied research and survey as instrument thereof. Also, after the tabulation of survey results highlight the most relevant and observed that 41% of respondents are willing to pay up to \$4.5 per unit of output, which notes that the price is not really a constraint for consumption candle, but rather, the quality, presentation and product form. Something we can highlight is the 77% acceptance they believe needs to be a factory or ware houses canted and decorative candles in the half the world. Finally with the market study determined an annual output of 12960 candles in the first year with an average sale price of \$ 4.5/unit and an estimated \$ 58,320, as economic indicators determine the VAN, TIR,

RBC gross income Break even and that tells us that we must sell candles from 9681 which microenterprise start generating profits, so we conclude the suitability of implementing the project.

CAPITULO I

INTRODUCCION.

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.

Cerca de Quito, en San Antonio de Pichincha se encuentra la Mitad del Mundo entre las magistrales obras, se construyó un obelisco y un complejo monumental alusivos a la línea equinoccial, se levantan tesoros del arte, la arquitectura y la ciencia, en medio de paisajes que confrontan el verdor de la naturaleza y los matices de la modernidad. El monumento está coronado por una esfera metálica que representa a la Tierra

En este lugar existen balnearios de aguas termales, el Museo que muestra elementos de la cultura indígena de Ecuador, como vestimenta, descripciones de los diversos grupos étnicos, y muestras de sus actividades. Otro de los atractivos de la Mitad del

Mundo son las tradiciones en los pueblos de Pomasqui, San Antonio de Pichincha y Calacalí; además de un insectario, lugar donde se puede observar una gran variedad de insectos y mariposas provenientes de todo el mundo con sus respectivos nombres científicos, lugar de hábitat y origen.

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.

La principal motivación para realizar esta pequeña 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; pero a la vez, no descuidan su estilo de vida clásico y moderno.

Este proyecto sobre microempresa de velas aromáticas y decorativas, ofrece la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria, aplicando un proceso teórico-práctico que permita determinar la aceptación del producto por parte de la población, sin descuidar los aspectos económicos posteriores a la ejecución del proyecto.

1.1. JUSTIFICACION.

La ejecución de este proyecto micro empresarial busca brindar a la ciudadanía de Quito y del país, una alternativa diferente en lo que respecta a aroma terapia y decoración, iniciando con un local adecuado para la elaboración y comercialización del producto en la ciudad de Quito, la Mitad del Mundo; procurando cubrir el interés de los habitantes, residentes y extranjeros.

Actualmente los comercializadores de velas de Quito y en las diferentes ciudades del país, se ven obligados a actualizar permanentemente la variedad del producto, que además debe reunir mejores características; pues, el consumidor está atento a descubrir nuevas opciones, situación que es común en la mayoría de los productos que afecta

Existe un déficit de producción y demanda insatisfecha en el mercado local de velas aromáticas, ya que la mayoría de productores y puntos de venta, se inclinan por lo tradicional y la cultura religiosa de la ciudad, obviando otros factores muy importantes como son la aroma terapia fuertemente ligado al campo de la salud

1.2. ANTECEDENTES.

El mercado aromático y decorativo reúne un conjunto de elementos que conjugan los olores y colores para deleitar los exigentes gustos de las personas tanto ecuatorianas como extranjeras. Hay que recalcar que el desarrollo de la humanidad siempre ha estado asociado al fuego, y se lo ha relacionado con la vida y la muerte.

Antes que se produjera la magnífica invención de Edison en el año **1848**, por la década de la América colonial se empleaba las velas de cebo de ganado vacuno y ovino, en la edad media se utilizó la cera del laurel y de abejas y en el siglo XVIII fueron reemplazadas por cera extraída del aceite de ballena, las velas se utilizaban en gran medida, para la iluminación y las liturgias religiosas. Posteriormente el siglo XX, la electricidad acabó llegando a todos los lugares y “se hizo la luz” eléctrica a medida que la economía y la industria tuvieron su gran auge.

Como la creatividad de los humanos es amplia, además de cubrir necesidades prácticas de la vida, muestra grandes virtudes y hace más bonito nuestro entorno, crea ambientes agradables y hace feliz a otras personas, con lo que nace y se fortalece una manera de entender “El maravilloso mundo de las Velas”.

Sus juegos de luces y sombras, siempre cambiantes, evocan historia, emociones, sentimientos, mitos y creencias.

Al encender una vela se crea instantáneamente una atmósfera, el resplandor que de ella se desprende estimula la intimidad y nos produce una sensación reconfortante, con un cálido matiz de romanticismo.

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. Es esta la pasión que nos motiva a elaborar y ofrecer a nuestros clientes, velas aromáticas y decorativas de alta calidad.

CAPITULO II

ANALISIS SITUACIONAL

1.3. AMBIENTE EXTERNO.

1.3.1. Factor económico.

1.3.1.1. Inflación.

Ecuador es un país que está considerado dentro del grupo de naciones del mundo en subdesarrollo por las características de desarrollo que presenta. Sustenta una economía que ha estado basada en el sector agro-exportador y minero exportador con un incipiente desarrollo del sector industrial que produce en su gran mayoría para el mercado interno.

A partir del 2010, la economía ecuatoriana comenzó a recuperarse de los efectos de la crisis global, con una tasa de crecimiento del 3,5%, llegando al 7,8% en 2011 (el tercero más alto de la región).

En 2012 la economía se mantuvo fuerte, con una tasa de crecimiento del 5,1%, fortaleza que mantuvo al tercer trimestre del 2013, con un crecimiento anual del 4,5%.

La actual administración del país mantiene el doble principio de modificar la matriz productiva y erradicar la pobreza. Con este objetivo, el gasto y la inversión del sector público se han incrementado del 21% del PIB en 2006 a casi el 41% en 2014. Gran parte de estos recursos se han destinado a programas y proyectos de inversión en infraestructura y en los sectores sociales.

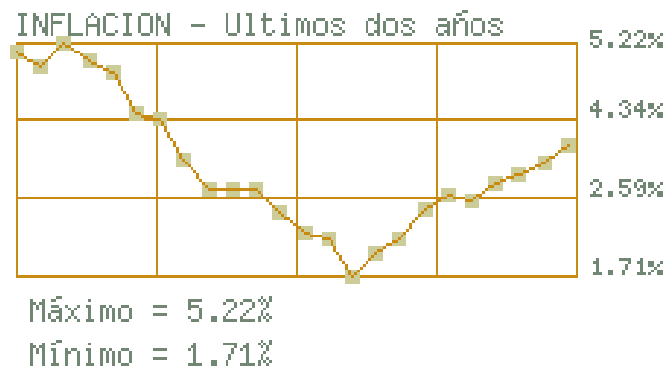
El crecimiento en Ecuador ha sido inclusivo, con un efecto directo en la reducción de los niveles de pobreza y desigualdad, y el crecimiento de la clase media. Entre 2006 y 2014, la pobreza medida por ingresos (usando la línea de pobreza nacional) disminuyó del 37,6% al 25,5%, mientras que la pobreza extrema se redujo desde el 16,9% hasta el 8,6%.

A pesar de estos notables resultados, todavía persisten importantes desafíos para la sostenibilidad de los logros alcanzados en reducción de pobreza y desigualdad, y para asegurar que el crecimiento sea sostenible e inclusivo. Más de la mitad de la población de Ecuador sigue siendo pobre o es vulnerable a volver a caer en la pobreza. Y los esfuerzos canalizados a través de la inversión pública dependen aún en gran medida de los ingresos generados por un solo sector, que es el petrolero.

Frente a todos estos temas que han tenido impactos negativos en la evolución de nuestra economía, ha existido el de la inflación que en determinadas épocas ha generado graves problemas en el desarrollo de las actividades económicas y la consecuente

aplicación de medidas económicas con la finalidad de detener su ritmo de crecimiento y por ende los duros impactos en el entorno económico.(TOMALA, 2014)

Figura 1 inflación



Fuente. Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sandra Baraja

Tabla 1 inflación

FECHA	VALOR
Julio -30-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %

Fuente. Banco Central del Ecuador**Elaborado por:** Sandra Baraja

Análisis.

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

En el caso de nuestro proyecto la inflación tiene un impacto bajo ya que los índices registrados tienen tendencia a la baja, pero considerando los valores de enero del 2013 hacia atrás, lo cual contribuirá a que los clientes tengan una mayor capacidad de adquisición o de compra; pero, si observamos valores a la fecha actual, la inflación presenta tendencia a incrementarse, incluso si comparamos con los primeros meses de este año observamos este fenómeno. Sin embargo no podemos dejar mencionar que las velas no son un producto de primera necesidad, y las personas que adquieren éste producto no tendrían mayor problema en cancelar un precio establecido.

En la ciudad de Quito y en las comunidades del cantón Pujilí, en Cotopaxi, existen los recursos necesarios para la implementación y funcionamiento de la microempresa, dichos recursos comprenden: equipos y muebles de oficina, puesto que el producto es de fabricación artesanal y no se necesita maquinaria de tipo industrial, ya que simplemente se requiere equipos básicos como cocina, moldes y otros implementos menores con lo que se podría elaborar ya el producto.

1.3.2. producto interno bruto (PIB)

El producto interno Bruto es el valor monetario total de la producción de bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un determinante período de tiempo el "[PIB](#)" normalmente suele ser medida anualmente, es decir cada año. De acuerdo al PIB, podemos ir desglosando poco a poco sus palabras para poder entender mejor su significado y obtendremos lo siguiente: **Producto:** se refiere a valor agregado; **Interno:** se refiere a que es la producción dentro de las fronteras de una economía; y **Bruto:** se refiere a que no se contabilizan la variación de inventario ni las depreciaciones o apreciaciones de capital ".El **PIB** es el encargado de contabilizar los bienes y servicios que ocurre durante un período de tiempo pero solo se toma en cuenta la contabilidad nacional. La contabilidad nacional es un registro numérico en la cual describe las características y el resultado de un sistema económico, puede ser un conjunto de países, de regiones, de alguna provincia etc.

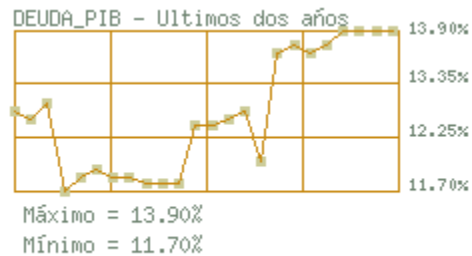
1.3.2.1. producto interno bruto real.

Es la producción de bienes y servicios finales producidos en un país pero a precios constantes, es decir, el PIB real elimina el cambio de los precios a lo largo de los años

1.3.2.2. producto interno bruto nominal.

El producto interior bruto (PIB) nominal es el valor a precios de mercado (a precios corrientes) de la producción de bienes y servicios finales producidos en un país durante un período determinado de tiempo, normalmente un año.

Figura 2 interno bruto nominal



Fuente. Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sandra Baraja

Tabla 2 tendencia del país

FECHA	VALOR
Julio-31-2014	13.90 %
Junio-30-2014	13.90 %
Mayo-31-2014	13.70 %
Abril-30-2014	13.60 %
Marzo-31-2014	13.70 %
Febrero-28-2014	13.60 %
Enero-31-2014	12.10 %
Diciembre-31-2013	12.80 %
Noviembre-30-2013	12.70 %
Octubre-31-2013	12.60 %

Fuente. Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis.

En la económica de un país, la tendencia a la baja en el PIB tiene un efecto inmediato y negativo ya que los precios especialmente de los que conforman la Canasta Básica van a subir debido, a que el país estaría generando bajos ingresos por lo tanto el proyecto va a generar fuentes de trabajo con lo que se contribuirá al incremento del indicador del PIB fortaleciendo de esta manera al avance del país.

1.3.3. Factor social.

Quito es una ciudad privilegiada por lo rico de su historia y por su ubicación geográfica; a más de ser la capital de la República del Ecuador ha sido escenario de jornadas de lucha por la libertad y la independencia, por ello lo del nombre "Quito Luz de América". En Quito se encuentra gran parte de la producción industrial y los centros financieros así como los principales Ministerios y el Gobierno Central.

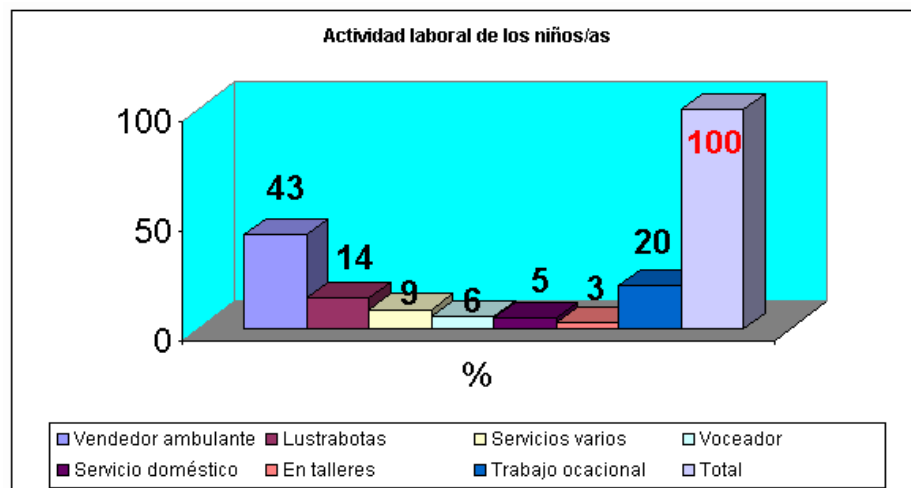
El Distrito Metropolitano de Quito está enfrentando un proceso de crecimiento acelerado con enormes inequidades en la distribución de los ingresos, que ha dado como resultado la aparición de nuevos problemas como: desintegración familiar, trabajo infantil, incremento de la violencia, abuso de droga y alcohol, embarazos precoces entre la población joven y, la incidencia de enfermedades prevenibles.

La incidencia de la pobreza como resultado de los ajustes expresada en el porcentaje de población que vive bajo condiciones de pobreza es del 60% lo que obliga que un gran porcentaje de familias, especialmente indígenas, migrantes busquen

alternativas de trabajo en el mercado informal con un problema más serio como es el involucramiento de la mano de obra infantil, la explotación laboral, problema de trata entre otras dificultades.

Del total de población económicamente activa la tasa de subempleo es del 54,29% y afecta más a las mujeres que a los hombres. De acuerdo a su crecimiento, el sector informal es por ahora la mayor fuente de ingresos en el Distrito.

Figura 3 socio económico de la población



Fuente. Google imágenes

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis

En la imagen observamos la representación socio económica de la población del Distrito Metropolitano de Quito, en donde el mayor rubro económico es generado por el comercio informal, cuyos protagonistas son los vendedores ambulantes que generan un 40% de beneficio, seguido muy de lejos con el 20% el trabajo ocasional, mientras que el

servicio doméstico representa al 14%; los demás parámetros se encuentran en rangos menores. Debemos aclarar que todos estos aspectos analizados corresponden a la tasa de subempleo que es del 54,29% y afecta más a las mujeres que a los hombres del Distrito Metropolitano de Quito.

1.3.4. Factor legal.

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador, para crear una microempresa debemos sujetarnos a la respectiva parte legal que estipula lo siguiente.

Artículo 275 de la Constitución de la República establece que todos los sistemas que conforman el régimen de desarrollo (económicos, políticos, socioculturales y ambientales) garantizan el desarrollo del buen vivir, y que toda organización del Estado y la actuación de los poderes públicos están al servicio de los ciudadanos y ciudadanas que habitan el Ecuador.

Artículo 276 numeral 2 de la Constitución de la República establece que el régimen de desarrollo, tiene entre sus objetivos el de construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Artículo 281 numeral 5 de la Constitución de la República establece las responsabilidades del Estado para alcanzar la soberanía alimentaria, entre las que se incluye el establecer Mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.

Además de acuerdo a los artículos establecidos en la Constitución Política del Ecuador, todas las personas que estén en capacidad de generar una inversión y a la creación de la microempresa cuentan con el pleno apoyo y financiamiento del estado, en caso de ser necesario.

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

- ❖ El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- ❖ El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- ❖ El objeto social, debidamente concretado;
- ❖ Su denominación y duración;
- ❖ El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- ❖ La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- ❖ El domicilio de la compañía;
- ❖ La forma de administración y las facultades de los administradores;

- ❖ La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- ❖ La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- ❖ Las normas de reparto de utilidades;
- ❖ La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- ❖ La forma de proceder a la designación de liquidadores.

1.3.4.1. Sri. “servicio de rentas internas”

Para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC “Registro Único de Contribuyentes” a una empresa se requiere:

- ❖ Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- ❖ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- ❖ Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- ❖ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ❖ Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios

electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.

- ❖ Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente
- ❖ Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- ❖ Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- ❖ Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes:
- ❖ Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- ❖ Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de

la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

- ❖ Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.
- ❖ Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- ❖ Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- ❖ Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de

algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

1.3.4.2. 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 y
- ❖ 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.

1.3.4.3. permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo.

- ❖ Pago de tasa de trámite.
- ❖ Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

1.3.4.4. patentes municipales

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en los cantones de Pichincha, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico, deben adquirir la patente municipal con los siguientes requisitos:

- ❖ Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
- ❖ RUC actualizado.
- ❖ Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
- ❖ Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
- ❖ Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

1.3.4.5. 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

1.3.4.6. permiso sanitario.

El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

1.3.4.6.1. requisitos

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud de Pichincha, Ubicada en la calle Mejía y García Moreno 2do. Piso, lo siguiente:

- ❖ Certificado de uso de suelo
- ❖ Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- ❖ Comprobante de pago de patente del año.

- ❖ Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- ❖ Certificado (s) de salud.
- ❖ Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad. Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

1.3.5. Factor tecnológico.

La microempresa debe contar a largo plazo con equipos de alta tecnología lo que hoy en día es muy fácil de conseguir en el mercado, el uso de estos sofisticados aparatos garantizará factibilidad en el servicio e imagen de la microempresa.

1.4. ENTORNO LOCAL.

1.4.1. Clientes.

Se espera llegar a satisfacer el gusto de personas de la zona, y aprovechar las visitas de turistas al lugar, quienes al llegar a la ciudad de Quito se apasionan por la variedad en formas, colores y tamaños de las velas, que combinado con sus aromas resultan un producto bien atrayente, en otros casos por la tradición que representan, como fuente de energía e incluso como amuleto de suerte.

1.4.2. Proveedores.

Son proveedores aquellos que proveen o abastecen, o sea que entregan bienes o servicios a otros

En la actividad empresarial, la gestión de compras, es una actividad destinada a determinar las necesidades de la empresa y seleccionar quienes las proveerán con la

calidad adecuada al menor costo, con las mejores condiciones de financiación, y en el tiempo propicio. Estas necesidades pueden ser, entre otras, de materia prima, de maquinarias o de servicios técnicos. Debe además evaluarse la fiabilidad del proveedor, su situación financiera, la permanencia en el mercado, los controles de calidad que aplican para sus productos, etcétera. Esto se denomina política de compras. Muchas veces entre los proveedores y los clientes se realizan alianzas estratégicas. Existe el sistema JIT ("just in time") donde se le confiere a esta relación trascendente importancia, pues asegura el negocio a las dos partes.

Para seleccionar proveedores, la empresa puede recurrir a Internet, a catálogos de proveedores, a las cámaras de fabricantes, a ferias internacionales, a recomendaciones de otras empresas afines, o a la guía telefónica.

En Internet, los proveedores, personas físicas o jurídicas, prestan servicios, como soporte técnico, servicios de tecnología, conexión a Internet, alojamiento Web (Hosting) servicio de correo electrónico, etcétera, a cambio de una retribución económica, aunque veces puede ofrecerse gratuitamente.

Los insumos y materiales para hacer velas caseras de gel, parafina, flotantes o ecológicas, son muy simples y no son demasiado costosos. Están en venta en casas especializadas, aunque algunos también los puedes comprar en comercios de ramos generales. Es así que para la producción de velas y comercialización de las mismas tenemos como principal proveedor a la empresa "*VELAS NECTAR*" el cual será nuestro distribuidor de materia prima e incluso de los equipos para la elaboración de velas.

1.4.3. Competidores.

Se conoce como competencia al conjunto de empresas que ofrecen productos iguales o similares a los de nuestra empresa o producen bienes sustitutos (que sustituyen el uso de nuestro producto).

De manera directa detectamos como competencia las siguientes:

- ❖ Fábrica de “*velas mágicas decorativas*”
- ❖ Fábrica de “*velas Candelita*”, y
- ❖ Fábrica de velas “*Su Vela*”, todas ubicadas en la Ciudad de Quito – Pichincha.

1.5. ANALISIS INTERNO.

1.5.1. Propuesta estratégica.

1.5.1.1. Misión.

Ser una microempresa eficiente que ofrezca como producto final velas decorativas con diferentes diseños, aromas, tamaño y excelente calidad, además de precios accesibles, satisfaciendo a plenitud las necesidades y gustos del cliente.

1.5.1.2. Visión.

Ser una microempresa reconocida a nivel nacional e internacional, por contar con las velas mejor elaboradas por profesionales de manera artesanal, que sean distinguidas por sus aromas naturales, empaque, formas distintas y creativas, logrando la satisfacción de los gustos más exquisitos.

1.5.1.3. Objetivos.

1.5.1.3.1. Objetivo general.

- ❖ Elaborar un proyecto de factibilidad para la fabricación y comercialización de velas decorativas a base de semilla de eucalipto con aromas diferentes.

1.5.1.3.2. Objetivos específicos.

- ❖ Establecer la rentabilidad económica, social para la creación de una empresa productora de velas decorativas para el desarrollo del país.
- ❖ Buscar una acogida y posicionamiento en el mercado brindando un producto innovador para el sector y la satisfacción de los clientes

1.5.1.4. Principios y/o valores.

- ❖ Atención cordial y eficiente, el cliente tendrá la certeza de que el servicio brindado es entregado como fue prometido.
- ❖ Trato adecuado en cualquier circunstancia que se suscite.

- ❖ Puntualidad en pagos a empleados y pago de permisos respectivos de funcionamiento.
- ❖ Retribuir a la sociedad el apoyo y confianza expresado en servicio y cooperación.
- ❖ Ser conscientes que quienes hacemos la microempresa nos debemos a los clientes, ya que por la calidad del servicio que se brinde se promueve la sólida relación entre microempresa-cliente, lo cual conlleva a incrementar la clientela.

1.5.2. Gestión administrativa.

La microempresa debe contar con personal calificado y autorizado por la gerencia, y será responsabilidad del gerente la selección del personal idóneo para cada cargo dentro de la pequeña empresa.

Así se dispondrá de un departamento de administración y finanzas, esas personas serán unos de los socios conocedor de la contabilidad, computación y finanzas, de preferencia tituladas en ingeniería comercial o afines.

1.5.3. Gestión operativa.

Este proceso es algo complejo sin embargo se propone:

- ❖ Identificar y contactar a los proveedores de los productos, se contactara tanto a los productores como a los distribuidores regionales para pedir una lista de los productos y los respectivos precios, con el fin de disminuir costos, ya que los costos de transacción pueden ser muy elevados por lo que deben ser

analizados en el momento oportuno, ya que estos productos van a ser utilizados en la microempresa.

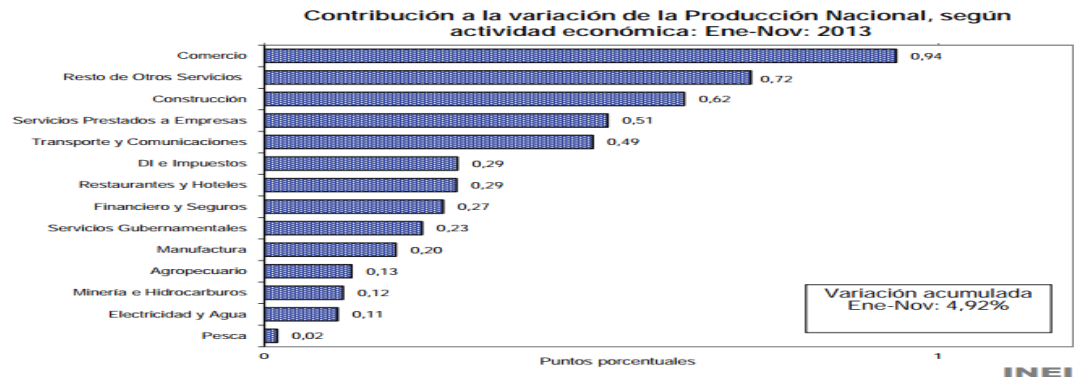
- ❖ Mediante la obtención de los pedidos se evaluará el precio, la calidad y las condiciones de pago del producto.
- ❖ El traslado del producto desde el momento de su elaboración hasta llegar a las perchas y mostradores tiene que estar en óptimas condiciones para entregar a los clientes.
- ❖ Una vez cumplida estas actividades, la microempresa estará en condiciones de prestar atención a los clientes y suministrarlos como productos de calidad a precios competitivos.

1.5.4. Gestión comercial.

En este punto nos referiremos a las especificaciones necesarias para garantizar una adecuada comercialización del producto, así:

- ❖ Servicio de calidad, y comodidad en el local de distribución.
- ❖ Mantenimiento adecuado de los productos.
- ❖ Control de inventarios.
- ❖ Buen trato al cliente en el momento de entregar el producto, excelente comunicación y cortesía, entre otras.
- ❖ Responsabilidad en la entrega del producto.

Figura 4. Crecimiento del comercio actual general del país



Fuente: INEC

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis

En la imagen observamos como la producción nacional contribuye al crecimiento del comercio actual general del país, sus datos publicados a finales del año 2013 señalan que, el comercio encabeza el rubro más representativo de contribución a la variación de la producción nacional con el 0,94% de influencia, lo cual hace pensar que la implementación de microempresas y negocios dedicadas a la elaboración de productos y su comercialización va creciendo significativamente, por lo que podría considerarse como la mejor alternativa de negocios, con grandes expectativas de crecimiento.

Por otra parte se observa que con 0,02% la pesca no tiene mayor incidencia en la variación de la producción nacional

1.5.5. PUBLICIDAD.

La **publicidad** es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda. Así, en el micro-empresa de velas emplearemos publicidad mediante los siguientes materiales y medios:

1.5.5.1. etiqueta.

Se trata de una **señal, marca, rótulo o marbete** que se adhiere a un objeto para su **identificación, clasificación o valoración**.

Las etiquetas comenzaron a utilizarse en la actividad comercial para describir el contenido de envases, recipientes y paquetes con mayor facilidad.

Con el tiempo, más allá de su función básica de identificación, las etiquetas empezaron utilizarse como **objetos decorativos** con la intención de realzar la imagen del producto y resultar más atractivo para el consumidor.

Las etiquetas, en la actualidad, suelen incluir un código de barras que contiene información cifrada para la gestión automática en depósitos y puntos de venta. La etiqueta también puede permitir a los consumidores la participación de promociones y concursos. La etiqueta que utilizaremos es la siguiente:(Copyright, <http://definicion.de/etiqueta/>, 2008)

Figura 5. Etiqueta para el producto.



Fuente: Personal
Elaborado por: Sandra Baraja.

1.5.5.2. tríptico.

Un díptico es un folleto impreso formado por una lámina de papeles o cartulinas que se dobla en dos partes. Constituye un medio para comunicar ideas sencillas sobre un productos servicios, empresas, evento , , etc. Así el tríptico que hemos elaborado para promocionar el producto es el siguiente:(Wikipedia, Triptico definicion, 2012)

Figura 6. Tríptico informativo del producto



Fuente: Personal.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.5.5.3. tarjeta.

Una **tarjeta** es una **pieza rectangular** de cartón o plástico, entre otros materiales posibles, que muestra alguna inscripción, logo, o una combinación de ambos para representar a una persona física o empresa. La tarjeta que emplearemos en la publicidad del negocio se detalla a continuación. (Copyrigh, 2008)

Figura 7. Tarjetas de presentación



Fuente: Personal.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.5.5.4. logotipo.

El **logotipo** o logo es un importante elemento que forma parte de la *marca* que sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida y dependiendo el caso, mentalmente relacionada con algo con lo que existe cierta analogía, por ejemplo para nuestro negocio en el logotipo va constar la imagen de algunos tipos de velas que se van elaborar y comercializar. (Promonegocios, 2006)

Figura 8. Logotipo del micro-empresa



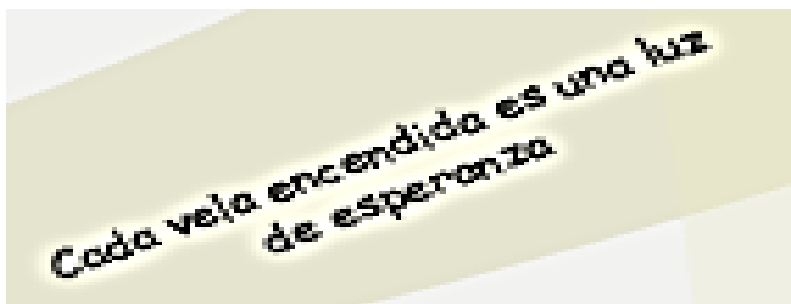
Fuente: Personal.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.5.5.5. eslogan.

Un **Slogan** es un vocablo inglés que no forma parte del diccionario de la **Real Academia Española (RAE)**. Puede traducirse como **lema**, que es el título que precede a ciertas obras, que ayuda a recordar con facilidad a la empresa o negocio de la cual se está hablando. (Copyrighth, 2008)

Figura 9. Slogan de la micro - empresa



Fuente: Personal.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.5.5.6. sitio web

Sitio es un lugar que sirve lugar que sirve para algo o un espacio ocupado (o que puede llegar a serlo). La noción de web, por su parte, hace referencia a internet, una red de redes que permite la interconexión de computadoras mediante un conjunto de protocolos denominado **TCP/IP**. El **sitio WEB de la micro-empresa** es: www.velarte.com (WORD, 2008)

Figura 10. Sitio Web



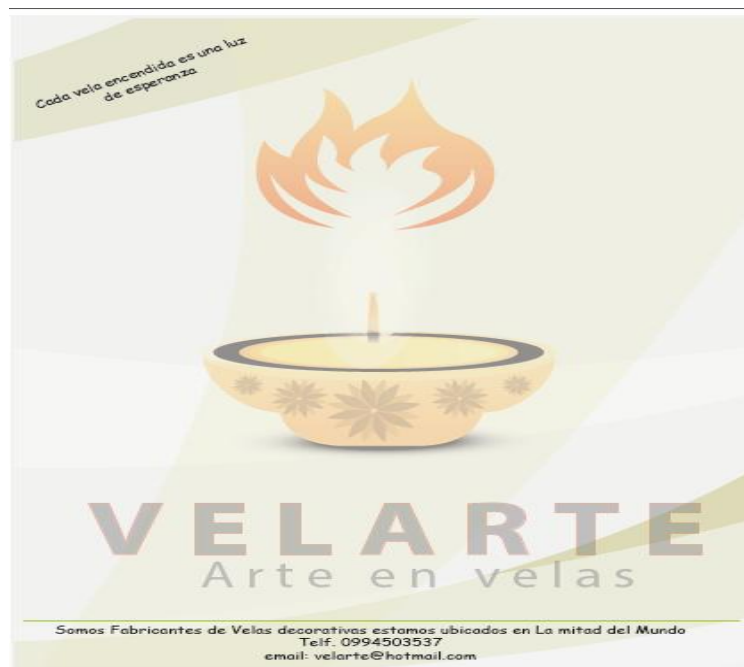
Fuente: Personal.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.5.5.7. 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. En ocasiones el membrete incluye un diseño en la totalidad o en gran parte de la hoja. El membrete también puede aparecer impreso en un sobre. (wikipedia, 2014)

Figura 11. Hoja Membretada



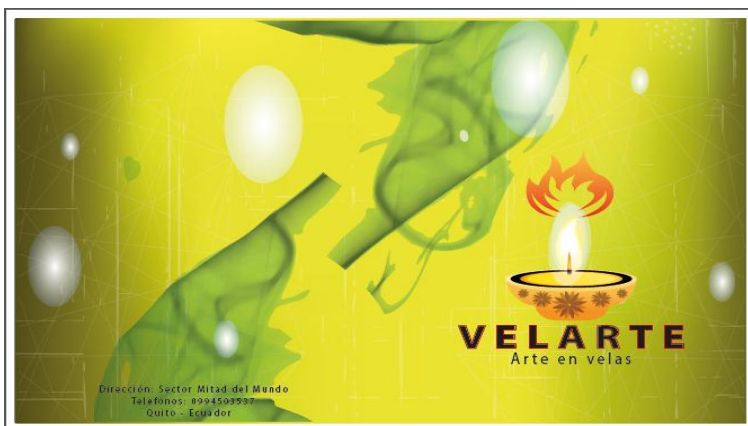
Fuente: Personal.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.5.5.8. Carpeta.

Una carpeta es un útil de escritorio hecho de cartón o plástico que, gracias a dobleces, cintas y gomas, permite guardar u ordenar documento, papeles, dibujos, etc. Otro uso similar de la noción de carpeta refiere a una especie de cartera grande que se emplea para escribir sobre ella y guardar papeles. Este es el modelo de carpeta que utilizaremos en la empresa. (Copyrigh, 2008)

Figura 12. Carpeta.



Fuente: Personal.

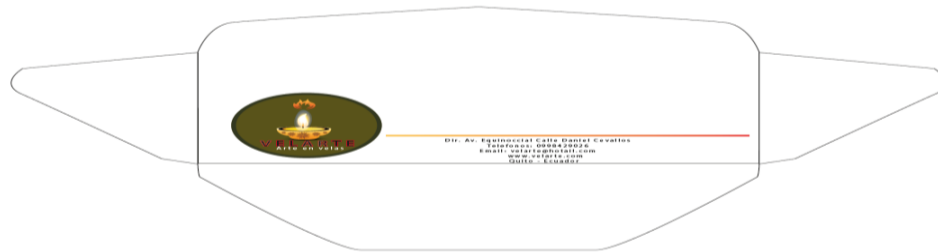
Elaborado por: Sandra Baraja.

1.5.5.9. Sobre

Un sobre es una cubierta de papel u otro material utilizado para introducir en su interior carta, tarjetas, billetes y documentos que se entregan en mano o envían por correo. El sobre está diseñado para incorporar el franqueo y el destinatario en el anverso y el remitente en el reverso. Por eso, la parte frontal es lisa, quedando la solapa siempre por detrás. Cabe recalcar que en los sobres a utilizar en el negocio constará la

información del micro-empresa como slogan, y números de contacto. (Wikipedia, google, 2014)

Figura 13. Modelo de Sobre



Fuente: Personal.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.6. ANALISIS FODA.

Tabla 3 Factores internos y externos

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Es una organización pequeña que favorece la agilidad de las actividades. • Favorecerá la cooperación entre los miembros participantes, lo cual permite que no se genere competencia entre aquellos que trabajan en el emprendimiento.	• El hecho de que se constituya una microempresa de tipo artesanal, una expansión sería realmente costosa si todos no ponen el esfuerzo y empeño necesario. • Se dificultara la búsqueda de un lugar para poder vender sin molestar otra gente y sin pasar por alto la ley.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• La mínima inversión que se requiere para empezar con nuestro emprendimiento • Al estar publicado en internet puede llegar a una gran cantidad de personas alrededor del mundo.	• Al ser una microempresa pequeña, nuestra producción es limitada • La inseguridad en el país, y en sector donde se ubicara la microempresa. • La fabricación de generadores de energía eléctrica en el país que limitara el uso de las velas.

Fuente. Estudio **Elaborado por:** Sandra Baraja

CAPITULO.III

ESTUDIO DE MERCADO.

1.7. ANALISIS DEL CONSUMIDOR.

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que hacen que una empresa prospere o fracase.

Toda empresa debe ir encaminada hacia la satisfacción del cliente; por ende los objetivos de esta deben estar encaminados hacia la consecución de estos objetivos. Si la organización no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades. Muchas veces no es suficiente tener productos de buena calidad o a un bajo precio, para que el cliente se sienta bien es necesario reunir muchos más aspectos y guiarlos todos hacia un mismo horizonte que son los clientes.

1.7.1. DETERMINACIÓN DE LA POBLACION Y MUESTRA.

1.7.1.1. población.

Población o universo es todo un grupo de elementos, objetos o personas que poseen una característica común, constituye el grupo de personas hacia las que van encaminadas fundamentalmente las acciones de marketing y producción de las empresas. Normalmente la población objetivo constituye una parte de la población total. Así en la ciudad de Quito, existe una población total de: dos millones doscientos treinta y nueve mil ciento noventa y uno (2239191) habitantes, de los cuales: un millón ochenta y ocho mil ochocientos once (1088811) son de sexo masculino mientras que, un millón ciento cincuenta mil trescientos ochenta (1150380) son de sexo femenino. (INEC, 2013)

Besado en el mercado que constituye toda la población del sector de Quito La Mitad del Mundo, el número de personas a ser encuestadas dentro de la ciudad se establecerá a través de la aplicación de métodos de muestreo, considerando un mercado objetivo de trescientos once mil trescientos cincuenta y seis (311356) habitantes del Distrito Metropolitano de Quito comprendidos entre las edades de veinte y treinta y cinco (20 – 35) años de edad considerando equidad de género, quienes con frecuencia visitan los mercados y consumen el producto.

El estudio de mercado no solo servirá para poder proyectar nuestra demanda, sino para poder tener una noción clara y poder fijar los precios.

1.7.1.2. MUESTRA

La muestra es un subconjunto representativo que se utiliza cuando el universo o población a ser investigada es demasiado grande. Es el subconjunto de la población, esto quiere decir que representa una parte de individuos u objetos en la población.

En base a los datos obtenidos en el último censo, la ciudad de Quito, cuenta con una población estimada de trescientos once mil trescientos cincuenta y seis habitantes (311 356.) comprendidos entre veinte y treinta y cinco años de edad (20 – 35), con una población media de Mil ocho (1008) habitantes, que se obtiene en la presente investigación dividiendo la población estimada para el número de personas que estarían dispuestas a adquirir el producto tanto consumidores hombres y mujeres.

$$311356.00 \div 309$$

Población Media = 1008

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(n-1) + Z^2 PQ}$$

Z = 1.76 (90% de confiabilidad)

N = 50% probabilidad de éxito

Q = 50% probabilidad de fracaso

E = 5% error.

$$n = \frac{(1,76)^2 * 311356 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2 (311356 - 1) + (1,76)^2 * 0,50 + 0,50}$$

n = 309 Personas Encuestadas.

1.7.2. técnicas de obtención de información.

La investigación de mercados, como hemos dicho anteriormente, se ha basado tradicionalmente en soportes cuantitativos independientemente del medio utilizado (personal, telefónico, postal, panel, Internet, etc.). La encuesta estadística estructurada es su máximo exponente y su objetivo es reflejar a través de una muestra estadísticamente representativa la realidad social o económica que sustenta a un mercado concreto.

A efectos metodológicos, las técnicas cuantitativas se basan en agrupar y medir a los individuos muestrales en categorías, en función de variables preestablecidas, tales como pautas de consumo, rasgos sociodemográficos, ejes lógicos de segmentación, etc.

1.7.2.1. LA OBSERVACION.

La observación es un proceso cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración. Esta recolección implica una actividad de codificación: la información bruta seleccionada se traduce mediante un código para ser transmitida a alguien (uno mismo u otros). Los numerosos sistemas de codificación que existen, podrían agruparse en dos categorías: los sistemas de selección,

en los que la información se codifica de un modo sistematizado mediante unas cuadrículas o parrillas preestablecidas, y los sistemas de producción, en los que el observador confecciona él mismo su sistema de codificación

1.7.2.2. LA ENTREVISTA.

Las entrevistas son uno de los principales enfoques en la recogida de datos en la investigación cualitativa. Conocemos una variedad de formas de hacer entrevistas con objetivos y principios diferentes. Al mismo tiempo, la entrevista se presenta con varias ventajas, prácticas y problemas diversos comunes a todas las opciones de su realización. Podemos estudiar la realización de entrevistas en niveles diferentes: teórico, epistemológico, ético y práctico. Una vez que la entrevista se ha realizado, le siguen varios pasos: las formas específicas de documentar lo que ha ocurrido en la entrevista individual llevan a necesidades y reglas para la transcripción. Los datos obtenidos demandan formas específicas de realización del análisis cualitativo. La realización de entrevistas trae consigo necesidades específicas de aumentar la calidad de la entrevista en general y su validez en particular, y finalmente de informar de lo que se dijo y cómo se analizó.

1.7.2.3. LA ENCUESTA

La investigación por encuesta es considerada como una rama de la investigación social científica orientada a la valoración de poblaciones enteras mediante el análisis de muestras representativas de la misma, se caracteriza por la recopilación de testimonios, orales o escritos, provocados y dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones y actitudes. La investigación por encuesta es un método de colección de datos en los

cuales se definen específicamente grupos de individuos que dan respuesta a un número de preguntas específicas.

En el proyecto para recopilar la información recurrimos a entrevistas, que son encuestas personales dirigidas a las mujeres entre veinte y cinco y treinta y cinco años de edad, que habitan en el sector de Quito ya que la muestra es de trecientos nueve (309) personas encuestadas tomadas como muestra de un universo o población de trecientos once mil trescientos cincuenta y seis (311356) habitantes del sector de San Antonio de La Mitad del Mundo en la ciudad de Quito.

ENCUESTA.

OBJETIVO: Determinar la idoneidad sobre la creación de un micro-empresa para la producción de velas aromáticas y decorativas en la ciudad de Quito.

INDICACIONES: Por favor conteste el siguiente cuestionario de la manera más sincera, ponga una X en la respuesta que mejor le parezca.

1. Conoce usted sobre las velas aromáticas decorativas a base de semilla de eucalipto?			
SI	☐	NO	☐
2. ¿Con que finalidad compra las velas?			
Regalo	☐	Decoración	☐
Uso	☐	Otras	☐
3. ¿En qué lugar compra Ud. las velas			
Supermercados	☐	Fábricas	☐
Casas	☐	Ferias.	☐
4. ¿Con qué frecuencia Ud. compra las velas?			
Semanal	☐	Quincenal	☐
Mensual	☐	Otras	☐
5. ¿Qué aspectos considera Ud. Al momento de comprar una vela?			
Precio.	☐	Calidad.	☐
Estética	☐	Otras.	☐
6. ¿Estaría dispuesto a comprar los productos de nuestra microempresa?			
SI	☐	NO	☐
7. ¿Qué formas de velas prefiere?			
Cilíndricas	☐	Cubicas	☐
Gel Grande	☐	Gel pequeño	☐
8. Si opta por nuestro producto ¿cuál modelo preferiría comprar?			
Aromáticas	☐	De noche	☐
Candelabro	☐	Flotantes.	☐
9. Cuando Ud. Compra velas ¿Cuántas compra?			
1-3	☐	3-6	☐
6-12	☐	Otras	☐
10. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una unidad de nuestro producto?			
\$2.5	☐	\$3.5	☐
\$4.5	☐	Mas	☐

1.7.3. Análisis de la información.

Luego de la aplicación de las encuestas, se necesita realizar un análisis de datos, ordenando y tabulando dicha información, después validamos, si es que las respuestas tienen sentido, a las encuestas. Y esto lo hacemos para conocer la cantidad de personas que están de acuerdo con la apertura de la microempresa y sus ofertas.

Los resultados obtenidos tras la aplicación de las encuestas serán interpretados al final de la investigación de mercado, es decir, las respuestas a las preguntas serán analizadas y evaluadas al terminar el estudio, ya que con los resultados obtenidos podremos dar una opinión más completa y objetiva de la conveniencia de establecer o no la microempresa.

Con los datos obtenidos en la encuesta determinamos la "FA" Frecuencia Absoluta, que es igual a la cantidad de personas que señalan una misma opción de respuesta, y luego con este valor mediante una regla de tres sencilla determinamos el porcentaje de personas que señalan una opción con la que se diseñarán las figuras respectivas para su observación, análisis e interpretación.

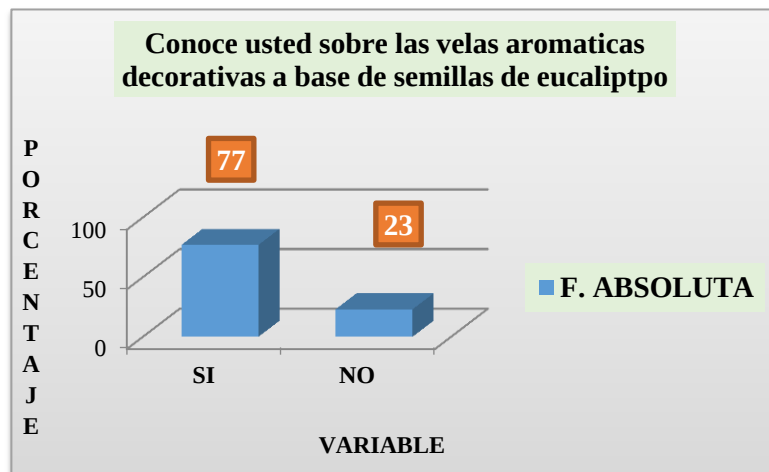
Tabla 4

¿CONOCE USTED SOBRE DE LAS VELAS AROMÁTICAS Y DECORATIVAS A BASE DE SEMILLAS DE EUCALIPTO?		
VARIABLE	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
Si	237	77 %
No	72	23 %
TOTAL	309	100 %

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Figura 14. Pregunta 1



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis

De un total de 309 personas encuestadas, un 77 % contestaron que SI conocen sobre las velas aromáticas y decorativas a base de semillas de eucalipto, y el 23% dice NO conocer, lo cual es un indicador que el producto ha ganado espacio en el mercado nacional, por lo que se tendrá que trabajar más, en aspectos de innovación del producto y fortalecer cadenas de comercialización que garanticen el éxito de la micro-empresa.

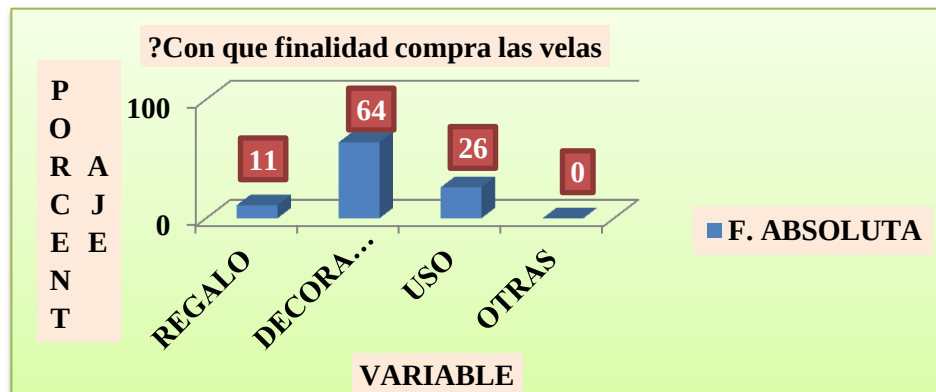
Tabla 5 encuestas

¿CON QUE FINALIDAD COMPRA LAS VELAS?		
VARIABLE	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
Regalo	33	11 %
Decoración	197	64 %
Uso	79	26 %
Otras	0	0 %
TOTAL	309	100 %

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja.

Figura 15. Pregunta 2



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis

El 64% de las personas encuestadas compra velas para la decoración tanto de su casa, por motivos de festividades, terapia, creencias religiosas, entre otros fines. Un 26% lo compra para uso del hogar, un 11% para regalos, en este punto los resultados obtenidos nos ayudan a conocer la finalidad con la que las personas compran las velas, permitiéndonos explorar nuevos clientes y mercados específicos.

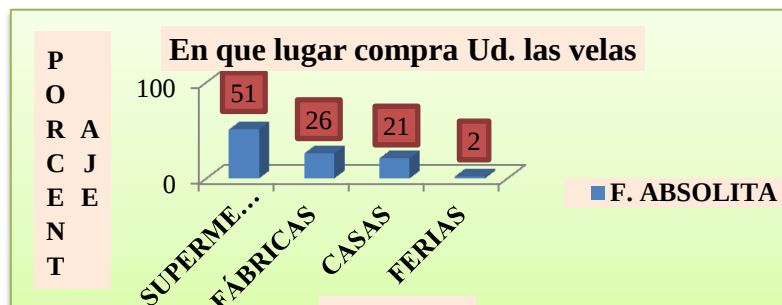
Tabla 6

¿EN QUE LUGAR COMPRA USTED LAS VELAS?		
VARIABLE	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
Supermercados	158	51 %
Fábricas	80	26 %
Casas	65	21 %
Ferias	6	2 %
TOTAL	309	100 %

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Figura 16. Pregunta 3



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis

La mayoría de las personas compran velas en los supermercados, el 51%, se ubican muy por arriba de los demás lugares. Este dato resulta de gran utilidad, dado que se puede fijar como meta colocar puntos de venta en esos establecimientos.

Es fundamental revisar el tipo de competidores, ya que si sus productos son superiores a los nuestros, obviamente no convendría.

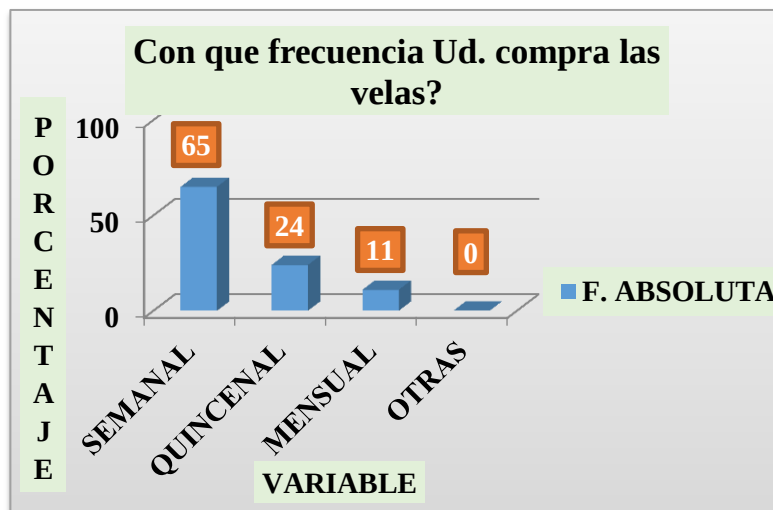
Tabla 7

¿CON QUE FRECUENCIA COMPRA USTED LAS VELAS?		
VARIABLE	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
Semanal	201	65 %
Quincenal	74	24 %
Mensual	33	11 %
Otras	1	0 %
TOTAL	309	100 %

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Figura 17. Pregunta 4



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

ANALISIS:

La frecuencia con la que las personas compran las velas es de un 65% cada semana, mientras que en un 24% contesta que las compra cada quince días, dejando con valores menores mensuales y otros, con un 11% y 0% respectivamente. Esto garantiza una salida bastante equilibrada del producto y por tanto una producción con la misma tendencia.

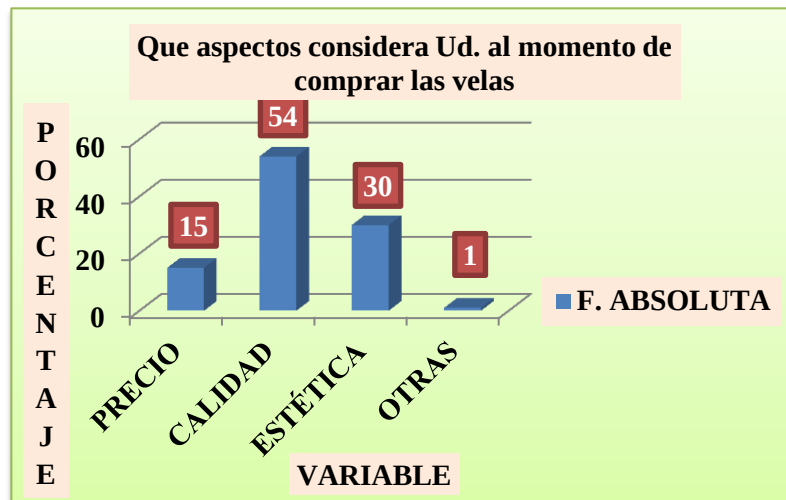
Tabla 8

¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED AL MOMENTO DE COMPRAR LAS VELAS?		
VARIABLE	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
Precio	47	15 %
Calidad	168	54 %
Estética	92	30 %
Otras	2	1 %
TOTAL	309	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Baraja.

Figura 18. Pregunta 5



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

ANÁLISIS

Los aspectos que tienen en cuenta los encuestados en el momento de comprar una vela es la calidad 54%, y la estética 30%, y luego el precio 15 %. Pero al ser porcentajes muy dispersos, cabe destacar que al momento de efectuar la elaboración de las velas se debe equilibrar mejor estos tres aspectos. Este análisis nos indica que hay que poner mayor énfasis en cumplir estándares de calidad, pues son exigencias del consumidor.

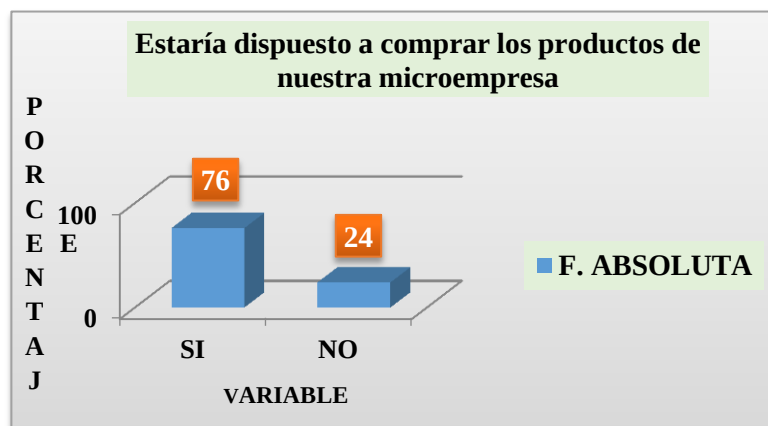
Tabla 9

¿ESTARIA DISPUESTO A COMPRAR LOS PRODUCTOS DE NUESTRA MICRO-EMPRESA?		
VARIABLE	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
Si	236	76 %
No	73	24 %
TOTAL	309	100 %

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Figura 19. Pregunta 6



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis

El 76 % de las personas, Si estarían dispuestos a comprar en nuestro local, convirtiéndose este porcentaje en nuestro mercado potencial. Este resultado nos da la certeza de que en efecto, el producto tendrá gran aceptación.

ya que apenas un 24% ha manifestado que no lo compraría; pero, una vez establecido el negocio se trabajaría en mejorar el porcentaje de aceptabilidad del producto.

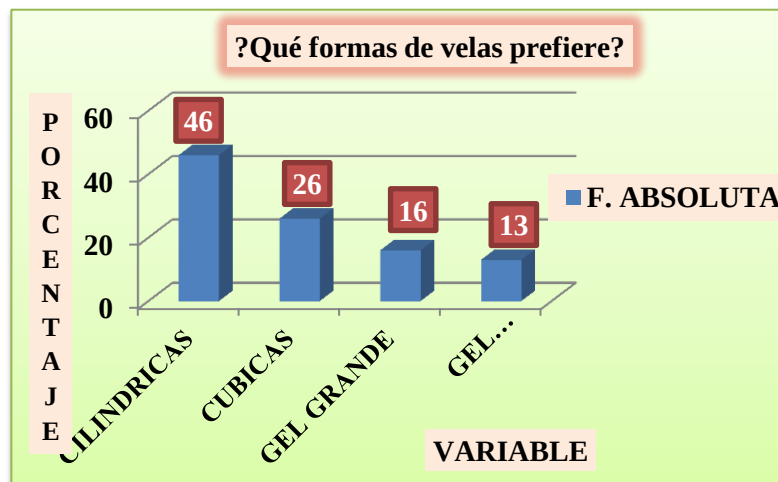
Tabla 10

¿QUE FORMA DE VELAS PREFIERE?		
VARIABLE	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
Cilíndricas	141	46 %
Cubicas	79	26 %
Gel grande	49	16 %
Gel pequeño	40	13 %
TOTAL	309	100 %

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Figura 20. Pregunta 7



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis

En cuanto a la forma de las velas preferida de la gente, se establece que las cilíndricas 46%, en primer lugar y de las cubicas 26 % en segundo orden. Las demás formas se ubican en un 29 % por debajo de estos últimos, por lo que la producción estará enfocada a fabricar en mayor cantidad las velas cilíndricas que son las de mayor aceptabilidad de acuerdo a la forma.

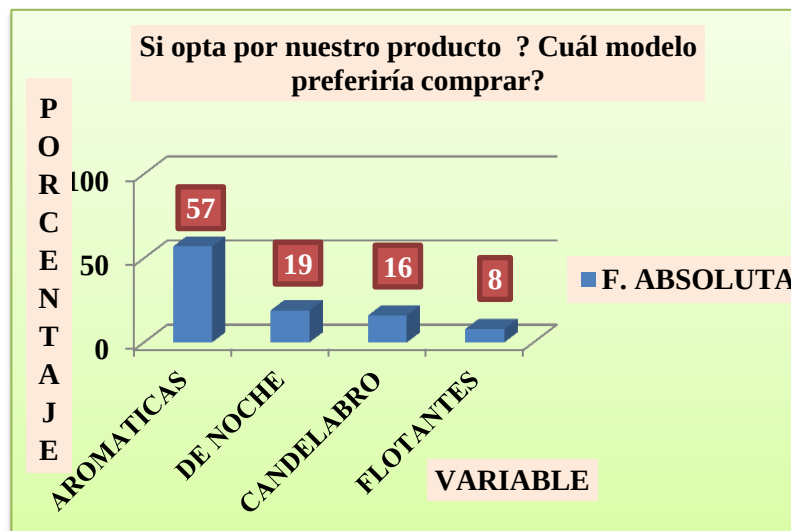
Tabla 11

SI OPTA POR NUESTRO PRODUCTO. ¿CUAL MODELO PREFERIRIA COMPRAR?		
VARIABLE	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
Aromáticas	175	57 %
De noche	59	19 %
Candelabro	49	16 %
Flotantes	26	8 %
TOTAL	309	100 %

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Figura 21. Pregunta 8



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis

El 57 %, de los encuestados, manifiesta que respecto al modelo que prefiere son las velas aromáticas, mientras que un 19% y 16% prefieren las velas de noche y de candelabro respectivamente, dejando notar que las de menor preferencia son las velas flotantes, lo que es en parte alentador, ya que en esta etapa de lanzamiento de nuestro producto, este tipo de velas encarecería mucho los costos y la inversión inicial. Con los valores obtenidos podemos determinar los modelos de velas que se deben producir en mayor volumen siendo estas las velas aromáticas.

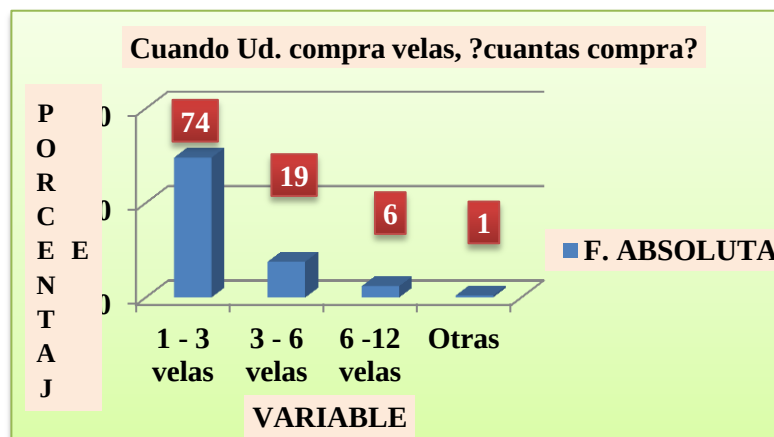
Tabla 12

CUANDO USTED COMPRA VELAS. ¿CUANTAS COMPRA?		
VARIABLE	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
1 - 3 velas	228	74 %
3 - 6 velas	59	19 %
6 -12 velas	19	6 %
Otras	3	1 %
TOTAL	309	100 %

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Figura 22. Pregunta 9



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis

El 74% de las personas compran de 1-3 velas, mientras que el 19% compra entre 3 y 6, un 7 % compran tanto de 6 o 12 unidades así como otras cantidades no especificadas. El análisis de esta pregunta es trascendente ya que, nos permite determinar volúmenes de producción en relación a los posibles consumidores, de tal manera que no exista sobre producción o déficit del producto.

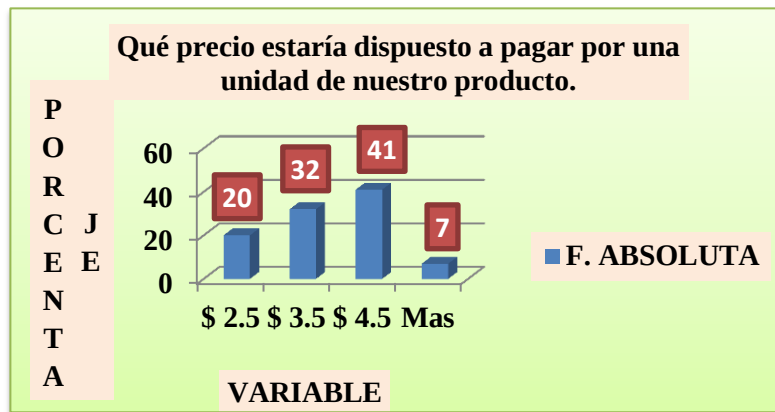
Tabla 13

¿QUE PRECIO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR NUESTRO PRODUCTO?		
VARIABLE	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
\$ 2.5	63	20 %
\$ 3.5	99	32 %
\$4.5	126	41 %
Mas	21	7 %
TOTAL	309	100 %

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Figura 23. Pregunta 10



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis.

A pesar de la situación económica del país observamos que un 41% de personas encuestadas están dispuestas a pagar hasta \$ 4.5 por unidad de producto, un 32% pagarían \$3.5, y un 20 % pagarían \$2.5, lo cual hace notar que el precio no es propiamente una limitante para el consumo de las velas, por lo que se debe poner mayor interés en otras condiciones como la calidad, presentación y forma del producto.

Interpretación general:

Del total de 309 encuestados deducimos que a la hora de comprar el producto las personas consideran tanto la calidad de este, como las diversas formas de las mismas, es decir, la estética de las velas conjugadas con sus diferentes aromas, no podemos olvidar que nuestro mercado objetivo son los habitantes hombres y mujeres de Quito en edades comprendidas entre 20 y 35 años de edad, quienes con mayor frecuencia realizan las compras. Algo que podemos resaltar es el 77% de aceptación de que creen necesario que

exista una fábrica o almacén de velas aromáticas y decorativas en el sector de La Mitad del Mundo.

1.8. OFERTA.

Es el conjunto de bienes y servicios que se presentan en un mercado a un precio estable y en un momento determinado.

La oferta también se define como las diversas cantidades que los productores estarán dispuestos y aptos a ofrecer en el mercado en función de los diferentes niveles de precios posibles en un tiempo determinado.

1.8.1. OFERTA HISTÓRICA.

Para determinar la oferta histórica utilizamos como referencia la oferta actual del producto restado la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Quito equivalente al 1,0163% obteniendo los siguientes valores.

Tabla 14

OFERTA HISTORICA		
AÑO	MENSUAL	ANUAL
2013	11124,00	133488,00
2012	10942,68	131312,16
2011	10761,36	129136,32
2010	10580,04	126960,48
2009	10398,72	124784,64

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis

En el 2009 la producción aumentó debido a los apagones. En 2011, Velas Tungurahua vendió 50 mil paquetes mensuales por el precio de \$1,54.

Los velones (13 cm) van desde los \$3,50 hasta los \$ 4.00 "El costo depende de los acabados que tenga el producto y cómo lo quiera el cliente". Sin embargo la más vendida es la denominada seis en uno y está disponible en el mercado a \$1,30 el paquete.

1.8.2. Oferta actual.

En la ejecución del proyecto, y basándonos en datos de oferta actual del producto velas aromáticas y decorativas, podemos manifestar que el mismo, presenta y garantiza un negocio competitivo, con proyección a futuro y buena aceptación de la mercadería, ya que hasta este momento ningún productor domina o satisface el mercado, y es fundamental considerar que la participación de diversos factores y el cumplimiento de parámetros como: la calidad, el precio y el servicio que ofrecen al consumidor, será la base que determinará la apertura de nuevas vías de comercialización y la mayor aceptación del producto en el mercado.

1.8.3. Oferta proyectada.

A través de un análisis minucioso es posible establecer principalmente la cantidad de producto que el mercado necesita para satisfacer su demanda, resultados que nos permitirán cuantificar los volúmenes de velas a producir, y por ende el volumen de venta, además de determinar la procedencia de nuevos productos, analizando y comprendiendo los diversos sistemas de comercialización a fin de determinar con exactitud diferentes alternativas para mejorar los procesos de venta.

Sin descuidar a quienes constituirán la competencia, en el momento que empiece el funcionamiento de la micro-empresa, la producción de velas aromáticas y decorativas y por supuesto su comercialización.

1.9. PRODUCTOS SUSTITUTIVOS.

Un producto que crece abismalmente y que en un futuro cercano podría sustituir con facilidad el consumo de las velas es la luz eléctrica, ya que en el país se están generando energía eléctrica para diversos fines, ya hemos visto las nuevas políticas de estado como se está sustituyendo las cocinas a gas por las de inducción que funcionan a base de energía eléctrica, fenómeno que afectaría directamente al mercado de velas, sin embargo cabe recalcar que el consumo de velas tiene finalidad decorativa mas no como fuente de iluminación.

Sin embargo el reemplazo de productos actuales por otros innovadores y novedosos, controla de cierta forma la demanda; ya que, los consumidores siempre buscan sustituir un producto por otro en respuesta a cambios que se pueden presentar en diversos aspectos como: precio, calidad, tipo de servicios entre otros, Sin embargo las empresas generalmente elevan unilateralmente el precio de sus productos si existen otros bienes sustitutivos, obligando a los consumidores a que frente al encarecimiento dirijan su demanda hacia los bienes alternativos, de manera que la estrategia que garantice el sostenimiento de la empresa no es más que, la innovación del producto, de tal forma que en el largo o mediano plazo no nos veamos en la obligación de fijar nuevos precios de la mercadería, ya que esto podría constituirse en una gran amenaza al funcionamiento y permanencia de la micro-empresa.

1.9.1. Oferta histórica.

No existe reportes efectivos sobre oferta histórica de velas decorativas y aromáticas, y menos aun cuando se trata de productos con esencias de especies vegetales como el eucalipto, sin embargo en décadas pasadas, las velas pudieron ser sustituidas más que por la presentación y forma, por la calidad del material empleado en su elaboración, y sobre todo por los precios en los mercados, que generalmente fijan la aceptabilidad de los consumidores.

1.9.2. Oferta actual.

En la actualidad las velas decorativas y aromáticas se están sustituyendo por productos de similar procedencia pero con diferentes características especialmente en lo que tiene que ver con sus acabados y presentación; así, por ejemplo las velas que antes se fabricaban se están reemplazando por otras de diferentes tamaños, formas, colores, finalidad, uso, y sobre todo aromas, ya que las esencias naturales de ciertas especies aun no eran considerados en los procesos de fabricación pero en la actualidad de a poco se están introduciendo estas alternativas en los procesos de fabricación de velas; y, qué decir del proyecto propuesto en donde se pretende implementar velas con aromas no comunes, como del eucalipto, considerado ahora por sus múltiples beneficios que nos proporciona.

1.9.3. Oferta Proyectada

A futuro se espera ofertar productos sustituibles a los actuales, que de preferencia no deberían reemplazar los existentes sino más bien ser complementados con mejores

estándares de calidad de estos productos, y por supuesto garantizando incrementos en el volumen de producción y ventas, que reporten mejores ingresos, pudiendo acompañar

A las velas aromáticas y decorativas con otros insumos de fácil consecución o elaboración; que a la vez, permitan obtener el mismo o incluso mejores beneficios.

1.10. DEMANDA.

La demanda se describe como la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

A la demanda se la puede relacionar como una lista de precios y cantidades en la mente de comprador, cuyo objetivo fundamental del estudio es determinar y medir las principales fuerzas con el objetivo de proyectar la demanda.

En el Ecuador en el año 2009 fue denominado "el año de los apagones" por lo que la demanda de velas en el país aumentó. Sin embargo, en los años posteriores su producción no disminuyó pese a que los cortes de energía no sucedieron constantemente.

Hace una década y algo más, se pensó que las fábricas de velas, para el año 2000 desaparecerían por causa de la tecnología", pero esto no ocurrió y la fábrica aún se mantiene incluso con mejores expectativas.

1.10.1. Demanda histórica.

Se considera un porcentaje mínimo; "del 5% al 10% dentro del Distrito Metropolitano de Quito", que cuentan con plantas eléctricas para alumbrarse en caso de posibles cortes de luz. Además, aún hay mucha gente que inclinadas por diferentes sectas religiosas, mantienen la costumbre y devoción de poner velas a imágenes

consideradas milagrosas, tradición que desde siglos atrás fue respetada y actualmente se la sigue conservando.

1.10.2. Demanda actual.

La demanda actual en la comercialización de velas aromáticas y decorativas en la ciudad de Quito ha crecido significativamente, por lo que haremos cálculos en función del monto de los ingresos que tienen las mujeres al realizar sus compras en los sitios de su preferencia. En base a la investigación de mercado lograremos determinar los posibles demandantes, complementada con la información secundaria obtenida como resultado de la aplicación de la encuesta.

Cálculo de la demanda actual

Tabla 15 Demanda actual

Habitantes Quito (20 - 35 años)	Mujeres	Hombre	Mensual	Anual
311356	155	154	11124	133488

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

1.10.3. Demanda proyectada.

Aquí vamos a proyectar el consumo hacia el futuro de la microempresa, en los próximos cinco años, con una tasa de crecimiento anual de la población en la ciudad de Quito del 1,63% que se considera para estimar la demanda.

Tabla 16 Demanda proyectada

DEMANDA PROYECTADA			
AÑO	DEMANDA	TASA DE CRECIMIENTO (%)	DEMANDA PROYECTADA
2015	133488	1.0163	135664
2016	135664	1.0163	137875
2017	137875	1.0163	140122
2018	140122	1.0163	142405
2019	142405	1.0163	144827

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

BALANCE OFERTA – DEMANDA.

La oferta y la demanda, expresan las cantidades que los individuos dentro del sistema económico están dispuestos a adquirir y a demandar y otros interesados en producir o vender, cada grupo en forma independiente, lo cual no es igual que lo que pueden hacer, pues esto realmente se determina por la interacción entre unos y otros. El modelo de oferta y demanda se completa cuando se establece un acuerdo entre compradores y vendedores.

Por lo tanto, la operación sólo es efectiva cuando demandantes y oferentes logran un acuerdo y realizan una transacción económica encontrando el precio que más

satisface las expectativas de ambas fuerzas y se da en los diferentes mercados de bienes y servicios, mercado laboral o mercado del dinero.

Entonces, las fuerzas y los mecanismos del mercado conducen a través de las leyes de la oferta y la demanda a un precio de equilibrio capaz de armonizar el conflicto entre productores y demandantes o consumidores.

1.10.4. Balance actual.

Para determinar la demanda insatisfecha se resta la demanda actual a la oferta actual

1.10.5. Balance proyectado

La proyección será calculada en relación a la tasa de crecimiento de la población.

CAPITULO. 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. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración.

Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados. (PORTALES, 2011)

1.11. TAMAÑO DEL PROYECTO.

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización y evaluación del proyecto porque permitirá, en primera instancia, llevar a cabo una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias para la

Realización y puesta en marcha del proyecto, que conlleven a un grado óptimo de aprovechamiento conforme a lo requerido por un tamaño y capacidad determinados.

El tamaño y capacidad de este proyecto en particular, se debe a dos aspectos principalmente: la porción de demanda insatisfecha que se pretende sea cubierta por el proyecto y a la dimensión del área total con que cuenta el terreno disponible para la instalación del negocio.

Así, el tamaño del local en donde se va instalar el proyecto micro-empresarial es de 600 m² tanto en administración, producción, atención al cliente, entre otras.

Tabla 17 CONSULO DEL PRODUCTO

DESCRIPCION	
Población de la Mitad del Mundo	311.356,00
Consumó Producto %	76%
TOTAL CONSUMO	236.630,56

DESCRIPCION	
Mercado Potencial	236.630,56
Capacidad Producida	1%
TOTAL CLIENTES	1.183,15

VENTAS ANUALES PROYECTADAS

DESCRIPCION	Valor
Clientes Consumidores	1.183,15
Consumo por persona en unidades al MES	3,00
TOTAL CONSUMO MENSUAL	3.549,46
Frecuencia de compras semanales	65,00%
TOTAL UNIDADES VENDIDAS	2.307,15
Precio	3,00
Ventas Mensuales	6.921,44
meses	12
	83.057,33

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

1.11.1. Capacidad instalada.

Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanentemente de la empresa. Aquí ya se ha hecho un proceso de armonización de todos los equipos y se llega a una conclusión final sobre la cantidad máxima que se puede producir por un turno de trabajo, estimado generalmente en ocho horas.

1.11.1.1. Capacidad óptima.

La capacidad optima de elaboración de un producto y/o servicio es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en organización y así tener oportunidad de optimizar y cuantificar los mismos

Para ello no se considera ninguna pérdida de tiempo o interrupción aunque sea normal e inevitable.

1.12. LOCALIZACION.

Se define como el espacio físico en donde va asentar la infraestructura para una unidad de producción, en nuestro caso como ya se dispone de la infraestructura entonces consideramos al sitio en donde se instalará el local de fabricación.

1.12.1. Macro Localización.

La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada. Así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región.

Tabla 18 Macro localización

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Sandra Baraja

A map of San Antonio, Peru, showing the location of the 'Mitad del Mundo' monument and the 'Colegio Mitad del Mundo'. The map includes labels for 'Calle 23 de Mayo', 'Padre Rumi', 'Pululahua', 'Huaspungo', 'Intiñan', 'Mitad del Mundo', 'Pucara', 'San Antonio', '21 de Marzo', 'Colegio Mitad del Mundo', 'Maresa', 'Manuel Cordova Salazar', and 'Club de la Liga'. A red pin marks the location of San Antonio.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VELAS DECORATIVAS A BASE DE SEMILLA DE EUCALIPTO DE DIFERENTES AROMAS UBICADA EN EL SECTOR DE LA MITAD DEL MUNDO DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

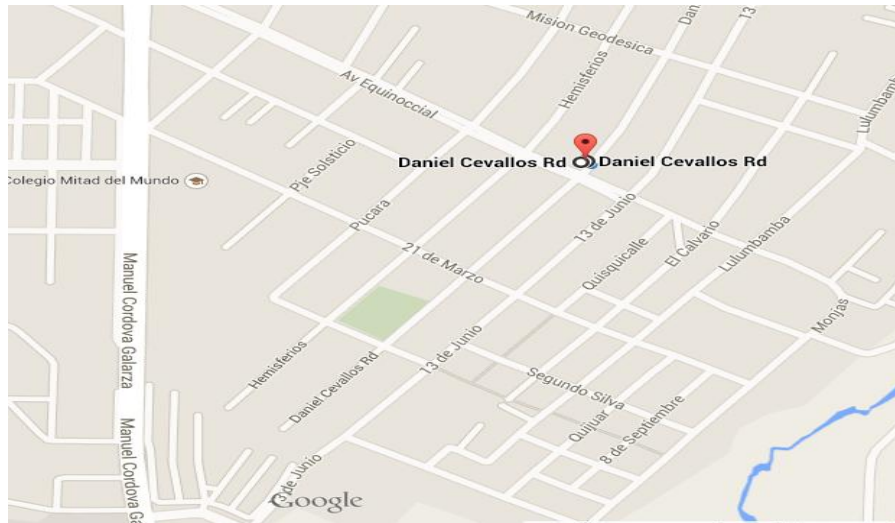
1.12.2. Micro – localización.

Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va a elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido

En la micro localización deben tomarse en cuenta varios aspectos importantes como la localización urbana, suburbana o rural para el transporte del personal, disponibilidad de servicios, condicionar las vías urbanas y de las carreteras, la recolección de basuras y residuos, restricciones, locales, impuestos, tamaño del sitio, forma del sitio, características topográficas de este, así como condiciones del suelo del lugar, entre otras cuestiones.

En este caso la ubicación será en el Sector de la San Antonio de la Mitad del Mundo entre las calles Av. Equinoccial y Daniel Cevallos a una cuadra del supermercado TÍA, sitio que ha sido escogido por ser un lugar céntrico comercial de afluencia de propios y extraños lo que constituye una oportunidad para poder ofertar nuestro producto.

Figura 25. Micro localización



Fuente: google imágenes

Elaborado por: Sandra Baraja

1.12.3. Localización óptima.

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en gran medida a que se logre una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital. Ya que nuestro mercado está ubicado en Ecuador, específicamente en la ciudad de Quito, sector de La Mitad del Mundo en San Antonio.

Figura 26. Localización óptima



Fuente: personal

Elaborado por: Sandra Baraja

1.13. INGENIERIA DEL PRODUCTO.

Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. En el desarrollo de un proyecto de inversión a la ingeniería le corresponde definir todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del establecimiento productivo, el lugar de implantación del proyecto, las actividades necesarias para el suministro de los insumos y de los productos, los requerimientos de recursos humanos, las cantidades requeridas de insumos y productos, diseñar el plan funcional y material de la planta productora, determinar las obras complementarias de servicios público, definir los dispositivos de protección ambiental, determinar gastos de inversión y costos durante la operación, Planear el desarrollo del proyecto durante la instalación y operación.

Es importante definir algunos conceptos básicos para poder realizar la ingeniería de proyecto. (CARDENAS, 2012)

1.13.1. PROCESO PRODUCTIVO.

El proceso productivo consiste en la transformación de factores productivos en bienes o servicios. Hay ahora que añadir que dicha transformación se hace mediante el uso de una tecnología, pero en nuestro caso el proceso se realiza de manera artesanal en donde podemos describir el siguiente proceso: (MARTINEZ, 2009)

1.13.1.1.Recepción y almacenamiento de la materia prima

Se recibe la parafina y el hilo trenzado para las mechas o pabilos, colorantes y esencias aromática de especies naturales a utilizar, en este caso “eucalipto”, o a su vez semillas de la especie que se las puede guardar en frascos herméticos para evitar que se pierdan las características cualitativas de las mismas, el proceso y utilización de cada uno de estos materiales se detalla en los pasos siguientes.

1.13.1.2.Transporte de la materia prima al área de producción.

En esta etapa se efectúa el transporte del hilo trenzado a la máquina Wudschmann y de la parafina a la paila.

1.13.1.3.Calentamiento de la parafina.

Teniendo las cantidades adecuadas de materia prima para la producción planeada del día, se deposita la parafina en una paila con la capacidad adecuada para contener 100 kg. De masa, cantidad suficiente para realizar el llenado de los moldes de la máquina

tres veces, o sea de 400 unidades cada vez: velas de 22, centímetros de largo, que son las más comerciales. Esto con el fin de que en un momento dado la paila se quede sin parafina derretida y retrase la continuidad del proceso.

En la paila, se calienta la parafina en baño María a 70° C, para que no exista la posibilidad de que se prenda, mientras alcanza el estado líquido. Es aquí cuando se introduce las esencias aromáticas de las especies deseadas así como de los colorantes.

1.13.1.4. Colocación del carrete en la maquina tipo Wudschmann

En la máquina de Wudschmann, se colocan los carretes de hilo y se inserta la punta en cada una de las guías para ello diseñadas, donde se vierte la parafina.

1.13.1.5. Vaciado de la parafina en los moldes

La paila tiene una salida en la parte inferior a la que se conecta una manguera de hule por la que se conduce la parafina derretida hacia los moldes de las velas. La paila deberá estar colocada en una parte elevada para que por medio de la presión natural de la parafina se llenen los moldes. Al final de la manguera se tiene una llave que controla el paso de la parafina hacia los moldes.

Una vez llenados los recipientes, se cierra la llave, procurando que no quede nada de cera en la manguera y que al secarse no obstruya el libre paso de la cera en otra operación. Cabe recordar que los moldes ya tienen la guía de la mecha y ya está insertado el hilo.

En la etapa del vaciado de la parafina a los moldes, se pueden agregar otros elementos que mejoran y distinguen el producto. Estos se refieren a esencias u aromas (por ejemplo palo de rosas, limón, acacia, canela, manzana, albacá, menta, cedro, **eucalipto**, geranio, lavanda, lima, manzanilla, mirra, patchouli, pino, mimosa, violeta, sándalo; por señalar algunos). Así mismo le pueden adicionar flores y frutas secas, semillas.

1.13.1.6. Enfriado

Para realizar el enfriado de las velas más rápidamente, la máquina de moldeo cuenta con un sistema de enfriamiento con base en agua fría que circula por entre los moldes, la que después de haber recorrido todo el sistema regresa al depósito de agua, regularmente una cisterna de donde nuevamente es enviada hacia el sistema de refrigeración.

Ya que los moldes han sido llenados de parafina, se abre la llave que controla el paso del agua fría y se deja circular durante 40 minutos aproximadamente.

1.13.1.7. Corte de las mechas

Después de la actividad anterior, las velas estarán lo suficientemente frías y sólidas para proceder a elevar la parte superior de la máquina, utilizando una manivela, lo que sube el nivel de los moldes de tal manera que por la parte de abajo aparecen las mechas de las velas; éstas se cortan y las velas quedan listas para ser retiradas de los moldes.

1.13.1.8. Retiro del remanente de la parafina

El remanente de la parafina que queda en la parte superior de la superficie de la máquina se retira mediante la utilización de una espátula.

1.13.1.9. Retiro de las velas de los moldes

Se sube un poco el nivel de la parte superior de la máquina con todo y velas y se retiran una por una para sacarlas de los moldes.

1.13.1.10. Inspección

Se realiza una inspección visual de la consistencia de las velas para determinar si cumplen con las especificaciones requeridas; en caso negativo, la parafina se recicla.

1.13.1.11. Transporte de las velas al área de empaque

Las velas terminadas son transportadas al área de empaque por medio de una banda transportadora.

1.13.1.12. Empaque

Las velas son empacadas en bolsas de plástico que a su vez se introducen en cajas de cartón.

1.13.1.13. Transporte al almacén

El transporte al almacén de las cajas de cartón con las velas terminadas se realiza por medios manuales o con la utilización de montacargas.

1.13.1.14. Almacenaje del producto terminado

Se almacenan las cajas con las velas terminadas y empacadas, quedando listas para su distribución y venta. Hay que tener en cuenta que, dentro del almacén, la temperatura no debe ser elevada para evitar deformación de las velas.

1.13.2. DEFINICIÓN DEL BIENES Y SERVICIOS.

Es muy importante la descripción y características del producto o servicio a fabricar, las cuales se pueden obtener a través de planos, investigaciones de mercado con los futuros clientes, consultas en los alrededores, vecindario, etc. La importancia de esto radica en que se debe dar el servicio o producir el bien de acuerdo a los gustos y/o preferencias que arrojó el estudio de mercado con respecto a los beneficiarios del proyecto.

El producto que se pretende elaborar y comercializar en los mercados es innovador, y deberá atraer a los clientes, además de satisfacer sus necesidades para lo cual se promocionará el producto a precios accesibles en comparación a los productos ya existentes en el mercado.

La fabricación de velas y su comercialización, es un producto original, de fácil transportación, estarán disponibles en diferentes presentaciones tanto en forma, tamaño, modelos, tipos de uso y aromas.

Las velas serán elaboradas de manera artesanal pero sin descuidar los parámetros de seguridad del personal ejecutor, además para el proceso se contará con el Registro Sanitario respectivo, lo cual, garantiza que el uso no sea perjudicial para la salud, por otro lado se propone capacitación permanente a los empleados, de tal forma, que éstos se comprometan a mantener y mejorar el prestigio de la empresa mediante la calidad del producto elaborado, exigiendo también sus derechos que como empleados les corresponde.

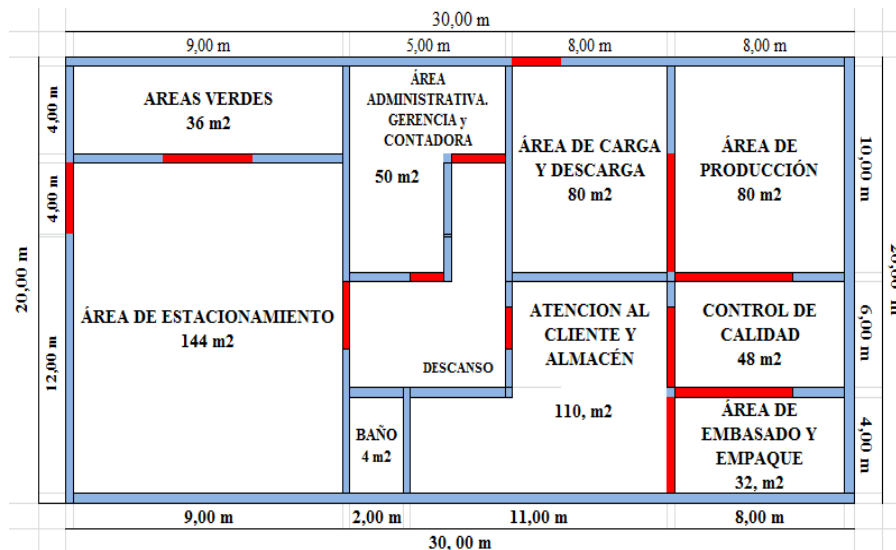
Con este producto se pretende alcanzar las siguientes ventajas para los consumidores.

1.13.3. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.

El proceso de ubicación del lugar adecuado para instalar la microempresa requiere el análisis de diversos factores, y desde los puntos de vista económico, social, tecnológico y del mercado entre otros.

La localización de la microempresa, la distribución del equipo o maquinaria, el diseño de la planta y la selección del equipo son algunos de los factores a tomar en cuenta como riesgos antes de operar, que si no se llevan a cabo de manera adecuada podrían provocar serios problemas en el futuro y por ende la pérdida de mucho dinero. (LOPEZ, MONOGRAFIA, 2010)

Figura 27. Plano de distribución de área y espacios



Fuente: personal
Elaborado por: Sandra Baraja

1.13.3.1. Dimensiones de la planta

La microempresa tendrá un espacio de 600 m² distribuido de la siguiente manera.

Tabla 19 Áreas y dimensiones de la planta

AREAS	DIMENSIONES
Área Administrativa	50 m ²
Área de producción	80 m ²
Control de calidad	48 m ²
Área de carga y descarga	80 m ²
Área de atención al cliente	110 m ²
Área de estacionamiento	144 m ²
Área de embazado y empaque	32 m ²
Áreas verdes	36 m ²
Baños	4 m ²
Pasillos	16 m ²
Área TOTAL	600 m²

Fuente: personal

Elaborado por: Sandra Baraja

1.13.3.2. Áreas o Ambientes.

Tabla 20 Áreas

AREAS
Área Administrativa.
Área de producción.
Control de calidad.
Almacén o bodega y atención al cliente
Área de carga y descarga.
Área de atención al cliente.
Área de estacionamiento.
Área de Envasado y Empaque.
Áreas verdes.
Baños.

Fuente: personal .

Elaborado por: Sandra Baraja

1.13.3.3. Descripción de las Áreas del Proyecto.

Para la implantación de la microempresa se requiere de las siguientes áreas:

Área administrativa.- En esta área se ubicará la oficina del gerente propietario, el área de caja y el área de recepción donde se harán los pedidos, el área será un lugar ventilado cercano al área de producción para realizar controles de producción.

Área Producción.- Esta área será el lugar donde se procesara la materia prima para transformarla en el producto final, este será el lugar donde se realice todas las mezclas necesarias para obtener la variedad de productos que se venderán en el local comercial.

Este de preferencia será un lugar ventilado cercano a la bodega, amplio libre de humedad y de objetos inflamables, será contiguo al área de envasado y empaque.

Control de calidad.- Es el espacio en donde se realizaran los mecanismos, acciones y aplicación de herramientas necesarias para determinar si el producto terminado cumple con los estándares de calidad establecidas en el proceso de creación de la micro-empresa.

Área de Envasado y Empaque.- Esta área estará a un costado del área de producción y ahí se procederá con el envasado y etiquetado del producto.

Almacén o Bodega.- En este espacio se podrá guardar la materia prima, materiales que son esenciales en la preparación del producto, como son parafinas, esencias naturales, envases, moldes, mechas etc., también contaremos con un stock determinado de velas de acuerdo a las exigencia del mercado y sobre todo para las fechas de mayor demanda del producto, este espacio será un lugar ventilado con estanterías para colocar el material disponible, libre de humedad no expuesto al calor ya que la parafina podría derretirse y causar deformación en la calidad y presentación del producto, incluso poner en riesgo otros materiales, equipos y herramientas que estén en el lugar.

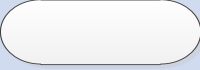
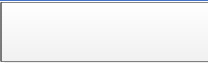
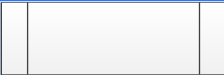
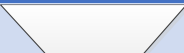
Área de atención al cliente.- Esta área está incluida en el área de almacén, en el mismo que se dispondrá de sillas de descanso para que los clientes puedan descansar mientras se realiza el despacho del producto.

Además en este lugar se dispondrá de vitrinas en donde se exhiban la variabilidad del producto que se oferta, y por supuesto la atención debe ser amable y eficiente.

Área de baños.- Los baños estarán junto al área de carga y descarga de tal forma que esté a disposición de empleados y administrativos de la empresa así como de los clientes que necesitaran de este servicio.

Estacionamientos: Es el espacio en donde tanto los clientes como empleados de la micro-empresa podrán estacionar su vehículo mientras realizan sus compras y sus labores respectivamente.

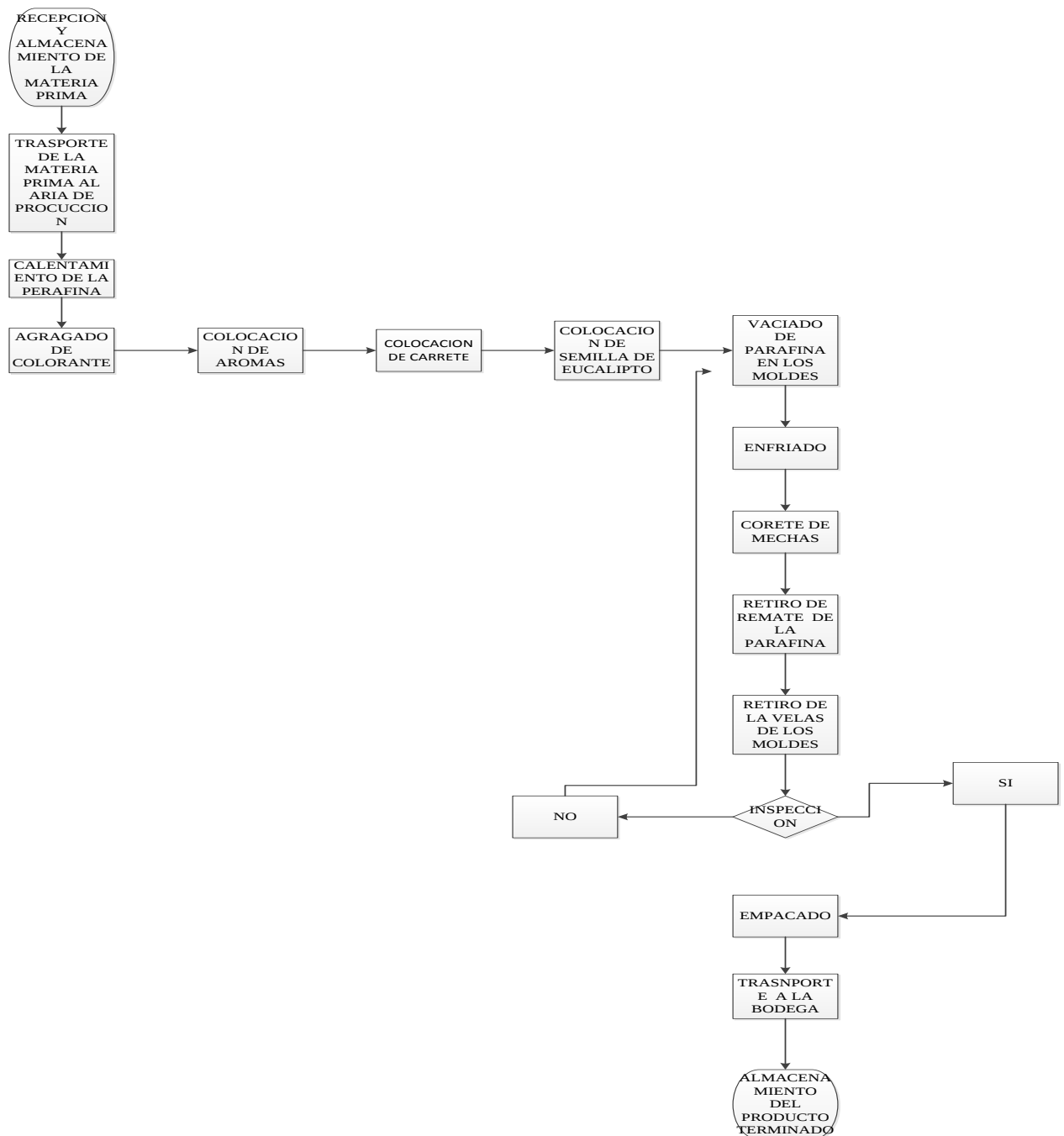
1.13.4. PROCESO PRODUCTIVO

FIGURA	SIMBOLOGÍA
	Inicio/ Fin
	Procesos
	Subprocesos
	Decisión
	Recepción
	Conector

Fuente: personal

Elaborado por: Sandra Baraja

Figura 28. Flujo grama de producción



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja

1.13.5. Maquinaria.

Una **máquina** es un conjunto de elementos móviles y fijos cuyo funcionamiento posibilita aprovechar, dirigir, regular o transformar energía o realizar un trabajo con un fin determinado. Se denomina **maquinaria** (del latín *machinari*) al conjunto de máquinas que se aplican para un mismo fin y al mecanismo que da movimiento a un dispositivo. En el caso de nuestra empresa no contaremos con ningún tipo de maquinaria ya que toda la elaboración del producto se lo realizará de manera artesanal, aunque no se descarta el uso de maquinaria pero a futuro de acuerdo al nivel de demanda de producción del producto.

Del latín *machīna*, un **máquina** es un aparato creado para aprovechar, regular o dirigir la acción de una fuerza . Estos dispositivos pueden recibir cierta forma de **energía** y transformarla en otra para generar un determinado efecto. (RIVAS, 2008)

Tabla 21 Maquinaria

MAQUINA	IMAGEN	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. FINAL
Wudschmann		1	\$ 1500,00	\$ 1500,00
			Total	1500.00

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.13.6. equipos de cómputo.

Son máquinas electrónicas que reciben y procesan datos para convertirlos en información conveniente y útil.

Tabla 22 Equipos de cómputo

EQUIPO	IMAGEN	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. FINAL
COMPUTADOR ESCRITORIO. MARCA DELL.		3	\$ 500,00	\$ 1500,00
IMPRESORA EPSON MULTIFUNCION		1	\$ 120,00	\$ 120,00
			Total	1620

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.13.7. muebles de oficina.

Es el conjunto de muebles de una oficina o lugar de trabajo que sirven para facilitar los usos y actividades habituales en oficinas y otro tipo de locales.

Tabla 23 muebles de oficina

MUEBLES	IMAGEN	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. FINAL
ESCRITORIO		5	\$ 100	\$500.00
SILLA GIRATORIO		3	\$ 35,00	\$ 105.00
SILLA		8	\$ 6.50	\$ 52.00
MESAS		4	\$ 60.00	\$ 240.00
VITRINAS		2	\$ 250.00	\$500.00
ARCHIVADO RES		3	\$ 40.00	\$ 120.00
PAPELERA		4	\$ 12.00	\$ 48.00
			TOTAL	1.565.00

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja.

Tabla 24 Personal administrativo y de producción

NUMERO	CARGO	HORAS LABORABLES
1	GERENTE	8 HORAS
1	CONTADOR	8 HORAS
1	CONTROL DE CALIDAD	8 HORAS
1	ATENCION AL CLIENTE	8 HORAS
1	ALMACENERO/BODEGUERO	8 HORAS
1	OBRERO 1	8 HORAS
1	OBRERO 2	8 HORAS

Fuente: personal

Elaborado por: Sandra Baraja

1.13.7.1. Tiempo de elaboración del producto.

De acuerdo a los datos proporcionados en la aplicación de la encuesta, tabulados en el cuadro 5 y representados en la figura 7, Capítulo III del Estudio de Mercado, describen los modelos de velas que prefiere el consumidor, y tratándose de un mismo proceso de fabricación del producto consideramos que una máquina para velas por lo regular consta de 400 moldes y el proceso de fabricación dura aproximadamente 2 horas, tomando en cuenta todos los procesos.

1.13.7.2. Trabajadores.

El horario de atención al cliente de acuerdo a la demanda establecida es
De lunes a Viernes **de** 08:00 am **hasta** las 17:00 pm.
Sábados **de:** 08:00 am **hasta** las 14:00 pm

1.13.7.3.usadas para el alumbrado.

El uso más importante que pueden brindarnos las velas es el de servir como medio de reemplazo en el alumbrado a falta de energía eléctrica. Este tipo de velas son las más tradicionales y sencillas que existen.

1.13.7.4.uso religioso y supersticioso.

Como es conocido, las velas son usadas también para hacer peticiones a Dios, a los santos o a distintas creencias de la gente, para ello cada color tiene su respectivo significado como lo mencionaremos a continuación:

- ❖ **Amarillo.-** Representa la riqueza material y espiritual.
- ❖ **Rosado.-** Simboliza el amor filial y de esposos.
- ❖ **Blanco.-** Favorece la unión familiar, empresa familiar, la paz, la estabilidad económica y la pureza.
- ❖ **Verde.-** Alimenta la relación de pareja ya que es el símbolo de la esperanza.
- ❖ **Rojo.-** Fortalece el amor, la pasión, la virilidad y el afecto.
- ❖ **Azul.-** Mantiene la llama del amor, simboliza la sensualidad femenina, y permite conservar mejor la salud.
- ❖ **Morado.-** Representa el cambio, el poder y la fuente del liderazgo.
- ❖ **Celeste.-** Permite a los estudiantes mayor concentración para mejorar en sus obligaciones.
- ❖ **Naranja.-** Es usado generalmente para cualquier aspecto o cambio positivo.

1.13.7.5.uso decorativo.

Existen algunas clases de velas que por sus características especiales aportan a la decoración del hogar e inclusive de diferentes eventos sociales. Éstas van desde un grado de sencillez muy específico hasta obtener formas, aromas y colores muy vistosos que las hacen atractivas para el consumidor. Este tipo de velas tienen su respectiva duración, calidad y precio, y son las que tomaremos en consideración en nuestro proyecto debido a que tienen mayor valor agregado y por ende las mejores características para un proceso de exportación.

1.13.7.6.EQUIPOS DE OFICINA.

Un equipo de oficina se encuentra compuesto por todos los dispositivos necesarios para poder llevar a buen puerto las típicas tareas dentro de una oficina.

Tabla 25 Equipos de Oficina

EQUIPO	IMAGEN	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. FINAL
CALCULADORA		3	\$ 15,00	\$45.00
GRAPADORA		3	\$ 10,00	\$ 30,0
PERFORADORA		3	\$ 15.0	\$ 45.00
TELÉFONO		2	\$ 100.00	\$200,0
			Total	320.00

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.13.8. útiles de oficina

Tabla 26 Útiles de oficina

Equipo	Imagen	Cantidad	Precio unitario	Precio final
Cartulina		1 caja	0.5	7.00
Borradores		1 caja	0.30	0.30
Sacapuntas		1caja	0.25	0.25
Lápices		1 caja	0.35	3.00
Papel bond		2 Resmas	3.50	7.00
Esferos		1 caja	0.25	3.00
Carpetas Cartón		12	2.50	2.50
			Total	23.05

Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Sandra Baraja.

1.13.9. u tencillos de producción.

Son instrumentos y aparatos especiales para un fin determinado.

Tabla 27 Herramientas

IMPLEMENTOS	IMAGEN	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. FINAL
COCINA.			\$ 800	\$ 800
PABILO		100 MT	\$ 0.65	\$ 65.00
OLLA		3	\$ 10.50	\$ 31.50
ESPATULAS		1	\$ 5.00	\$ 5.00
MOLDES		100	\$ 2.00	\$ 200.00
MOLDES PEQUEÑOS		100	\$ 1.50	\$ 150.00
			Total	\$ 1251,50

Fuente: personal

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.13.10. implementos de aseo y limpieza.

Son todos los materiales e instrumentos que se emplean para realizar actividades de aseo, limpieza y mantenimiento de determinadas áreas.

Tabla 28 Implementos de aseo y limpieza

IMPLEMENTO	IMAGEN	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. FINAL
DISPENSADOR DE AGUA (BOTELLÓN)		1	\$ 40,00	\$ 40,00
ESCOBAS		12	\$ 10,00	\$ 120
TRAPEADORES		6 unidades	\$ 10,00	\$ 60,00
DESINFECTANTE		1 galón	\$ 6,00	\$ 6,00
AROMATIZANTES		12	\$ 5,00	\$ 60,00
			Total	\$ 286,00

Fuente: personal

Elaborado por: Sandra Baraja.

CAPITULO.V

ESTUDIO FINANCIERO

El análisis de los proyectos, constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión o algún otro movimiento económico, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

Así mismo, analizando los proyectos se determinan los costos de oportunidad en que se incurre al realizar inversiones de manera acelerada con beneficios instantánea, sacrificando las posibilidades de beneficios futuros, incluso privando el beneficio actual para trasladarlo al futuro.

Una de las evaluaciones que deben realizarse para apoyar la toma de decisiones en lo que respecta a la inversión de un proyecto, es la que se refiere a la evaluación financiera, que se apoya en el cálculo de los aspectos financieros del proyecto, la misma consisten en identificar, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, es decir, todos los ítems de inversiones, ingresos y costos que puedan deducirse de los estudios previos, para elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales con el fin de evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad. (JAMES, 2010)

1.14. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.

1.14.1. ingresos operacionales.

Son todos los aumentos brutos del patrimonio originado directamente en el desarrollo del objetivo del negocio o proyecto, distinto de los aumentos en los aportes de los propietarios. Un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso operacional representa una fuente bruta interna de recursos y resulta del giro ordinario del negocio.

Es importante anotar que un ingreso de recursos no necesariamente constituye un ingreso económico, pues para que lo sea se requiere que el recurso ingresado aumente en forma bruta el patrimonio del negocio. El pago de un deudor en efectivo significa un ingreso de efectivo, pero no es un ingreso ya que el efecto neto sobre el patrimonio es nulo, pues representa simplemente el cambio de un recurso por otro, se disminuye un recurso realizable y aumenta un recurso disponible en el mismo valor.

Análisis

Con los resultados obtenidos en la encuesta tenemos que, de 309 personas encuestadas, 236 están dispuestas a comprar el producto (**figura.19**), del cual el 57% es decir 137 personas compran semanalmente (**figura 17**) en promedio de 1-3 velas (**figura 22**) y referente al modelo las prefieren las aromáticas (**figura 21**). Por su parte el 19% es decir 45 personas, prefieren las velas de noche, el 16% correspondiente a 38 personas prefiere las de candelabro, dejando como las de menor preferencia las velas flotantes

con un 8% equivalente a 19 personas, para efectos de cálculos utilizaremos una media aritmética de 2 velas como promedio de venta para cada modelo, frecuencia de compra semanal así como los porcentajes de aceptabilidad del producto y posibles clientes.

1.15. PROYECCIÓN DE INGRESOS OPERACIONALES.

1.15.1. ingresos no operacionales.

Son todos los aumentos brutos del patrimonio originados en forma indirecta al desarrollo del objeto social del ente, distintos de los aumentos en los aportes de los propietarios. Un ingreso no operacional no tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso no operacional también representa una fuente bruta interna de recursos y resulta de operaciones distintas del giro ordinario del negocio.

Los ingresos no operacionales se generan por: La venta de bienes elaborados o no elaborados en la empresa, diferentes a los que constituyen el objeto social del ente y que representan un incremento bruto del patrimonio. La venta de servicios diferentes a los que constituyen el objeto social del ente.

1.16. COSTOS.

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). (JAMES, 2010)

1.16.1. Costo directo.

Los costos directos son aquellos proporcionales al tamaño de la obra, ya sea que tengan una relación directa con las cantidades de recursos utilizados en la producción, o que se deriven de la ejecución de una labor de construcción claramente asignable a una actividad constructiva.

También son la suma del costo del material, la mano de obra, y el equipo necesario para la construcción física del proyecto.

Los gastos producidos en obras preliminares, tales como la construcción de oficinas, almacenes, cercos, servicios higiénicos, obras de protección, accesos a la obra, entre otros, deben ser considerados y evaluados como costos directos, teniendo en cuenta el número de usos para sólo recargar en forma proporcional el valor a cada obra.

Tabla 29 Hoja de producción

HOJA DE COSTOS DE PRODUCCION										TOTAL
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA		COSTOS INDIRECTOS				
Descripcion	kl	Valor Unt. KL.	TOTAL	H. T.	COSTO HORA	TOTAL	CANTIDAD	UNT	TOTAL	
Parafina	85,00	1,00	85,00							
colorante	0,50	3,00	1,50							
Ecencia	3,00	4,00	12,00							
Aseite Vaselina	1,00	5,00	5,00							
				160,00	2,13	340,00				
Etiqueta							200,00	0,10	20,00	
Plastico							2,00	7,00	14,00	
TOTAL MES			103,50			340,00			34,00	477,50

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.16.2. Costos indirectos.

Los costos indirectos son aquellos que son proporcionales al tiempo de ejecución del proyecto, que no son claramente asignables a una actividad constructiva o cuya influencia en el costo total de la actividad constructiva es tediosa y difícilmente evaluable.

Son los gastos generales de una empresa, aplicados por sus oficinas centrales, que se prorratearán entre las diversas obras que realiza, y los determinados para la propia obra y que son considerados solo en ella. Son aquellos en los cuales es necesario incurrir pero que no son fácilmente identificables como una unidad de obra determinada, pero que pueden ser evaluados como actividades independientes y son los costos por administración, imprevisto y utilidades.

Tabla 30 Costos indirectos

Gastos Servicios Básicos				
Concepto		Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Luz		18,00	18,00	216,00
Agua		7,00	7,00	84,00
Teléfono		10,00	10,00	120,00
Internet		15,00	15,00	180,00
Total			35,00	420,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja

1.16.3. Gastos Administrativos.

Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo. Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal. (NUÑEZ, 2010)

Tabla 31 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo Personal Administración	1	2.075,61	2.075,61	24.907,32
Gasto Útiles de Oficina	1	27,05	27,05	324,60
Arriendos	1	300,00	300,00	3.600,00
Gasto Material de aseo	1	286,00	286,00	1.144,00
TOTAL			2.688,66	29.975,92

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja.

Tabla 32 Gastos útiles de oficina

Gasto Utilies de Oficiana				
Concepto		Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Cartulinas		7,00	7,00	84,00
Boradores		0,30	0,30	3,60
Sacapunte		0,25	0,25	3,00
Lapices		7,00	7,00	84,00
Papel Bond		7,00	7,00	84,00
Esferos		3,00	3,00	36,00
Carpetas		2,50	2,50	30,00
Total			27,05	324,60

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja.

Tabla 33 Gastos materiales de aseo

Gasto Material de aseo				
Concepto	Costo	Cantidad	Trimestral	Anual
Escoba	10,00	12	120,00	480,00
Trapeador	10,00	6	60,00	240,00
Desinfectante	6,00	1	6,00	24,00
Aromatizantes	5,00	12	60,00	240,00
Dispensador	40,00	1	40,00	160,00
Total			286,00	1.144,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja.

Tabla 34 Rol de pagos

GASTOS SUELDOS									
Concepto	Cantidad	suelo mensual	Desimo tercero	Decimo cuarto	Vacacion es	Fondos de reserva	Aporte Patronal 11,15%	Suelo mensual	TOTAL ANUAL
Secretaria	1	340,00	28,33	28,33	14,17	28,33	37,91	477,08	5.724,92
Gerente	1	700,00	28,33	28,33	29,17	58,33	79,45	923,62	11.083,40
Contador	1	500,00	28,33	28,33	20,83	41,67	55,75	674,92	8.099,00
Total	3	1.540,00	85,00	85,00	64,17	128,33	173,11	2.075,61	24.907,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.16.4. Costo de ventas.

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

Se puede definir como costo de venta a la inversión inicial que se hace al adquirir un producto ya sea para manufactura o reventa y es el que se deduce del total del costo para separar la ganancia final del costo total.

No es complicado separar este costo, pero en cantidades muy elevadas se requiere de mucho tiempo y atención para separar el costo de venta del resto de los gravámenes y costos añadidos. Es por ello, que se separa el costo de venta, del costo de producción, publicidad, renta de servicios y demás que pudieran añadirse al costo de venta. (DARWIN, 2007)

Tabla 35 Costos de venta

COSTOS DE VENTAS				
DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	VALOR
			UNITARIO	ANUAL
Material POP	Unid	50.000	\$ 0,01	\$ 500,00
Publicidad	mes	12	\$ 80,00	\$ 960,00
Cuñas Radiales	mes	12	\$ 40,00	\$ 480,00
TOTAL				\$ 1.940,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja

1.16.5. Costos financieros.

Los costos financieros son las retribuciones que se deben pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para mantener en el tiempo activo que permitan el funcionamiento operativo de la compañía. Dichos activos requieren financiamiento, y así existen terceros (acreedores) o propietarios (dueños), que aportan dinero (pasivos y patrimonio neto, respectivamente, según la óptica contable) quienes demandan una compensación por otorgarlo, dado que el dinero tiene un valor en el tiempo.

Dicha compensación se llama INTERÉS y para la empresa que recibe los fondos representa un costo. (AMOROSO, 2010)

1.16.6. COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

1.16.6.1. Costo Fijo.

Costo fijos son los que se tienen que pagar sin importar si la empresa produce mayor o menor cantidad de productos, como ejemplo están los arrendamientos, que aunque la empresa este activa o no hay que pagarlos, así produzca 100 o 500 unidades siempre deberá pagar el mismo valor por concepto de arrendamiento.

1.16.6.2. Costo Variable.

Los costos variables son los que se cancelan de acuerdo al volumen de producción, tal como la mano de obra, (si la producción es baja, se contratan pocos

empleados, si aumentan pues se contratarán más y si disminuye, se despedirán), también tenemos la materia prima, que se comprará de acuerdo a la cantidad que se esté produciendo.

En una empresa es recomendable controlar y disminuir los costos fijos, ya que estos afectan económicamente la empresa, si esta está en una etapa de recesión, tales costos fijos causarán pérdida, de tal forma que entre menos costos fijos tenga una empresa, mejor será la razón gastos-ingresos que se tenga. El manejo de costos variables hace que la empresa sea mucha más adaptable a las circunstancias cambiantes del mercado, de la oferta. (SOLORZANO, COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES, 2011)

Tabla 36 Costos variables

COSTO VARIABLES	
DESCRIPCIÓN	UNIDAD
COSTOS FIJOS	
COSTOS INDIRECTOS	\$ 460,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 1.940,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 360,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 2.760,00
COSTOS VARIABLES	
MATERIA PRIMA	\$ 8.936,41
MANO DE OBRA	\$ 37.100,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 46.036,41

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.16.7. INVERSIONES.

Es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo.

Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

Desde una consideración amplia, la inversión es toda materialización de medios financieros en bienes que van a ser utilizados en un proceso productivo de una empresa, micro-empresa o negocio, y comprendería la adquisición tanto de bienes de equipo, como de materias primas, servicios etc. Desde un punto de vista más estricto, la inversión comprendería sólo los desembolsos de recursos financieros destinados a la adquisición de instrumentos de producción, que la empresa va a utilizar durante varios periodos económicos.

1.16.8. Inversión Fija.

Este rubro facilitará costear el proyecto en su fase operativa. La estimación de la inversión se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto.

Forma parte de la infraestructura operativa del negocio, es decir la base para iniciar la producción para el mercado seleccionado. Cabe mencionar que se considera como inversión a todas las compras o adquisiciones que van a formar parte de la propiedad de la empresa a constituirse con el proyecto que se está estructurado.

1.16.8.1. Activos Fijos.

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

Para que un bien sea considerado activo fijo debe cumplir las siguientes características:

- ❖ Ser físicamente tangible.
- ❖ Tener una vida útil relativamente larga (por lo menos mayor a un año o a un ciclo normal de operaciones, el que sea mayor).
- ❖ Sus beneficios deben extenderse, por lo menos, más de un año o un ciclo normal de operaciones, el que sea mayor. En este sentido, el activo fijo se distingue de otros activos (útiles de escritorio, por ejemplo) que son consumidos dentro del año o ciclo operativo de la empresa.
- ❖ Ser utilizado en la producción o comercialización de bienes y servicios, para ser alquilado a terceros, o para fines administrativos. En otras palabras, el bien existe con la intención de ser usado en las operaciones de la empresa de manera continua y no para ser destinado a la venta en el curso normal del negocio. (VEGA, 2007)

Tabla 37 Activos fijos Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	5	100,00	500,00
Silla giratorio	3	35,00	105,00
Sillas	8	6,50	52,00
Mesas	4	60,00	240,00
Vitrinas	2	250,00	500,00
Papelera	4	12,00	48,00
Archivadores	3	40,00	120,00
TOTAL	29		1.565,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Sandra Baraja.

Tabla 38 Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACION			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora de Escritorio	5	500,00	2.500,00
Impresora	3	120,00	360,00
TOTAL	8	620,00	2.860,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Sandra Baraja.

Tabla 39 Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Calculadora	3	15,00	45,00
Telefono	2	100,00	200,00
Grapadora	3	10,00	30,00
Perforadora	3	15,00	45,00
TOTAL	11	140,00	320,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Sandra Baraja.

Tabla 40 Vehículo

VEHICULO			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Vehiculo	1	18.000,00	18.000,00
TOTAL	1	18.000,00	18.000,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Sandra Baraja.

Tabla 41 Maquinaria y herramientas

MAQUINARIA y HERRAMIENTAS			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Wadschmann	1	1.500,00	1.500,00
Pabílo	100	0,65	65,00
Olla	3	10,50	31,50
Espatula	1	5,00	5,00
Moldes Grandes	100	2,00	200,00
Moldes Pequeños	100	1,50	150,00
TOTAL			1.951,50

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja

1.16.8.2. Activos nominales diferidos:

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa o negocio en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos.

1.16.9. Capital de trabajo.

Es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio, El capital de trabajo también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra, que es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula restando, al total de activos de corto plazo, el total de pasivos de corto plazo.

Tabla 42 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima	\$ 103.5	\$ 1242.00
Mano de Obra	\$ 340.00	\$ 4080.00
Arriendo	\$ 300.00	\$ 3600.00
Servicios Básicos	\$ 35.00	\$ 420.00
Suministros de Oficina	\$ 27.05	\$ 324.60
Total Capital de Trabajo	\$ 805.55	\$9666.60

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja

1.16.10. Fuentes de financiamiento y uso de fondos.

El financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Una buena administración financiera es un elemento vital para la planificación óptima de los recursos económicos en una empresa o negocio.

En el presente proyecto el presupuesto para su ejecución será autofinanciado es decir, con aporte personal al 100 % tanto para las adquisiciones de inversión fija como diferida y capital de trabajo.(TOLEDO, 2012)

Tabla 43 Fuentes de financiamiento

CUADRO DE INVERSIONES			
Concepto	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos Financiados
Inversiones en Activos Fijos			
Terreno	0,00	0,00	
Vehículo	18.000,00		18.000,00
Maquinaria y Herramienta	1.951,50	1.951,50	
Muebles y Enceres	1.565,00	1.565,00	
Equipo de Computación	2.860,00		2.860,00
Equipo de Oficina	320,00	0,00	
Total de Activos Fijos	24.696,50	3.516,50	20.860,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	120,00	80,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	190,00	
Total de Activos Diferidos	420,00	270,00	0,00
Capital de trabajo			
Materia Prima	412,50	412,50	
Mano de Obra	2.862,46		2.862,46
Gasto Administrativo	8.065,98		8.065,98
Gasto Ventas	1.122,00	1.122,00	1.122,00
Total capital de trabajo	12.462,94	1.534,50	12.050,44
TOTAL DE INVERSIÓN	37.579,44	5.321,00	32.910,44
PARTICIPACIÓN	100%	14,16%	87,58%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sandra Baraja

1.16.11. Amortización de financiamiento, tabla de amortización.

Amortizar es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes. En las amortizaciones de una deuda, cada pago o cuota que se entrega sirve para pagar los intereses y reducir el importe de la deuda.

En este caso, como el financiamiento es 100 % propio, no calcularemos la amortización por lo tanto no se presenta la tabla de la misma.

Tabla 44 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN			
Total Inversion	100%	37.579,44	
Cap. Propio	14,16%	5.321,00	
Financiamiento	87,58%	32.910,44	
Plazo	:	24	Meses
Interes	:	0,22	0,92%
Pagos	:	Mensual	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja

Tabla 45 periodo de recuperación

Periodo	Saldo	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	32.910,44	0,00	0,00	0,00	32.910,44
1	32.910,44	301,68	1.533,88	1.232,21	31.678,23
2	31.678,23	290,38	1.533,88	1.243,50	30.434,73
3	30.434,73	278,99	1.533,88	1.254,90	29.179,83
4	29.179,83	267,48	1.533,88	1.266,40	27.913,43
5	27.913,43	255,87	1.533,88	1.278,01	26.635,42
6	26.635,42	244,16	1.533,88	1.289,73	25.345,69
7	25.345,69	232,34	1.533,88	1.301,55	24.044,15
8	24.044,15	220,40	1.533,88	1.313,48	22.730,67
9	22.730,67	208,36	1.533,88	1.325,52	21.405,15
10	21.405,15	196,21	1.533,88	1.337,67	20.067,47
11	20.067,47	183,95	1.533,88	1.349,93	18.717,54
12	18.717,54	171,58	1.533,88	1.362,31	17.355,24
13	17.355,24	159,09	1.533,88	1.374,79	15.980,44
14	15.980,44	146,49	1.533,88	1.387,40	14.593,04
15	14.593,04	133,77	1.533,88	1.400,11	13.192,93
16	13.192,93	120,94	1.533,88	1.412,95	11.779,98
17	11.779,98	107,98	1.533,88	1.425,90	10.354,08
18	10.354,08	94,91	1.533,88	1.438,97	8.915,11
19	8.915,11	81,72	1.533,88	1.452,16	7.462,94
20	7.462,94	68,41	1.533,88	1.465,47	5.997,47
21	5.997,47	54,98	1.533,88	1.478,91	4.518,56
22	4.518,56	41,42	1.533,88	1.492,46	3.026,10
23	3.026,10	27,74	1.533,88	1.506,15	1.519,95
24	1.519,95	13,93	1.533,88	1.519,95	0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja

1.16.12. Depreciaciones tabla de depreciación.

La depreciación es un reconocimiento racional y sistemático del costo de los bienes, distribuido durante su vida útil estimada, con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. Las depreciaciones se las realiza a todos los

activos fijos, y vienen a ser costos virtuales por cuanto tienen un efecto de un costo sin serlo. (HILL, 2014)

Tabla 46 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES								
CUADRO DE DEPRECIACIONES								
Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	V.Residual
Vehículo	18.000,00	5	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	-
Infraestructura	0,00	20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
Maquinaria y Herramienta	1.951,50	10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7.508,00
Muebles y Enseres	1.565,00	10	156,50	156,50	156,50	156,50	156,50	873,50
Equipos de Oficina	320,00	10	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	100,00
Equipos de Computación	2.860,00	3	953,33	953,33	953,33	953,33	953,33	221,67
TOTAL	24.696,50		4.741,83	4.741,83	4.741,83	4.741,83	4.741,83	8.703,17

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.16.13. Estado de Situación Inicial.

Es un estado demostrativo de lo que posee el dueño del negocio al comenzar una operación comercial. Antes de iniciar la contabilidad de una empresa o negocio primero se procede a realizar un inventario físico extracontable de todos los bienes, valores y servicios de la empresa.

Hecho el inventario físico extracontable, el Contador procede a realizar el primer estado financiero denominado "Balance Inicial". El Balance Inicial o Estado de Situación constituye el primer estado financiero que será registrado como primer asiento en el Libro Diario.

En el siguiente cuadro se demuestra el balance inicial de la microempresa, que indica todos los activos con los que cuenta la organización, siendo este un conjunto de bienes tangibles e intangibles que posee la microempresa en un momento determinado y los pasivos que son aquellas obligaciones que ejercen con terceras personas.

Tabla 47 Estado de situación inicial

Estado de Situación Financiera (Inicial)			
ACTIVOS			
Corrientes			12.450,94
Bancos	12.450,94		
No Corrientes			25.116,50
Terreno	0,00		
Vehículo	18.000,00		
Maquinaria y Herramienta	1.951,50		
Muebles y Enceres	1.565,00		
Equipo de Computación	2.860,00		
Equipo de Oficina	320,00		
Gasto de Constitución	120,00		
Estudio de Factividad	300,00		
TOTAL ACTIVOS			37.567,44
PASIVOS			
No Corrientes			32.898,44
Prestamo Bancario por Pagar	32.898,44		
PATRIMINIO			5.321,00
Capital	5.321,00		
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO			38.219,44

GERENTE

CONTADOR

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.16.14. Estado de Resultados Proyectado a cinco años.

Son estados contables preparados por la empresa, a través de los cuales se brinda información relativa a su mejor estimación posible del valor de su patrimonio a una determinada fecha futura, sus variaciones durante un cierto período futuro y las actividades de inversión y financiación estimadas para ese período futuro.

Así, para el caso de la microempresa a establecer, proyectaremos los resultados a 5 años futuros.

Tabla 48 Estado de resultado proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO						
	PIB	4,50%	Inflación	4,90%		
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
VENTAS	83.057,33	86.794,91	90.700,68	94.782,21	99.047,41	
(-) Costo de Ventas	13.099,84	13.689,33	14.305,35	14.949,09	15.621,80	
(=) Utilidad Bruta en Ventas	69.957,49	73.105,57	76.395,32	79.833,11	83.425,60	
(-) Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos	29.975,92	31.444,74	32.985,53	34.601,82	36.297,31	
Gastos de Ventas	4.488,00	4.707,91	4.938,60	5.180,59	5.434,44	
Gastos Financieras	2.851,41	2.991,13	0,00	0,00	0,00	
(=) Utilidad Operacional	32.642,16	33.961,79	38.471,19	40.050,70	41.693,85	
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Utilidad A.P.E.I.	32.642,16	33.961,79	38.471,19	40.050,70	41.693,85	
(-) 15 % Participacion Laboral	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Utilidad Antes de I.R.	32.642,16	33.961,79	38.471,19	40.050,70	41.693,85	
(-) Impuesto a la Renta (T.I.R. P.N.S.C)	2.783,32	2.919,71	3.062,77	3.212,85	3.370,28	
(=) Utilidad Neta	29.858,83	31.042,09	35.408,42	36.837,85	38.323,57	
(+) Depreciaciones	4.741,83	4.741,83	4.741,83	4.741,83	4.741,83	
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	34.600,67	35.783,92	40.150,25	41.579,68	43.065,41	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja.

1.16.15. Flujo de Caja.

Un flujo de caja es la presentación sobre un cuadro, en cifras, para diversos períodos hacia el futuro, y para diversos ítems o factores, de cuando va a entrar o salir, físicamente, dinero.

El objetivo fundamental del flujo de caja es apreciar, por período, el resultado neto de Ingresos de dinero menos giros de dinero, es decir, en qué período va a sobrar o a faltar dinero, y cuánto, a fin de tomar decisiones sobre qué se hace:

O invertir el dinero cuando sobra, es decir, cuando hay excedente de caja, o conseguir el dinero que se necesita para operar, bien con socios o con financiadores.
(BOTERO, 2010)

Tabla 49 Flujo de fondos financieros

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	37.567,44			-953,33		8.703,17
Excedente Operacional		37.065,16	38.369,18	39.724,50	41.133,06	42.596,90
FLUJOS DE EFECTIVO	-37.567,44	37.065,16	38.369,18	38.771,16	41.133,06	51.300,07

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja

Análisis:

La tasa mínima aceptable con capital propio sería 20.64%.

1.17.2. VAN (Valor Actual Neto)

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

SI EL RESULTADO ES POSITIVO EL PROYECTO ES VIABLE.

Tabla 51 Valor actual neto

VAN =	- P	+	FNE 1 (1 + i) ¹	+	FNE 2 (1 + i) ²	+	FNE 3 (1 + i) ³	+	FNE 4 (1 + i) ⁴	+	FNE 5 (1 + i) ⁵
VAN =	-37.579,44	+	34.600,67 1,20635	+	35.783,92 1,455280323	+	39.196,92 1,755577417	+	41.579,68 2,117840817	+	51.768,58 2,55485727
VAN =	-37.579,44	+	28.682,11	+	24.589,02	+	22.327,08	+	19.633,05	+	20.262,81
VAN =	-37.579,44	+	115.494,08								
VAN =	77.914,64										

VAN =	\$ 77.914,64
TIR =	95,970000%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sandra Baraja.

1.17.3. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. En el contexto de ahorro y préstamos a la TIR, también se le conoce como la tasa de interés efectiva. El término interno se refiere al hecho de que su cálculo no incorpora factores externos (por ejemplo, la tasa de interés o la inflación. (RIVERA, 2014)

Tabla 52 TIR

VAN =	-36.661,25 +	34.600,67 +	35.783,92 +	40.150,25 +	41.579,68 +	43.065,41
		1,9597	3,84042409	7,526079089	14,74885719	28,90333544
VAN =	-36.661,25 +	17.656,10 +	9.317,70 +	5.334,82 +	2.819,18 +	1.489,98
VAN =	-36.661,25 +	36.617,78				
VAN =	-43,47					
TIR =	95,970000%					

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja

1.17.4. PRI. (Periodo de Recuperación de la Inversión)

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de

Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones

Tabla 53 Periodos de recuperación

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-37.579,44	-37.579,44	1,00	-37.579,44	-37.579,44
1	34.600,67	-2.978,77	0,83	28.682,11	-8.897,33
2	35.783,92	32.805,15	0,69	24.589,02	15.691,70
3	39.196,92	72.002,07	0,57	22.327,08	38.018,78
4	41.579,68	113.581,75	0,47	19.633,05	57.651,83
5	51.768,58	165.350,33	0,39	20.262,81	77.914,64

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja

Tabla 54 Periodo de recuperación valores constantes

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES CORRIENTE		
		Inversión a
	Ingresos	Recuperar
AÑO 3	38.771,16	37.866,90
1 mes	3230,93	36.071,56
2 mes	3230,93	39.302,49
3 mes	3230,93	42.533,42
4 mes	3230,93	45.764,35
5 mes	3230,93	48.995,28
6 mes	3230,93	52.226,21
7 mes	3230,93	55.457,14
8 mes	3230,93	58.688,07
9 mes	3230,93	61.919,00
10 mes	3230,93	65.149,93
11 mes	3230,93	68.380,86
12 mes	3230,93	77.002,07

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja

Tabla 55 Periodo de recuperación actualizado

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES ACTUALIZADOS		
		Inversión a
	Ingresos	Recuperar
AÑO 3	22.084,56	19.523,10
1 mes	1840,38	21.363,48
2 mes	1840,38	23.203,86
3 mes	1840,38	25.044,24
4 mes	1840,38	26.884,62
5 mes	1840,38	28.725,00
6 mes	1840,38	30.565,38
7 mes	1840,38	32.405,76
8 mes	1840,38	34.246,14
9 mes	1840,38	36.086,52
10 mes	1840,38	37.926,90
11 mes	1840,38	36.158,19
12 mes	1840,38	37.998,57

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	3 AÑOS 2 MES	PRVC
PERIODO DE RECUPERACIÓN:	4 AÑOS	PRVA

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sandra Baraja

1.17.5. RBC. Relación Costo Beneficio.

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado

De flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

Σ FLUJO EFECTIVO. A.

INVERSION.

$$\frac{\$ 22327.08}{\$ 37579.44} = 0.59 \quad *100 = 59 \%$$

Análisis

Con las operaciones realizadas y los resultados obtenidos se deduce que por cada 1 dólar invertido se tiene una utilidad de 59%.

1.17.6. Punto de equilibrio.

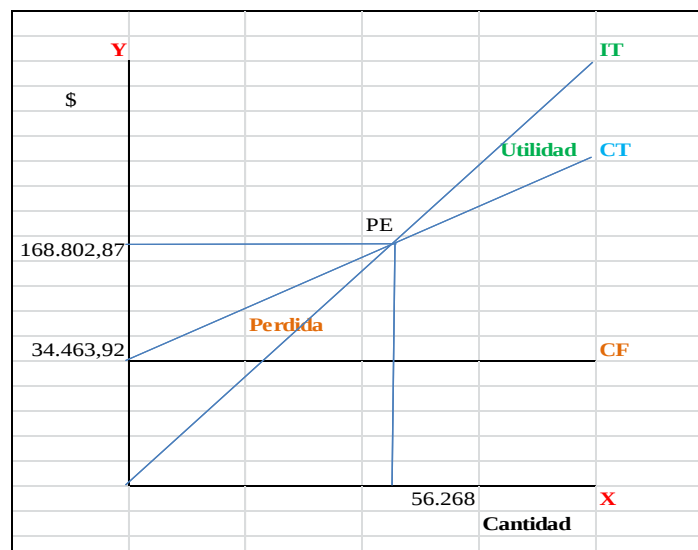
Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto. Se lo define también como el nivel de ventas que permite cubrir los costos fijos y variables, es el punto en donde la empresa no gana ni pierde, es decir su beneficio es igual a cero.

Tabla 56 punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
P.E. =	CF				
	p - Cvu				
DATOS					
Costos Fijos:					
Gastos Administrativos	29.975,92				
Gastos de Ventas	4.488,00	PE =	34.463,92	=	56.268 Unidades
	34.463,92		0,61		
Costo Variable unitario	2,39				
PRECIO	3,00	PE =	34.463,92	=	168.802,87 Dólares
			0,20		

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Sandra Baraja

Figura 29. Gráfico del punto de equilibrio



Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sandra Baraja.

Análisis

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \text{IT} - \text{CT}$$

Empezamos a vender más de 56.268 unidades y la empresa empieza a generar utilidades.

Q OPTIMA = 56.268 UNIDADES RECUPERAMOS COSTOS Y GASTOS.

INGRESO TOTAL= \$ 168802.87

1.17.7. ANÁLISIS DE ÍNDICES FINANCIEROS.

❖ Margen de utilidad sobre ventas.

Tabla 57 Margen de utilidad

MARGEN DE UTILIDAD SOBRE VENTAS		
UTILIDAD NETA	\$ 34600.67	
VENTAS NETAS	\$ 83057.33	0,42 %

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja.

Análisis

El margen de utilidad nos indica que por cada dólar en ventas se genera una ganancia de 0,59 %.

❖ Rentabilidad Económica.

Tabla 58 rentabilidad económica

RENTABILIDAD ECONOMICA		
UTILIDAD NETA	\$ 34600.67	
ACTIVOS FIJOS	\$ 24696.50	1.40

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja.

Análisis

La rentabilidad económica nos indica que la utilidad obtenida por medio de los activos fijos es de **1.40%** anual en relación al activo fijo.

❖ **Rentabilidad sobre inversión**

Tabla 59 rentabilidad de la inversión

RENTABILIDAD SOBRE INVERSION			
UTILIDAD NETA	\$ 34600.67		
INVERSION TOTAL	\$ 37576.44	0.9208	92.08

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandra Baraja.

Análisis

La rentabilidad sobre la inversión mide la tasa de rendimiento sobre las inversiones totales realizadas, obteniendo un rendimiento total de $0.92.08 \% * 100 = 92.08$ dólares por cada 100.

CAPITULO.VI

ANALISIS DE IMPACTOS.

La investigación realizada se sustenta en un breve análisis técnico de los impactos que se pudieran generar en los diferentes ámbitos del proyecto. Existen diferentes áreas en las que se pueden ocasionar impactos, haremos referencia a las que consideramos de mayor importancia como son; económicas, sociales, ambientales y productivas, en donde determinaremos si la ejecución del proyecto influirá positiva o negativamente.

1.18. Impacto Ambiental.

Los productos que se elaboren y comercialicen en la microempresa presentarán fragancias naturales elaboradas con especies vegetales exóticas y nativas que NO afectan a la capa de Ozono, ni al medio ambiente en ninguno de sus elementos, además serán elaborados de manera artesanal.

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.

1.19. Impacto económico.

En la actualidad el mercado de velas aromáticas y decorativas a base de esencias naturales, constituye una fuerza económica en el país y en Latinoamérica, por lo que la implementación de una nueva microempresa de velas generaría un destacado impacto económico positivo en la generación de recursos a nivel de país, no solo por ventas del producto sino también por generar mano de obra y uso de materia prima además de presentar la posibilidad de expansión del negocio.

1.20. Impacto productivo.

La Matriz Productiva del país depende del desarrollo industrial y empresarial que pueda generarse, ya sea utilizando materiales y recursos disponibles en nuestro medio que no han sido aprovechadas correctamente y transformándolos en productos terminados de buena calidad para el uso o consumo de la población; las mismas contribuirán al desarrollo de la producción local, regional y nacional, lo que nos permitirá generar ingresos adicionales, constituyéndonos a futuro en una importante empresa del sector, y en una fuente de desarrollo y trabajo que beneficien a la población y a los hogares ecuatorianos.

1.21. Impacto social.

Un proyecto innovador no solamente genera beneficios económicos para sus creadores o para la nación, sino que también genera una serie de aspectos positivos para la sociedad en su conjunto.

Este proyecto generará nuevas fuentes de empleo para los ecuatorianos, en una rama innovadora de trabajo que es la elaboración y comercialización de velas aromáticas y decorativas con esencia naturales. Por otra parte existe la oportunidad de que los

trabajadores se desarrollen en un campo normalmente no común en nuestro medio, y tengan acorde a su desenvolvimiento la respectiva capacitación.

Otro aspecto importante es que al crearse nuevos negocios, también se generan nuevas relaciones comerciales con productores o comercializadores en nuestro país, este es el caso de la compra de materias primas, insumos, materiales, moldes, etc. Todo está encaminado a que se vaya reactivando de a poco la producción y comercialización en nuestro medio lo que a su vez genera otros beneficios adicionales para la sociedad y economía en general.

También podemos señalar que durante el desarrollo del proyecto hemos puesto singular atención a que nuestros trabajadores tengan todos sus beneficios de ley y trabajen con todas las garantías de tal forma que se sientan protegidos por la empresa y amparados por las leyes vigentes constitucionales. Todo encaminado a que el empleado trabaje en un ambiente agradable y a su vez pueda demostrar todas sus habilidades con responsabilidad y compromiso.

CAPITULO. VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

1.22. CONCLUSIONES.

1. La inflación y el PIB presentan tendencia a incrementarse, no obstante el consumo de velas no afecta a la canasta familiar ya que no constituye un producto de consumo masivo, y la creación de la micro-empresa aportará a mejorar la economía del país al generar mano de obra directa e indirecta por lo que la ejecución del proyecto se justifica y se garantiza.
2. En el estudio de mercado, mediante aplicación de técnicas e instrumentos de investigación, entre lo más relevante se determinó que de 309 personas encuestadas, 236 están dispuestas a comprar el producto, del cual el 57% es decir 137 personas compran semanalmente en promedio de 1-3 velas y referente al modelo las prefieren las aromáticas y entre lo cualitativo exigen calidad quedando los demás parámetros con valores desapercibidos como ocurre con el precio.

3. El proceso de elaboración de velas aromáticas y decorativas se lo realiza de manera artesanal, es decir sin uso de maquinaria tecnificada y su implantación ocupará una superficie de 600 m² distribuidos en cada área, en la que incluye la administrativa, producción y ventas, las mismas que se ejecutarán cumpliendo leyes y reglamentos del estado vigentes, que garantizan la legalidad de la creación y permanencia de la micro-empresa.
4. El análisis financiero recopiló información de costos, gastos e ingresos del estudio de mercado técnico, administrativo y legal, así como los resultados obtenidos en el estudio del flujo de caja y el estado de pérdidas y ganancias se deduce que se va obtener resultados positivos en la implementación del proyecto, es decir que hay garantía de que se obtendrán buenos ingresos y utilidades, viabilidad de la ejecución proyecto y la rentabilidad.
5. Por su parte el análisis de impactos describe que al utilizar materiales de origen vegetal, no existiría contaminación de la capa de ozono u otros recursos naturales por lo que el impacto ambiental es nulo, respecto a lo económico produce un impacto positivo pues genera mano de obra directa e indirecta, fortalece el desarrollo productivo y empresarial aprovechando recursos disponibles en el medio, permitiendo que el impacto productivo también sea

positivo, y por ende, el impacto social adquiriera tendencia favorable para la ejecución del proyecto.

1.23. RECOMENDACIONES.

1. Aplicar estrategias adecuadas que garanticen ventas elevadas del producto que contribuya al país a disminuir la inflación.
2. Por el alto porcentaje de aceptabilidad de personas que estarían dispuestos a comprar en nuestra empresa, recomendamos promocionar siempre productos que reúnen y cumplen estándares de calidad, en volúmenes de aceptabilidad de cada modelo, de manera que no exista sobre producción o déficit de mercadería.
3. Procurar mantener excelentes relaciones personales y comerciales tanto con clientes, proveedores de materia prima e insumos, así como quienes conforman el equipo de administración, elaboración y comercialización de las velas, puesto que el correcto funcionamiento de la empresa es responsabilidad de todos.
4. Contar y cumplir con compromiso de Responsabilidad Social en el proceso productivo de velas aromáticas y decorativas, con la finalidad de conservar y salvaguardar la integridad del medio ambiente.

2. ANEXOS DE VELAS MODELO





3. BIBLIOGRAFÍAS DE TEXTOS.

AMOROSO, D. (26 de 05 de 2010). *COSTOS FINANCIEROS*. Recuperado el 19 de 09 de 2014, de COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Costos-Financieros/274130.html>

BOTERO, M. A. (06 de 05 de 2010). *MONOGRAFÍAS PÚBLICAS*. Recuperado el 30 de 08 de 2014, de FLUJO DE CAJA:
<http://www.monografias.com/trabajos66/flujo-caja/flujo-caja.shtml#ixzz3BeKqL2l5>

CARDENAS, H. (12 de 10 de 2012). *INGENIERÍA DEL PROYECTO*. Recuperado el 30 de 07 de 2014, de TECNOLOGÍA DEL PROCESO PRODUCTIVO: <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-8.htm>

DARWIN, V. (11 de 08 de 2007). *EJEMPLOS DE ADMINISTRACIÓN*. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de GENERALIDADES:
http://www.ejemplode.com/58-administracion/2628-ejemplo_de_costos_de_ventas.html

HILL, M. G. (21 de 01 de 2014). *CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN CONTABLE*. Recuperado el 28 de 08 de 2014, de IMPUESTO SOBRE LA RENTA:
<http://www.monografias.com/trabajos15/depreciacion-fiscal/depreciacion-fiscal.shtml#ixzz3AnzYZpbY>

INEC. (26 de 09 de 2013). *google*. Recuperado el 17 de 10 de 2014, de google:
www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_del_Cant%C3%B3n_Quito_por_edad

JAMES, V. (29 de 07 de 2010). *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA*. Recuperado el 03 de 08 de 2014, de GUÍA PARA

IMPLEMENTACION DE PROYECTOS:

<http://www.monografias.com/trabajos7/anfi/anfi.shtml#ixzz3ATw8VbK6>

LOPEZ, C. (25 de 08 de 2010). *MONOGRAFIA*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de LOCALIZACION Y DISTRIBUCION INDUSTRIAL: <http://www.monografias.com/trabajos3/localind/localind.shtml#ixzz3A1kQEGf1>

MARIN, D. (24 de 01 de 2012). *ELABORACION DE PROYECTOS EDUCATIVOS Y SOCIALES*. Recuperado el 13 de 04 de 2014, de MACROLOCALIZACION Y MICROLOCALIZACION: <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>

MARTINEZ, J. (17 de 12 de 2009). *LA PRODUCCION*. Recuperado el 25 de 06 de 2014, de EL PROCESO PRODUCTIVO Y SUS ELEMENTOS: http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1036/html/1_el_proceso_productivo_y_sus_elementos.html

NUÑEZ, E. (27 de 02 de 2010). *GASTO ADMINISTRATIVO Y COSTO ADMINISTRATIVO*. Recuperado el 12 de 08 de 2014, de DEFINICIONES: http://www.fundapymes.com/blog/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/#.U_DRFGOaVSE

PORTALES, D. (19 de 07 de 2011). *ESTUDIO TECNICO*. Recuperado el 30 de 07 de 2014, de TAMAÑO Y LOCALIZACION DEL PROYECTO: <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>

PROAÑO, J. (10 de 09 de 2018). *DEFICION DE COSTOS*. Recuperado el 07 de 08 de 2014, de COSTOS Y GASTOS: <http://definicion.de/costo/#ixzz3AbXC887t>

- PROMONEGOCIOS. (01 de 09 de 2006). *google*. Recuperado el 17 de 10 de 2014, de google: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/logotipo-definicion.html>
- RIVAS, G. (23 de 07 de 2008). *MAS MAQUINAS*. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de DEFINICIONES DE MAQUINA: <http://definicion.de/maquina/#ixzz3A2C20AjK>
- RIVERA, E. (15 de 01 de 2014). *MONOGRAFIAS PUBLICAS*. Recuperado el 03 de 09 de 2014, de TASA INTERNA DE RETORNO: <http://www.encyclopediafinanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>
- SOLORZANO, R. (26 de 03 de 2011). *COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES*. Recuperado el 20 de 08 de 2014, de VARIABLE Y EFECTIVOS DE COSTOS: <http://www.monografias.com/trabajos88/costos-fijos-y-variables/costos-fijos-y-variables.shtml#ixzz3AfYRaad>
- TOLEDO, B. (15 de 05 de 2012). *MONOGRAFIAS*. Recuperado el 26 de 08 de 2014, de ACTIVOS FIJOS Y PASIVOS: <http://www.monografias.com/trabajos82/fuentes-formas-financiamiento-empresarial/>
- TOMALA, M. (2014). *PRINCIPIOS DE ECONOMIA*. QUITO: BLOGSPOT.
- VEGA, A. (25 de 04 de 2007). *MONOGRAFIAS*. Recuperado el 22 de 08 de 2014, de ACTIVOS Y PASIVOS: <http://www.monografias.com/trabajos51/activos-fijos/activos-fijos>.
- WORD, P. (26 de 09 de 2008). *GOOGLE*. Recuperado el 17 de 10 de 2014, de GOOGLE: <http://definicion.de/sitio-web/>

4. BIBLIOGRAFÍAS DE INTERNET

Copyright. (20 de 07 de 2008). *google*. Recuperado el 17 de 10 de 2014, de
google: <http://definicion.de/slogan/>

Copyright. (12 de 5 de 2008). <http://definicion.de/etiqueta/>. Recuperado el 17 de
10 de 2014, de <http://definicion.de/etiqueta/>: <http://definicion.de/etiqueta/>

Copyrigh. (12 de 5 de 2008). *wikipedia*. Recuperado el 18 de 10 de 2014, de
wikipedia: <http://definicion.de/tarjeta/>

Wikipedia. (16 de 10 de 2012). *Triptico definicion*. Recuperado el 17 de 10 de
2014, de internet:
http://es.wikipedia.org/wiki/D%C3%ADptico_%28publicidad%29

wikipedia. (02 de 09 de 2014). *google*. Recuperado el 17 de 10 de 2014, de
google: http://es.wikipedia.org/wiki/Hoja_membretada

Wikipedia. (09 de 10 de 2014). *google*. Recuperado el 17 de 10 de 2014, de
google: <http://es.wikipedia.org/wiki/Sobre>