



Plan de negocio como alternativa para el desarrollo de velas aromáticas de la ciudad de Guayaquil

Jendy Scarlet Zambrano Mera ¹

jendyzambrano9@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-9667-5938>

Guayaquil - Ecuador

Priscila Narcisa Moran Murillo

pmoran@istvr.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-0414-1113>

Guayaquil - Ecuador

RESUMEN

El presente artículo tuvo como objetivo analizar y diseñar la alternativa para desarrollar un plan de negocio hacia empresas de velas aromáticas, esto ayudara a fortalecer el negocio dando una mejor visión hacia el futuro de la compañía brindando la clave para asegurar el financiamiento, presentando proyecciones financieras a corto y largo plazo además de eso convirtiendo las ideas de negocio en realidad haciéndolas factibles para la empresa. Con una metodología de tipo proyecto factible utilizando un enfoque cualitativo con técnicas e instrumentos como lo es la encuesta que nos ayudará a conocer el criterio de los clientes y las necesidades del mismo, la población y la muestra con la que se trabajó fue de 110 habitantes de la ciudad de Guayaquil ciudadela la alborada 7ma etapa dando como resultado un efecto positivo ya que más del 90% de las personas están interesadas a comprar velas aromáticas ya sea para decoración o ambientación con una acogida del 63,6% en el género femenino (amas de casas y estudiantes). Dando una rentabilidad a las personas que estén interesadas a emprender con este tipo de negocios, logrando aumentar las ventas entre otros aspectos positivos siempre en cuanto las ideas sean claras y detalladas a lo que queremos alcanzar.

Palabras claves: plan de negocio; financiamiento; compañía; proyecciones financieras; metodología.

¹ Autor principal.

Correspondencia: jendyzambrano9@gmail.com

Plan de negocio como alternativa para el desarrollo de velas aromáticas de la ciudad de Guayaquil

ABSTRACT

This article aimed to analyze and design the alternative to develop a business plan towards scented candle companies, this will help strengthen the business by giving a better vision towards the future of the company providing the key to ensure financing, presenting short and long term financial projections in addition to that turning business ideas into reality making them feasible for the company. With a feasible project type methodology using a qualitative approach with techniques and instruments such as the survey that will help us to know the criteria of the clients and the needs of the same, the population and the sample with which we worked was 110 inhabitants of the city of Guayaquil Ciudadela La Alborada 7th stage resulting in a positive effect since more than 90% of people are interested to buy scented candles either for decoration or atmosphere with a reception of 63.6% in the female gender (housewives and students). Giving profitability to people who are interested in undertaking this type of business, managing to increase sales among other positive aspects always as soon as the ideas are clear and detailed to what we want to achieve.

Keywords: *business plan; financing; company; financial projections; methodology.*

Artículo recibido 20 junio 2023

Aceptado para publicación: 20 julio 2023

INTRODUCCIÓN

Las velas se originan hace más de 3 mil años, fue utilizado por primera vez para suministrar iluminación a los artistas rupestres que pintaban dibujos prehistóricos en cavernas en España y Francia. Estas velas consistían en una piedra ahuecada en la que se colocaban algunas fibras con mechas y sobre ella se vertía aceite o grasa para encenderla, pero con el pasar de los años los fabricantes no solo hacían velas comunes, sino que al son de innovar empezaron a experimentar diferentes fragancias y esto ya se utilizaba más para decoraciones o ambientadores. (Gonzales, 2018)

Una vela aromática es más que un objeto bonito sobre una mesa o una repisa, son símbolo de renovación, iluminación y purificación. Estos son los aspectos más relevantes que se atribuyen a las velas desde una perspectiva mística, mágica, romántica o meditativa. También se dice que las velas ayudan a inspirar la creatividad y la imaginación. Además, que mejoran la concentración, nos hacen estar de buen humor, nos permiten conectar la mente con lo que buscamos, tener más energía o relajarnos, según las utilicemos. (Pintor, 2023)

En el sector industrial y artesanal se ha vuelto uno de los ejes más importantes de la economía del Ecuador, no solo por el crecimiento económico que producen las empresas, sino también por la disponibilidad de plazas de trabajo que se han generado con el paso del tiempo. (Fernanda Nathaly Tapia Arcos, 2015).

En la actualidad no existen antecedentes estadísticos de empresas que se dedique a la fabricación y comercialización de velas aromáticas, por lo que presenta una oportunidad potencial para sobresalir en este mercado ya que se generara productos innovadores que atraigan la vista del consumidor y a su vez tener la posibilidad de posicionarse en el mercado. Pero como no se cuenta con una organización adecuada ni un plan de negocios, se ha originado que no tengan adecuados canales de comercialización, ni un mercado objetivo para ofrecer sus productos. (Tannya Gabriela Zuñiga Lopez, 2015)

Un plan de negocio es una herramienta fundamental para el desarrollo de un emprendimiento, ya que permite definir y estructurar de manera clara y detallada la estrategia a seguir para alcanzar los objetivos de la empresa a largo plazo. Este plan debe hablar por el emprendedor, cuanto más claras sean las ideas, mejor serán los resultados. Puede ser utilizado para conseguir nuevos socios e inversionistas, estableciendo consolidaciones con proveedores y presentarse a entidades financieras con el fin de lograr

créditos y recursos para incrementar su rentabilidad y posicionamiento en el mercado. Además, se puede decir que los aspectos más relevantes para tener en cuenta en el desarrollo de un plan de negocio son: el aspecto financiero, la generación de las ideas de negocio, las acciones de marketing y el contexto legal. En resumen, para implementar un plan de negocio en nuevos emprendimientos, es necesario establecer objetivos claros, definir un plan de acción detallado, asignar los recursos necesarios, monitorear y medir el progreso, realizar definiciones según sea necesario. Al seguir estos pasos, se puede ayudar a asegurar el éxito del emprendimiento.

MÉTODOS Y MATERIALES

La metodología de la investigación fue de tipo descriptivo con un enfoque cualitativo, en primera porque generó la comprensión del fenómeno social respecto a preferencias que tiene el cliente y el consumidor para interpretar y comprender la realidad social del sector en donde se va a desarrollar la comercialización de las Velas aromáticas. Por otro lado, la técnica e instrumento utilizados para la recolección de datos fue la encuesta ya que, se logró obtener información de los clientes en relación a sus gustos e inclinaciones sobre las velas aromáticas, por medio de la escala de Richter. (Mendoza Bazantes & Miño, 2021)

RESULTADOS

Un plan de negocio permite plasmar una idea de negocio, con los detalles necesarios para evaluar y tomar la decisión de emprender. Este documento describe la oportunidad, el producto, el contexto, la estrategia, el equipo, los recursos requeridos, el retorno financiero y el resultado de un emprendimiento de una manera sencilla y clara, demuestra la viabilidad técnica y económica del negocio. (José Enrique Bóveda, s.f.)

Presentación

a. Datos de la Empresa (Razón social): LUZ DE LUNA (velas aromáticas)

Sector de la actividad: Norte de Guayaquil, Av. Francisco de Orellana

Principales productos o servicios que ofrecerá: Velas aromáticas

R.U.C. N.º: 1315280410001

Dirección: Alborada 7ma Etapa Mz 720 Villa 3

Ciudad: Guayaquil

Teléfono N.º: 0980170130

E. Mail: luzdeluna@gmail.com

Página WEB: luz de luna (Instagram)

b. Situación de la Empresa: Nueva



Existente ☐

c. Tipo de Negocio:

Industrial ☐

Artesanal ☒

Comercial ☐

Producción ☐

d. Datos del emprendedor y/o socios:

SOCIO 1

Nombre y Apellido	Jendy Zambrano Mera	Cedula de identidad	1315280410
Lugar de nacimiento	Manabí- Ecuador	Fecha de nacimiento	24/02/2002
Dirección	Alborada 7ma etapa Mz 720 V3		
Ciudad	Guayaquil-Ecuador	Formación	Tecnóloga en contabilidad (cruzando)
Teléfono	0980170130	E-mail	Jendyzambrano9@gmail.com
Redes sociales	Facebook: Jendy Zambrano Instagram: jendyzambrano24		

SOCIO 2

Nombre y Apellido	Sergio Sánchez Reynado	Cedula de identidad	0953068772
Lugar de nacimiento	Manabí- Ecuador	Fecha de nacimiento	04/10/2002
Dirección	Los vergeles Mz 4325 Solar 2		
Ciudad	Guayaquil-Ecuador	Formación	Bachiller en Ciencias
Teléfono	0986191547	E-mail	sergiosanchezreynado@gmail.com
Redes sociales	Facebook: Sergio Sánchez Instagram: Jordánsanchez_11		

Formación del capital

	NOMBRE DE LOS SOCIOS	VALOR DEL APOORTE	% DE PARTICIPACION
SOCIO 1	Jendy Zambrano Mera	\$ 2.500,00	75%
SOCIAL 2	Sergio Sánchez Reynado	\$ 1.000,00	25%
TOTAL		\$3.500,00	100%

RESUMEN EJECUTIVO

1-. PROYECTOS Y OBJETIVOS

A-. La idea.

“Luz de luna” establece una empresa viable para la fabricación y comercialización de velas aromáticas, esta empresa ofrece la ventaja de brindar diseños únicos e innovadores con espectaculares fragancias a su elección para cualquier evento o simplemente para decoración del hogar. Y que si bien son productos comunes tienen este toque especial que nuestro emprendedor les da a cada uno de los productos, sus diseños exclusivos generan confortabilidad y ambientación no solo en momentos que no hay luz, prestando otros servicios a precios económicos y accesibles para cualquier estrato social de la ciudad e incluso del país. (Ramirez, 2011)

B-. Misión.

Nuestra misión es ofrecer productos para todos tipos de ambientes, que no se limita a artículos estéticos y decorativos, sino que también sean capaz de alcanzar aromas especiales donde nuestros consumidores los deriven como bienestar y satisfacción. Nos esforzamos por iluminar y hacer del hogar un lugar agradable, personal y acogedor.

C-. Visión.

Nuestra visión es ser una empresa competitiva y reconocible en la comercialización de velas aromáticas, satisfaciendo e incluso superando las expectativas de nuestros clientes y obteniendo ganancias sustanciales de ello para que podamos orientarlos en apoyo económico y social en zonas inestables y sensibles.

D-. Valores.

La experiencia de nuestros clientes	Este es el corazón de todo lo que hacemos. Brindamos productos de la más alta calidad, con el mejor servicio, en un ambiente cómodo, agradable y a los mejores precios.
Conciencia con la naturaleza	Ser amigables con el cuidado del medio ambiente que no sea dañado en la creación de nuestras velas aromáticas, utilizando productos reciclables.
Mejorar en forma continua	Desarrollo e innovación continuos. Somos una pequeña empresa que está en constante aprendizaje para anticipar y responder a las necesidades cambiantes de nuestros clientes.
Desarrollamos nuestro negocio de forma ética	La integridad ética es esencial en este emprendimiento. En Luz de Luna, mantenemos altos estándares de honestidad, imparcialidad e integridad en la conducción de nuestro negocio. Somos responsables tanto a nivel individual como colectivo.

E-. Objetivos.

Objetivo a corto plazo: El proyecto de velas aromáticas “Luz de luna” tiene como objetivo aumentar el conocimiento de la marca y generar ventas iniciales. Con el propósito de incluir diferentes fragancias y tamaños ofreciéndoles algo diferente al mercado artesanal

EL MERCADO

1.- Productos y mercado.

A-. El Cliente.

Los clientes potenciales serán:

- Los hogares del entorno.
- Las amas de casa.
- Los estudiantes de colegio y universidad.

B-. Estudio Del Mercado Potencial.

Son velas aromáticas hechas artesanalmente para el bienestar de las personas, simples de obtener decoradas a su total gusto con opción a la decoración y aroma que deseen. Comprendiendo los requisitos

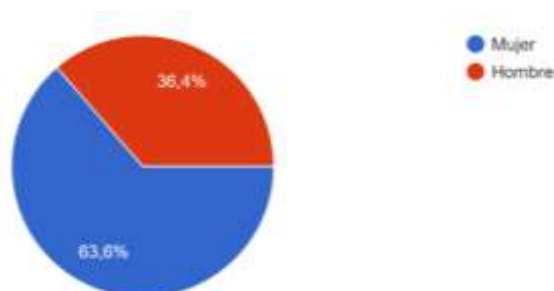
de calidad, apariencia e higiene de nuestras velas para así poder brindarles productos que satisfagan sus necesidades.

B.1 Encuesta.

La encuesta se aplicó en la ciudadela la alborada 7ma etapa. En dicha encuesta no hubo restricciones de géneros ni edad, con la finalidad de poder obtener un conocimiento de forma general de la muestra. En total se aplicó la encuesta a una suma de 110 personas.

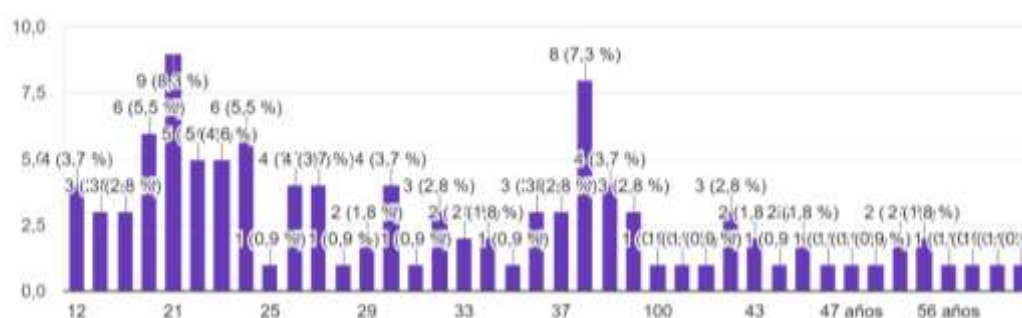
B.2 Resultados Obtenidos.

P.1 ¿Cuál es tu genero?



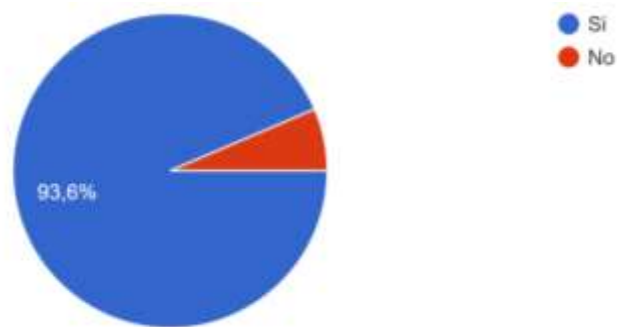
Se muestra que el 63,9% son mujeres y el 36,4 % son hombres, es decir que hay más índice de probabilidad que las mujeres compren velas aromáticas por preferencias y gustos.

P.2¿Cuál es tu edad?



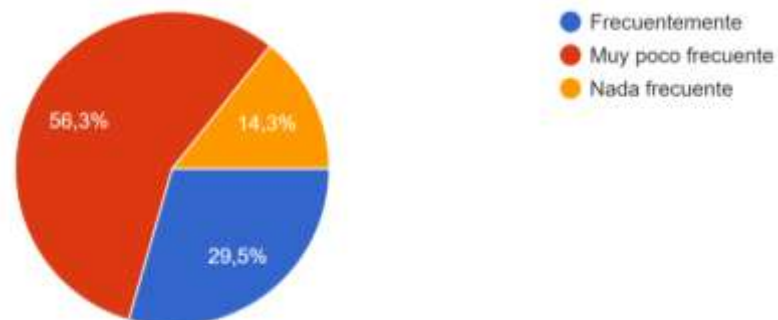
Se evidencia claramente que el índice de edades es variable por lo que posiblemente todas las edades les guste las velas aromáticas pero las edades que tiene mayor impacto son 21 y 38 años.

P.3 ¿Te gustan las velas aromáticas?



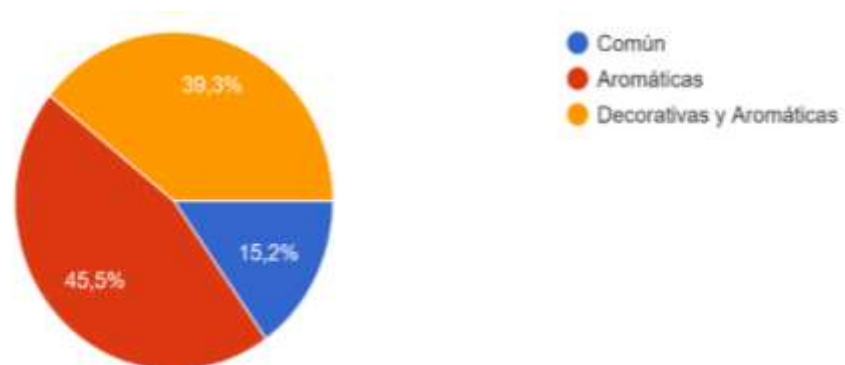
Se muestra que hay una gran acogida de las personas con un 93,6% por las velas aromáticas, lo que hay una gran posibilidad que si las consuman.

P.4¿Con que frecuencia usa velas aromáticas?



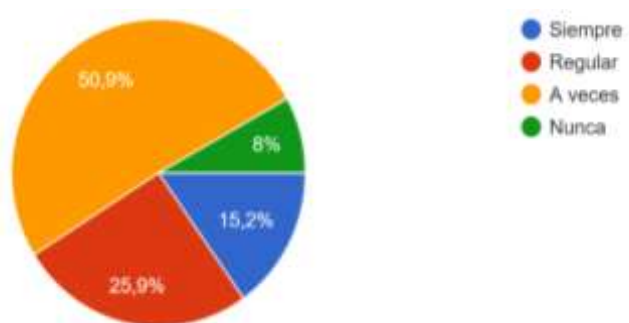
Se muestra que el 56,3% de las personas encuestadas, usan velas aromáticas muy poco frecuente, pero si tienen el conocimiento del producto.

P.5 ¿Qué tipo de velas usa?



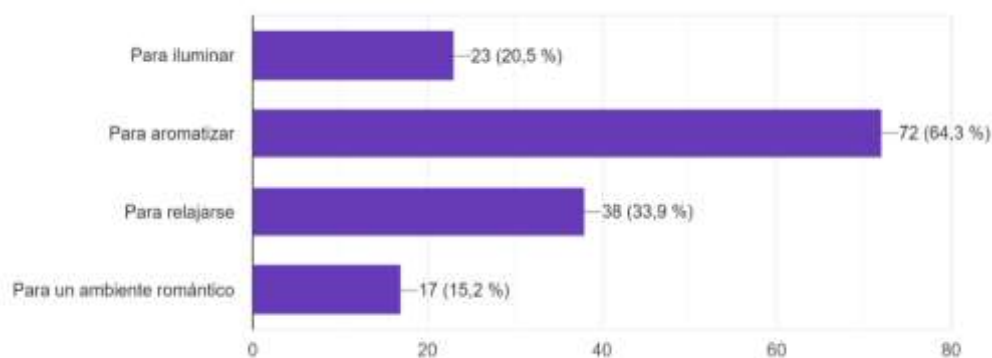
El 45,5% de las personas encuestadas usan velas aromáticas dando como resultado que hay una posibilidad muy alta de que adquieran velas aromáticas.

P.6¿En alguna ocasión especial suele comprar velas aromáticas?



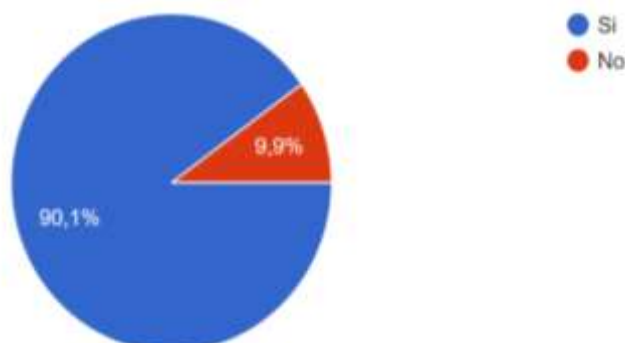
Se visualiza que el 50,9% de las personas a veces suelen comprar velas aromáticas en ocasiones especiales, queriendo decir que tal vez compren velas cotidianamente no solo para ocasiones especiales.

P.7¿Con que objetivo utiliza velas?



Con un resultado de 64,3% las personas encuestadas prefieren las velas con el fin de dar un buen aroma a su hogar o ambiente de trabajo teniendo una gran acogida por la variedad de fragancias brindadas.

P.8¿Estaria dispuesto a comprar velas aromáticas?



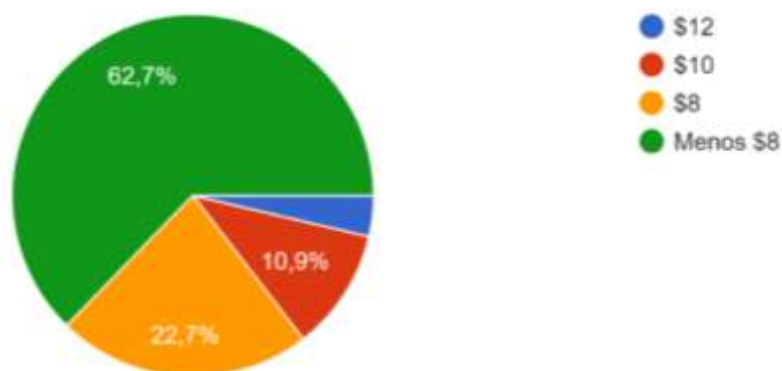
Con un resultado mayor al 90% las personas encuestadas si comprarían velas aromáticas por los beneficios que tiene, uno de esos es relajar y aromatizar el lugar donde estes.

P.9¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una vela aromática?



Es notable que el 62,7% de las personas encuestadas prefieren comprar velas aromáticas con un precio menor a \$8 teniendo en cuenta que la economía de las personas es variable es un precio aceptable para poder acoplarse a todos los consumidores.

P.10¿Qué fragancia le gustaría en velas aromáticas?



Es notable las diversas preferencias en fragancias, pero la que tiene mayor acogida es vainilla con un 42% de la aprobación de las personas encuestadas pudiendo ser la preferida de los consumidores por su aroma suave y perfumante.

2-. Competitividad.

A.- Principales Competidores.

Rain bow collection
Velasamapola.ec
Velas Lucena

B.- Análisis Comparativo.

COMPETIDORES	DEBILIDADES	FORTALEZAS
Rain bow collection	Pocos seguidores en redes sociales	Antigüedad en la zona
Velasamapola.ec	Tecnología antigua y producción limitada	Abastece a las tiendas de los alrededores
Velas Lucena	Pocas innovaciones ubicación un poco alejada	Promociones seguidas

C.- Competitividad.

EMPRESA	LA COMPETENCIA	NOSOTROS
Rain bow collection	Produce Velas aromáticas en baja escala	Alta producción de velas aromáticas
	Atrae clientes adultos	Atraemos clientes de todas las edades
	No tiene movilidad de distribución	Contamos con moto para la distribución
Velasamapola.ec	Producción limitada, tecnología antigua	Tecnología actual
	Medio de transporte antiguo para distribución	Moto nueva para la distribución
Velas Lucena	Venta solo presencial	Venta online y presencial
	Mandan hacer las velas a su central	Productos hechos en el mismo lugar
	A varias cuerdas de la concurrencia de la gente	En la calle principal

3.- PLAN DE MARKETING

A.- Análisis Foda “Luz de Luna”.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
▪ -Innovadores ▪ Precios accesibles ▪ Facilidad de trasladar ▪ Variedad de formas y tamaños ▪ Canales de distribución confiables ▪ Nuestro producto brinda las mejores fragancias y puede ser de uso decorativo	▪ Falta de recursos para llevar a cabo el proceso ▪ Desinterés de los consumidores ▪ Falta de experiencia
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
▪ Facilidad de elaboración del producto ▪ crecimiento de ingresos ▪ venta online ▪ servicio al cliente a domicilio.	▪ Competencia en el mercado ▪ Material inflamable ▪ Aumento de precio de la materia prima

B.- Política Del Producto, Política de Servicio y Atención al Cliente.

Se hará una pequeña feria en el parque samanes para dar a conocer el producto, dando pequeñas muestras.

- Las velas aromáticas estarán en mostradores de madera y vidrio.
- Se hará entrega especial a las tiendas más cercanas de la zona a primera hora de la mañana.
- Las velas aromáticas se venderán en el local y por vía online ofreciendo pequeñas muestras de esencias para que puedan percibir las diferentes fragancias que se ofrecerán.

C.- Políticas de Precios, Promociones y Descuentos.

- El precio de las velas aromáticas varía dependiendo el tamaño y el diseño, van desde los \$4,99 a \$16,99.
- A los clientes que deseen entregas a domicilio se les cobrara un valor adicional de \$3,00 para la ciudad de Guayaquil y un valor de \$4,50 fuera de la ciudad.
- Por la compra de 2 velas aromáticas Medianas recibirá una vela aromática pequeña solo por el primer mes de lanzamiento.
- Los días lunes habrán 2x1 en todos los tamaños de las velas que estén en stock.

D.- Publicidad.

- Publicidad en redes sociales Facebook e Instagram
- Volantes

E.- Plan de Acción de Marketing

PUBLICIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
INSTAGRAM													
Costo						\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 75,00
FACEBOOK													
Costo							\$ 20,00			\$ 20,00		\$ 20,00	\$ 60,00
VOLANTES													
Costo											\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 60,00
TOTAL DE COSTO	0	0	0	0	0	\$ 15,00	\$ 20,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 20,00	\$ 45,00	\$ 65,00	\$ 195,00



4.- PLAN DE VENTAS

A.- Estrategia de Ventas.

- 1.- Ventas en el local de Luz de luna
- 2.- Ventas por vía online en las páginas oficiales de luz de luna
- 3.- Ventas a domicilio

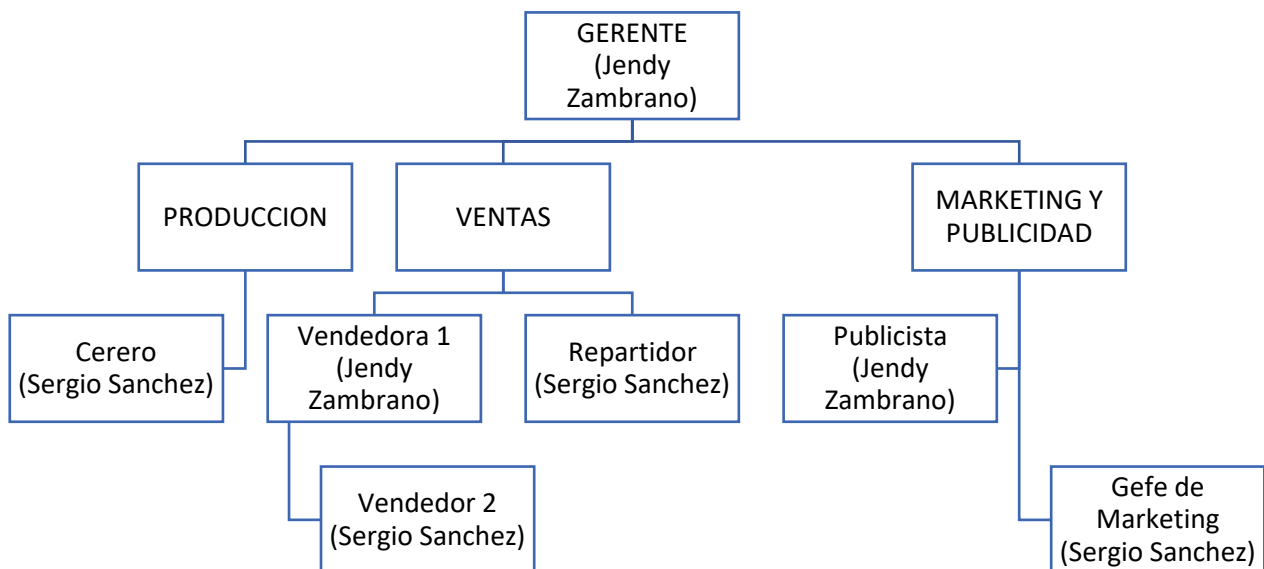
Las entregas de las ventas online y a domicilio se efectuarán por medio de motorizados, repartidores de confianza a tiendas cercanas de la zona, y fuera de la ciudad se harán las entregas por medio de courier (Servientrega).

B.- Condiciones de ventas.

- Todas las ventas de la tienda Luz de luna serán al contado ya sea por transferencia, deposito o efectivo.

5.- Recursos Humanos.

A.- Organigrama.



6.- PLAN DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.

A.- Costo de Materias Primas

		20 VELAS DIARIAS				
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL DIARIO	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL
MATERIA PRIMA DIRECTA						
Parafina	Gramos	50	\$ 0,50	\$ 25,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Pebilo	Metro	1,5	\$ 0,50	\$ 0,75	\$ 22,50	\$ 270,00
Esencias	Litros	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 30,00	\$ 360,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA						
anilina (colorantes)	Litros	0,5	\$ 0,50	\$ 0,25	\$ 7,50	\$ 90,00
Portamechas	docena	20	\$ 0,35	\$ 7,00	\$ 210,00	\$ 2.520,00
COSTO TOTAL				\$ 34,00	\$ 1.020,00	\$ 12.240,00

B.- Costos de Utensilios y Equipo

MAQUINARIAS Y EQUIPOS	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Olla de acero Inoxidable	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Jarra de acero inoxidable	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Termometro	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Balanza	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Aguja de tejer	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Tijeras	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Moldes	8	\$ 3,00	\$ 24,00
TOTAL			\$ 184,00

C.- Costo de Mobiliario

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	escritorios	\$ 150,00	\$ 150,00
	laptop	\$ 600,00	\$ 600,00
	sillas	\$ 85,00	\$ 170,00
	sillones	\$ 250,00	\$ 250,00
	impresoras	\$ 240,00	\$ 240,00
EQUIPOS Y/O ACCESORIOS SANITARIOS	complementos(jaboneras,toalleros, papeleras)	\$ 20,00	\$ 60,00
EQUIPOS DE PRIMEROS AUXILIOS E INCENDIOS	botiquin	\$ 22,00	\$ 22,00
	extintor	\$ 30,00	\$ 30,00
LUCES Y DECORACIÓN	vitrinas	\$ 120,00	\$ 240,00
	espejo	\$ 50,00	\$ 50,00
	luces decorativas	\$ 20,00	\$ 60,00
EQUIPOS Y/O ACCESORIOS DE LIMPIEZA	aspiradora	\$ 60,00	\$ 60,00
	trapeador	\$ 8,00	\$ 8,00
	paños, traspó, estropajo	\$ 10,00	\$ 30,00
	escoba	\$ 3,00	\$ 3,00
VEHICULOS			
	Motocicleta	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
TOTAL			\$ 4.973,00

D.- Costo de Insumos de Producción

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
delantal de tela	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 12,00
gorros desachables	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
guantes quirúrgicos	\$ 1,00	\$ 30,00	\$ 360,00
maskarillas	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
	SUMA	\$ 45,50	\$ 414,00

E.-Costo de Herramientas y Materiales

DESCRIPCIÓN	CANTIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
cajas de carton para empaque	1	\$ 1,25	\$ 1,25
etiquetas	1	\$ 1,00	\$ 1,00
envoltura	1	\$ 2,30	\$ 2,30
sello	1	\$ 1,50	\$ 1,50
liston	0,5	\$ 0,60	\$ 0,30
	TOTAL		\$ 6,35

F.- Gastos de Insumos Varios

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
INSUMOS DE OFICINA	Resma de hoja	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 72,00
	Boligrafo	\$ 0,75	\$ 1,50	\$ 18,00
	Carpeta	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
	Perforadora	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 3,00
	Grapadora	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 3,00
	Sacagancho	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
	Agenda	\$ 2,75	\$ 1,75	\$ 1,75
	Calculadora	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
	Grapas	\$ 0,50	\$ 1,00	\$ 12,00
INSUMOS DE BAÑOS	Escoba	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 18,00
	Recojedor	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 3,50
	Baldes	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 5,00
INSUMOS DE LIMPIEZA	Detergente	\$ 0,80	\$ 24,00	\$ 288,00
	Cloro	\$ 1,25	\$ 37,50	\$ 450,00
	Desinfectante	\$ 2,45	\$ 73,50	\$ 882,00
	Limpia vidrio	\$ 1,20	\$ 36,00	\$ 432,00
	TOTAL		\$ 205,00	\$ 2.197,75

G.- Costos de Servicios Básicos

PARTIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
AGUA	\$ 75,00	\$ 900,00
LUZ	\$ 90,00	\$ 1.080,00
TELEFONO	\$ 20,00	\$ 240,00
INTERNET	\$ 35,00	\$ 420,00
TOTAL	\$ 220,00	\$ 2.640,00

H.-Costos Totales en Recursos y Materiales

CONCEPTO	COSTO ANUAL
MATERIAS PRIMAS	\$ 12.240,00
UTENSILIOS Y EQUIPOS	\$ 184,00
HERRAMIENTAS Y MATERIALES	\$ 6,35
MOBILIARIO	\$ 4.973,00
INSUMOS DE PROD.	\$ 2.197,75
INSUMOS VARIOS	\$ 2.197,75
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 2.640,00
TOTAL	\$ 24.438,85

I.- Activos Intangibles

DESCRIPCIÓN	COSTO
Gastos de Organización	
Registro de la Marca	\$ 180,00
Creacion pagina web	\$ 60,00
Total de Gastos de Organización	\$ 240,00
Gastos de Constitución	
Gastos Notariales	\$ 500,00
Inscripción del Registro Público	\$ 24,80
Total de Gastos de Constitución	\$ 524,80
Gastos de Capacitación	
Capacitacion de elaboracion de velas aromaticas	\$ 1.000,00
Total de Gastos de Capacitación	\$ 1.000,00
Gasto de Publicidad y Promoción	
Contratación de Medios De Publicidad	\$ 195,00
Gasto de Marketing Directo	\$ 250,00
Total de Gastos de Publicidad Y Promoción	\$ 445,00
TOTAL DE GASTOS ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 2.209,80

J.-Inversión Inicial

I.- Inversión Fija	
1.- Inversión Fija Tangible	
Utencilios y equipos	\$ 184,00
Muebles y equipos de Oficina	\$ 1.410,00
TOTAL	\$ 1.594,00
2.- Inversión Fija Intangible	
Publicidad y Promoción	\$ 195,00
TOTAL	\$ 195,00
II.- Capital de trabajo	
Materias primas	\$ 12.240,00
Insumos de Producción	\$ 2.197,75
Insumos Varios	\$ 2.197,75
TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 16.635,50
III.- Imprevistos	47,82
INVERSIÓN TOTAL	\$18.472,32

K.- Financiamiento

El Cuadro de Inversión Inicial reflejo la búsqueda de financiamiento por \$18.472,32, del cual una identidad financiera nos otorgara el préstamo por el monto indicado, a 12 meses plazo con interés anual del 11,61%. Elaborar el cuadro de Amortización.

Nº DE PERIODO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				\$ 18.472,32
1	\$ 1.718,17	\$ 178,81	\$ 1.539,36	\$ 16.932,96
2	\$ 1.703,27	\$ 163,91	\$ 1.539,36	\$ 15.393,60
3	\$ 1.688,37	\$ 149,01	\$ 1.539,36	\$ 13.854,24
4	\$ 1.673,47	\$ 134,11	\$ 1.539,36	\$ 12.314,88
5	\$ 1.658,57	\$ 119,21	\$ 1.539,36	\$ 10.775,52
6	\$ 1.643,67	\$ 104,31	\$ 1.539,36	\$ 9.236,16
7	\$ 1.628,77	\$ 89,41	\$ 1.539,36	\$ 7.696,80
8	\$ 1.613,87	\$ 74,51	\$ 1.539,36	\$ 6.157,44
9	\$ 1.598,96	\$ 59,60	\$ 1.539,36	\$ 4.618,08
10	\$ 1.584,06	\$ 44,70	\$ 1.539,36	\$ 3.078,72
11	\$ 1.569,16	\$ 29,80	\$ 1.539,36	\$ 1.539,36
12	\$ 1.554,26	\$ 14,90	\$ 1.539,36	\$ -0,00
		\$ 1.162,28	\$ 18.472,32	

INSTITUCION FINANCIERA	Banco de Pichincha
MONTO	\$ 18.472,32
TASA DE INTERES ANUAL	11,61%
TASA DE INTERES MENSUAL	0,968%
PERIODOS	12

L.- Depreciación Anual de Activos

		BIEN	VIDA UTIL	% DEPRECIACIÓN		
		Maquinarias y equip	10 años	10%		
		Muebles y enseres				
		Equipos de oficina				
		Equipos de computo	3 años	33%		
		Vehiculos	5 años	20%		
		DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS				
DEPRECIACIÓN	MONTO	VALOR RESIDUAL	MONTO FINAL	VIDA UTIL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Utencilios y equipos	\$ 184,00	\$ 150,00	\$ 34,00	10 AÑOS	\$ 0,10	\$ 3,40
Muebles y enseres	\$ 570,00	\$ 500,00	\$ 70,00	10 AÑOS	\$ 0,10	\$ 7,00
Equipos de Oficina	\$ 119,25	\$ 100,00	\$ 19,25	10 AÑOS	\$ 0,10	\$ 1,93
Equipos de Computo	\$ 840,00	\$ 750,00	\$ 90,00	3 AÑOS	\$ 0,33	\$ 29,70
Vehiculos	\$ 3.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.000,00	5 AÑOS	\$ 0,20	\$ 200,00
					TOTAL	\$ 242,03

M.- Sueldos y salarios - Gastos de Operación

SUELDOS Y SALARIOS													
PUESTO	NOMBRES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Socio 1	Jenny Zambrano Mera	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 560,00
Socio 2	Sergio Sanchez Reynado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 560,00
TOTAL													\$ 1.120,00

Gastos Generales		
PARTIDA	DESCRIPCIÓN	MONTO MENSUAL
Servicios Básicos	Servicios Agua	\$ 75,00
	Servicios Luz	\$ 90,00
	Servicios Telefono	\$ 20,00
	Servicios Internet	\$ 35,00
	TOTAL	\$ 220,00
Gastos administrativos		
	DESCRIPCIÓN	
Sueldos	Pagos salariales	\$ 1.120,00
Insumos varios	Insumos de Oficina	\$ 25,75
	Insumos de Baño	\$ 8,25
	Insumos de Limpieza	\$ 171,00
	TOTAL	\$ 1.325,00
TOTAL		\$ 1.545,00
		\$ 18.540,00

N.- Costo de Producción

DESCRIPCIÓN	MONTO MENSUAL	AÑO 1
Materias primas	\$ 1.020,00	\$ 12.240,00
Costos indirectos de fabricación	\$ 220,00	\$ 2.640,00
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 1.240,00	\$ 14.880,00
Depreciación	\$ 20,17	\$ 242,03
Amortización de intangibles	\$ 61,38	\$ 736,60
Gastos General	\$ 220,00	\$ 2.640,00
Gastos administrativos	\$ 1.325,00	\$ 15.900,00
Gastos Financieros	\$ 96,86	\$ 1.162,28
COSTO DE VENTA	\$ 1.723,41	\$ 20.680,90
COSTO TOTAL	\$ 2.963,41	\$ 35.560,90
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	\$ 2,07	
COSTO UNITARIO DE VENTA	\$ 4,94	
MARGEN DE UTILIDAD	\$ 0,03	
PRECIO DE VENTA	\$ 5	

O.- Costos Fijos y Variables

COSTOS VARIABLES	MENSUAL DEL AÑO 1
Materias primas	\$ 12.240,00
Costos indirectos de fabricación	\$ 2.640,00
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 14.880,00
COSTOS FIJOS	
Depreciación	\$ 242,03
Amortización de Intangibles	\$ 736,60
Gastos General	\$ 2.640,00
Gastos administrativos	\$ 15.900,00
Gastos Financieros	\$ 1.162,28
COSTO FIJO TOTAL	\$ 20.680,90
TOTAL	\$ 35.560,90
COSTO VARIABLE UNITARIO	2,07

P.- Punto de Equilibrio

$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$	
RUBRO	MENSUAL DEL AÑO1
Total de Costos Fijos	\$ 20.680,90
Precio	\$ 4,97
Costo Variable Unitario	\$ 2,07
Punto Equilibrio	\$ 4.160,21
Punto Equilibrio Anual	\$ 49.922,55

Q.- Proyección de Ventas

Periodos	Año 1
Precio de Venta	\$ 4,97
Cantidad Proyectada Anual	\$ 7.200,00
Ventas Anuales	\$ 35.774,27

R.- Estado de Pérdidas y Ganancias

RUBRO	AÑO 1
Venta Total	\$ 35.774,27
Costo de Producción	\$ 14.880,00
Utilidad Bruta	\$ 20.894,27
Gastos General	\$ 2.640,00
Gastos Administrativos	\$ 15.900,00
Utilidad de Operación	\$ 2.354,27
Depreciación	\$ 242,03
Amortización de intangibles	\$ 736,60
Gastos Financieros	\$ 1.162,28
Utilidad ante el impuesto	\$ 213,37
Participación de Empleados (15%)	\$ 32,00
Utilidad despues de Participación de Empleados	\$ 181,36
Impuesto a la Renta (25%)	\$ 45,34
UTILIDAD NETA	\$ 136,02

CONCLUSIONES

Después del desarrollo detallado de la investigación y el uso de recursos de instrumentos para la recopilación de los datos se logró implementar el conocimiento a las personas de las funciones y deberes que deben cumplir en cada una de las actividades para la producción y comercialización de velas aromaticas.

La alternativa de modelo desarrollado representa un aporte para permitir que las pequeñas empresas mejoren sus procesos de planeación.

Se puede concluir que para incrementar las ventas debemos implementar estrategias para dar a conocer la marca en el mercado por medios de publicidad gracias a las ventas online.

Puede ayudar a la adaptacion para identificar las exposiciones y oportunidades claves que enfrenta el negocio, estableciendo planes de contingencia para asi poder minimizar los riesgos y aprovechar las oportunidades existentes en el mismo.

Es importante establecer los objetivos y metas específicas del negocio de velas aromaticas, incluyendo los objetivos a corto y mediano plazo.

BIBLIOGRAFÍA

Balderas Dávila, P., Cantú Vidales, L. A., Garza Perales, A., Contreras Rivera, D. B., & Gutiérrez Dávalos, M. (2005). Plan de exportación de velas aromáticas a la ciudad de Nueva York, NY, EEUU para la empresa Cerabella, SA de CV (Bachelor's thesis, San Pedro Garza García: UDEM). <https://repositorio.udem.edu.mx/handle/61000/4316>

Bedón Montenegro, M. V. (2014). Plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de velas de soya en la ciudad de Quito. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11705/Tesis%20Veronica%20Bedon.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Buenaño Arellano, S. S. (2018). Plan de negocio para la producción y exportación de velas decorativas a Colombia (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2018). <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/8599/1/UDLA-EC-TINI-2018-14.pdf>

Caicedo, G. Y. (2016). emprendimiento en Ecuador: cantidad versus calidad. . Obtenido de http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/publicaciones_medios

Fernanda Nathaly Tapia Arcos, T. G. (04 de 2015). Elaboracion de un plan para incentivar la comercializacion de velas artesanales elaboradas por un adulto mayor de la asociacion de artesanos trabajo y progreso del comite del pueblo. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9434/1/UPS-QT07610.pdf>

Gaytán Cortés, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. Mercados y negocios, 21(42), 143-156. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext

- Gonzales, O. F. (07 de 2018). Estandarizacion de proceso de fabricacion de velas tradicionales en la empresa Pomasa S.A. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/10000/1/UDLA-EC-TIPI-2018-31.pdf>
- Garzozi Pincay, R., Messina Scolaro, M., Moncada Marino, C., Ochoa Luna, J., Pérez, G. I., & Zambrano Segura, R. (2014). Planes de negocios para emprendedores. Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos. http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/17694/small_plan_de_negocios_para_emprendedores_cc_by-sa_3.0.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Jessica hernandez, L. M. (07 de 12 de 2013). plan de negocios de velas aromaticas "LOFAYESSLOU'S". Obtenido de <https://es.scribd.com/document/309139636/Plan-de-Negocio-Velas-Aromaticas#>
- José Enrique Bóveda, A. O. (s.f.). Guía Práctica para la Elaboración de un Plan de Negocio. Obtenido de https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf
- Mendoza Bazantes, C. C., & Miño, E. (18 de 06 de 2021). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COOPERATIVA INDUSTRIAL. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=621968458006>
- Pintor, Y. P. (22 de 05 de 2023). Mejorconsalud. Obtenido de <https://mejorconsalud.as.com/velas-aromaticas-casa/>
- Molina Delgado, I. P. (2018). Análisis de las estrategias publicitarias de los beneficios de velas aromáticas en la ciudad de Portoviejo. Caso Específico'' Librería Católica Emanuel''. <http://repositorio.sangregorio.edu.ec:8080/handle/123456789/453>
- Pizarro Iñaguazo, J. R. (2015). Proyecto para la creación de una microempresa de velas aromáticas y artículos decorativos," Velas Mavel & Asociados", en la ciudad de Cuenca. <https://dspace.ucacue.edu.ec/handle/ucacue/1114>
- Ramirez, G. (13 de 12 de 2011). WEB BLOG. Obtenido de http://giselr.blogspot.com/2011/12/resumen-ejecutivo-de-velas-el-sol_13.html

- Santos, A. M. (2015). Plan de negocios (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Económicas).
http://feminismo.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7579/tapapdfh.jpg
- Stutely, R. (2000). Plan de negocios: la estrategia inteligente. Pearson Educación.
<https://books.google.es/books?id=QkxqKiF9TYoC&lpg=PP11&ots=aYjlyWA-Qn&dq=plan%20de%20negocios&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q=plan%20de%20negocios&f=false>
- Sanz, L. (1994). Integración de la identidad y la imagen de la empresa: desarrollo conceptual y aplicación práctica ESIC. Obtenido de <https://sisbibliotecas.ort.edu.uy/bib/41354>
- Tannya Gabriela Zuñiga Lopez, F. N. (04 de 2015). Elaboración de un plan de Marketing para incentivar la comercialización de velas artesanales elaboradas por el adulto mayor de la asociación de artesanos trabajo y progreso del comité del pueblo,. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9434/1/UPS-QT07610.pdf>
- Triana, G. J. (29 de Enero de 2021). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v12n26/2027-5692-sdn-12-26-41.pdf>
- Vázquez Jiménez, D. R. (2008). DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIO CON METODOLOGÍA NAFIN PARA . Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no57/nafin.pdf>
- Versoza, L. M. (01 de septiembre de 2016). El emprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de . Obtenido de <file:///C:/Users/User%20Dell/Downloads/Dialnet-ElEmprendimientoPorNecesidadUnaVentanaHaciaElDesar-6183826.pdf>