



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA QUE ELABORA INCIENSOS A BASE DE
RESIDUOS DE MADERA EN EL CANTÓN DE SALCEDO.”**

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del Título de
Licenciada en Administración de Empresas

Autor:

Viviana Gissela Laura Guananga

Tutor:

Ing. Gabriela Yadira Viera Molina Mba.

LATACUNGA – ECUADOR

AGOSTO 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Laura Guananga Viviana Gissela, con cédula de ciudadanía No. 180472552-9 declaro ser autor del presente **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE ELABORA INCIENSOS A BASE DE RESIDUOS DE MADERA EN EL CANTÓN DE SALCEDO”**, siendo la Ing. Gabriela Yadira Viera Molina Mba., Tutora del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, agosto 21 del 2024



Viviana Gissela Laura Guananga

C.C:180472552-9

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

En calidad de Tutor del Proyecto de Emprendimiento sobre el título:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE ELABORA INCIENSOS A BASE DE RESIDUOS DE MADERA EN EL CANTÓN DE SALCEDO”, de Laura Guananga Viviana Gissela, de la carrera de Administración de empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, agosto 21 del 2024



Ing. Gabriela Yadira Viera Molina Mba.
C.C.: 050293040-7
TUTORA

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; por cuanto, la postulante: Laura Guananga Viviana Gissela, con el título del Proyecto de Emprendimiento: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE ELABORA INCIENSOS A BASE DE RESIDUOS DE MADERA EN EL CANTÓN DE SALCEDO”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, agosto 21 del 2024

Para constancia firmar:



MG. Efrén Gonzalo Montenegro Cueva

C.C.: 050220999-2

Lector 1 (PRESIDENTE)



MG. Pablo Gilberto Herrera Soria

C.C.: 050169025-9

LECTOR 2 (MIEMBRO)



DRA. Libia Dolores Almeida Lara

C.C.:050179799-7

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Virgencita del Cisne quien ha sido mi guía y fortaleza; quien ha derramado sus bendiciones hasta el día de hoy,

A mis padres Lilia Guananga y Ernesto Laura, les agradezco por sus enseñanzas, consejos y por apoyarme en este camino cuando más lo necesitaba. Además, expreso mis más merecidos agradecimientos a mis hermanos: Mauro, Edison y Doris, quienes me apoyaron de una u otra manera para terminar mi carrera,

Agradezco a mi esposo Alex Tonato quien me apoyo mis sueños y no permitió que los dejara, gracias por tu apoyo incondicional amor,

A todos los docentes, de esta querida y emblemática Universidad que me acompañaron en este largo camino con sus conocimientos y enseñanzas que impulsaron a seguir así adelante y un reconocimiento especial a la Ing. Gabriela Viera, quien fue más que un tutor y guía para la culminación de este proyecto,

Y un agradecimiento especial a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron en mi formación académica.

Viviana Gissela Laura Guananga

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

Patricia y Camila, mis dos pequeños angelitos; quienes fueron y serán la luz en mi oscuridad, la razón por la cual hoy me encuentro celebrando una gran victoria,

Mis padres quienes siempre me estuvieron apoyando conjunto con mis hermanos quienes me enseñaron a seguir adelante y son un gran ejemplo que con esfuerzo y dedicación todo se puede alcanzar,

Mi hija Camila quien es mi principal motivo de superación y seguir adelante; por el cual, hoy en día estoy aquí para celebrar esta gran victoria, y

Mi esposo Alex Tonato quien me apoyo en todas las formas posibles para cumplir este gran anhelo en mi vida, por estar siempre conmigo y creer en mi capacidad; gracias a tu paciencia y amor, hoy en día pude alcanzar unos de mis grandes anhelos.

Viviana Gissela Laura Guananga

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**TITULO: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA QUE ELABORA INCIENSOS A BASE DE RESIDUOS DE MADERA EN
EL CANTÓN DE SALCEDO”**

Autor:

Laura Guananga Viviana Gissela

RESUMEN

El proyecto de emprendimiento analiza la factibilidad operativa, técnica, económica y financiera de la empresa. El objetivo de este proyecto es desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se dedica a la elaboración de inciensos a base de residuos de madera en el cantón de Salcedo; empleando la metodología del estudio de mercado con un enfoque cuantitativo, basado en un instrumento como cuestionario de 13 preguntas con respuestas cerradas dirigidas al mercado meta de la investigación, las mismas que permitieron recoger información relevante para la creación de la empresa como la demanda, la oferta y demanda insatisfecha los mismo que fueron proyectados para los 5 años de vida útil de la empresa; además se realizó el estudio de las 4p en el mercado. En el presente proyecto se determinó todos los factores necesarios para montar la empresa incluyendo la descripción del proceso productivo y su instalación en operaciones, también se muestra la participación que tendrá en el mercado con su respectivo plan de producción. El estudio económico financiero consta de una inversión inicial, costos de producción, balance general, flujo de efectivo, determinando una TMAR del 13,04%, un VAN de \$9.844,21 y una TIR de 55,27%, valores positivos para la creación de la empresa. Para la recuperación de la inversión se genera un periodo de 1 año, 3 meses y 2 días, demostrando que es un proyecto totalmente beneficioso.

Palabras claves: Proyecto de factibilidad, estudio mercado, incienso, producción, evaluación financiera, ambiental.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES

TITLE: TITLE: “FEASIBILITY PROJECT FOR THE CREATION OF AN INCENSE FROM WOOD RESIDUES COMPANY AT SALCEDO CANTON”

Author:

Laura Guananga Viviana Gissela

ABSTRACT

The entrepreneurship project analyzes the operational, technical, economic and financial feasibility of the company. The objective of this project is to develop a feasibility study for the creation of a company dedicated to the production of incense based on wood residues at Salcedo canton; employing the methodology of market research with a quantitative approach, based on an instrument such as a questionnaire of 13 questions with closed answers directed to the research target market, the same that allowed to collect relevant information for the creation of the company such as demand, supply and unsatisfied demand, which were projected for 5 years of the company's useful life; in addition, the study of the 4Ps in the market was conducted. In this project, all the necessary factors were determined to set up the company, including the productions description process and its installation in operations, it also shows the participation it will have in the market with its respective production plan. The economic and financial study consists of an initial investment, production costs, balance sheet, cash flow, determining a RRR of 13.04%, a NPW of \$9,844.21 and an IRR of 55.27%, positive values for the creation of the company. For the recovery of the investment, a period of 1 year, 3 months and 2 days is generated, demonstrating that it is a totally beneficial project.

Keywords: Feasibility project, market study, incense, production, financial evaluation, environmental.

AVAL DE TRADUCCIÓN

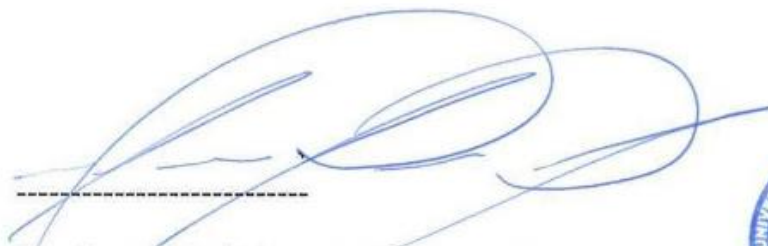
En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de emprendimiento cuyo título versa: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE ELABORA INCIENSOS A BASE DE RESIDUOS DE MADERA EN EL CANTÓN DE SALCEDO”** presentado por: **Laura Guananga Viviana Gissela**, egresada de la Carrera de: **Administración de Empresas**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas** lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, 21 de agosto del 2024

Atentamente,



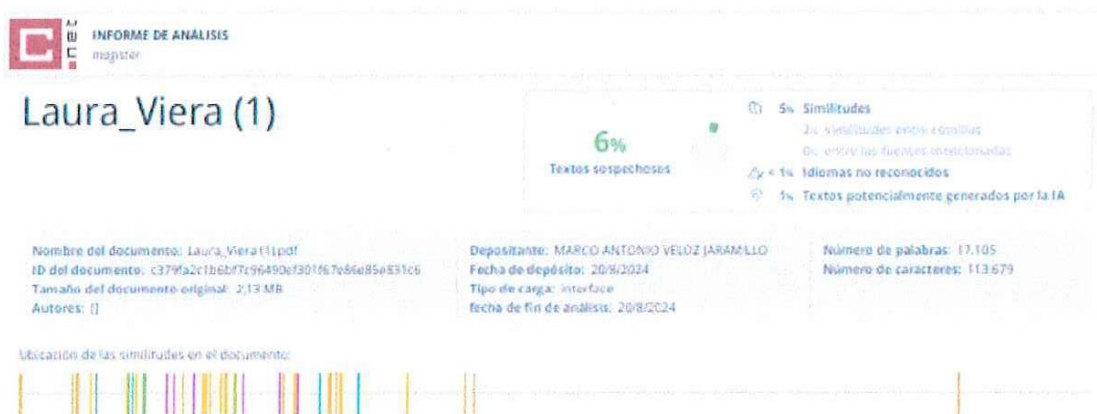
Santiago Gabriel Ramón Amores M.Sc
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 050356882-6



**CENTRO
DE IDIOMAS**


CERTIFICACIÓN DE INFORME DE SIMILITUD

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Emprendimiento con el tema: “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que elabora inciensos a base de residuos de madera en el Cantón de Salcedo”, de Laura Guananga Viviana Gissela de la carrera de Administración de Empresas, remito la captura de pantalla del reporte del sistema de reconocimiento de texto Compilatio, con un porcentaje de coincidencias del 6 %; y, expreso una vez más, mi conformidad en cuanto a la dirección del trabajo de titulación.



Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Latacunga, agosto 21 del 2024


Ing. Gabriela Yadira Viera Molina Mba.
C.C.: 050293040-7
TUTORA

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO.....	iii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
CERTIFICACIÓN DE INFORME DE SIMILITUD	x
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvii
INFORMACION GENERAL	1
INTRODUCCIÓN.....	2
Idea del negocio	2
Planteamiento del problema.....	2
Formulación del problema	3
Objetivos del Proyecto.....	3
Justificación:	5
CAPÍTULO I.....	6
1 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA Y METODOLÓGICA.....	6
1.1 Antecedentes	6
1.2 Fundamentación epistemológica.....	8
1.2.1 Proyecto de factibilidad.....	8
1.3 Estudio de mercado.....	8
1.3.1 Importancia del estudio de mercado	8
1.3.2 Elementos de un estudio de mercado.....	9

1.4	Estudio técnico.....	11
1.4.1	Elementos del estudio técnico	11
1.5	Estudio financiero	14
1.5.1	Elementos del estudio financiero	15
1.6	Metodología empleada.....	18
CAPÍTULO II.....		20
2 ESTUDIO DE MERCADO.....		20
2.1	Población.....	20
2.2	Muestra	21
2.2.1	Tamaño de la muestra	21
2.2.2	Distribución muestral	22
2.3	Aplicación de la encuesta.....	22
2.3.1	Análisis e interpretación de resultados.....	23
2.4	Demanda actual.....	37
2.5	Demanda proyectada.....	38
2.6	Oferta	38
2.7	Oferta proyectada.....	39
2.8	Demanda insatisfecha	40
2.9	Especificación del producto.....	40
2.9.1	Características del producto	41
2.9.2	Presentación del producto	41
2.9.3	Complemento	42
2.10	Análisis de precios	42
2.10.1	Precios proyectados.....	43
2.11	Análisis de comercialización	43
2.11.1	Comercialización directa.....	43
2.11.2	Comercialización indirecta.....	44

2.12 Promociones.....	44
2.13 Conclusiones del estudio de mercado	44
CAPÍTULO III	45
3. ESTUDIO TÉCNICO.....	45
3.1 Ubicación de la empresa	45
3.1.1 Macro localización	45
3.1.2 Micro localización.....	46
3.2 Materia prima.....	47
3.3 Maquinaria y equipo	48
3.4 Insumos	49
3.5 Mano de obra directa e indirecta.....	49
3.6 Descripción del proceso de producción	50
3.6.1 Recolección de la materia prima	50
3.6.2 Clasificación de la materia prima.....	50
3.6.3 Depuración del aserrín	50
3.6.4 Preparación de la masa.....	50
3.6.5 Moldeo de las varillas de incienso	51
3.6.6 Secado del incienso	51
3.6.7 Empacado del producto.....	51
3.6.8 Almacenamiento.....	51
3.6.9 Comercialización.....	51
3.7 Diagrama del flujo de procesos.....	51
3.8 Descripción de la planta.....	53
3.9 Tamaño de propuesta	54
3.10 Plan de producción.....	54
3.11 Requerimientos del proyecto	55
CAPÍTULO IV.....	57

4 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	57
4.1 Inversión inicial	57
4.2 Fuentes de financiamiento	58
4.2.1 Financiamiento propio.....	58
4.3 Determinación de costos	58
4.3.1 Costo unitario de producción	59
4.4 Determinación de los ingresos	60
4.5 Estados financieros	61
4.5.1 Estado de pérdidas y ganancias	61
4.5.2 Estado de situación financiera.....	62
4.5.3 Flujo de efectivo.....	64
4.6 Punto de equilibrio.....	65
4.7 Evaluación financiera.....	66
4.7.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento	66
4.7.2 Valor actual neto	67
4.7.3 Tasa interna de retorno.....	68
4.8 Periodo de recuperación de la inversión	68
4.9 Relación costo/beneficio.....	69
4.10 Impacto del proyecto.....	69
4.11 Impacto ambiental.....	70
CAPÍTULO V	71
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	71
5.1. Conclusiones:.....	71
5. 2 Recomendaciones	72
BIBLIOGRAFÍA	72
ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sistema de tareas en relación a los objetivos.....	4
Tabla 2 Simbología del flujograma	13
Tabla 3 Población o universo	20
Tabla 4 Distribución muestral	22
Tabla 5 Género	23
Tabla 6 Beneficios del incienso.....	24
Tabla 7 Aportación del incienso para el entorno	25
Tabla 8 Propiedades en aromas para el incienso	26
Tabla 9 Uso del incienso.....	27
Tabla 10 Marcas preferidas por los consumidores	28
Tabla 11 Adquisición de inciensos	29
Tabla 12 Consumo diario.....	30
Tabla 13 Gustos del consumidor	31
Tabla 14 Aceptación del producto.....	32
Tabla 15 Aromas de inciensos y beneficios	33
Tabla 16 Precio del incienso.....	34
Tabla 17 Medios de comunicación.....	35
Tabla 18 Distribución del producto	36
Tabla 19 Demanda actual	37
Tabla 20 Demanda proyectada	38
Tabla 21 Oferta actual	39
Tabla 22 Oferta proyectada	39
Tabla 23 Demanda insatisfecha.....	40
Tabla 24 Análisis de precios.....	42

Tabla 25 Proyección de precios.....	43
Tabla 26 Matriz de localización	46
Tabla 27 Materia prima	47
Tabla 28 Maquinaria y Equipo	48
Tabla 29 Insumos.....	49
Tabla 30 Mano de obra	49
Tabla 31 Participación en el mercado.....	54
Tabla 32 Plan de producción	54
Tabla 33 Requerimientos de la empresa.....	55
Tabla 34 Inversión inicial del proyecto	57
Tabla 35 Costos de producción.....	59
Tabla 36 Costo unitario del incienso	60
Tabla 37 Ingresos anuales proyectados	61
Tabla 38 Estado de pérdidas y ganancias	61
Tabla 39 Estado de situación financiera	63
Tabla 40 Flujo de efectivo	64
Tabla 41 Punto de equilibrio del proyecto.....	65
Tabla 42 Tasa mínima aceptable de rendimiento	66
Tabla 43 Valor actual neto.....	67
Tabla 44 Tasa interna de retorno	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Genero.....	23
Figura 2 Beneficio del incienso.....	24
Figura 3 Aportación del incienso para el entorno	25
Figura 4 Propiedades en aromas para el incienso.....	26
Figura 5 Uso de incienso	27
Figura 6 Marca preferida por los consumidores.....	28
Figura 7 Adquisición de inciensos	29
Figura 8 Consumo diario.....	30
Figura 9 Gustos del consumidor.....	31
Figura 10 Aceptación del producto	32
Figura 11 Aromas de inciensos y beneficios.....	33
Figura 12 Precio del incienso	34
Figura 13 Medios de comunicación	35
Figura 14 Distribución del producto.....	36
Figura 15 Incienso	41
Figura 16 Quemador de incienso.....	42
Figura 17 Macro localización.....	45
Figura 18 Micro localización.....	46
Figura 19 Diagrama del proceso de producción.....	51
Figura 20 Plano de la empresa.....	53

INFORMACION GENERAL

Título del Proyecto: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que elabora inciensos a base de residuos de madera en el Cantón de Salcedo.

Fecha de Inicio: Abril 2024

Fecha de finalización: Agosto 2024

Lugar de ejecución: Cantón Salcedo - Provincia de Cotopaxi

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera que auspicia: Licenciatura en Administración de Empresas

Equipo de Trabajo:

Tutor: Ing. Gabriela Yadira Viera Molina Mba.

C.C.: 050293040-7

Alumno: Sra. Viviana Gissela Laura Guananga

C.C.: 180472552-9

Área de Conocimiento: Administración y negocios

Línea de Investigación: Emprendimiento

Sub líneas de investigación de la carrera: Estrategias financieras sostenibles

INTRODUCCIÓN

Idea del negocio

La idea para la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de inciensos a base de residuos de la madera surge debido a la acumulación y mala manipulación de los desperdicios que son arrojados por las diferentes ebanisterías asentadas en el cantón Salcedo de la provincia de Cotopaxi, por lo cual se genera la necesidad de dar una alternativa que genere menor impacto ambiental.

A través de este proyecto se intenta mitigar la mala manipulación de los residuos que arroja la producción de muebles de madera por parte de la ebanistería, al reutilizar estos desperdicios se fomenta el cuidado al medio ambiente y se da una alternativa de solución a un problema para el sector maderero.

En la actualidad la contaminación y la tala masiva de árboles en el Ecuador es el principal problema para calentamiento global; por esta razón, se busca reciclar y reutilizar estos desperdicios en la elaboración de un nuevo producto, ya que se evitará la acumulación de desperdicios en las acequias, quebradas y ríos del Cantón Salcedo, los cuales son arrojados por las pequeñas carpinterías de este sector buscando de esta manera reducir y cuidar este recurso natural.

Planteamiento del problema

El calentamiento global es uno de los principales problemas para el hombre y su ecosistema debido a que en estos últimos años se han presenciado temperaturas excepcionalmente frías y cálidas, a tal punto que las altas temperaturas han provocado incendios forestales en diferentes partes del mundo, generando daños irremediables para su flora.

Según Global Forest Watch, del 29 de noviembre de 2023 al 6 de diciembre del mismo año, en todo el Ecuador se registraron 69.611 alertas de deforestación.

Por lo tanto, la deforestación y la contaminación son uno de los principales problemas ambientales para la sociedad. Por años distintas organizaciones han trabajado para reducir el daño ambiental que genera la gran industria manufacturera, generando ingresos a base del reciclaje.

En el país hay amplia gama de personas y pequeñas empresas que se dedican a la elaboración y comercialización de muebles hechos de madera, las cuales están enfocadas en satisfacer las necesidades de diversos grupos económicos en el país y del extranjero.

En la provincia de Cotopaxi, cantón de Salcedo existe micro y medianas empresas que se dedican a la fabricación de muebles de madera, que por lo general al momento de elaborar sus productos generando desperdicios o desechos de materia prima los cuales no tienen una buena manipulación. Así el aserrín, retazos de madera y la viruta no son bien manipulados por estas organizaciones y los desechan en quebradas, ríos, acequias y terrenos baldíos pertenecientes al sector, otros en cambio los utilizan como material de absorción para sus animales y en otros casos estos desechos son quemados.

Teniendo en cuenta todas estas prácticas se consideró crear una empresa que se dedique a la elaboración de inciensos a base de desperdicios que son generados en el proceso de la fabricación de muebles de madera; con esencias naturales que logren agradar al consumidor.

El incienso es muy utilizado en ceremonias religiosas y en el hogar por su capacidad para crear un ambiente relajante y de agradable aroma, el incienso también tiene muchas propiedades como lo menciona (TRESB, 2023) en el periódico español El Mundo.

Según (Medrano & Pallasco, 2015) la quema de inciensos favorece a la actividad cerebral lo cual es corroborado por investigadores tanto de Johns University como de Hebrew University, quienes describen que la quema de inciensos activa canales iónicos en el cerebro que alivian la ansiedad, la depresión y fomenta la concentración.

Para los investigadores de la revista Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine, 2000 el incienso de sándalo tiene propiedades calmantes y ansiolíticas que ayudan a mejorar el estado de ánimo y reducir el estrés.

Formulación del problema

¿Cómo incide un proyecto de factibilidad en la creación de una empresa que se dedica a la elaboración inciensos a base de residuos de madera en el cantón de Salcedo?

Objetivos del Proyecto

Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que elabora inciensos a base de residuos de madera en el cantón de Salcedo.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado que demuestre la demanda insatisfecha dentro del mercado meta.
- Diseñar un estudio técnico que demuestre el proceso productivo y la capacidad de la empresa al generar el nuevo producto.
- Elaborar un estudio económico y financiero que permita conocer la viabilidad y la rentabilidad de la incorporación del producto al mercado.

Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos: A continuación, se detallan los objetivos específicos y las actividades que se realizaron para asegurar su cumplimiento.

Tabla 1

Sistema de tareas en relación a los objetivos

Objetivo específico	Actividades	Cronograma	Productos
Realizar un estudio de mercado que demuestre la demanda insatisfecha dentro del mercado meta.	Investigación de artículos y libros. Recopilación de información. Analizar oferta y demanda del mercado.	Semana 1 - 3	<ul style="list-style-type: none"> • Metodología • Demanda • Oferta • Demanda insatisfecha
Diseñar un estudio técnico que demuestre el proceso productivo y la capacidad de la empresa al generar el nuevo producto.	Elaborar los procesos Determinar el tamaño del proyecto. Identificar la capacidad de producción	Semana 4 - 7	<ul style="list-style-type: none"> • Localización • Tamaño de la propuesta • Plan de producción
Elaborar un estudio económico y financiero que permita conocer la viabilidad y la rentabilidad de la incorporación del nuevo producto al mercado.	Realizar estados financieros. Calcular el VAN, TIR, PRI y el costo beneficio.	Semana 8 - 12	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio Financiero • Estados financieros • TMAR • TIR • VAN • Beneficio/Costo

Nota: Datos obtenidos del proyecto

Justificación

En la provincia de Cotopaxi, cantón Salcedo existe cincuenta y cinco (55) empresas familiares que se dedican a la fabricación de muebles que pertenecen a la “Asociación de carpinteros interprofesional de maestros y operarios de la madera y afines” según lo menciona (Tello, 2014). Los cuales tienen importantes limitaciones en tecnología y equipos modernos para diseñar y producir estos bienes, por lo que la mayoría de los fabricantes experimentan pérdidas de materias primas y generan altas tasas de desperdicio.

En el proceso para la elaboración de los muebles existen varias técnicas que reducen el tamaño de la materia prima, lo cual genera un porcentaje alto en desperdicios de madera ya sean estos originados por la cierra, la pulidora, la cantidora y demás maquinaria que se utiliza para darle forma y diseño al mueble. Semanalmente existe un desperdicio de viruta y aserrín de seis quintales y en retazos de madera diez sacos, los cuales son vendidos o desechados.

La inadecuada manipulación de estos residuos ha provocado un deterioro ambiental, por lo que es necesario dar alternativas de solución a esta problemática.

El estudio de factibilidad para la producción y comercialización de inciensos a base de residuos de madera surge bajo la necesidad de disminuir el desperdicio de materiales en este sector, reutilizando los residuos sobrantes de la madera para crear un nuevo producto que brinde beneficio a la sociedad y ayude a conservar su ecosistema.

Este proyecto contribuirá con la conservación del medio ambiente, mediante la aplicación de la economía circular y buscará generar ingresos a base de la reutilización de materia prima extraída de las carpinterías de este sector, pretendiendo disminuir los daños ambientales como la contaminación al ecosistema y la deforestación.

Es necesario desarrollar este proyecto de factibilidad para concientizar a más organizaciones de la industria manufacturera sobre la correcta manipulación de sus residuos e incentivar a la reutilización de materia prima para generar nuevos productos que sean útiles para la sociedad, sabiendo que de pequeñas cosas surgen grandes negocios.

CAPÍTULO I

1 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA Y METODOLÓGICA

1.1 Antecedentes

El presente estudio de factibilidad tiene como finalidad analizar la factibilidad del proyecto para la elaboración y comercialización de inciensos a partir de residuos de madera generados por las ebanisterías del cantón de Salcedo; por lo tanto, fue indispensable utilizar bases teóricas mediante un análisis de información bibliográfica que permitió recolectar y levantar información para el desarrollo de la propuesta. Para este estudio se tomó en cuenta las siguientes investigaciones:

En primer lugar, se tomó en cuenta el trabajo de titulación de la Universidad Militar Nueva Granada realizado por Amaya, (2015) con el tema de “Disposición de residuos industriales maderables: una estrategia empresarial ambiental para convertir costos en inversiones”

Este estudio analiza los desechos industriales producidos en el sector maderero y la disposición de los mismos por parte de las empresas, como una estrategia para convertir costos en inversiones y aprovechar los desechos para generar oportunidades comerciales basadas en medidas de demanda y oferta. Sin embargo, un 78% de las empresas estarían dispuestas a transformar la disposición de los desechos en repuestos.

Además, menciona que es de suma importancia poner en práctica la Responsabilidad Empresarial Ambiental frente a la industrialización de los países. Contemplando posibles alternativas para minimizar los residuos y buscar una alternativa para la reutilización de estos desperdicios.

Tras la primera investigación acerca de la reutilización de residuos de madera, se han encontrado diversos proyectos e investigaciones que buscan dar solución ante esta problemática, encontrando elaborar productos a base de aserrín, viruta, retazos de madera y estibas de madera.

Así como Tello, (2014) estudiante de la Universidad Técnica de Ambato quien presentó un trabajo de titulación con el nombre de “Utilización de los desechos de la madera en el diseño de accesorios del vestuario femenino”, a través de esta investigación de campo realizada en las diversas carpinterías que forman parte de la "asociación de carpinteros interprofesionales de maestros y operarios de la madera y afines" en el cantón de Salcedo, donde el porcentaje

obtenido de los residuos desechados por la ebanisterías es de 60% en trozos de madera, en aserrín el 47% de desperdicio y en viruta el 55% de desperdicio siendo un nivel alto que se genera mensualmente.

La aplicación de estos residuos en prendas de vestir le dan un plus y llama la atención de varios clientes a probar algo diferente y reutilizado.

Por otro en la Universidad Técnica de Cotopaxi, Masapanta, (2016) habla acerca de un “Estudio del reciclaje para la reutilización de madera desechable en la elaboración de una línea de interiores de una casa en la parroquia 11 de noviembre durante el período 2015 - 2016” en donde un sistema integrado de gestión que se encarga de facilitar la recogida de los residuos, su clasificación, su tratamiento y su aprovechamiento final del reciclaje. Este estudio demuestra que no existe un mayor control en la recolección de residuos por parte de las carpinterías por lo tanto es importante implementar métodos y técnicas para la reutilización de la madera desechada.

La investigación realizada por la Universidad Politécnica Salesiana que fue desarrollada por Medrano & Pallasco, (2015), titulada como “Estudio de factibilidad para la elaboración de inciensos en base de aserrín generados por el Gremio de Maestros Artesanos de la madera y conexos de Pichincha y su distribución en la ciudad de Quito”

El proyecto surge de la iniciativa de crear nuevas alternativas a otros residuos inusuales que contaminan el medio ambiente mediante la creación de empresas innovadoras que elaboren productos nuevos, útiles y de calidad que sean parte de la solución a los problemas ambientales, como lo es la empresa "ANVER Cía.Limited". Por tal motivo se desarrolla este estudio de factibilidad para conocer la demanda del producto y si este producto tendría la aceptación de los consumidores, con el fin de saber que tan rentable puede llegar a ser el producto en lo económico y social.

Y como última referencia investigativa, se tomó en cuenta el proyecto de factibilidad de Cuchillo & Huaca, (2018) de la Uniautónoma del Cauca con el tema “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de muebles ecológicos a base de estibas de madera en la ciudad de Popayán” el cual propone un emprendimiento que surge bajo las necesidades de mejorar las prácticas de producción convencionales y contribuir con el mejoramiento del contexto ambiental, comercial y social de Colombia y del Cauca, sin la necesidad de un equipo sofisticado y costos de producción, por el contrario, acude a la utilización de herramientas

básicas y al aprovechamiento de materiales que pueden ser re elaborados, dando calidad y exclusividad en cada producto.

1.2 Fundamentación epistemológica

1.2.1 Proyecto de factibilidad

Para (Burneo, Delgado, & Vérez, 2016) el estudio de factibilidad “es una herramienta que permite a los directivos la evaluación de las propuestas de proyectos atendiendo a la disponibilidad financiera para aprobar las inversiones.” Este análisis permite saber la factibilidad de un proyecto o un producto con información cualitativa y cuantitativa que evalúen los riesgos que se presentan al levantar un emprendimiento.

Un proyecto de factibilidad examina las diferentes posibilidades que tendría un producto al ingresar al mercado, abarcando diversos aspectos importantes para su estudio como: análisis de mercado, análisis técnico, análisis financiero, análisis medioambiental y demás factores que son importantes para garantizar la seguridad y la sostenibilidad de un proyecto. El beneficio de crear un proyecto de factibilidad es que apoya la revitalización económica en la sociedad fomentando a dejar de idealizar una idea de negocio y plasmarla en un emprendimiento.

1.3 Estudio de mercado

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos y resultados que serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas para determinar si un producto o servicio es aceptado en el mercado.

El estudio de mercado es “una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las compañías que planean estudiar y comprender una actividad económica específica.” (Sánchez, Economipedia: Estudio de mercado, 2015). Es una investigación que analiza al mercado en sí, con el propósito de conocer las necesidades de los clientes.

1.3.1 Importancia del estudio de mercado

Para el (Instituto Nacional de Economía Social, 2016) “los estudios de mercado te permiten conocer cuántos individuos o empresas desarrollan la actividad económica que se pretende realizar a través de un proyecto productivo, ya sea que produzcan bienes o presten servicios, junto con sus especificaciones y el precio que la sociedad está dispuesta a pagar por él.”

En cambio, (Medina, 2021) señala que “el objetivo de estudiar el mercado es ratificar la posibilidad de colocar un producto o servicio en el mercado, conocer y comprender los canales de comercialización, identificar la demanda, conocer las necesidades y características de los potenciales consumidores.”

Esta investigación permite comprender las necesidades insatisfechas en el lugar donde se planifica llevar a cabo el proyecto y determinar si el producto o servicio será socialmente aceptado cuando se introduzca en el mercado. Esto es extremadamente importante porque permite obtener una ventaja sobre nuestros competidores.

1.3.2 Elementos de un estudio de mercado

Para la elaboración de una adecuada investigación de mercado se debe tomar en cuenta una serie de pasos importantes los mismos que se detallan a continuación:

Producto

Según (Thompson, 2019) menciona que el producto es “una de las herramientas más importantes de la mezcla de mercadotecnia (4 p's) porque representa los servicios que cualquier empresa u organización brinda a su público meta, con el único objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos; para así alcanzar todos sus objetivos empresariales.

Por otro lado, (Kotler & Keller, 2006) señalan que un producto es “cualquier ofrecimiento que puede satisfacer una necesidad o un deseo del cliente.” Pág. 7

El producto es un bien o servicio se presenta de manera tangible e intangible hacia los consumidores, con la necesidad de satisfacer sus necesidades y cumplir con sus expectativas.

Población

Para (Moreno, Muñoz, Cuellar, Domancic, & Villanueva, 2018) la población “es un grupo determinado según diversos factores como: la edad, el sexo, la raza o alguna condición en especial de interés.” La población es el número total de individuos.

Muestra

La muestra es “un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay operaciones para obtener la cantidad de la muestra determinada como fórmulas, lógica y otros...” según lo menciona (López, 2004).

En resumen, la muestra es una parte específica de la población a la que está enfocada la investigación para el estudio del mercado.

Análisis de demanda

Para (Torres, 2022) el análisis de la demanda es “el proceso de comprender la demanda de los consumidores hacia la compra de un producto o servicio dentro de un mercado objetivo. Se utilizan métodos analíticos para abrirse camino con éxito en el mercado y obtener mejores resultados.”

La demanda es la cantidad y calidad de bienes, productos o servicios disponibles para la compra por parte de consumidores a varios precios de mercado. Esto se refiere a realizar una investigación que le permita establecer el poder adquisitivo, el tiempo y la moneda para saber qué tipo de ofertas lanzar al mercado.

Análisis de oferta

(Calvopiña & Chinguercela, 2010) manifiestan que “El análisis de la oferta determina la cantidad de productos y servicios que los productores están dispuestos a poner a disposición de los posibles consumidores para satisfacer sus necesidades insatisfechas a los precios que rijan en el mercado, además es un punto de referencia que permite conocer las posibilidades de incursionar en un negocio determinado.”

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se intentan distribuir en el mercado ya sea en un momento y lugar determinado, a un precio vigente en el mercado, con el propósito de hacer llegar sus productos al consumidor final y cumpliendo con sus expectativas.

Demanda potencial insatisfecha

Para (Baca, 2006) la demanda potencia insatisfecha es “la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros.”

Por otro lado (Rivera, Alvarez, Ortega, Tapia, & Garrobo, 2017) mencionan que la demanda insatisfecha es una necesidad que el mercado aún no cubre, pero que el proyecto puede llegar a cubrir al menos porcentaje. Existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. Esto demuestra factibilidad realista de iniciar una nueva empresa considerando que los factores analizados no cambian significativamente en el corto plazo para reflejar la oposición.

Precio

El precio hace referencia a lo monetario que se paga al adquirir un servicio o un producto en el mercado, en donde el valor final de este bien es afectado por el exceso o la ausencia de oferta y demanda.

Como se mencionó, el precio “es la cantidad de dinero que la sociedad debe recibir a cambio de bienes o servicios” (García, 2018). También se define como la cantidad de dinero asignada a un producto o el valor de cambio de un comprador por adquirir o utilizar un servicio o producto.

Encuesta

Es un método que sirve básicamente para obtener información, mediante la recopilación de datos provenientes de la población o muestra frente a una problemática determinada, utilizando como instrumento el cuestionario. Por lo general se lo utiliza como herramienta para levantar información.

1.4 Estudio técnico

Para (Calvopiña & Chinguercela, 2010) el estudio técnico es “una herramienta para determinar el tamaño adecuado de la futura empresa con relación a la capacidad productiva de la misma, tomando en cuenta todos los factores necesarios como el mercado, las materias primas, proveedores, mano de obra, la tecnología a utilizar y sobre todo el financiamiento para poner en marcha el negocio.”

La investigación técnica ayuda a los inversores a aclarar sus dudas sobre las actividades productivas de la empresa, teniendo en cuenta la correcta utilización de los recursos humanos, económicos y tecnológicos de la empresa.

1.4.1 Elementos del estudio técnico

Tamaño

El tamaño es la capacidad que debe instalarse para satisfacer adecuadamente la demanda del mercado objetivo y se expresa en términos de producción o número de unidades de producto que una empresa puede suministrar, recibir, almacenar o producir en un determinado período de tiempo, según menciona (Urtecho, 2019)

El tamaño del proyecto es una función de la capacidad, el tiempo y las operaciones generales para determinar la demanda a abastecer.

Localización

Según (Corrillo & Gutiérrez, 2020) la localización tiene como objetivo “analizar los diferentes lugares en las que es posible ejecutar el proyecto por ello se busca establecer un lugar donde ofrezcan beneficios máximos, costos mejores, donde la empresa tenga máximas ganancias en caso de ser una empresa privada con un costo unitario en caso de tratarse de un proyecto social.”

El propósito de la localización es analizar las diferentes ubicaciones donde se puede establecer el proyecto, con el fin de establecer la ubicación que da la máxima ventaja, el mejor costo, es decir, donde se obtiene el máximo beneficio.

Macro localización

(Corrillo & Gutiérrez, 2020) menciona que la macro localización trata de evaluar el lugar con mejores condiciones para ubicar el proyecto, ya sea dentro del país o en zonas rurales o urbanas de la región. La macro localización es el sector en específico donde se pretende realizar la investigación.

Micro localización

La micro localización es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y organizar las instalaciones en el área seleccionada. según menciona (García, Caviglia, & Jerouchalmi, 2003). Es el lugar en específico y a detalle, en donde se va a localizar la organización y a comenzar a funcionar.

La micro localización no es más que el lugar exacto en donde la empresa va a poner en marcha sus instalaciones y posteriormente su funcionamiento.

Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto hace referencia a los procesos de producción o prestación de servicios según lo menciona (Vargas, 2014), además es el estudio clave para determinar los aspectos técnicos para la operación de la unidad para la fabricación de bienes o servicios.

Proceso de producción

Para (Meza, 2013) el proceso de producción es un proceso técnico utilizado en un proyecto para obtener bienes o servicios a partir de una variedad de materias primas o recursos, mediante un proceso de conversión para la elaboración de productos mediante la participación de tecnología, materiales, mano de obra, maquinaria, materias primas y sistemas. Aquí se toma en cuenta insumos que son de suma importancia para la creación de la empresa.



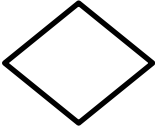

En esta sección se realiza un análisis del proyecto para la implementación de maquinaria, equipos e insumos que son necesarios para la elaboración del producto y la empresa pueda funcionar como tal.

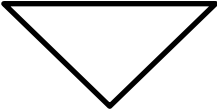
Flujograma de procesos

Para Asana, (2022) el diagrama de flujo es una representación gráfica y secuencial de un proceso o flujo de trabajo que contiene todas las tareas y actividades necesarias para obtener un objetivo en general. En donde se toma decisiones y trata de involucrar a los trabajadores de las empresas.

Esta grafica representa varias acciones a seguir dentro de un proceso de manera ordenada y manteniendo un orden teniendo en cuenta todos los materias y servicios a utilizar dentro del proyecto. Esto facilita el análisis y definición de los procesos productivos de la empresa.

Tabla 2
Simbología del flujograma

Nombre	Símbolo	Detalle
Inicio/Terminal		Indica el inicio o la terminación del flujo del proceso.
Proceso		Representa la etapa de una actividad dentro del procedimiento.
Decisión		Este símbolo representa variación, en esta parte se debe tomar la decisión si seguir o no con el procedimiento.
Línea de flujo		Esta figura marca la dirección del proceso.

Almacenamiento		Actividad en donde la materia prima y productos permanecen almacenados, a corto o largo plazo.
-----------------------	---	--

Nota: Datos obtenidos del proyecto

Distribución de la planta

Frederick, (2021) define a la maquinaria como activos tangibles que posee una empresa, cuya finalidad es producir productos o realizar actividades específicas como parte del desarrollo de procesos operativos.

La distribución de la planta corresponde es la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que satisfacen las necesidades del proceso productivo y garantizan costos mínimos y máxima productividad, manteniendo condiciones óptimas de seguridad y beneficios para los empleados, según menciona (Baca, 2001).

La maquinaria y equipos son activos que tiene una empresa para la transformación de materia prima en bienes inmuebles, para alquiler a terceros, o para fines administrativos y previstos, y se utilizan durante múltiples períodos, mientras estos tengan una vida útil para la organización.

Es necesario que la empresa disponga del espacio para la distribución correcta de cada área de trabajo, dando el sitio y el tamaño ideal para que puedan desempeñar sus funciones de manera eficiente y que al momento de realizar sus actividades estos puedan hacerlas de forma rápida y eficaz.

1.5 Estudio financiero

Pérez, (2021) señala que estudio financiero es el proceso a través del que se analiza la factibilidad de un proyecto. Basado en recursos financieros existentes y en el costo total del proceso de producción. El presente estudio permite conocer la viabilidad económica que tendrá la empresa o el emprendimiento durante el transcurso de los años con la venta de su producto.

Este proceso esté integrado por elementos de información cuantitativos para la organización, permite conocer la factibilidad del proyecto puesto en marcha durante los años de trayectoria desde su punto de inicio, a la vez este estudio brinda una visualización de progreso que ha tenido la empresa durante el transcurso del tiempo.

1.5.1 Elementos del estudio financiero

Inversión inicial

Para (Martínez, 2021) la inversión inicial es el dinero que se utiliza para cubrir los costos del negocio, como la compra de edificios, equipos y accesorios necesarios para el funcionamiento de la empresa y con el personal necesario para su funcionamiento.

La inversión inicial es el monto económico con el cual la organización empieza a producir, este valor le permite adquirir todo lo necesario para la fabricación del producto, así como bienes inmuebles, materia prima, maquinaria y equipos e incluso la contratación de operarios para el proceso de producción.

Inversión fija

En el estudio realizado por Calvopiña & Chinguercela, (2010) señala que la inversión inicial “son las mercancías de propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria y equipos, mobiliario, vehículos, herramientas y otros.”

Para los investigadores, la inversión de capital inicial es la compra de bienes que permite el desarrollo de la gestión empresarial a través de su utilización, los cuales son considerados importantes en la realización de actividades para la elaboración del producto por parte de la empresa.

Inversión diferida

La inversión diferida es aquella que no entra en el proceso productivo y que es necesaria para poner en su sitio al proyecto, como: construcción, instalación y montaje de fábrica, documentos necesarios para la preparación del proyecto, eventos de lanzamiento, publicidad, patentes y documentos legales, y demás costos de la organización, según lo menciona (Váquiro, 2019).

Esta inversión está constituida por activos intangibles los cuales no se pueden ver ni tocar pero que son de suma importancia para la constitución de la empresa.

Capital de trabajo

Para (Gitman & Zutter, 2012) el capital de trabajo es “la diferencia entre los activos y pasivos corrientes de la empresa.” Este capital es de suma importancia para comenzar con el funcionamiento una la organización.

El capital de trabajo es el dinero que se puede utilizar para las operaciones diarias de la empresa, incluida la compra de bienes y servicios según lo disponga el gerente quien es la persona que está al mando de la organización.

Estado financiero

Los estados financieros “registran los ingresos al momento de la venta (ya sea que se reciba o no el pago) y los gastos, cuando se incurre en ellos,” según lo menciona (Gitman & Zutter, 2012)

Esta herramienta permite conocer de forma clara la situación financiera de la empresa, proporcionando información acerca de cada movimiento que se realiza dentro de la organización.

Estado de pérdidas y ganancias

(Herrera, 2021) señala que el estado de pérdidas y ganancias es un informe financiero que está dentro de la contabilidad financiera, esta muestra fluctuaciones que ayudan a comprender el capital de una empresa.

Esta herramienta permite conocer a través de informes financieros cada movimiento contable que se realiza en la institución.

Balance General

El balance general es “un documento contable financiero que refleja la situación económica y patrimonial de la misma en una fecha determinada; [...] permite conocer la situación financiera y patrimonial de una compañía,” según lo menciona la (BBVA, 2022). Este documento permite conocer la situación económica de la empresa, en donde se detallan todos sus activos, pasivos y el patrimonio.

Flujo de caja

(Urzúa, 2019) señala que flujo de caja es un estado financiero que se utiliza para distinguir los gastos de los ingresos en efectivo durante un período de tiempo específico. El flujo de caja es un estado financiero que demuestra todas las entradas y salidas de efectivo en la empresa, los cuales son generados por las ventas del producto o servicio.

Indicadores financieros económicos

Los autores (Ollague, Ramón, Soto, & Novillo, 2017) definen a los indicadores como herramientas que se utilizan para determinar la situación financiera de la empresa, estos son empleados a través de operaciones que identifican áreas de estabilidad o riesgo.

Los indicadores financieros permiten conocer el rendimiento actual de la empresa detectando problemas que pueden llegar a afectar a la organización como tal; ya sea a corto plazo o largo plazo.

Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es “el valor actual o presente de los flujos de efectivo de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos. Para actualizar esos flujos netos se utiliza una tasa de descuento denominada tasa de expectativa o alternativa/oportunidad, que es una medida de la rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión, cubrir los costos y obtener beneficios.”

El VAN es un indicador financiero que permite medir el dinero que va a circular por la empresa y posteriormente ver si habrá resultados positivos o negativos para la organización, de ver si el proyecto resulta viable.

Tasa interna de retorno (TIR)

Para Sevilla, (2023) la tasa interna de retorno (TIR) este es el rendimiento que proporciona una inversión. Esto significa el porcentaje de ganancia o pérdida que generará la inversión respecto al monto que no se ha retirado del proyecto.

La tasa interna de retorno es el interés o tasa de retorno que ofrece una inversión para la empresa. Es decir, se refiere al porcentaje de ganancia y pérdida que recibirá la inversión del monto no deducido del proyecto.

Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

La tasa mínima aceptable de rendimiento “consiste en determinar cuál es la ganancia mínima frente a una inversión que se ha realizado con el único fin de generar producción y ganancias, es necesario tomar en cuenta al índice inflacionario y premio al riesgo que rigen en las instituciones financieras,” según lo menciona (Calvopiña & Chinguercela, 2010).

Constituye la tasa mínima de ganancia sobre la inversión que realiza los inversores, este cálculo permitirá establecer cuál será el rendimiento creado por la nueva empresa.

1.6 Metodología empleada

La metodología que se aplicó en la elaboración de este proyecto fue un enfoque cuantitativo, debido a que “la investigación cuantitativa busca cuantificar los datos y, por lo general, aplica algún tipo de análisis estadístico. Cuando se trata de un problema de investigación de mercados, la investigación cuantitativa debe estar precedida por la investigación cualitativa adecuadas,” según lo menciona (Malhotra, 2008). Para el presente autor estas investigaciones van a de mano, ya que la investigación cualitativa se encarga de recoger información y la investigación cuantitativa realiza el análisis de los datos obtenido para el estudio del mercado.

Ambas investigaciones son de suma importancia para levantar información ante una investigación de mercado, la investigación cuantitativa permite obtener datos mensurables de naturaleza productiva para el estudio, mientras que una investigación cualitativa forma base para la exploración teórica del proyecto con información que respalden la investigación.

El tipo de investigación de este proyecto se sustentó bajo un estudio descriptivo; en donde, según (Malhotra, 2008) la investigación descriptiva es un “tipo de investigación concluyente que tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo regular las características o funciones del mercado.”

El método aplicado en este proyecto fue el deductivo, en donde (Merina, 2009) menciona que el método deductivo “es cuando el asunto estudiado procede de lo general a lo particular. El maestro presenta conceptos, principios, afirmaciones o definiciones de las cuales van siendo extraídas conclusiones y consecuencias.” Este proyecto fue creado bajo principios previamente examinados los cuales contribuyen para la creación de una empresa que elabora inciensos a base de residuos de la manera.

Todas estas metodologías son implementadas para la elaboración del proyecto de factibilidad, además se realizó un cuestionario el que recolectar información veraz para el estudio del mercado.

Población

La población universo del presente proyecto de factibilidad está constituida por el número de viviendas que se localizan en el cantón de Salcedo; en donde, se encuentran 27.160 viviendas según lo demuestra el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador en el año 2022.

Muestra

Teniendo en cuenta que existe un número extenso de viviendas que están localizadas en el cantón de Salcedo, se procede a realizar cálculo del tamaño de la muestra. El tamaño de la muestra que se estableció para este proyecto es de 378 viviendas a encuestar con el fin de agilizar la recolección de la información. El cálculo de la muestra se encuentra en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Población

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos en el cantón de Salcedo, provincia de Cotopaxi existe 27.160 viviendas las cuales se encuentran distribuidas a lo largo de sus parroquias, como se identifica en la siguiente tabla:

Tabla 3
Población o universo

Parroquias	N° de viviendas	Porcentaje
San Miguel	15.797	58%
Antonio José Holguín	1.307	5%
Cusubamba	2.666	10%
Mulalillo	2.764	10%
Mulliquindil	3.132	12%
Panzaleo	1.494	6%
Total	27.160	100%

Nota: Datos obtenidos del Instituto Nacional de estadísticas y Censos INEC

Una vez realizada la proyección de la población, se dice que en el cantón de Salcedo una de las parroquias con mayor número de viviendas es San Miguel la cual está constituido por 15.797 viviendas que constituye el 58% de la población total, procedido por la parroquia de Mulliquindil con 3.132 viviendas que equivale al 12% de la población, Mulalillo con 2.764 viviendas que equivale al 10% e igual la parroquia de Cusubamba con 2.666 viviendas, la parroquia de Panzaleo está constituida por 1.494 viviendas que corresponde al 6% de la población y el 5% restante le corresponde a la parroquia de Antonio José Holguín con 1.307 viviendas, obteniendo de esta manera el 100% de la población que equivale a 27.160 viviendas.

2.2 Muestra

Al ser la población de estudio con una cantidad relativamente amplia, es necesario establecer una muestra que represente al universo y facilite la implementación del instrumento de investigación. Tomando en cuenta el último censo del INEC existen 27.160 viviendas que se encuentran ubicadas dentro del cantón de Salcedo, de las cuales serán encuestadas una parte representativa de la población que permita obtener información fundamental para la creación del proyecto.

2.2.1 Tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se implementará la fórmula de la población finita.

Formula:

$$n = \frac{N \times Z\alpha^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z\alpha^2 \times p \times q}$$

Nomenclatura:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

Z α = Nivel de confianza por lo general los valores escogidos son de 1.96

e= Error de la estimación 5% = 0,05

p= Probabilidad de aceptación (0,50)

q= Probabilidad de no aceptación (0.50)

$$n = \frac{27160 \times (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}{(0,05)^2 \times (27160 - 1) + (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{26084,46}{68,85}$$

$$n = 378$$

La muestra es de 378 viviendas en las cuales se tendrá que aplicar la encuesta para obtener la información requerida.

2.2.2 Distribución muestral

Al detallar la población total por sectores facilita el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, en donde a continuación se presenta cada sector con el número total de encuestas que se realizará a las distintas viviendas en el cantón de Salcedo:

Tabla 4
Distribución muestral

Sectores del cantón	N° de viviendas	Encuestas	Porcentaje
San Miguel	15.797	220	58%
Antonio José Holguín	1.307	18	5%
Cusubamba	2.666	37	10%
Mulalillo	2.764	38	10%
Mulliquindil	3.132	44	12%
Panzaleo	1.494	21	6%
Total	27.160	378	100%

Nota: Datos obtenidos para la elaboración del proyecto

En esta tabla se observa la distribución de las encuestas según las parroquias del cantón, en la parroquia de San Miguel se realizarán 220 encuestas que equivalen al 58% del número de viviendas, en Mulliquindil se aplicaran 44 encuestas que equivale al 12% del total, en la parroquia de Mulalillo se realizaran 38 encuestas que equivale al 10% de la muestra como la parroquia de Cusubamba en donde se aplicaran 37 encuestas, en Panzaleo se realizaran 21 encuestas que equivale al 6% de la muestra y en la parroquia de Antonio José Holguín se aplicarán 18 encuestas que equivalen al 5% de la muestra, dándonos un resultado de 378 encuestas que corresponde al 100%.

Para realizar el proceso de recolección de datos se hará uso del tipo de muestreo probabilístico simple, el mismo que tiene el fin de seleccionar al azar las familias que serán encuestadas.

2.3 Aplicación de la encuesta

Se aplicó el instrumento de investigación a la muestra total de la población, obteniendo datos relevantes para la investigación en cuanto a la aceptación del producto dentro del mercado meta.

Este instrumento se utilizó para conocer opiniones, gustos y preferencias por parte de los consumidores, que vienen a ser los hogares que se encuentran ubicados en cada parroquia del cantón de Salcedo, provincia de Cotopaxi.

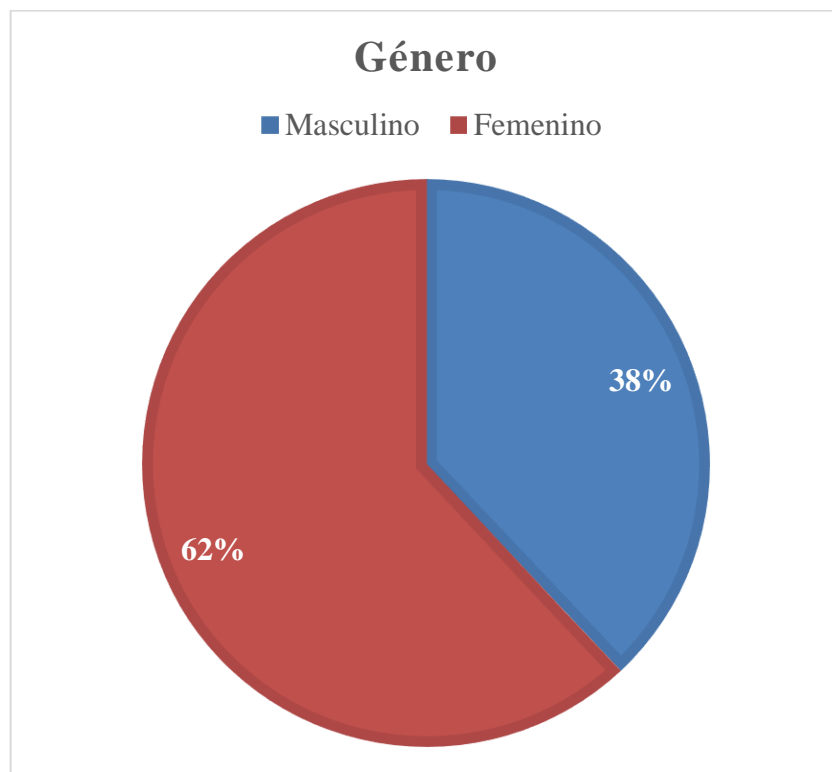
2.3.1 Análisis e interpretación de resultados

Tabla 5
Género

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	144	38%
Femenino	234	62%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 1
Genero



Nota: La figura 1 muestra el género de los encuestados.

Análisis e interpretación

Dentro de los resultados obtenidos de la encuesta, se observa que el 62% de la población es de género femenino mientras el 38% restante es de género masculino, obteniendo un total del 100% de la población. Esto nos permite conocer el género de nuestros potenciales consumidores para posteriormente conocer sus gustos y preferencias, y enfocarnos en el tipo de aroma ideal para nuestros consumidores.

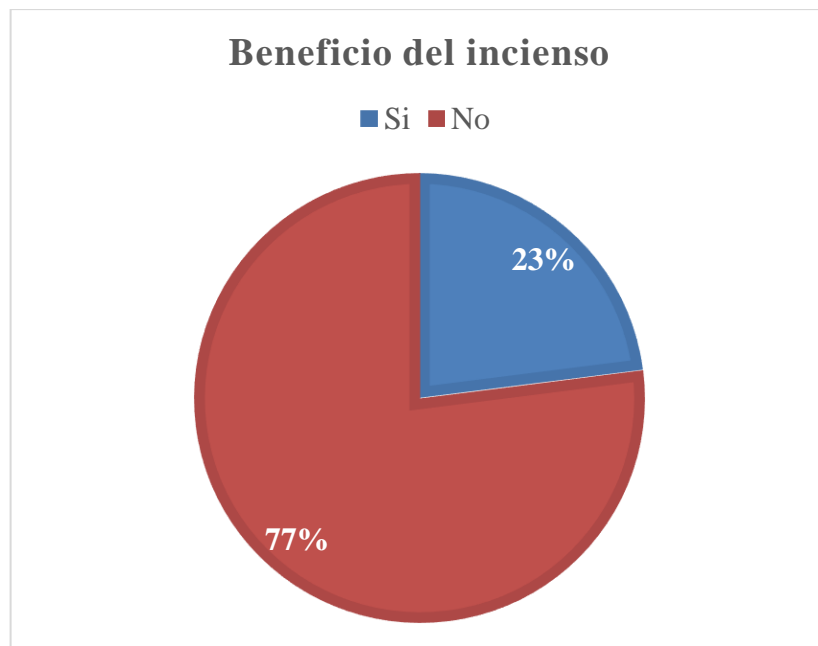
1. ¿Conoce usted acerca de los beneficios que se tiene al utilizar inciensos en el hogar?

Tabla 6
Beneficios del incienso

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	87	23%
No	291	77%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca del conocimiento de los beneficios del incienso.

Figura 2
Beneficio del incienso



Nota: Ilustración acerca del conocimiento de los beneficios que posee el incienso.

Análisis e interpretación

Como resultado se observa que el 77% de la muestra no conoce acerca de los beneficios que se tiene al utilizar un incienso mientras que el 23% sí los conoce. Esto demuestra que la población desconoce de los beneficios que puede aportar el incienso para su hogar, para lo cual es necesario dar a conocer a los consumidores los diferentes aromas y el beneficio que trae cada presentación.

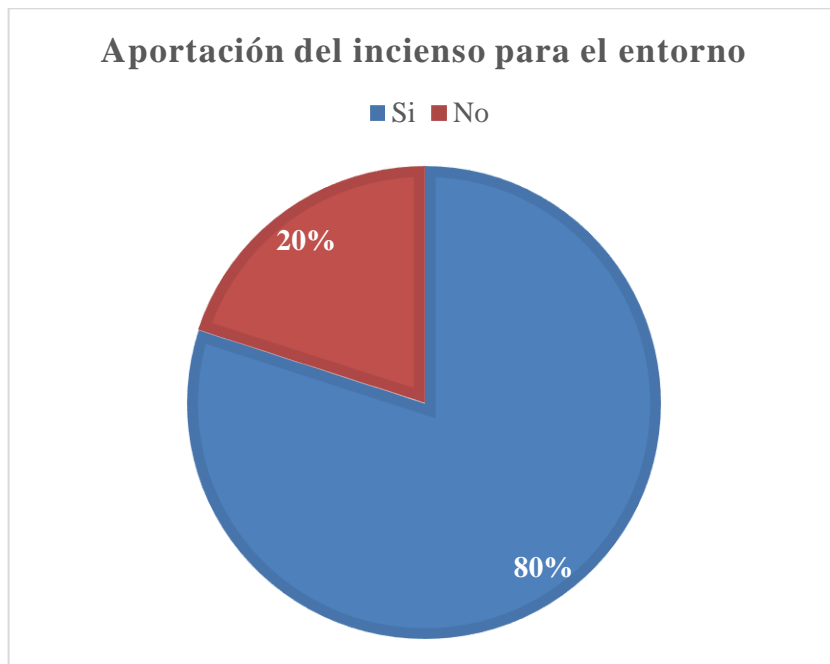
2. ¿Sabía usted que los inciensos ayudan a eliminar aquellos ambientes hostiles que existe dentro del hogar por uno más armónico y tranquilo?

Tabla 7
Aportación del incienso para el entorno

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	301	80%
No	77	20%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de la aportación del incienso para el entorno familiar.

Figura 3
Aportación del incienso para el entorno



Nota: Ilustración obtenida de la encuesta acerca del impacto que genera el incienso al entorno.

Análisis e Interpretación

El 80% de la población que corresponde a 301 encuestas realizadas mencionan conocer que el incienso elimina malos olores en el hogar, mientras que tanto el 20% de la población encuestada desconocía de este beneficio para su hogar. La población tiene entendido la utilidad del incienso como ambiental que elimina malos olores en el hogar.

3. ¿Conocía usted que al utilizar diferentes aromas en los inciensos aportamos propiedades que pueden ayudar a los miembros de su familia?

Tabla 8
Propiedades en aromas para el incienso

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	84	22%
No	294	78%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de las propiedades aromáticas para el incienso.

Figura 4
Propiedades en aromas para el incienso



Nota: Ilustración obtenida de los resultados de la encuesta acerca de las propiedades que una esencia natural aporta al incienso.

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos del literal 3 del instrumento de investigación, se observa que el 78% de la población encuestada desconoce las propiedades que brindan las esencias naturales al producto y el 22% conoce de los beneficios que se obtiene al utilizar estas esencias en la elaboración del producto. Por lo tanto, es necesario dar a conocer las propiedades que contiene el incienso al aportar esencias naturales en nuestro producto.

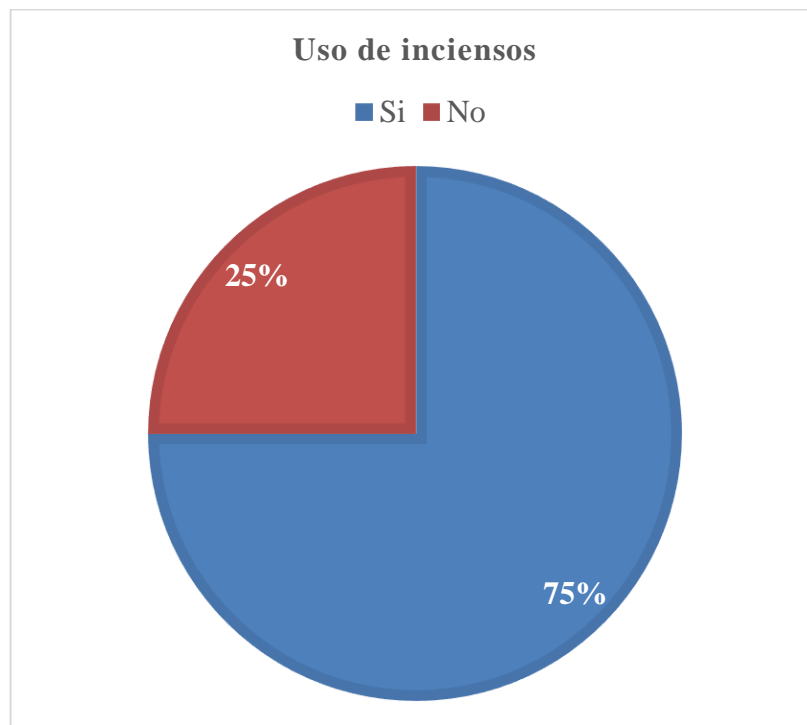
4. Usted, ¿utiliza inciensos en su hogar?

Tabla 9
Uso del incienso

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	284	75%
No	94	25%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenido de la encuesta acerca del consumo del incienso en los hogares.

Figura 5
Uso de incienso



Nota: Ilustración proyectada de la encuesta realizada acerca del uso de inciensos en los hogares.

Análisis e interpretación

En cuanto al uso de inciensos en los hogares dice que el 75% de la población encuestada compra este producto, mientras tanto el 25% de la muestra no utiliza inciensos en el hogar ya que prefieren comprar productos sustitutos como ambientales o a su vez no consumen esta clase de productos para el hogar. Lo cual es importante conocer para identificar gustos y preferencias por parte de los consumidores para el estudio del mercado.

5. ¿Cuál es su marca preferida?

Tabla 10

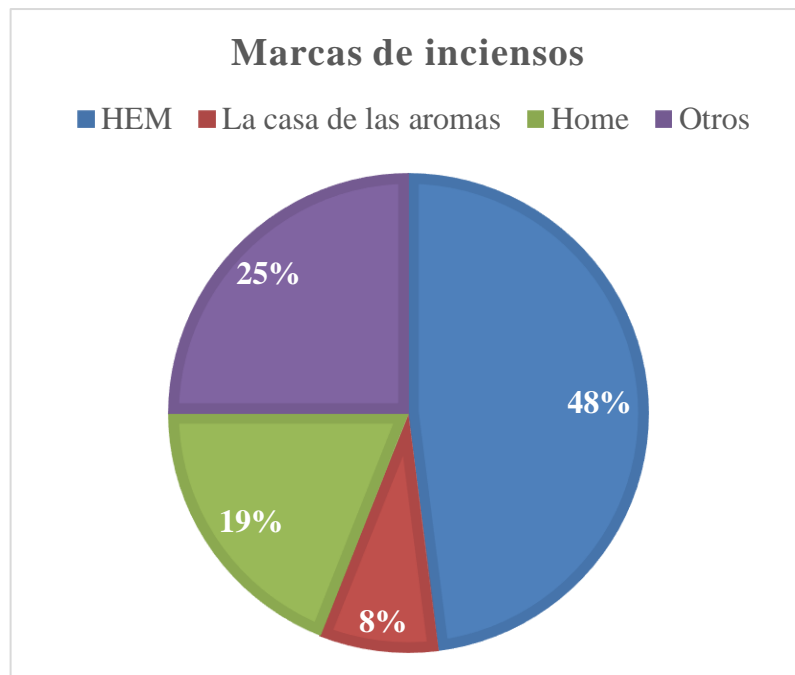
Marcas preferidas por los consumidores

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
HEM	181	48%
La casa de las aromas	31	8%
Home	72	19%
Otros	94	25%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de las marcas de inciensos preferidas por el consumidor.

Figura 6

Marca preferida por los consumidores



Nota: Ilustración obtenida de la encuesta acerca de las marcas preferidas por los consumidores.

Análisis e interpretación

Como resultado a la pregunta numero 5 encontramos que el 48% de la población prefiere la marca HEM que es importada de la India y China, el 19% de la población prefiere la marca Home que es comercializada dentro de los supermercados, el 8% de la población prefiere La casa de los aromas y 25% de la población se inclina por otros ya que desconoce la marca de incienso que utiliza, en otros casos utilizan inciensos artesanales o a su vez no consumen este producto.

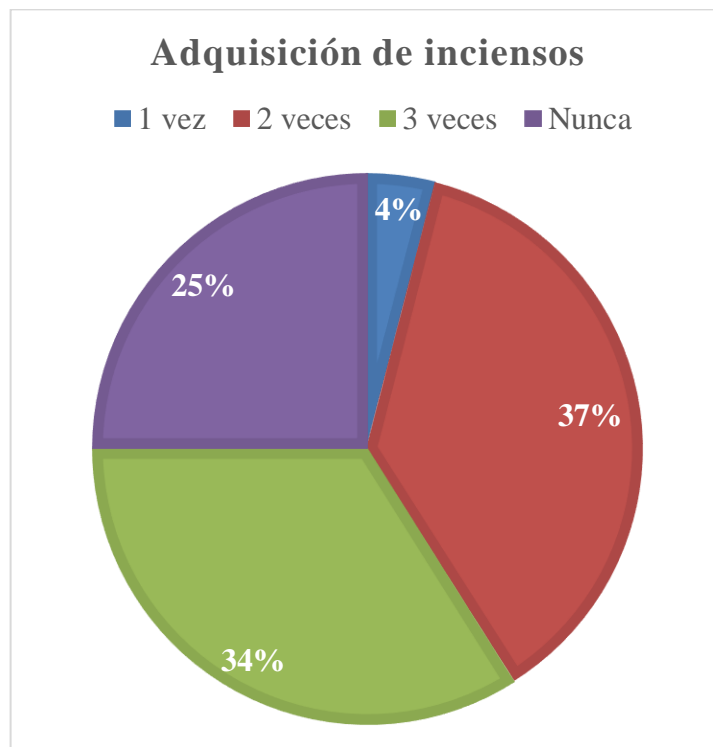
6. ¿Con que frecuencia compra usted incienso a la semana?

Tabla 11
Adquisición de inciensos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 vez	15	4%
2 veces	139	37%
3 veces	130	34%
Nunca	94	25%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de la frecuencia que el consumidor compra este producto.

Figura 7
Adquisición de inciensos



Nota: Ilustración obtenida de los resultados de la encuesta de acuerdo a la frecuencia que los consumidores adquieren el producto.

Análisis e interpretación

Dentro de los resultados obtenidos en la encuesta, el 4% de la población compra inciensos una vez a la semana, el 37% compra dos veces semanalmente este producto, el 34% de la población muestral compra 3 veces a la semana el incienso y el 25% de la población nunca

adquiere inciensos para el hogar. Esto ayuda a determinar el tiempo en el que el consumidor vuelve a adquirir este producto en el mercado.

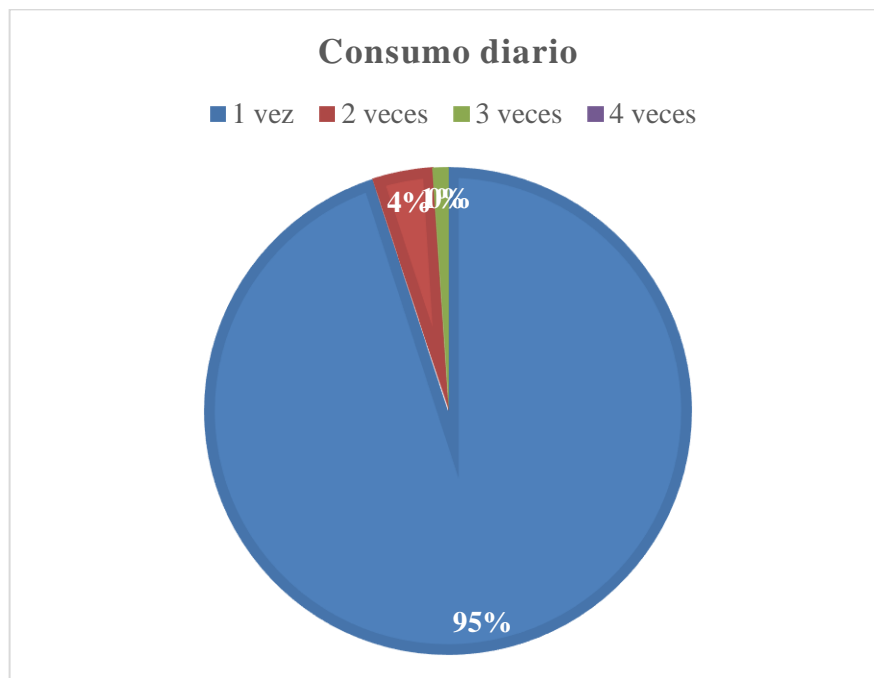
7. ¿Cuántas veces al día utiliza los inciensos?

Tabla 12
Consumo diario

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 vez	360	95%
2 veces	13	4%
3 veces	4	1%
4 veces	1	0%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca del consumo de inciensos en el hogar.

Figura 8
Consumo diario



Nota: Ilustración a base de los resultados obtenidos en la encuesta acerca del consumo diario que tiene el incienso en el hogar.

Análisis e interpretación

Mediante los resultados obtenidos en la encuesta tenemos que el 95% de la población consume un incienso diario, el 3% utiliza el incienso dos veces al día, el 1% utiliza el incienso 3 veces al día mientras tanto el 0% restante lo utilizan 4 veces al día; lo cual permite conocer la cantidad de inciensos que es utilizada dentro de estos grupos familiares.

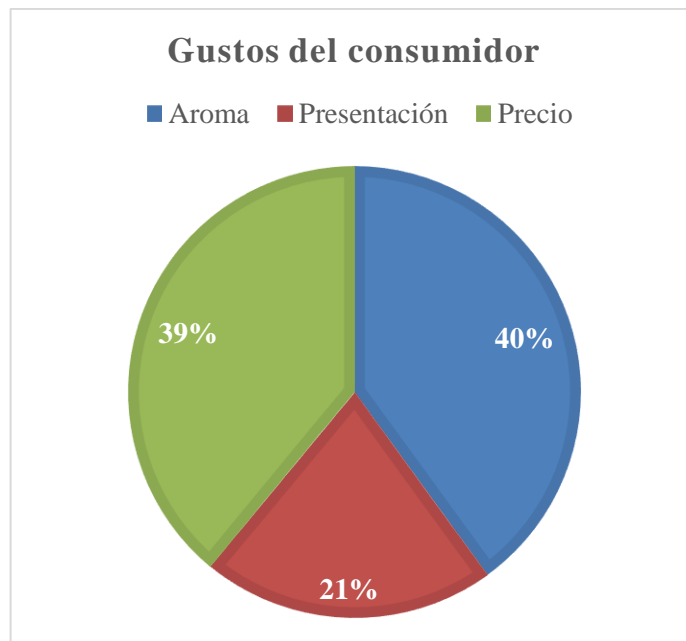
8. ¿Qué aspecto le resultaría más importante al momento de adquirir el producto?

Tabla 13
Gustos del consumidor

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Aroma	152	40%
Presentación	92	21%
Precio	134	39%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de las preferencias que tienen los consumidores.

Figura 9
Gustos del consumidor



Nota: Ilustración realizada a base de los datos obtenidos en la encuesta acerca de los gustos que tiene el consumidor.

Análisis e interpretación

Según la encuesta realizada menciona que el 40% de la población compra los inciensos de acuerdo al aroma que estos emiten, el 21% menciona que adquieren el producto por su presentación mientras que el 39% de la población muestral consume este producto por el precio que está al alcance de su bolsillo. Estos resultados son relevantes para conocer los gustos y preferencias que tiene el consumidor.

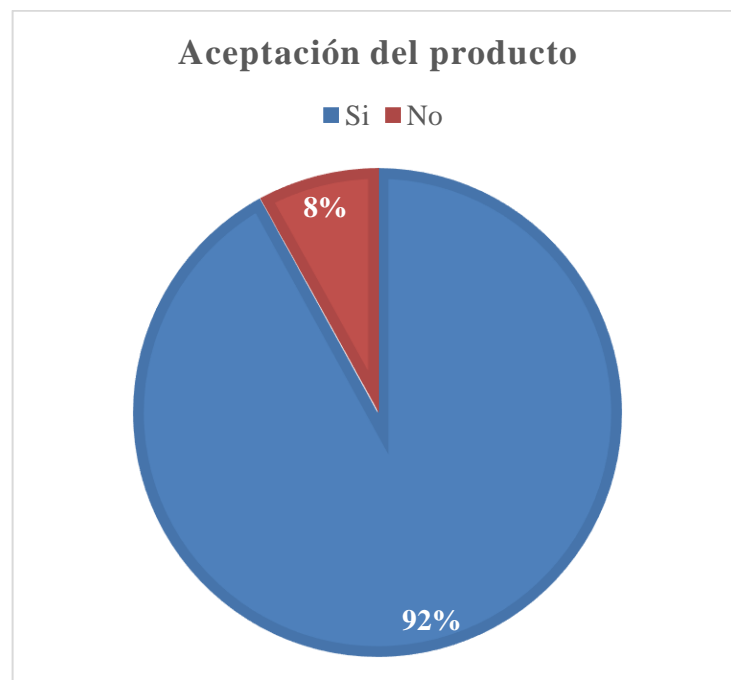
9. ¿Estaría usted dispuesto a comprar incienso a base residuos de madera con esencias naturales?

Tabla 14
Aceptación del producto

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	348	92%
No	30	8%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de la aceptación del producto en el mercado.

Figura 10
Aceptación del producto



Nota: Ilustración obtenida de los resultados de la encuesta realizada acerca de la aceptación que tendría el incienso al salir al mercado.

Análisis e interpretación

Según la encuesta realizada dice que el 92% de la población estaría dispuesta a comprar este producto cuando salga al mercado ya que es un producto que llama la atención al consumidor, mientras que el 8% de la población encuestada lo le gusta esta idea de generar un incienso a base de residuos de madera. Esta pregunta es esencial para la investigación ya que permite conocer el grado de aceptación que tendrá nuestro producto.

10. ¿Qué aroma prefieres, sabiendo los beneficios que trae cada incienso?

Tabla 15

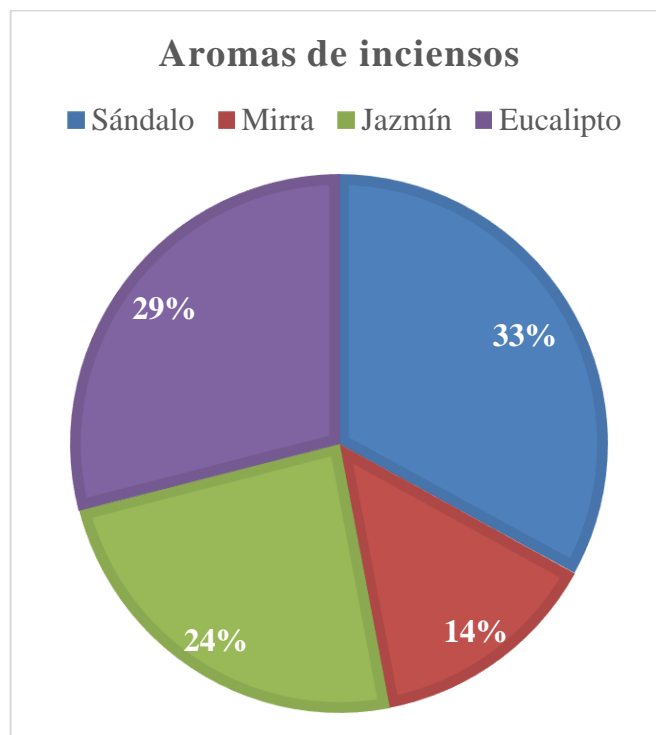
Aromas de inciensos y beneficios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sándalo	123	33%
Mirra	54	14%
Jazmín	90	24%
Eucalipto	111	29%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada acerca de las esencias naturales para los inciensos.

Figura 11

Aromas de inciensos y beneficios



Nota: Ilustración a los resultados obtenidos de la encuesta acerca de los distintos aromas en inciensos.

Análisis e interpretación

Dentro de los resultados obtenidos de la pregunta 10 tenemos que el 33% de la población prefieren la esencia de sándalo ya que ayuda a combatir el estrés y aliviar el dolor de cabeza, el 29% prefiere el eucalipto el cual ayuda a descongestionar las vías respiratorias y sirve como repelente de mosquitos, el 24% de la población prefiere la esencia de jazmín ya que permite tener una mejor concentración y con el 14% está la esencia de mirra la cual tiene un olor agradable al gusto y purifica el ambiente.

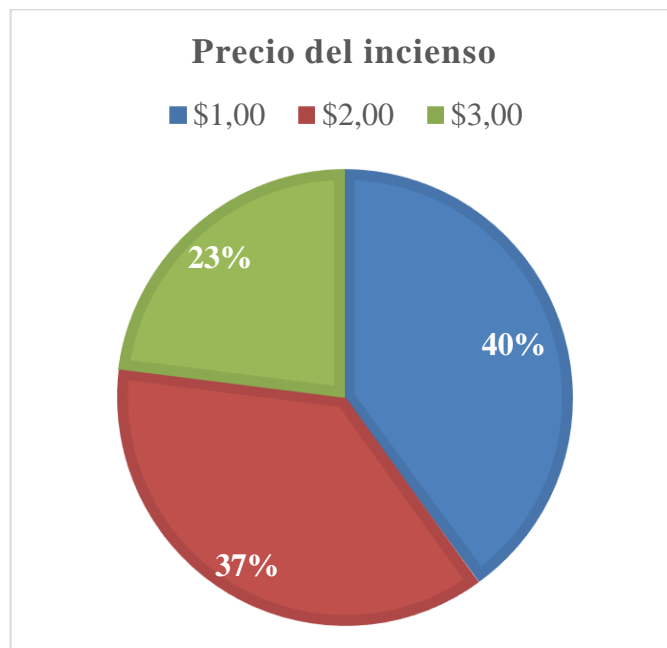
11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

Tabla 16
Precio del incienso

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
\$1,00	150	40%
\$2,00	139	37%
\$3,00	89	23%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca del precio estimado del producto.

Figura 12
Precio del incienso



Nota: Ilustración de los resultados obtenidos de la encuesta acerca de los precios sugerido para el incienso.

Análisis e interpretación

Lo datos obtenidos de la encuesta arrojan que el 40% de la población encuestada prefiere el precio sugerido de \$1, el 37% opta por el precio de \$2 mientras tanto el 23% de la población prefiere el precio de \$3 a cancelar por la adquisición del producto, proporcionando la disposición económica para adquirir el producto.

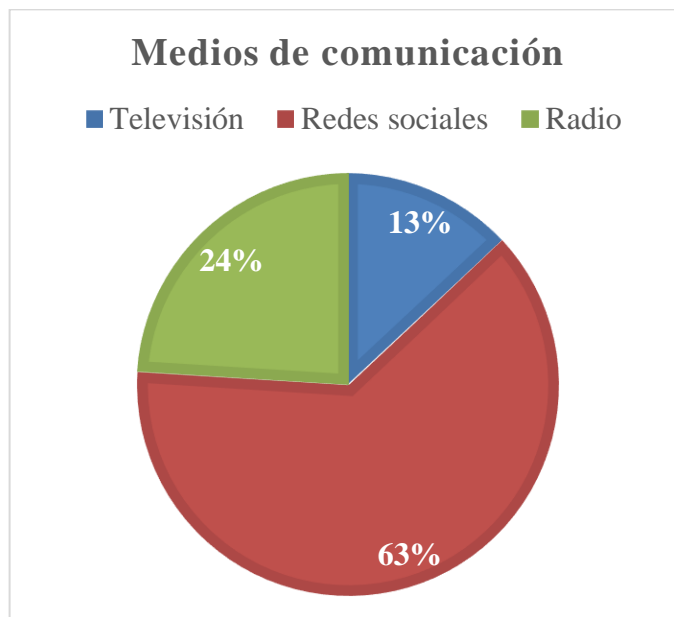
12. ¿Por qué medio le gustaría que promocionemos este producto?

Tabla 17
Medios de comunicación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	47	13%
Redes Sociales	240	63%
Radio	91	24%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de los medios de comunicación para llegar al consumidor.

Figura 13
Medios de comunicación



Nota: Ilustración de los resultados obtenidos de la encuesta acerca de los medios de comunicación que podrían ser utilizados para dar a conocer nuestras promociones.

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos por la encuesta menciona que el 63% de la población prefiere que promocionemos el producto a través de redes sociales como es Facebook, Instagram y Tik Tok, el 24% de los encuestados prefiere que utilicemos la radio como medio de comunicación y el 13% prefiere verlos en la pantalla de un televisor, hay que tomar en cuenta que estos dos últimos medios de comunicación en la actualidad no solo muy utilizados.

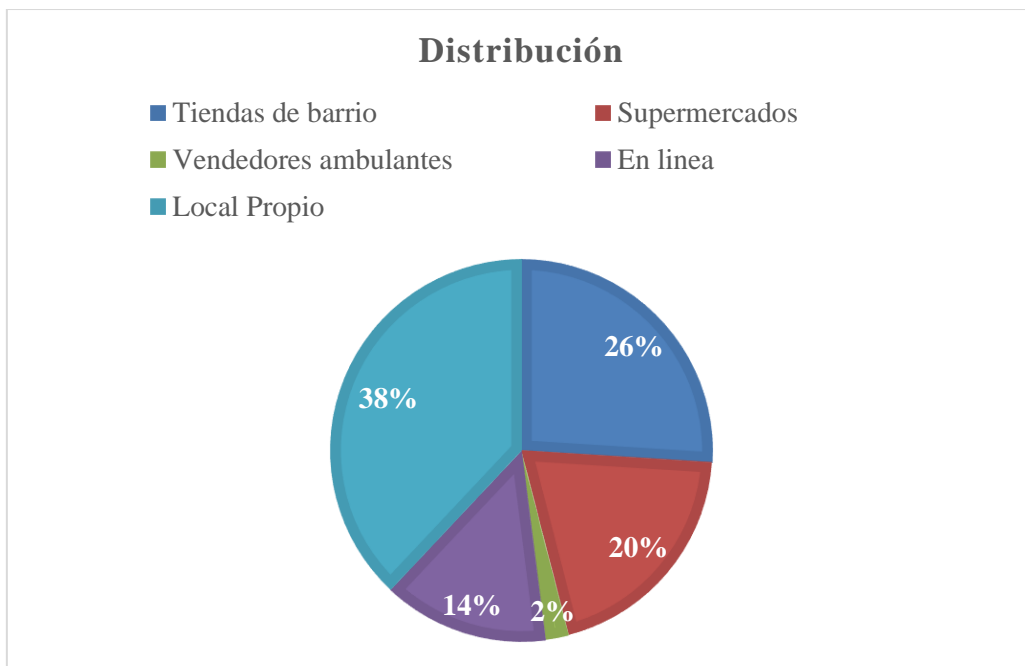
13. ¿Dónde preferiría comprar nuestro producto?

Tabla 18
Distribución del producto

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas de barrio	97	26%
Supermercados	75	20%
Vendedores ambulantes	10	2%
En línea	52	14%
Local propio	144	38%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de la distribución del producto en el mercado.

Figura 14
Distribución del producto



Nota: Ilustración de los resultados obtenidos en la encuesta acerca de los canales de distribución para el incienso.

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos el 26% de la población prefiere que se comercialice el producto en tiendas de barrio, el 20% en supermercados, el 2% prefiere que el producto se venda a través de vendedores ambulantes, el 14% menciona que estaría dispuesto a adquirir el producto en línea y el 38% con el mayor porcentaje de la población prefiere adquirir el incienso en un local propio.

2.4 Demanda actual

La demanda actual representa la cantidad de bienes o servicios que el consumidor están dispuestos a pagar dentro del mercado por la adquisición del producto para satisfacer sus necesidades. Para determinar el número de consumidores potenciales del incienso a base de residuos de madera se usarán los datos adquiridos por la encuesta realizada a los diferentes hogares de las parroquias del cantón de Salcedo provincia de Cotopaxi.

Para obtener la demanda actual del incienso es necesario establecer el per cápita del producto, para lo cual el literal número 6 del instrumento de investigación ayuda a conocer el consumo semanal del incienso en las familias, el cual se multiplica los resultados de la contestación por el número de veces que se usa el incienso en caja de 10 unidades y las 52 semanas que tiene el año. Obteniendo así una producción anual de 355.160 unidades de incienso, en donde para conocer el consumo del per cápita de este sector se aplicó la siguiente formula según lo describe (Sánchez, 2016):

$$PIB \text{ per cápita} = \frac{\text{Promedio Producción anual}}{\text{Numero de habitantes}}$$

$$PIB \text{ per cápita} = \frac{355.160u.}{27.160 \text{ hab.}}$$

$$PIB \text{ per cápita} = 13,08$$

$$PIB \text{ per cápita} = 13 u$$

La cantidad de consumo per cápita del incienso es de 13 unidades de incienso al año, lo cual se procede a calcular la demanda actual del proyecto.

Tabla 19
Demanda actual

Mercado meta	% Aceptación	Población consumidora	Per cápita (Unidad)	Demanda actual
27160	92%	24987	13	324834

Nota: La tabla muestra la demanda actual de los inciensos.

Tras conocer los resultados de la investigación el 92% de los hogares del cantón de Salcedo provincia de Cotopaxi generan una respuesta positiva ante la aceptación del producto lo que equivale a 24987 hogares que estarían dispuestos a comprar el incienso, obteniendo de

esta manera una demanda de 324834 unidades por año, esto quiere decir hay un consumo de demanda aceptable para continuar con la investigación.

2.5 Demanda proyectada

La demanda proyectada permite tener una previsión de los bienes o servicios que se piensa adquirir en un futuro dentro del mercado meta por sus posibles consumidores.

Para la proyección de este proyecto de factibilidad se ha tomado en cuenta un periodo determinado de 5 años en donde se expenderá este producto, tomando en cuenta la demanda actual del incienso y el porcentaje de crecimiento de la población del cantón de Salcedo que es de 1,4% según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

Tabla 20
Demanda proyectada

Año	Demanda proyectada (Unidades)
2024	324834
2025	329381
2026	333993
2027	338669
2028	343410
2029	348218

Nota: Información de la proyección años de la demanda.

La tabla demuestra el aumento sostenible para la producción de inciensos a base de residuos de madera en los diferentes años proyectados, en donde para el año 2029 habrá demanda de 348218 unidades al año.

2.6 Oferta

La oferta es aquella cantidad de bienes o servicios que las diferentes organizaciones o empresas están dispuestos a vender dentro de un mercado meta, con único objetivo de generar beneficios económicos.

En el mercado existen diferentes organizaciones que ofrecen este producto como la marca HEM, la casa de los aromas, Home y otros, como aquellos inciensos artesanales o que simplemente no tiene marca; estas marcas tienen buen posicionamiento dentro del mercado lo que les convierte en competencia directa para la organización.

Para el estudio de la oferta se utilizó el mercado meta que es de 27.160 familias, el porcentaje obtenido de la pregunta 4 de aquellas familias que utilizan inciensos en su hogar que es del 75%, así como el valor per cápita anual del incienso que es de 13 unidades, los mismo que son descritos en el siguiente cuadro:

Tabla 21
Oferta actual

Mercado meta	% Aceptación	Población consumidora	Per cápita (Unidad)	Oferta actual
27160	75%	19284	13	250687

Nota: Datos obtenidos de la investigación.

En base al análisis realizado se determinó que la cantidad de inciensos que se ofrecen dentro del mercados es de 250687 unidades al año, entre los más solicitados HEM, Home y otros. Este número representa la cifra total del producto disponible para satisfacer la demanda del mercado durante el año.

2.7 Oferta proyectada

La oferta proyectada permite saber cuántos productos o servicios se entregarán a los consumidores en el mercado en un cierto transcurso de tiempo. Esto permite conocer la producción y comercialización anual de los inciensos dentro de este sector.

Para el cálculo de la oferta proyectada se tomará en cuenta la oferta actual y el porcentaje de crecimiento de la población, que se demostrará en la siguiente tabla:

Tabla 22
Oferta proyectada

Año	Oferta proyectada (Unidades)
2024	250687
2025	254196
2026	257755
2027	261364
2028	265023
2029	268733

Nota: Información obtenida del proyecto acerca de las proyecciones de la oferta.

2.8 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es aquella cantidad de bienes o servicios que no se encuentran en el mercado pero que los consumidores pretenden y quieren comprar. Para determinar la demanda insatisfecha es necesario utilizar datos de oferta y demanda proyectados anteriormente; y realizar una operación matemática, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 23
Demanda insatisfecha

Años	Demanda proyectada (Unidades)	Oferta proyectada (Unidades)	Demanda Insatisfecha
2024	324834	250687	74147
2025	329381	254196	75185
2026	333993	257755	76237
2027	338669	261364	77305
2028	343410	265023	78387
2029	348218	268733	79484

Nota: Oferta y demanda obtenida del proyecto de investigación.

La tabla 23 muestra la demanda insatisfecha en los 5 años de vida útil del proyecto, el cual se obtiene al restar la demanda proyectada por la oferta proyectada. Generando un resultado positivo para la elaboración de este proyecto de factibilidad, ya que existe un consumo de demanda en el mercado que no está siendo cubierta en su totalidad, creando un espacio favorable para que el producto pueda ingresar al mercado meta y pueda satisfacer la demanda de los consumidores sin la necesidad de dañar sus pulmones al momento de utilizar inciensos.

2.9 Especificación del producto

El presente proyecto esta creado específicamente para la elaboración de inciensos a base de residuos de madera que son generados por la asociación de carpinteros interprofesionales y aquellas pequeñas carpinterías que se dedican a la elaboración de muebles y demás insumos de madera que están ubicados en el cantón de Salcedo provincia de Cotopaxi.

El incienso se caracteriza por estar conformado por material biológico el cual es cien por ciento natural y no causa daños a la salud de nuestros consumidores, y esencias naturales las cuales aportan propiedades para nuestro producto.

2.9.1 Características del producto

Debido a la diversidad en aromas de este producto, generan beneficios en el estado de ánimo de aquellas personas que consumen el incienso, transformando aquellos pensamientos, sentimientos y emociones negativas en positivas; e incluso gracias a ciertas esencias naturales aportamos propiedades medicinales a nuestro producto haciéndolo apto para el consumo de cada miembro familiar.

El incienso está conformado a base a las siguientes esencias:

Sándalo. - Alivia el dolor de cabeza y ayuda a reducir el estrés en una persona.

Canela. – Transmite relajación y permite aclarar ideas.

Jazmín. - Ayuda a combatir la depresión en las personas

Eucalipto. - Descongestiona las vías respiratorias y es utilizado como repelente para los mosquitos.

Cabe mencionar que el producto está libre de nitrato de potasio, el cual es nocivo para la salud de los consumidores. Este polvo es utilizado para la elaboración de inciensos, juegos pirotécnicos, fósforos, etc.

2.9.2 Presentación del producto

En cuanto a la presentación del producto este se ofertará al público en forma de barrita, esto genera una mejor manipulación al momento de utilizar el producto, debido que no es necesario utilizar todo de incienso para aromatizar el entorno.

Figura 15

Incienso



Nota: Presentación del incienso

2.9.3 Complemento

Un producto adicional para la presentación y exhibición del incienso está el quemador, el mismo que también está elaborado con la masa del aserrín que se utiliza en la elaboración de inciensos; esta masa al secarse toma una textura sólida, conservando su tamaño y forma. Esto ayuda a tener diferentes presentaciones en cuanto a la muestra.

Cabe mencionar que este complemento se lo puede hacer con el restante de la masa.

Figura 16

Quemador de incienso



Nota: Quemador elaborado a base de residuos de madera como el aserrín.

2.10 Análisis de precios

El precio es el valor monetario por el que una persona adquiere un producto o servicio, mientras que el análisis de precios es un método que permite analizar y estimar precios de un producto determinado que se encuentra en el mercado, sin considerar ganancias.

Para realizar este análisis se tomó en cuenta las siguientes marcas con su respectivo precio de mercado.

Tabla 24

Análisis de precios

Marca	Precio
HEM	\$ 1,00
La casa de las aromas	\$ 1,50
Home	\$ 1,75
Promedio	\$ 1,42

Nota: Precios de venta para el público por parte de tres marcas reconocidas, por los consumidores.

2.10.1 Precios proyectados

El valor monetario en el que la empresa va a ofrecer el incienso al mercado es de \$1,00 la unidad de caja de inciensos; en dónde el 40% de la población encuestada está de acuerdo en pagar este valor.

Para la proyección de precios se tomará en cuenta el valor fijado de \$1,00 y el porcentaje de inflación que es de 1,7% según el Índice de precios de consumo del Ecuador.

Tabla 25

Proyección de precios

Años	Precios proyectados	
2024	\$	1,00
2025	\$	1,02
2026	\$	1,03
2027	\$	1,05
2028	\$	1,07
2029	\$	1,09

Nota: Información obtenida del proyecto de factibilidad.

En la proyección de precios del incienso se observa un aumento gradual que se va desarrollando en el transcurso de los años.

2.11 Análisis de comercialización

El análisis de comercialización es la actividad que permite a nosotros como fabricantes hacer llegar nuestros productos a los clientes con una ventaja de tiempo y lugar, es decir, buscando vender el producto con las mejores garantías y manteniendo su calidad. Esto permite que haya mejores niveles de ventas y por ende aumenten nuestros ingresos permitiendo que la empresa posea una estabilidad.

2.11.1 Comercialización directa

La empresa pretende hacer llegar el producto directamente a los consumidores, abriendo un local propio en donde ellos puedan apreciar nuestro producto. Además, se ofrecerá el producto en línea en las diferentes redes sociales.

2.11.2 Comercialización indirecta

La empresa además pretende distribuir el producto a través de intermediarios, como tiendas de barrio y supermercados de este sector, cubriendo la mayor parte del mercado posible.

2.12 Promociones

La publicidad llega al público a través de los medios de comunicación ya que es una forma de incentivar a las personas a comprar productos o servicios. Por tal razón la empresa ha considerado las siguientes promociones para atraer a nuestros consumidores.

- A las personas que ayuden a la comercialización del producto en sus locales y tiendas comerciales se entregará un producto adicional para su consumo.
- Por lanzamiento del producto se entregarán muestras gratis, en formas de conos para que puedan conocer de mejor manera el producto.
- Aquellas personas que desean emprender con el nuevo producto se les hará un descuento del 5% por la adquisición de 20 unidades en adelante.
- Una vez cumplido el año de funcionamiento la empresa agradecerá la lealtad y fidelidad de los consumidores ofreciendo obsequios del producto.
- Promocionar el producto a través de las redes sociales, de esta manera llegaremos a captar la atención de más personas.

2.13 Conclusiones del estudio de mercado

Después de realizar la investigación en el mercado, el 92% de nuestra población objetivo está de acuerdo en comprar nuestro producto, además que le llama la atención al tener una nueva presentación.

Además, el proyecto refleja que existe una demanda insatisfecha de 74.147 unidades de incienso para el año 2024, siendo una cantidad considerable para la empresa.

En cuanto al precio del producto, estaría en la posibilidad de pagar \$1 por la unidad de incienso, en donde un 40% de la población muestral estaría a favor de cancelar por la adquisición del producto.

El sector del cantón de Salcedo brinda un total apoyo para la creación de la empresa, ya que el producto presenta una mayor aceptación por parte del mercado meta.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite considerar los aspectos más importantes a la hora de iniciar esta nueva idea de negocio, con el fin de crear una instalación apropiada para el proceso de producción de los inciensos; adaptando todos los recursos, materiales, equipos e insumos necesarios para empezar con su funcionamiento.

Además, se examina el tamaño óptimo del proyecto y la ubicación correcta para asentar sus instalaciones y empezar su funcionamiento en la producción de inciensos dentro del cantón de Salcedo.

3.1 Ubicación de la empresa

3.1.1 Macro localización

Se establece que la empresa estará ubicada en el país de Ecuador, región Sierra, en la provincia de Cotopaxi, dentro del cantón de Salcedo, los motivos tomados en cuenta para la ubicación son los siguientes:

Disponibilidad de recurso.

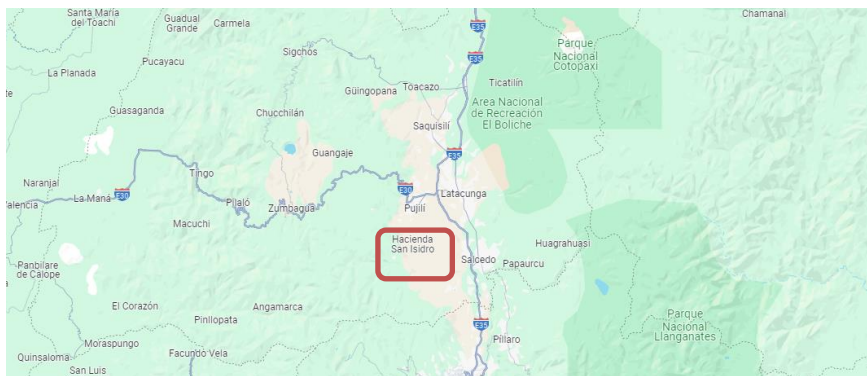
Disponibilidad de servicios básicos como agua, luz

Una gran cantidad de proveedores.

No existe presencia de competidores dentro del sector.

Personas que apoyan a emprendedores.

Figura 17
Macro localización



Nota: Macro localización implementada para el proyecto.

3.1.2 Micro localización

La micro localización se enfoca en seleccionar la mejor localización para el proyecto, sin dejar de lado características y factores importantes para la implementación de la empresa.

Tabla 26
Matriz de localización

Factores	Peso	Matriz de localización					
		San Miguel		Mulliquindil		Mulalillo	
		Cal.	Pond.	Cal.	Pond.	Cal.	Pond.
Servicios básicos	0,20	9	1,80	9	1,80	8	1,60
Número de proveedores	0,30	5	1,50	8	2,40	3	0,90
Arriendos económicos	0,15	8	1,20	9	1,35	8	1,20
Disponibilidad de terreno	0,20	7	1,40	9	1,80	8	1,60
Vías de acceso	0,15	9	1,35	6	0,90	6	0,90
TOTAL	1,00		7,25		8,25		6,20

Nota: Datos obtenidos de la localización del proyecto.

Según los datos obtenidos de acuerdo a diferentes factores que son necesarios para la empresa, este ha decidido instalarse en la parroquia de Mulliquindil Santa Ana, en este lugar se consigue un arriendo de infraestructura con 200 metros cuadrados para la organización, adicionalmente cuenta con todos los servicios básicos, posee vías de fácil acceso para el traslado de material y se encuentra cerca de nuestros proveedores.

Como un factor relevante tenemos que en este sector se encuentra el mayor número de proveedores lo cual facilita la adquisición de materia prima para la elaboración del incienso. En resumen, la ubicación de empresa es la siguiente:

País: Ecuador

Región: Sierra

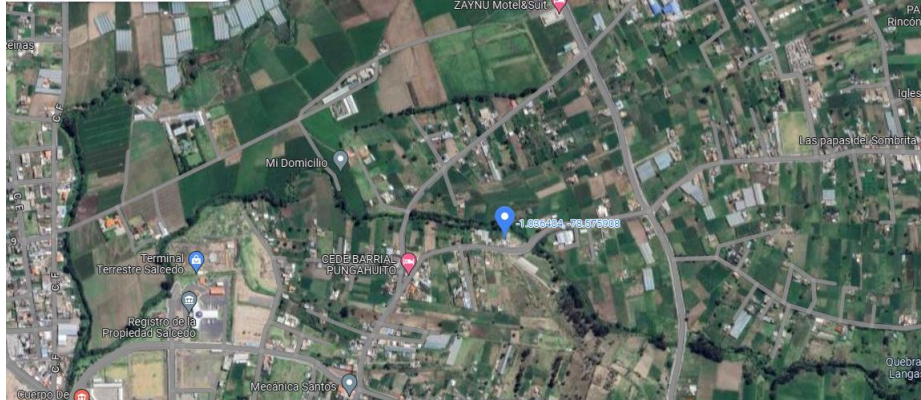
Provincia: Cotopaxi

Cantón: Salcedo

Parroquia: Mulliquindil

Barrio: Santa Ana

Figura 18
Micro localización



Nota: Ubicación del proyecto recuperado de google maps 2024.

3.2 Materia prima

Es un material utilizado para crear un producto consumado, el cual no ha sido transformado antes de incorporarse al producto final como es el incienso. La empresa brindará al mercado un producto cien por ciento ecológico el cual está elaborado principalmente de la siguiente materia prima:

Tabla 27
Materia prima

Materia prima	Descripción
 <p data-bbox="424 1402 523 1435">Madera</p>	<p data-bbox="738 1193 1308 1447">Desechos derivados de la elaboración de muebles de madera por parte de las carpinterías de este sector, como el aserrín y tiras de madera, necesarios para la elaboración del incienso.</p>
 <p data-bbox="352 1644 595 1677">Esencias Naturales</p>	<p data-bbox="746 1496 1294 1637">Se trata de sustancias aromáticas naturales responsables de brindar aquella aroma a nuestro producto.</p>
 <p data-bbox="384 1883 563 1917">Goma arábica</p>	<p data-bbox="746 1720 1294 1861">Este producto funciona como aglutinante y resina, el cual sirve para unir todos los componentes del incienso.</p>






Nota: Datos obtenidos del proyecto de emprendimiento.

3.3 Maquinaria y equipo

Son máquinas y equipos necesarios para el proceso de producción de un producto, cual facilita la fabricación del mismo. A continuación, se enumeran algunos aparatos y equipos especiales los cuales son necesarios para producir el incienso:

Tabla 28

Maquinaria y Equipo

Maquinaria y equipo	Descripción
 Batidora amasadora 15 ltrs	Equipo que permite mezclar y amasar los componentes del incienso de manera uniforme, para tener una masa consistente.
 Balanza industrial	Instrumento que sirve para conocer el peso de un objeto en específico en este caso del aserrín y tiras de madera.
 Cernidor	Instrumento que consta de una malla metálica la cual permite separar el material.
 Mascarilla	Necesario para proteger al operador de partículas de polvo que genera la madera.
 Pala plástica	Necesario para recoger la harina de madera.



Guantes de latex



Necesario para la manipulación de la masa del incienso.

Nota: Equipos y maquinarias necesarios para el proceso de producción.

3.4 Insumos

Los insumos son los materiales necesarios para elaboración del nuevo producto, especialmente son utilizados en el proceso del terminado. Como insumos tenemos:

Tabla 29
Insumos

Insumos	Descripción
 <p>Varillas de álamo</p>	Material que sirve para pegar o unir madera.
 <p>Cajas de incienso de cartón</p>	Necesarias para la presentación y venta de inciensos.

Nota: Insumos utilizados en la producción del incienso.

3.5 Mano de obra directa e indirecta

Para realizar la producción del producto, es necesario tener en cuenta a los empleados que participarán en la creación y desarrollo de esta empresa, para lo cual se tomó en cuenta a 4 personas designadas de la siguiente manera:

Tabla 30
Mano de obra

Cargo	Cantidad	Función
Administrador general	1	Persona encargada del manejo de la empresa, quien se encarga de la toma de decisiones.
Obreros	2	Personal encargado de realizar diferentes actividades en el proceso de producción de los inciensos.
Vendedor	1	Persona que se encargue de comercializar el producto, así como el marketing y la publicidad.

Nota: Datos obtenidos del proyecto.

Dentro del área administrativa es necesario que la persona sea capacitada y tenga experiencia para un buen manejo de la empresa, el vendedor se encarga de las ventas del producto y generar publicidad para la empresa y los obreros se encargarán de la producción y fabricación del incienso.

3.6 Descripción del proceso de producción

3.6.1 Recolección de la materia prima

Recoger todos los residuos de madera que son desechados por las distintas carpinterías que se encuentran ubicadas en este sector, los cuales son necesarios para la elaboración del incienso como lo es el aserrín; residuo que es originado en el proceso de producción de muebles de madera.

3.6.2 Clasificación de la materia prima

En esta fase se clasifica el material recolectado, separando los residuos contaminados de aquellos residuos que formarán parte del incienso y seguirán con el proceso de producción.

3.6.3 Depuración del aserrín

Una vez recolectado el aserrín se procede a cernir este material para separar los residuos de gran tamaño y la harina de madera.

3.6.4 Preparación de la masa

Se procede a colocar en la mezcladora todos los insumos necesarios para crear la masa de incienso, en esta fase se coloca la harina de la madera, la esencia natural de acuerdo al tipo de aroma y la goma arábica todo esto se mezcla con agua para obtener una masa homogénea.

3.6.5 Moldeo de las varillas de incienso

Teniendo una superficie completamente limpia se procede a colocar la masa para formar el incienso, junto con las varillas se da forma al producto.

3.6.6 Secado del incienso

Una vez formadas las varitas de incienso se procede a secar el producto en una superficie completamente limpia y a temperatura ambiente, el producto no debe permanecer en áreas húmedas ya que esto impedirá que el producto se seque completamente y no pueda consumirse.

3.6.7 Empacado del producto

En esta parte del proceso se procede a empacar los inciensos en donde cada caja de cartón contendrá 10 inciensos en barras, los cuales estarán listos para su comercialización.

3.6.8 Almacenamiento

Una vez terminado el proceso de producción se procede a trasladar el producto al cuarto de almacenamiento donde va a estar listo para la distribución y venta del producto.

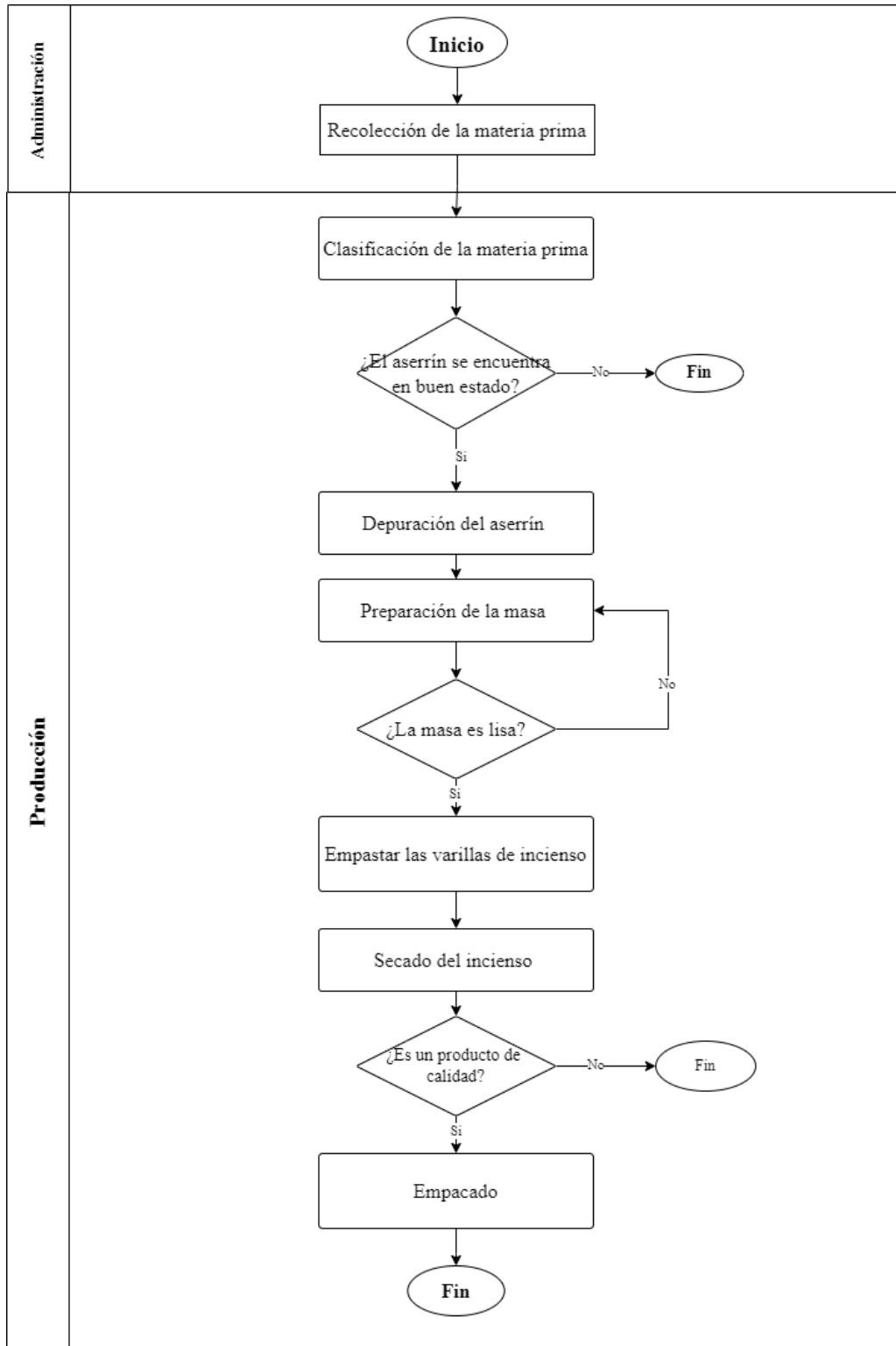
3.6.9 Comercialización

En este paso el vendedor se encargará de distribuir y comercializar el producto con el fin que el producto llegue a nuestros consumidores.

3.7 Diagrama del flujo de procesos

Figura 19

Diagrama del proceso de producción



Nota: Flujograma de procesos para la creación del incienso.

3.8 Descripción de la planta

La clave para una producción de alta calidad es tener suficiente espacio en la fábrica para que los equipos y los operadores realicen cada proceso de la mejor manera, brindándoles un ambiente laboral óptimo y con las mejores condiciones en cuanto al equipamiento.

Figura 20
Plano de la empresa



Nota: Distribución de planta, datos obtenidos del proyecto.

3.9 Tamaño de propuesta

En el estudio de mercado se mostró la demanda insatisfecha del producto en cuanto a la participación del incienso en el mercado, en donde para el año 2024 habrá una demanda insatisfecha de 74.147 unidades de incienso para lo cual se cubrirá en un 50% esta demanda.

Tabla 31

Participación en el mercado

Año	Demanda Insatisfecha	Participación en el mercado	Oferta estimada
2024	74147	50%	37073
2025	75185	52%	39096
2026	76237	54%	41168
2027	77305	56%	43291
2028	78387	58%	45464
2029	79484	60%	47691

Nota: Participación de la empresa en el mercado, datos obtenidos del proyecto.

En el año 2024 la empresa cubrirá en el mercado una demanda insatisfecha del 50%, para el transcurso de los años siguientes este aumentará un 2% a su participación. La participación de la empresa en este sector es necesario ya que a medida que aumenta la cantidad de hogares este aumentará el número de demandas insatisfechas dentro del mercado.

3.10 Plan de producción

En la siguiente tabla se analizará la producción de inciensos para los 5 años de vida útil, generando cantidades que cubran la participación de la empresa en el mercado.

La empresa producirá inciensos anuales, mensuales y diarias en las siguientes cantidades:

Tabla 32

Plan de producción

Años	Producción anual	Producción mensual	Producción diaria
2024	37073	3089	103
2025	39096	3258	109
2026	41168	3431	114
2027	43291	3608	120
2028	45464	3789	126
2029	47691	3974	132

Nota: Datos obtenidos en la elaboración del proyecto.

3.11 Requerimientos del proyecto

Una vez determinado la ubicación exacta de la empresa, el diseño de la planta y sus requerimientos necesarios para empezar con su funcionamiento, se estimarán los costos respectivos para la ejecución del proyecto, con las siguientes estimaciones:

Tabla 33
Requerimientos de la empresa

Maquinaria y equipo			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Balanza	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Mezcladora	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Cernidor	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Cajas de mascarillas 50u.	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Caja de guantes látex 100u.	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Total			\$ 911,00

Equipos de oficina			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipo de computo	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Total			\$ 1.400,00

Muebles y enseres			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Sillas de oficina	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Mesas	4	\$ 30,00	\$ 120,00
Estanterías	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Palas	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Basureros	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Total			\$ 561,00

Materia prima				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad mensual	Valor unitario	Valor total
Aserrín	Kilogramos	20	\$ -	\$ -
Esencias naturales	Litros	18	\$ 3,00	\$ 54,00
Goma arábica	Kilogramos	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Total				\$ 64,00

Costos indirectos				
Descripción	Presentación	Cantidad mensual	Valor unitario	Valor total
Varillas de incienso	Unidad	3089	\$ 0,07	\$ 216,23
Cajas de cartón	Docenas	180	\$ 0,05	\$ 9,00
Total				\$ 225,23

Mano de obra directa				
Descripción		Cantidad	Valor unitario	Valor total
Obreros		2	\$ 460,00	\$ 920,00
Total				\$ 920,00

Mano de obra indirecta				
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total	
Administrador	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Total			\$ 500,00	

Gastos ventas				
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total	
Vendedor	1	460	460	
Total			460	

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio financiero y económico es la sistematización contable y financiera que permite medir todos los recursos económicos que se presentan en una organización, mostrando un coste total en la producción y elaboración de un bien, con el fin de evaluar la viabilidad que tendrá el proyecto.

En este capítulo se detalla todas las inversiones necesarias para la creación de la empresa productora de inciensos.

4.1 Inversión inicial

La inversión inicial es la cantidad de dinero que se utiliza para cubrir todos los costos de la empresa, es decir es una inversión que permite la adquisición de todos los equipos, materiales y demás insumos necesarios para su funcionamiento.

A continuación, se detalla la inversión inicial total que requiere la empresa para producir inciensos en la ciudad de Salcedo:

Tabla 34

Inversión inicial del proyecto

DETALLE	VALOR
Inversión (a+b)	\$ 4.245,60
a) Inversión Fija	\$ 2.872,00
Maquinaria y Equipo	\$ 911,00
Equipo de computo	\$ 1.400,00
Muebles y Enseres	\$ 561,00
b) Inversión Diferida	\$ 1.373,60
Gastos de instalación	\$ 500,00
Gastos de constitución	\$ 730,00
Imprevistos (5% act. Fijos)	\$ 143,60
Capital de trabajo	\$ 2.569,23
Materia prima	\$ 64,00
Mano de obra directa	\$ 920,00
Costos indirectos de fabricación	\$ 225,23
Arriendo	\$ 400,00
Gastos administrativos	\$ 500,00

Gastos Ventas	\$ 460,00
TOTAL DE INVERSIÓN (1+2)	\$ 6.814,83

Nota: Información obtenida del proyecto.

La tabla demuestra la distribución de la inversión inicial que necesita realizar la empresa de inciensos, estableciendo los activos fijos, diferidos y el capital de trabajo con que la empresa empezara a fabricar este producto. Dentro de los activos fijos constan todos aquellos bienes duraderos y necesarios para la empresa, como: maquinaria y equipo, equipo de cómputo, muebles y enseres; sumando un total de \$2.872,00 en inversión fija. En cuanto a los activos diferidos son aquellos gastos necesarios que no intervienen directamente en el proceso de producción del incienso, como los gastos de instalación, gastos de constitución e imprevistos del 5% dando un total de \$1.393,60 para esta inversión. El capital de trabajo corresponde al primer mes de funcionamiento en donde consta la materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gasto arriendo y gastos de ventas y administrativos sumando un total de \$2.569,23 para el capital de trabajo. La inversión total para establecer el proyecto es de \$ 6.814,83.

4.2 Fuentes de financiamiento

4.2.1 Financiamiento propio

En cuanto al financiamiento para la creación de la empresa productora de incienso; el inversionista puede asumir el financiamiento sin la necesidad de acudir alguna entidad bancaria ya que no necesita de una gran inversión, es necesario recalcar que para la elaboración del producto se utiliza residuos de madera los cuales no tienen un valor adquisitivo, en donde se detallan solo los requerimientos necesarios para la creación de la empresa.

4.3 Determinación de costos

La designación de los costos operaciones es de suma importancia para la empresa, ya que evalúa aquellos costos fijos y variables que son asociados en la producción del incienso abarcando los bienes y servicios necesarios para la producción, valores que tiene oscilaciones mínimas en el transcurso de los años.

Tabla 35

Costos de producción

DETALLE DE COSTOS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Unidades de producción	37073	39096	41168	43291	45464	47691
1. Costos Fijos	\$ 25.907,06	\$ 26.336,53	\$ 26.773,29	\$ 27.217,49	\$ 27.669,23	\$ 27.484,36
Mano de Obra Directa	\$ 11.040,00	\$ 11.227,68	\$ 11.418,55	\$ 11.612,67	\$ 11.810,08	\$ 12.010,85
Costos Generales	\$ 3.347,06	\$ 3.393,01	\$ 3.439,73	\$ 3.487,26	\$ 3.535,59	\$ 2.940,44
<i>Insumos</i>	\$ 2.702,76	\$ 2.748,71	\$ 2.795,43	\$ 2.842,96	\$ 2.891,29	\$ 2.940,44
<i>Depreciación</i>	\$ 369,58	\$ 369,58	\$ 369,58	\$ 369,58	\$ 369,58	\$ -
<i>Amortización de la inversión diferida</i>	\$ 274,72	\$ 274,72	\$ 274,72	\$ 274,72	\$ 274,72	\$ -
Gastos Administración y Ventas	\$ 11.520,00	\$ 11.715,84	\$ 11.915,01	\$ 12.117,56	\$ 12.323,56	\$ 12.533,06
Gastos Administración	\$ 6.000,00	\$ 6.102,00	\$ 6.205,73	\$ 6.311,23	\$ 6.418,52	\$ 6.527,64
<i>Sueldos</i>	\$ 6.000,00	\$ 6.102,00	\$ 6.205,73	\$ 6.311,23	\$ 6.418,52	\$ 6.527,64
Gasto de Ventas	\$ 5.520,00	\$ 5.613,84	\$ 5.709,28	\$ 5.806,33	\$ 5.905,04	\$ 6.005,43
<i>Sueldos y publicidad</i>	\$ 5.520,00	\$ 5.613,84	\$ 5.709,28	\$ 5.806,33	\$ 5.905,04	\$ 6.005,43
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Intereses</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
2. Costos Variables	\$ 1.200,00	\$ 1.220,40	\$ 1.241,15	\$ 1.262,25	\$ 1.283,70	\$ 1.305,53
<i>Servicios Básicos</i>	\$ 432,00	\$ 439,34	\$ 446,81	\$ 454,41	\$ 462,13	\$ 469,99
<i>Materia prima</i>	\$ 768,00	\$ 781,06	\$ 794,33	\$ 807,84	\$ 821,57	\$ 835,54
COSTO TOTAL	\$ 27.107,06	\$ 27.556,93	\$ 28.014,44	\$ 28.479,73	\$ 28.952,94	\$ 28.789,88

Nota: Información detallada de los costos de producción del incienso.

Cabe mencionar que, para realizar las proyecciones en cuanto a la materia prima, servicios básicos, suministros de limpieza, sueldos administrativos y de ventas, publicidad y materia prima; se aplicó el porcentaje de inflación del mes de marzo del año 2024 que equivale a 1,7%.

El costo total viene a ser el monto utilizado en el proceso de producción del incienso, aquella representación financiera que necesita cubrir la empresa para la crear el producto. El costo total en el transcurso de los años va aumentando debido a la tasa de inflación.

4.3.1 Costo unitario de producción

Para determinar el costo unitario de producción se deben tener en cuenta dos datos importantes, los costos totales y los volúmenes de producción anual. Esto ayudará a saber cuánto le cuesta a la empresa producir una unidad de incienso y cuál sería su utilidad.

Para calcular el precio unitario se aplicará la siguiente formula, la cual se la aplicará a las demás proyecciones:

$$COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN = \frac{\text{Costo total año}}{\text{Cantidad total a producir año}}$$

Tabla 36

Costo unitario del incienso

Detalle	Años					
	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Costo Total	\$ 27.107,06	\$ 27.556,93	\$ 28.014,44	\$ 28.479,73	\$ 28.952,94	\$ 28.789,88
Producción Anual	37073	39096	41168	43291	45464	47691
Costo Unitario	\$ 0,73	\$ 0,70	\$ 0,68	\$ 0,66	\$ 0,64	\$ 0,60
Precio de venta	\$ 1,00	\$ 1,02	\$ 1,03	\$ 1,05	\$ 1,07	\$ 1,09
Posible utilidad	\$ 0,27	\$ 0,31	\$ 0,35	\$ 0,39	\$ 0,43	\$ 0,48

Nota: Datos relacionados con el costo unitario del incienso, proyectados para los 5 años.

La tabla demuestra el estudio detallado de los precios con una proyección de 5 años de vida útil para la empresa, esta ofrecerá su producto al mercado con un valor de \$1 la unidad; en donde, el valor del costo unitario de la producción del incienso es de \$0,73 dato que es arrojado según la formula aplicada, generando una utilidad de 0,27 ctvs. por unidad. Como se puede observar el precio del incienso va disminuyendo su costo unitario de producción, lo que genera más utilidades para la empresa.

4.4 Determinación de los ingresos

Para la empresa los ingresos se generan de acuerdo a la producción estimada y a la cantidad de inciensos demandados, los cuales son proyectados para los 5 años. El precio para el producto fue establecido de acuerdo a un estudio previo, para lo cual se analizó la competencia y los costos de producción para la elaboración del incienso.

Para conocer los ingresos anuales de la empresa es necesario aplicar la siguiente fórmula matemática:

$$I = Q * P$$

En donde I son los ingresos por venta, Q es la cantidad de productos ofrecidos por la empresa y P es el precio de venta del incienso.

Tabla 37*Ingresos anuales proyectados*

Detalle	Años					
	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Ventas	37073	39096	41168	43291	45464	47691
Precio de venta	\$ 1,00	\$ 1,02	\$ 1,03	\$ 1,05	\$ 1,07	\$ 1,09
Ingresos totales	\$ 37.073,40	\$ 39.760,76	\$ 42.567,94	\$ 45.498,49	\$ 48.556,06	\$ 51.744,38

Nota: Datos obtenidos del proyecto.

La tabla demuestra los ingresos percibidos de la empresa por la venta del producto, en donde para el año 2024 el precio del incienso es de \$1 la unidad con una proyección para el año 2029 de \$1,09 como precio venta. Además, existe un crecimiento constante en los ingresos totales de cada año.

4.5 Estados financieros

4.5.1 Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias o también conocido como estado de resultados presenta los resultados financieros de la empresa durante un período de tiempo, el objetivo es calcular los beneficios y el flujo de caja del proyecto; resultados que son generados entre la resta de los costos de producción y los ingresos.

Estos resultados garantizan la continuidad de sus operaciones, detallando los ingresos generados por la venta de inciensos, gastos y costos de la producción y demás operaciones para poder producir resultados positivos para la empresa.

Tabla 38*Estado de pérdidas y ganancias*

CUENTAS	AÑOS					
	2024	2025	2026	2027	2028	2029
INGRESOS						
Ventas	\$ 37.073,40	\$ 39.760,76	\$ 42.567,94	\$ 45.498,49	\$ 48.556,06	\$ 51.744,38
EGRESOS						
Costo de producción	\$ 15.155,06	\$ 15.401,74	\$ 15.652,62	\$ 15.907,76	\$ 16.167,24	\$ 15.786,83
Materia Prima	\$ 768,00	\$ 781,06	\$ 794,33	\$ 807,84	\$ 821,57	\$ 835,54
Mano de obra directa	\$ 11.040,00	\$ 11.227,68	\$ 11.418,55	\$ 11.612,67	\$ 11.810,08	\$ 12.010,85

Costo general de fabricación	\$	3.347,06	\$	3.393,01	\$	3.439,73	\$	3.487,26	\$	3.535,59	\$	2.940,44
Mano de obra indirecta	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
UTILIDAD BRUTA	\$	21.918,34	\$	24.359,02	\$	26.915,32	\$	29.590,73	\$	32.388,82	\$	35.957,55
Gastos de operación												
Gastos												
Administrativos y de Ventas	\$	11.520,00	\$	11.715,84	\$	11.915,01	\$	12.117,56	\$	12.323,56	\$	12.533,06
UTILIDAD OPERACIONAL.	\$	10.398,34	\$	12.643,18	\$	15.000,31	\$	17.473,17	\$	20.065,26	\$	23.424,49
Gastos financieros												
Intereses	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
UTILIDAD ANTES DE PARTICIP.	\$	10.398,34	\$	12.643,18	\$	15.000,31	\$	17.473,17	\$	20.065,26	\$	23.424,49
15% Participación trabajadores	\$	1.559,75	\$	1.896,48	\$	2.250,05	\$	2.620,98	\$	3.009,79	\$	3.513,67
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$	8.838,59	\$	10.746,70	\$	12.750,26	\$	14.852,19	\$	17.055,47	\$	19.910,81
Impuesto a la renta 25 %	\$	2.209,65	\$	2.686,67	\$	3.187,57	\$	3.713,05	\$	4.263,87	\$	4.977,70
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	\$	6.628,94	\$	8.060,02	\$	9.562,70	\$	11.139,14	\$	12.791,60	\$	14.933,11
5% Reserva legal	\$	331,45	\$	403,00	\$	478,13	\$	556,96	\$	639,58	\$	746,66
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$	6.297,49	\$	7.657,02	\$	9.084,56	\$	10.582,19	\$	12.152,02	\$	14.186,45

Nota: Estado de resultado obtenido del proyecto.

La tabla anterior demuestra los ingresos con relación a los costos que se generaran durante el funcionamiento de la empresa, constituyendo la utilidad neta en un año determinado. En estos datos se observa la utilidad que genera el proyecto durante los siguientes años de vida de la empresa, generando en el año 2024 una utilidad de \$6.297,49 en donde para el año 2029 alcanzará una utilidad de \$14.186,45. Este aumento sucesivo refleja el buen desempeño operativo y financiero que tendrá la empresa al elaborar el producto

4.5.2 Estado de situación financiera

El estado de situación financiera es un documento donde se observa todos los recursos y obligaciones que tiene la empresa de forma ordenada, clasificándolos en tres grupos: activos, pasivos y patrimonio. El balance general demuestra todos los movimientos que genera la empresa al producir el incienso, detallando la situación financiera en el siguiente cuadro:

Tabla 39
Estado de situación financiera

CUENTAS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 2.569,23	\$ 16.089,28	\$ 24.802,22	\$ 34.959,56	\$ 46.631,87	\$ 59.891,91
<u>Disponible</u>						
Caja-Bancos	\$ 2.569,23	\$ 16.089,28	\$ 24.802,22	\$ 34.959,56	\$ 46.631,87	\$ 59.891,91
ACTIVO FIJO	\$ 2.872,00	\$ 2.398,80	\$ 1.925,60	\$ 1.452,40	\$ 979,20	\$ 506,00
<u>No depreciable</u>						
<u>Depreciable</u>						
Maquinaria y equipos	\$ 911,00	\$ 830,00	\$ 749,00	\$ 668,00	\$ 587,00	\$ 506,00
Equipo de computo	\$ 1.400,00	\$ 1.120,00	\$ 840,00	\$ 560,00	\$ 280,00	\$ -
Muebles y enseres	\$ 561,00	\$ 448,80	\$ 336,60	\$ 224,40	\$ 112,20	\$ -
OTROS ACTIVOS	\$ 1.373,60	\$ 984,00	\$ 738,00	\$ 492,00	\$ 246,00	\$ -
<u>Diferidos</u>						
Gastos de instalación	\$ 500,00	\$ 400,00	\$ 300,00	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ -
Gastos de constitución	\$ 730,00	\$ 584,00	\$ 438,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ -
Fondos	\$ 143,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 6.814,83	\$ 19.472,08	\$ 27.465,82	\$ 36.903,96	\$ 47.857,07	\$ 60.397,91
PASIVO						
<u>A corto plazo</u>						
15% participación Trab.	\$ -	\$ 1.559,75	\$ 1.896,48	\$ 2.250,05	\$ 2.620,98	\$ 3.009,79
Arriendos por pagar	\$ -	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
<u>A largo plazo</u>						
Documentos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ -	\$ 6.359,75	\$ 6.696,48	\$ 7.050,05	\$ 7.420,98	\$ 7.809,79
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 6.814,83	\$ 6.814,83	\$ 6.814,83	\$ 6.814,83	\$ 6.814,83	\$ 6.814,83
Utilidad acumulada	\$ -	\$ -	\$ 6.297,49	\$ 13.954,52	\$ 23.039,08	\$ 33.621,27
Utilidad del ejercicio	\$ -	\$ 6.297,49	\$ 7.657,02	\$ 9.084,56	\$ 10.582,19	\$ 12.152,02
TOTAL PATRIMONIO	\$ 6.814,83	\$ 13.112	\$ 20.769,35	\$ 29.854	\$ 40.436,10	\$ 52.588
TOTAL PASIVO Y PATR.	\$ 6.814,83	\$ 19.472,08	\$ 27.465,82	\$ 36.903,96	\$ 47.857,07	\$ 60.397,91

Nota: Balance general creado para los 5 años de vida útil para la empresa de incienso.

La tabla siguiente demuestra el crecimiento significativo de los activos en la empresa, el pasivo demuestra una disposición decreciente que con el transcurso de los años este va disminuyendo su total y el patrimonio presenta un constante incremento es sus valores

monetarios los cuales pertenecen a la empresa; estos rubros son necesarios para mejorar la fabricación del incienso.

4.5.3 Flujo de efectivo

El estado de flujo de efectivo le permite a la empresa de inciensos gestionar adecuadamente las entradas y salidas de efectivo durante un período de tiempo determinado, este permite evaluar el proyecto y saber si la empresa necesita financiamiento para cumplir con sus deberes.

Tabla 40

Flujo de efectivo

Cuentas	Años					
	0	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$37.073,40	\$39.760,76	\$42.567,94	\$ 45.498,49	\$ 48.556,06
Ingresos por Ventas		\$ 37.073,40	\$ 39.760,76	\$ 42.567,94	\$ 45.498,49	\$ 48.556,06
B. EGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$26.675,06	\$27.117,58	\$27.567,63	\$ 28.025,33	\$ 28.490,80
Materia Prima		\$ 768,00	\$ 781,06	\$ 794,33	\$ 807,84	\$ 821,57
Mano de Obra Directa		\$ 11.040,00	\$ 11.227,68	\$ 11.418,55	\$ 11.612,67	\$ 11.810,08
Costos Indirectos de fabricación		\$ 3.347,06	\$ 3.393,01	\$ 3.439,73	\$ 3.487,26	\$ 3.535,59
Gastos Administrativos y ventas		\$ 11.520,00	\$ 11.715,84	\$ 11.915,01	\$ 12.117,56	\$ 12.323,56
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	\$ -	\$10.398,34	\$12.643,18	\$15.000,31	\$ 17.473,17	\$ 20.065,26
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 6.814,83	\$ 644,30	\$ 644,30	\$ 644,30	\$ 644,30	\$ 644,30
Créditos a contratarse a corto plazo						
Créditos a contratarse a largo plazo	\$ -					
Futuras capitalizaciones						
Aportes de capital	\$ 6.814,83					
Depreciación		\$ 369,58	\$ 369,58	\$ 369,58	\$ 369,58	\$ 369,58
Amortización		\$ 274,72	\$ 274,72	\$ 274,72	\$ 274,72	\$ 274,72
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 6.814,83	\$ 8.569,40	\$ 9.383,15	\$10.237,61	\$ 11.134,02	\$ 12.073,66
Pago de intereses		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de créditos a corto plazo						
Pago de créditos a largo plazo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago participación de utilidades		\$ 1.559,75	\$ 1.896,48	\$ 2.250,05	\$ 2.620,98	\$ 3.009,79
Pago de impuestos		\$ 2.209,65	\$ 2.686,67	\$ 3.187,57	\$ 3.713,05	\$ 4.263,87
Pago arriendo		\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Adquisición de activos fijos	\$ 2.872,00					
Maquinaria y equipos	\$ 911,00					

<i>Muebles y enseres</i>	\$	561,00					
<i>Equipo de Cómputo</i>	\$	1.400,00					
Cargos Diferidos	\$	1.373,60					
Capital de Trabajo	\$	2.569,23					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$	-	\$ -7.925,10	\$ -8.738,85	\$ -9.593,31	\$ -10.489,72	\$ -11.429,36
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	\$	-	\$ 2.473,24	\$ 3.904,32	\$ 5.407,00	\$ 6.983,44	\$ 8.635,90
H. SALDO INICIAL DE CAJA	\$	-	\$ 2.569,23	\$ 5.042,47	\$ 8.946,80	\$ 14.353,79	\$ 21.337,24
I. SALDO FINAL DE CAJA	\$	-	\$ 5.042,47	\$ 8.946,80	\$ 14.353,79	\$ 21.337,24	\$ 29.973,14

Nota: Flujo de efectivo del proyecto reflejado para los 5 años proyectados.

La tabla demuestra todos los ingresos y gastos que ha tenido la empresa de incienso para iniciar su producción, teniendo una visión clara de todos los rubros que maneja la organización, con este libro y demás que fueron con anterioridad se realiza una evaluación financiera y ver cuál es el rendimiento de esta empresa.

4.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio hace referencia al nivel de actividad que genera la empresa en donde la suma de los costos fijos y variables corresponde a los ingresos generados de las ventas.

Para calcular el punto de equilibrio en términos monetario se utilizó los costos fijos totales, los costos variables totales y los ingresos por ventas, valores aplicados en la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos de ventas}}}$$

En cuanto para el cálculo del punto de equilibrio físico se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{P.E. \text{ monetario}}{\text{Precio de ventas}}$$

La siguiente tabla demuestra el punto de equilibrio que se genera para la creación del proyecto:

Tabla 41

Punto de equilibrio del proyecto

DETALLE	AÑOS					
	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Ingresos por ventas	\$37.073,40	\$39.760,76	\$42.567,94	\$45.498,49	\$48.556,06	\$51.744,38
Costos totales	\$27.107,06	\$27.556,93	\$28.014,44	\$28.479,73	\$28.952,94	\$28.789,88
Costos Fijos	\$25.907,06	\$26.336,53	\$26.773,29	\$27.217,49	\$27.669,23	\$27.484,36
Costos Variables	\$ 1.200,00	\$ 1.220,40	\$ 1.241,15	\$ 1.262,25	\$ 1.283,70	\$ 1.305,53
Precio de Venta	\$ 1,00	\$ 1,02	\$ 1,03	\$ 1,05	\$ 1,07	\$ 1,09
P.E. Monetario	\$26.773,68	\$27.170,49	\$27.577,36	\$27.994,12	\$28.420,60	\$28.195,74
P.E. Físico	26774	26716	26671	26636	26611	25987

Nota: Datos obtenidos del proyecto

4.7 Evaluación financiera

La evaluación económica o financiera realiza un análisis utilizando diversas herramientas y métodos financieros, como el análisis de los estados financieros, los presupuestos, el cálculo de índices financieros (como TMAR, VAN, TIR) y demás indicadores. El objetivo es determinar si el proyecto es rentable y puede generar suficientes ingresos para cubrir los costos y proporcionar a los inversores un rendimiento satisfactorio.

4.7.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento

La TMAR representa la tasa mínima de ganancia para el inversor, este indicador permite saber cuál será el rendimiento de la nueva empresa de inciensos, tomando en cuenta el riesgo y la rentabilidad del proyecto.

La tasa mínima aceptable de rendimiento es necesaria para determinar el valor actual neto y la tasa interna de ganancia para ayudar a tomar decisiones financieras que aseguren el éxito a largo plazo de la empresa.

Tabla 42

Tasa mínima aceptable de rendimiento

VARIABLES	PORCENTAJE
Tasa activa + Tasa pasiva / 2	10,04%
% de Inflación	1,70%
Riesgo País	1,30%
TMAR	13,04%

Nota: Datos obtenidos del Banco Central del Ecuador y del riesgo del negocio.

La tasa mínima aceptable esta compuestas por la suma de las siguientes variables: el promedio de la tasa activa del mercado que es de 10,04%, el porcentaje de inflación que es el impacto en el cambio esperado de los precios en donde se tomó en cuenta el porcentaje del mes de marzo siendo de 1,70% y el riesgo país que viene a ser el riesgo de una inversión con el 1,30%. Teniendo en cuenta estos aspectos la TMAR del proyecto es de 13,04%, el cual indican el rendimiento que se pretende obtener de la empresa de inciensos.

4.7.2 Valor actual neto

El valor actual neto VAN es el valor del dinero que se lo define como la diferencia entre todos los ingresos y costos del proyecto, expresados en una moneda. Para calcular el valor actual neto se tomará en cuenta la TMAR que es del 13,04%.

Tabla 43

Valor actual neto

Años	Flujo de efectivo
0	\$ -6.814,83
1	\$ 2.473,24
2	\$ 3.904,32
3	\$ 5.407,00
4	\$ 6.983,44
5	\$ 8.635,90
VAN	\$9.844,21

Nota: Valor actual neto obtenido de la información obtenida del proyecto.

El valor neto del proyecto es positivo ya que se formará un beneficio de \$9.844,21 para la empresa de inciensos, esto confirma que la empresa tiene la capacidad de formar beneficios.

4.7.3 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno evalúa el rendimiento de la empresa en términos de porcentaje, en donde este porcentaje debe ser mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR; si esta es mayor que la TIR la propuesta será rechazada.

Tabla 44

Tasa interna de retorno

Años	Flujo de efectivo
0	\$ -6.814,83
1	\$ 2.473,24
2	\$ 3.904,32
3	\$ 5.407,00
4	\$ 6.983,44
5	\$ 8.635,90
TIR	55,27%

Nota: Tasa interna de retorno obtenida del proyecto.

La tasa interna de retorno TIR del proyecto es del 55,27%, lo que significa que el proyecto es rentable siendo mayor al porcentaje de la tasa de descuento.

4.8 Periodo de recuperación de la inversión

Es una herramienta que analiza y evalúa el tiempo que se demora un inversionista en recuperar la inversión inicial que tuvo que hacer para crear la empresa, al calcular este aspecto podremos saber si el proyecto es o no rentable. Para calcular este periodo de tiempo se aplicó la siguiente formula:

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\frac{\sum \text{flujo neto de efectivo}}{\text{N}^\circ \text{ de años}}}$$

$$PRI = \frac{6.814,83}{\frac{27.403,91}{5}}$$

$$PRI = \frac{6.814,83}{5.480,78}$$

$$PRI = 1,243 \text{ años}$$

De tal manera que el periodo de recuperación de la inversión inicial para la empresa de inciensos es de 1,243 años equivalente a 1 año, 3 meses y 2 días, tiempo respectivamente corto para recuperar la inversión.

4.9 Relación costo/beneficio

El costo beneficio permite saber la utilidad que se tendrá por cada dólar invertido en el proyecto, para conocer este valor es necesario dividir los ingresos totales actualizados y los costos totales actualizados, si la relación beneficio-costos es mayor que 1 significa que los beneficios superan los costos; para lo cual se aplicara la siguiente formula:

$$B/C = \frac{\text{Ingresos totales actualizados}}{\text{Costos totales actualizados}}$$

$$B/C = \frac{147.556,88}{98.069,87}$$

$$B/C = 1,50$$

El beneficio - costo para el proyecto es de 1,50 siendo un resultado positivo para la empresa de inciensos, en donde cada dólar invertido en la empresa generar una ganancia de 50 centavos para la misma.

4.10 Impacto del proyecto

La puesta en marcha de la nueva empresa productora de inciensos genera beneficios económicos y ambientales contribuyendo al crecimiento local. En primer lugar, se forman nuevas fuentes de empleo para este sector en donde para un futuro se pretendan abrir más tasas de empleo, además la empresa disminuye los desechos que son generados por las carpinterías y los reutiliza para generar sus productos aportando con la conservación del medio ambiente.

La empresa busca mejorar el entorno de nuestros consumidores al ofrecer nuestro nuevo producto al mercado, el cual ayuda a la concentración y liberación del estrés, cambiando aquel ambiente hostil y pesado en un ambiente más armonioso y tranquilo.

Este proyecto trata de incentivar aquellos pequeños productores a emprender, y no es necesario de poseer un alto presupuesto para empezar a generar ingresos.

4.11 Impacto ambiental

La empresa tiene impactos positivos para el medio ambiental al incorporar prácticas sustentables en sus operaciones, como el uso de los desechos de la madera en un producto nuevo para el consumidor y amigable con el medio ambiente, ya que existe un manejo adecuado en la reutilización de estos residuos. Esto no sólo beneficia al medio ambiente local, sino que también ayuda a educar a los dueños de las distintas carpinterías con el correcto uso y manipulación de desechos que son arrojados durante la producción de los muebles. Esto quiere decir que de pequeñas cosas se pueden hacer grandes cosas y marcar la diferencia; promoviendo estilos de vida más sostenibles.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones:

Tras completar el análisis del mercado, el estudio técnico y los estados financieros de la empresa productora de inciensos; determino que hay una demanda bien definida del 92% para la adquisición del nuevo producto que superan los estándares tradicionales, lo que representa una oportunidad estratégica para abordar las necesidades particulares del mercado e introducir nuestro producto. Los consumidores valoran enormemente que el producto despida un buen aroma y que tenga una nueva presentación, estas características podrían ser decisivas para el éxito futuro de la empresa de inciensos.

El estudio técnico determinó todos los requerimientos necesarios para creación de la empresa, en donde la capacidad instalada actual de la empresa de inciensos es suficiente para cubrir la demanda inicial proyectada, lo que proporciona una base sólida para el inicio del proyecto. Así como también se muestra la localización exacta de la empresa.

Finalmente, en el estudio económico y financiero se obtuvo los indicadores del proyecto, con un Valor Actual Neto (VAN) de \$9.844,21 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 55,27% superior a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) del 13,04%, confirmando que el proyecto es factible para su implementación y arrancar con la producción de inciensos. Además, el período de recuperación de la inversión es de 1 año, 3 meses y 2 días, lo cual está dentro del plazo establecido para el estudio del proyecto. Por otro lado, el índice costo-beneficio que genera le empresa es de 1.50, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrán 50 centavos de ganancia para la empresa.

5. 2 Recomendaciones

Se recomienda poner en marcha el proyecto de factibilidad después de haber concluido con el estudio, ya que los resultados obtenidos reflejan que el proyecto es totalmente rentable para introducir su producto al mercado. Además, es necesario que la empresa mantenga elevados sus estándares de calidad en cuanto a la producción, asegurándose que las necesidades de los clientes deban ser atendidas, garantiza en si la lealtad de nuestros consumidores.

Se sugiere adherirse estrictamente a la planificación y seguir el plan establecido para asegurar el desarrollo óptimo del plan de factibilidad. Además, es crucial realizar un análisis detallado de todos los costos y gastos involucrados en los procesos de la empresa. Esto permitirá elaborar un presupuesto de inversión inicial más preciso, lo que a su vez garantiza una mayor exactitud en todos sus cálculos.

Se recomienda ampliar la investigación dirigiéndose a nuevos mercados, como la ciudad de Latacunga o Ambato, ciudades que se encuentran cercanas al sector con una población y un poder adquisitivo mayor, aumentando así el alcance de la empresa y su estructura financiera.

BIBLIOGRAFÍA

Amaya, C. (2015). *Disposición de Residuos Industriales Maderables: Una estrategia Empresarial Ambiental para convertir costos en inversiones*. Bogota: Universidad Militar Nueva Granada.

- Asana. (7 de Diciembre de 2022). *¿Qué es un diagrama de flujo y cómo hacerlo?* Obtenido de Asana: <https://asana.com/es/resources/what-is-a-flowchart>
- Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2006). *Evaluación de Proyectos* (Cuarta ed.). Mexico, Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- BBVA. (10 de Octubre de 2022). *¿Qué puede hacer un negocio para mejorar su liquidez?* Obtenido de BBVA Noticias: https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-el-balance-general-o-de-situacion-de-una-empresa/?_gl=1*ap6ach*_ga*OTQwNTg3MjMuMTcxNzU0MDU2MA..*_ga_915V905T16*MTcxNzU0MDU1OS4xLjEuMTcxNzU0MTEwNi42MC4wLjA.
- Burneo, S., Delgado, R., & Vérez, M. (2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Ingeniería Industrial, XXXVII*(3), 305-312. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360448031009.pdf>
- Calvopiña, G., & Chinguercela, W. (2010). *Diseño de un plan de negocios para la creación de una empresa de producción de miel de abeja en al canton de Banos provincia de Tungurahua*. Latacunga: Universidad Tecnica de Cotopaxi.
- Corrillo, F., & Gutiérrez, M. (15 de Diciembre de 2020). Estudio de localización de un proyecto. *Ventana Científica, VII*(11), 29-33. Obtenido de <https://dicyt.uajms.edu.bo/revistas/index.php/ventana-cientifica/article/view/8>
- Cuchillo, J., & Huaca, L. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de muebles ecológicos a base de estibas de madera en la ciudad de Popayán*. Popayán: Corporación Universitaria Autónoma del Cauca.
- Frederick, D. (18 de Noviembre de 2021). *Maquinaria*. Obtenido de Enciclopedia Economica: <https://enciclopediaeconomica.com/maquinaria/>
- García, I. (23 de Abril de 2018). *Concepto y Significado de Precio: Que es y Diferentes usos*. Obtenido de Economía Simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/precio>
- García, W., Caviglia, J., & Jerouchalmi. (2003). *Manual Para la Preparación de Proyectos de Inversión y Evaluación* (Tercera ed.). Montevideo: Impresora Grafica IG.

- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera* (Decimosegunda ed.). México, México: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/pcipios-adm-finan-12edi-gitman.pdf
- Herrera, Y. (8 de Noviembre de 2021). *¿Cómo hacer estado de pérdidas y ganancias?* Obtenido de Nubox: <https://blog.nubox.com/contadores/como-hacer-estado-de-perdidas-y-ganancias>
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. Mexico: Pearson Prentice Hall.
- López, P. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto Cero*, IX(8), 69-74. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Martínez, J. (23 de Diciembre de 2021). *Inversión inicial requerida y capital de trabajo: ¡Claves aquí!* Obtenido de Nubox.com: <https://blog.nubox.com/empresas/inversion-inicial-requerida-y-capital-de-trabajo>
- Masapanta, M. (2016). *Estudio del reciclaje para la reutilización de madera desechable en la elaboración de una línea de interiores de una casa en la parroquia 11 de Noviembre durante el período 2015 - 2016*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Medina, F. (24 de Mayo de 2021). *La importancia del Estudio del Mercado*. Obtenido de Proyectos UNTREF: <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/la-importancia-del-estudio-del-mercado>
- Medrano, A., & Pallasco, V. (2015). *Estudio de factibilidad para la elaboración de inciensos en base a aserrín generados por el gremio de maestros artesanales de la madera y conexos de Pichincha y su distribución en la ciudad de Quito*. Quito.
- Merina, Á. (2009). Métodos de enseñanza. *Revista digital: innovación y experiencias educativas*, XLV(6), 2-4.
- Mete, M. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *FIDES ET RATIO*, 67-85.

- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos resueltos en Excel Textos Universitarios*. Madrid: Editorial ECOE.
- Moreno, B., Muñoz, M., Cuellar, J., Domancic, S., & Villanueva, J. (2018). Revisiones Sistemáticas: definición y nociones básicas. *Revista clínica de periodoncia, implantología y rehabilitación oral*, XI(3), 184-186. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0719-01072018000300184>
- Ollague, J., Ramón, D., Soto, C., & Novillo, E. (19 de Julio de 2017). Indicadores financieros de gestión: análisis e interpretación desde una visión retrospectiva y prospectiva. *INNOVA Research Journal*, II(8.1), 22-41. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/328/358>
- Rivera, S., Alvarez, L., Ortega, A., Tapia, F., & Garrobo, J. (7 de Mayo de 2017). *Demanda potencial insatisfecha*. Obtenido de Slideshare.net: <https://es.slideshare.net/samantharisa/demanda-potencial-insatisfecha>
- Sánchez, J. (25 de Junio de 2015). *Economipedia: Estudio de mercado*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Sánchez, J. (29 de Julio de 2016). *PIB per cápita: Definición, cómo se calcula y ejemplo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/renta-pib-per-capita.html>
- Tello, A. (2014). *Utilizacion de los desechos de la madera en el diseño de accesorios del vestuario femenino*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Thompson, I. (Julio de 2019). *CONCEPTO DE PRODUCTO - Promonegocios.net*. Obtenido de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/producto/concepto-producto.html>
- Torres, D. (18 de Abril de 2022). *Qué es un análisis de la demanda y cómo hacerlo en tu empresa (incluye ejemplos)*. Obtenido de Hubspot.es: <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20la%20demanda%20es%20el%20proceso%20de%20entender,y%20generar%20los%20resultados%20esperados.>
- TRESB. (13 de Octubre de 2023). Beneficios y usos del incienso en casa. *ELMUNDO*. Obtenido de

<https://www.elmundo.es/yodona/lifestyle/2023/10/13/651ae574e9cf4aab3e8b45a4.html>

Urtecho, A. (14 de Abril de 2019). *Tamaño del Proyecto*. Obtenido de Wixsite.com:
<https://proyectoslean.wixsite.com/emprendimientolean/post/tama%C3%B1o-del-proyecto>

Urzúa, F. (30 de Agosto de 2019). *¿Qué es el flujo de caja y cuál es su importancia?*
Obtenido de Chipax: <https://www.chipax.com/blog/que-es-el-flujo-de-caja-y-cual-es-su-importancia/>

Váquiro, J. (4 de Diciembre de 2019). *El valor presente neto*. Obtenido de PYMESFUTURO:
<https://pymesfuturo.com/vpneto.htm>

Vargas, A. (2014). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. ADGD0210. IC Editorial.