



CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la creación de una tienda artesanal en línea de productos decorativos en el sector Bellavista en el centro norte de Quito”

Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración

AUTORA: Gabriela Alejandra Pesantes Herrería

TUTORA:

Ing. Karina Falconí Ausay MBA.

D.M. Quito, 28 de agosto de 2023

DEDICATORIA

Este proyecto de factibilidad está dedicado a mis dos madres, Ángela y Victoria, a mi papá Jorge, y, a las personas que durante el inicio de mi vida laboral cuestionaron mucho mi retraso en la obtención de este título.

Empiezo dedicando este trabajo y esfuerzo a mis dos mamás, mi abuela, y mi mamá, quienes desde que nací invirtieron su tiempo, amor, esfuerzo, y dedicación, a mi formación como ser humano, de ellas aprendí el verdadero valor del trabajo duro, y la resiliencia, y es gracias a ellas y a su constante amor y paciencia, que hoy he logrado culminar con esta titulación que llevaba muchos años pendiente.

Finalizo mencionando a aquellas personas que alguna vez me hicieron dudar de mi capacidad y valor personal, ya que esos malos momentos me impulsaron a cuestionarme, a aprender a verme con otros ojos, a ignorar las críticas, y luego a armarme de valor para culminar esta asignatura pendiente en mí camino por esta vida. Considero que el valor de las personas no se basa en sus logros materiales, pero capaz si en su capacidad de salir airoso de los problemas que la vida nos presenta, de nuestra capacidad de auto análisis, de nuestra búsqueda de crecimiento espiritual y emocional, y en este caso, de lograr cumplir con aquellas metas grandes o pequeñas que nos proponemos.

Por eso y más, dedico este esfuerzo y tiempo invertido a ellas, a mis dos madres.

Nunca es tarde para terminar lo que empezamos, para seguir preparándonos, para cambiar de rumbo, para replantearnos nuestros objetivos, para convertirnos en lo que soñamos y anhelamos.

Por último, pero no menos importante, un gran espacio de este trabajo está dedicado a mi papá, él murió cuando yo era adolescente, y capaz no logramos compartir y vivir las experiencias que toda hija anhela compartir con su padre, pero lo que viví a su lado fue puro amor y risas, soy orgullosa de ser hija de Jorge Pesantes, siento que cuando lo digo mi autoestima se estabiliza, me lleno de fuerza interna, y en muchos momentos realizando este trabajo lo he tenido presente, y he logrado entender que esa memoria y orgullo es lo que me ha ayudado a atravesar no solo este camino académico, sino también mi camino de sanación emocional.

AGRADECIMIENTO

Con el paso de los años he aprendido el valor de ser agradecida, y lo maravilloso que es ver a nuestro alrededor y darnos cuenta lo bendecido que somos, en este momento tan especial para mí, agradezco el tener a mi mamá con vida, quien a pesar de no vivir conmigo, me apoya de todas las formas que un ser humano puede ser apoyado, en tiempo, en amor, en dinero, y sobre todo con comprensión y paciencia.

El camino que mi madre y yo hemos transitado ha sido de altos y bajos, con muy duros momentos, pero grandes y maravillosos aprendizajes, hoy, regresando a ver nuestro camino juntas, doy gracias, ya que sin esos momentos tan duros no sería la mujer que soy ahora, y nuestra relación no sería tan especial como ha llegado a ser, doy gracias de ser hija de mi mamá y de todo lo que juntas hemos vivido.

La persona a quien le debo el nombre de mi microempresa es mi abuela, Victoria, quien, junto a mi mamá, estuvo a mi lado siempre, cuidándome, mimándome, y siempre apoyando cualquier idea que tenía, guardando mis secretos, y amándome de la forma más especial que hasta este momento he llegado a sentir, ella ya no se encuentra en este plano físico, pero está aquí en recuerdos, en momentos, y agradezco haber podido compartir con esa maravillosa mujer durante

31 años de mi vida, recuerdo las primeras pruebas de mis velas que fueron hechas con la cera que ella me ayudaba a conseguir, en ese entonces con sus 87 años de edad, caminando, intentando colaborar e involucrarse en mi vida, y en mis proyectos personales, no puedo no sentirme agradecida por sus actos de amor incondicional hacia mí, que a pesar de no ser su hija, me quería como tal.

¡Gracias mamá! ¡Gracias mami Toya!

AUTORIA

Yo, Gabriela Alejandra Pesantes Herrería, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

Gabriela Pesantes Herrería

D.M. Quito, 28 de agosto de 2023

Ing. Karina Falconí Ausay MBA.

Tutora de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Karina Falconí Ausay MBA.

D.M. Quito, 28 de agosto de 2023

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La **Ing. Karina Falconí Ausay MBA.**, y por sus propios derechos en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera; y la Srta. Gabriela Pesantes Herrería por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- La Srta. Gabriela Pesantes Herrería realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una tienda artesanal en línea de productos decorativos en el sector Bellavista del centro norte de la ciudad de Quito.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección de la **Ing. Karina Falconí Ausay MBA.**

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Karina Falconí Ausay MBA.**, en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera y la Srta. Gabriela Pesantes Herrería como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una tienda artesanal en línea de productos decorativos en el sector Bellavista del centro norte de la ciudad de Quito.”** y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Ing. Karina Falconí Ausay MBA. Srta. Gabriela Pesantes Herrería

D.M. Quito, 28 de agosto 2023

INDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	4
AUTORIA	6
CERTIFICACIÓN	7
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	8
RESUMEN	19
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	21
Creación de la empresa.....	21
Descripción de la empresa	21
Importancia.	21
Características.....	22
Actividad.	23
Tamaño y distribución de la empresa.	23
Estudio arquitectónico.....	24
Estructura interna de la zona de producción y bodega	25
Necesidades que satisfacer	26
Necesidad de Pertenencia y Reconocimiento.	27
Necesidad de Autorrealización	27
Localización de la Empresa	28
Filosofía Empresarial	29
Misión.	29
Visión.	29
Valores.....	29
Objetivos empresariales.	29
Meta.....	30
Estrategias.....	30
Políticas.	31

La empresa, empleados, y sus clientes.....	31
La empresa.....	31
Los clientes.....	32
Los empleados.	32
FODA.....	33
Desarrollo Organizacional.....	35
Tipo de Estructura.....	35
Formalización.	36
Centralización – Descentralización.....	36
Integración.	37
Organigrama Empresarial.....	39
Funciones del personal.....	40
Detalles generales del administrador.....	40
Detalles generales del personal operativo.	41
Detalles generales del personal de apoyo.	42
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	43
Objetivo de mercadotecnia	43
Investigación de mercado	43
Modalidad	44
Plan de Muestreo.....	44
Análisis de las encuestas.....	45
Pregunta 1.	45
Pregunta 2.	46
Pregunta 3.	48
Pregunta 4.	49
Pregunta 5.	50
Pregunta 6.	51

Pregunta 7.	52
Pregunta 8.	53
Pregunta 9.	54
Pregunta 10.	55
Análisis General.....	56
Entorno Empresarial	57
Micro entorno.....	57
Competencia Directa	58
Competencia Indirecta.....	59
Intermediarios.	61
Clientes.....	61
Macro entorno.....	62
Factor Político.....	63
Factor Económico.....	63
Factor Tecnológico	63
Factor Social.....	64
Producto y Servicio.....	64
Producto Esencial.....	64
Producto Real.....	65
Características.....	65
Calidad.....	66
Estilo.....	66
Marca.....	67
Producto Aumentado.....	67
Plan de introducción al mercado.....	68
Distintivos y Uniformes	68
Materiales de identificación.....	71
Canal de distribución y puntos de venta	74

Riesgo y oportunidades del negocio	76
Fijación de Precios.....	77
Implementación del negocio	79
Equipos de producción	79
Muebles y enseres.....	79
Servicios básicos	80
Materiales de limpieza	80
PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	81
Servicio de rentas internas (RUC)	81
Patente municipal:	82
IESS – Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	83
Ministerio de Trabajo	83
PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	84
Objetivos Sociales	86
Objetivos Ambientales	87
PROCESO FINANCIERO	89
Introducción	89
Inversión	89
Activos fijos.....	89
Capital de trabajo.....	90
Inversión total	91
Sueldos.....	91
Beneficios legales.....	92
Depreciación de activos fijos	93
Tabla de amortización.....	93
Estructura de capital	94
TMAR - Tasa Mínima de Rendimiento.....	95
Punto de Equilibrio.....	95

Margen de Contribución.....	96
Costo de ventas.....	98
Flujo de caja	99
Calculo del VAN y el TIR	99
TIR (tasa interna de retorno).....	100
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
Conclusiones	102
Recomendaciones	104
Referencias web	105
ANEXOS	108
Anexo 1 – Modelo de Encuestas	108
Anexo 2. Proformas	110
Proformas muebles y enseres	110
Proformas equipo de producción	112

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2.	¡Error! Marcador no definido.
Pirámide de Maslow.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 3.	¡Error! Marcador no definido.
Localización y ubicación de Studio Victoria	¡Error! Marcador no definido.
Figura 4.	¡Error! Marcador no definido.
Flujo de procesos de Studio Victoria	¡Error! Marcador no definido.
Figura 5.	¡Error! Marcador no definido.
Mapa de procesos de microempresa Studio Victoria.....	¡Error! Marcador no definido.
definido.	
Figura 6.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 7.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 8.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 9.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 10.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 11.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 12.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 13.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 14.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 15.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 16.	¡Error! Marcador no definido.

Esquema macroentorno Studio Victoria	¡Error! Marcador no definido.
Figura 17.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 18.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 19.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 20.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 21.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 22.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 23.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 24.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 25.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 26.	¡Error! Marcador no definido.
Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 27.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 28.	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 4.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 6.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 7.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 8.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 10.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 11.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 12.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 13.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 14.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 15.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 16.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 17.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 18.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 19.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 20.....	¡Error! Marcador no definido.

Tabla 21.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 22.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 23.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 24.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 25.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 26.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 27.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 28.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 29.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 30.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 31.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 32.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 33.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 34.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 35.....	¡Error! Marcador no definido.

“Proyecto de factibilidad para la creación de una tienda artesanal en línea de productos decorativos en el sector Bellavista en el centro norte de Quito”

Gabriela Alejandra Pesantes Herrería

Ing. Karina Falconí Ausay MBA.

D.M. Quito, 28 de agosto de 2023

RESUMEN

Este proyecto de factibilidad tiene como nombre Studio Victoria, fue realizado para determinar algunos factores claves para el éxito del mismo, como el segmento, intereses en detalles de las piezas, aceptación del producto, y preferencias en lo que respecta a formas de pago, colores, entregas, y empaquetados.

Studio Victoria está clasificado como una microempresa, que inicialmente contará con apoyo de 3 personas y una única propietaria, la intención a mediano plazo es crecer en tamaño y como marca posicionada en las tiendas de abastecimiento masivo.

La intención de Studio Victoria es darse a conocer como una microempresa con responsabilidad ambiental, desde sus materiales, y

manejo de la materia prima. La reutilización de sus envases es uno de sus distintivos.

La atención a la personalización de algunas piezas con las que está tienda contará, le da un toque diferente y especial al negocio.

El estudio de factibilidad de este proyecto ha determinado que cuenta con aceptación de sus productos, y la idea principal del negocio.

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Creación de la empresa

“Studio Victoria” nace de la pasión por las actividades manuales y artesanales, con el gusto, y atención especial, por la decoración de espacios interiores de hogar, jardines y oficinas.

Esta tienda en línea artesanal busca acompañar también momentos importantes y especiales, ya que tiene una amplia variedad de productos que pueden servir de regalos corporativos, matrimonios, cumpleaños, y demás fechas especiales.

El nombre de esta empresa se ha ido formando gracias a las personas que desde un inicio han creído en la idea del negocio, y han acompañado en las etapas de creación de los primeros productos que deseamos empezar a comercializar.

Descripción de la empresa

Importancia.

Studio Victoria, tiene la intención de facilitar las compras de artículos de decoración, es una tienda en línea de productos que han sido fabricados al 100% a mano, y con materiales naturales como el

cemento, cera de soya, arena, y agua, manteniendo la intención inicial de ser una empresa amigable con el medio ambiente. Sin dejar pasar por alto que los costos de estas piezas terminan siendo más asequibles económicamente que las piezas de decoración que encontramos en las tiendas conocidas del medio, manteniendo la calidad, el buen gusto y los detalles.

La intención de Studio Victoria es mantener en su producción y empaque los estándares de calidad y cero desperdicios, de la mano de materia prima sustentable.

Características.

Este estudio artesanal promueve la preferencia de compra en negocios locales, prefiriendo siempre lo ecuatoriano; y el apoyo a pequeños negocios, de igual manera, promover el gusto e interés por la decoración de espacios a precios accesibles, y de materiales de fácil adquisición.

Los negocios artesanales tienen la particularidad, de que cada pieza es elaborada de inicio a fin, a mano, Studio Victoria no se escapa de estas características, ya que la mezcla de materiales, forma, tallado, y pintura, son realizados a mano.

Esta empresa, comercializará piezas de decoración en cemento, y velas de cera de soya con aromas agradables y diversos, con la particularidad de que sus envases pueden ser reutilizados, tanto para

un relleno de nuevas velas, como macetas, o artículos de decoración. Los distintos tipos de usos de estas piezas permiten que el consumidor siga interesado en adquirirlas para los diferentes espacios que habitan.

Actividad.

“Studio Victoria” es una tienda en línea artesanal, que se dedica a la comercialización de piezas de cemento decorativas, y velas de cera de soya con aromas diversos.

Se encarga de la producción y comercialización de todas sus piezas, con un servicio de entrega a nivel nacional, ya que, posterior a la compra y confirmación, “Studio Victoria” realiza el empaquetado y envío de las piezas a la dirección que el cliente desea.

Adicional, la tienda provee de diferentes modelos de piezas que sirven de regalos corporativos, cumpleaños o fechas especiales, para aquellos interesados en adquirir una gran cantidad de piezas variadas y diferentes a las que normalmente se ofertan en el mercado.

Tamaño y distribución de la empresa.

“Studio Victoria” es una microempresa que contará con las áreas de producción, bodega, y empaquetado.

Al inicio de las actividades, se contará con tres personas, la dueña de la tienda que será la encargada de la producción de las piezas y velas, una ayudante para inventario, proceso de producción y

empaquetado, y por último la persona tiempo parcial que será encargado de la entrega de los pedidos, según las necesidades de la empresa, y el pago será acordado de acuerdo a la cantidad de pedidos. Según las necesidades de la tienda, se irá incrementando las contrataciones paulatinamente.

Estudio arquitectónico

La tienda tiene lugar en un espacio del domicilio de la propietaria de “Studio Victoria, la cual tiene destinado un espacio para la producción, espacio abierto que cuenta con los muebles necesarios para la fabricación, secado y lijado de cada pieza, así como también la parte de la elaboración de velas, este espacio es de 25m².

Se ha considerado el espacio que necesitará esta área y se ha agregado un espacio específico para bodega y almacenamiento de piezas, esta bodega debe contar con una temperatura ambiente, y no húmeda.

Estructura interna de la zona de producción y bodega

Figura 1.

Esquema y distribución de Studio Victoria



Nota: Descripción y esquema de la distribución de Studio Victoria, elaborado por Gabriela

Pesantes.

Necesidades que satisfacer

Figura 2.

Pirámide de Maslow



Nota: Descripción de la pirámide de Maslow / (CMF, 2015)

El psicólogo humanista Abraham Maslow formuló la teoría de la pirámide de Maslow que, llegado hasta nuestros días, apareció por primera vez en 1943 en su “*A Theory of Human Motivatio*”. En ella da respuesta a las cuestiones sobre la motivación y las necesidades del ser humano. En definitiva, de dónde vienen nuestros impulsos para actuar de un determinado modo.

Aquello que entendemos como pirámide de Maslow es la jerarquización de nuestras necesidades, ordenadas en base a nuestro bienestar. El psicólogo expuso que conforme satisfacemos las necesidades más básicas, aspiramos a otras más complejas. (Unade, 2020)

Necesidad de Pertenencia y Reconocimiento.

“Studio Victoria”, engloba el sentido de confianza que pretende generar con el grupo con el cual va a interactuar durante su proceso de venta y contacto, ya que quiere familiaridad con sus clientes, y que se sientan a gusto con los productos que adquieren, adicional, pretende fidelizar a sus clientes con los atributos eco amigables que mantienen sus productos, la opción de personalizar, todo esto para sentirnos parte del día a día de sus clientes, y de compartir sus momentos especiales.

El entregar productos que cumplan en realidad con lo ofrecido, permite a la marca adquirir respeto y éxito en sus ventas y con la relación con sus clientes.

Necesidad de Autorrealización

La motivación de crecer de la marca es una de sus principales características, ya que se pretende crecer y lograr aceptación, mediante los logros pequeños que nos proponemos en el tiempo, cumpliendo con los tiempos establecidos de entregas, cumpliendo con los criterios fundamentales de la marca que es el “cero desperdicios”, materiales eco amigables, y piezas reutilizables.

Pretendemos que “Studio Victoria”, se mantenga y crezca en el tiempo, con el compromiso de brindar productos estéticamente bellos, con un servicio de calidad y personalizado.

Filosofía Empresarial

Misión.

Crear valor más allá del beneficio del producto, con la mirada colocada siempre en los efectos que nuestros servicios y productos generan en nuestros clientes y en el medio ambiente.

Visión.

Para el año 2024 crecer de forma rentable y mejorar para brindar productos de calidad y eco amigables, cada vez a más clientes, y más puntos geográficos.

Valores.

Calidad, compromiso ambiental, creatividad, buen gusto, y simplicidad.

Objetivos empresariales.

- Aumentar el número de seguidores en las redes sociales en un 50%, pasando de 500 a 1000 seguidores en Instagram en un plazo de 3 meses desde el lanzamiento de la página.

- Aumentar las ventas del producto estrella “vela aromas tradicionales (café y vainilla) en envase de cemento” en un 15% en los próximos 4 meses, a partir de la apertura.
- Aumento de ventas del 30% durante el segundo trimestre del año, para aumentar el equipo de producción de 2 a 4 personas.

Meta.

En el plazo de un año, “Studio Victoria”, alcanzará ventas que permitan trasladarse a un espacio independiente de producción, y bodega, en el cual lograremos producir a grandes cantidades, tanto para abastecer los pedidos digitales, y la producción en las tiendas de abasto.

Studio Victoria tiene como meta importante, impactar positivamente en el medio ambiente, y ser líder del mercado de ventas de piezas artesanales.

Estrategias.

- En cada compra invitaremos a los clientes a interactuar en redes sociales, con comentarios sobre el producto recibido, retribuyendo estas interacciones, con sorteos de premios, tarjetas digitales de descuento en ciertas temporadas.

- Se realizará entregas de muestras pequeñas de velas con nuevos aromas, para mantener interesado al cliente en nuevos lanzamientos de productos y alcanzar que conozcan más de nosotros.
- Concretar citas y reuniones con los departamentos de marketing de tiendas grandes de abastecimiento masivo, como “megamaxi”, “supermaxi”, “fybeca”, “sukasa”, “muy mucho”, entre otros, para que ellos logren conocer nuestros productos, e ingresar a estas tiendas, mismas que ayudan a potenciar las ventas y como posicionamiento de marca.

Políticas.

La empresa, empleados, y sus clientes.

La empresa.

- Poner en práctica un reglamento de seguridad, en el cual se exige a los colaboradores, utilizar mandiles, guantes, y lentes de protección durante la producción y empaquetado de productos.
- Cumplir con los procesos establecidos en cada paso de la producción, en especial en el empaquetado, mismo que cubre con muchos detalles, esto para sobresalir con las marcas de la competencia.

- Capacitar al personal constantemente sobre modificaciones de temporada, y cambios en procesos.

Los clientes.

- Los clientes tienen el derecho a solicitar personalizar el producto a comprar, de acuerdo al color, y tamaño, según lo especificado en nuestras muestras, y al stock de materiales.
- Los clientes pueden solicitar el reemplazo de producto, sin costo de nuevo envío, si este llega roto o en mal estado, por el traslado o envío del mismo, previa comprobación con el cliente.
- Los clientes deben realizar el pago en nuestra página web, antes de empezar a enviar o producir el pedido, o directamente en nuestro canal de atención por WhatsApp.

Los empleados.

- Los empleados deben cumplir con las obligaciones y responsabilidades establecidas en el contrato.
- Los empleados tienen el acceso a descuento en piezas de Studio Victoria por pertenecer a la misma.
- Deben cumplir a cabalidad los reglamentos de seguridad establecidos, y los cuáles tienen en su poder.

FODA.

El análisis FODA, es una herramienta que fue diseñada para entender y comprender la situación de un negocio, con la realización de un listado de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Realizar este proceso resulta fundamental para la toma de decisiones.

Fortalezas.

- Promueve la innovación ecológica.
- Cuenta con empaques creativos, e interesados en la atención al detalle para el cliente.
- Cuenta con una plataforma y método de compra, amigable y fácil de entender para el cliente.
- Creatividad en sus productos.
- Materia prima de fácil acceso, y eco amigable.

Oportunidades.

- La materia prima utilizada, cuenta con múltiples y diversos proveedores, que facilitan la adquisición.
- No necesita tienda física para la venta de sus productos.

- En vista del crecimiento de la conciencia ambiental, los productos de “Studio Victoria”, cuenta con nuevos clientes que se enfocan en adquirir productos con conciencia ambiental.
- Generar interés y posicionamiento mediante medios digitales, como Instagram, TikTok, Facebook, Google Bussines.

Debilidades.

- Inicialmente la microempresa no logrará producir grandes cantidades de productos, por lo que solo se aceptarán pedidos pequeños a medianos, en stock, o bajo pedido con fecha de entrega de acuerdo a nuestros procesos.
- Producir velas de cera de soya, es más costoso, que producir velas con parafina, por lo que, las velas tendrán un precio más elevado, en comparación a las velas de marcas conocidas.

Amenazas.

- Cambios de precios de materia prima por temas gubernamentales.
- Precios más bajos de la competencia, por uso de materia prima de menor calidad.
- Ciertos implementos que se necesitan para la producción se encuentran en EEUU o fuera del país y dependemos de las importaciones de estos.

Desarrollo Organizacional

Tipo de Estructura

En “Studio Victoria”, contaremos inicialmente con una estructura vertical, este negocio es pequeño y será manejado por la propietaria del mismo, contando con colaboración de 2 personas adicionales, es por esto que la dueña del negocio se encontrará en la cima de la cadena de mando, por debajo, la persona de ayuda de producción y la persona de entrega de los productos.

Se manejarán los procesos estratégicos, operaciones y apoyo, detallado de la siguiente forma:

Procesos Estratégicos: Este proceso estará a cargo de la propietaria del negocio, en donde se establecerá la dirección a seguir, y se planificará el trabajo que realizarán otras áreas, se tomarán decisiones de tipo promocional, regalos, empaquetados, y descuentos.

Procesos Operacionales: Este proceso estará a cargo de la persona de ayuda y soporte de producción, con el acompañamiento inicial de la propietaria del negocio, aquí se realiza todos los pasos a

seguir para tener las piezas y velas listas, hasta su empaquetado, se guiarán mediante el manual de elaboración y pautas diferentes que se realizarán durante temporadas especiales, y pedidos personalizados.

Procesos de Apoyo: En esta parte del proceso se encuentra el motorizado o persona que realiza la entrega de los productos al cliente, se contratará de acuerdo a la demanda de las entregas, sobre todo inicialmente, la frecuencia de este personal será determinado por el crecimiento del negocio, a mediano plazo se contará con una contratación permanente de este personal.

Formalización.

“Studio Victoria” está orientada a cumplir procesos, políticas, normas legales y financieras, se formalizará con el Ruc de la empresa, para entregar facturas electrónicas con cada compra al cliente, posterior a esto, también se tendrá a una trabajadora de planta, que contará con la afiliación al IESS y la Empresa con la afiliación patronal.

Centralización – Descentralización.

“Studio Victoria” centrará sus decisiones y el mando general en la propietaria – administradora del negocio, con el paso del tiempo,

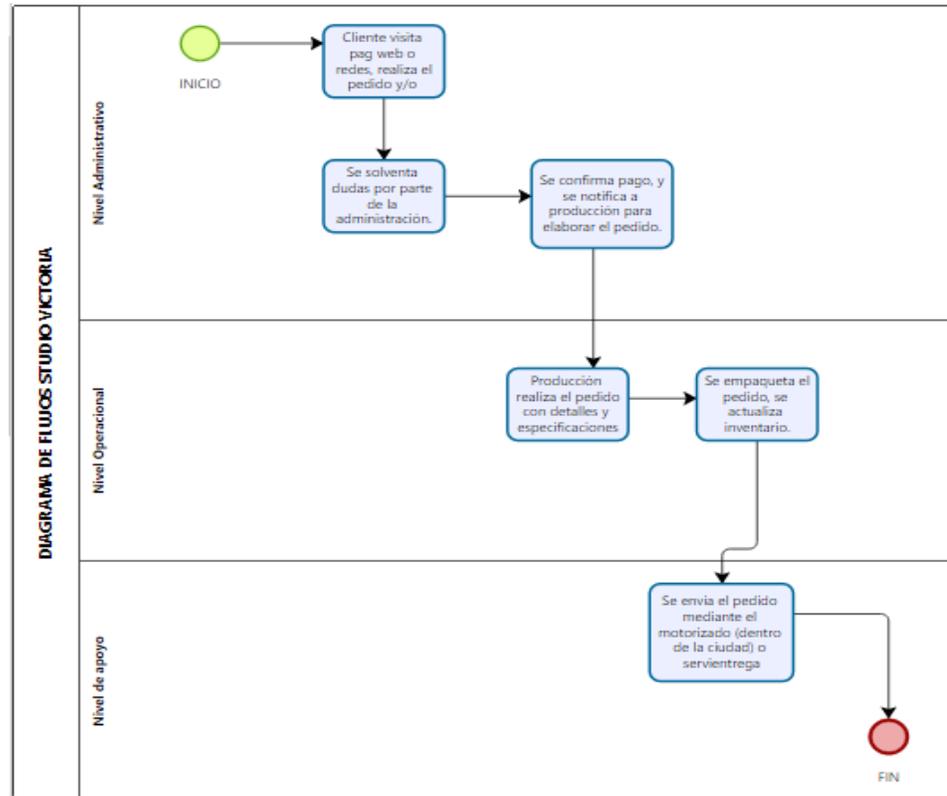
existirá una descentralización, que recaerá en un supervisor de planta, este se encargará de realizar las tareas delegadas por la administradora, su enfoque será en supervisar los procesos de compra, producción y cumplimiento de las personas con las que cuente la empresa.

Integración.

La integración de Studio Victoria se basa en procesos que cada persona del negocio debe desempeñar, se supervisará cada proceso realizado, tomando en cuenta ciertas falencias que puedan presentarse en el camino y tomar correctivos, sugerencias y comentarios también de las personas de producción y clientes.

Figura 4.

Flujo de procesos de Studio Victoria



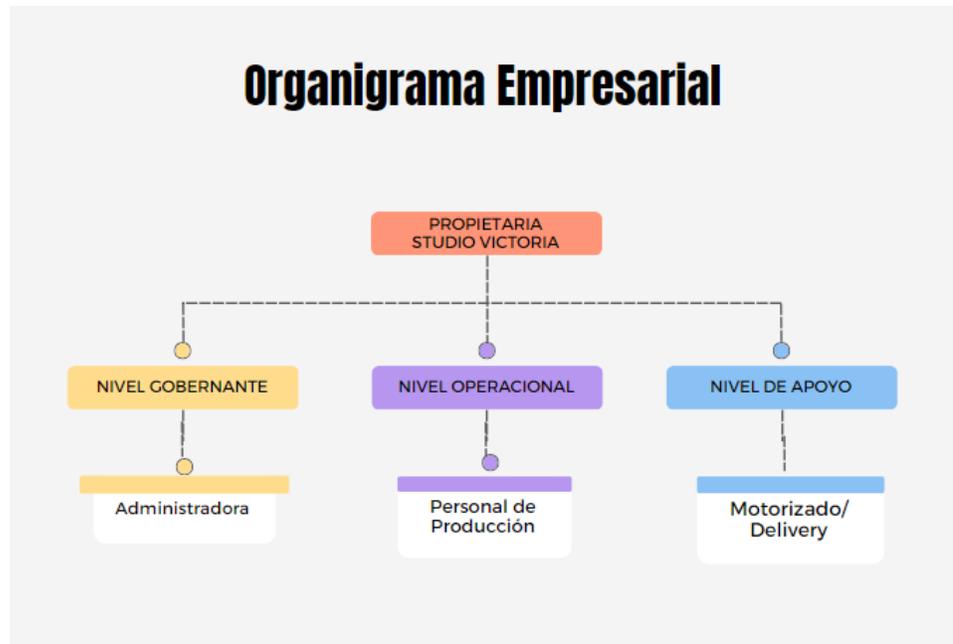
Nota: Descripción de mapa de procesos de Studio Victoria, elaborado por Gabriela

Pesantes.

Organigrama Empresarial.

Figura 5.

Mapa de procesos de microempresa Studio Victoria.



Nota: Descripción de mapa de procesos de la microempresa Studio Victoria, elaborado por Gabriela Pesantes.

Funciones del personal.

Detalles generales del administrador.

Empresa	Studio Victoria
Unidad Administrativa	Área administrativa – gerencial
Misión del puesto	Establecer procesos de producción, marketing, llevar control de compras, supervisar procesos y estrategias establecidas, contacto directo también con el cliente.
Denominación del puesto	Administrador
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos.
Remuneración	700

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Administrador

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo Superior Licenciado en Administración de Empresas.	2 años de experiencia en manejo de procesos administrativos.	Conocimiento y dominio de Microsoft office, redes sociales. Habilidades de liderazgo.	Puntualidad Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Trabajo bajo presión

		Dominio de procesos contables, manejo de inventario	Liderazgo. Planificación y organización. Trabajo en equipo Responsabilidad.
--	--	---	--

Nota: Aspectos del administrador a considerar, Elaborado por: Gabriela Pesantes.

Detalles generales del personal operativo.

Empresa Studio Victoria

Unidad Administrativa Área operativa

Misión del puesto Realiza la producción de las piezas solicitadas por el cliente, bajo los estándares de calidad del negocio y las especificaciones del cliente, realizar el empaquetado de las piezas.

Denominación del puesto Empleado de Producción

Rol del puesto Producción y empaquetado.

Remuneración 425

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Personal de producción

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Instrucción básica o bachiller	2 años de experiencia en trabajos de actividades manuales.	Conocimiento básico de artesanías, o cualquier actividad manufacturera artesanal.	Puntualidad Atención al detalle Comunicación Trabajo bajo presión Trabajo en equipo Observador Rapidez Responsabilidad.

Nota: Aspectos del personal de producción a considerar, Elaborado por: Gabriela

Pesantes.

Detalles generales del personal de apoyo.

Empresa	Studio Victoria
Unidad Administrativa	Área de apoyo
Misión del puesto	Realiza la entrega en la ciudad de Quito de los pedidos, tiene contacto con el cliente en el momento de la entrega.
Denominación del puesto	Personal Delivery
Rol del puesto	Entrega y recepción de piezas
Remuneración	Inicialmente, por horas y entrega, de acuerdo al sector.

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, Personal de entrega y distribución

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Conductor no profesional – Instrucción básica o bachiller	2 años de experiencia en trabajos en empresas de delivery y entregas de pedidos	Conocimiento de manejo de bicicleta, automóvil, motos, licencia de conducir. Manejo de mapas de ubicaciones.	Puntualidad Comunicación Trabajo en equipo Atención al cliente Conocimiento de la ciudad Rapidez Responsabilidad.

Nota: Aspectos de personal de apoyo a considerar, Elaborado por: Gabriela

Pesantes.

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de mercadotecnia

El objetivo para Studio Victoria es la fidelización de clientes y el posicionamiento de marca, a través de redes sociales, presencia de marca en ferias artesanales locales, e ingresando a tiendas de abastecimiento masivo.

Investigación de mercado

Para Studio Victoria se consideró la investigación de campo mediante encuestas, logrando la obtención de datos importantes respecto a las necesidades del segmento de mercado que interesa a esta microempresa. Como parte muy importante de la investigación se encuentra la investigación de laboratorio, ya que hacer velas y crear piezas de cemento requiere medir la cantidad de materiales a utilizar en cada pieza/vela, así como los puntos de fusión específicos de la cera de soya, mediante prueba y error se ha obtenido la receta para cada tipo de envases, velas, que se realizarán en Studio Victoria.

Modalidad

Las encuestas fueron realizadas de forma virtual mediante la herramienta de Google, se encuestó a 80 personas de las ciudades de Quito y Guayaquil, mediante 10 preguntas de opción múltiple.

Plan de Muestreo

Para realizar la encuesta, los sujetos de estudio en específico son mujeres del rango de edad entre los 25 a 70 años, pertenecientes a una clase social media – media alta, que se seleccionaron dentro de distintos grupos, 20 universitarios, 20 mujeres profesionales del área empresarial, 20 mujeres jubiladas.

La encuesta se enfocó en mujeres ya que existe en ellas mayor gusto, necesidad, deseo por la decoración, y los aromas, considerando también que si priorizan este aspecto entre sus gastos.

Para conocer el número total de encuestas a realizar, se aplicó la formula detallada a continuación:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$\frac{60 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (60 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{57,60}{1,044}$$

$$n = 55,17$$

Análisis de las encuestas

Pregunta 1.

Tabla 4. Pregunta 1

1. ¿Te gustaría adquirir piezas y productos hechos a mano con materiales sostenibles?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	44	80
No	3	5,45
No conozco sobre estos productos	8	14,55

TOTAL	55	100%
-------	----	------

Figura 6. *Pregunta 1, gráfico circular*

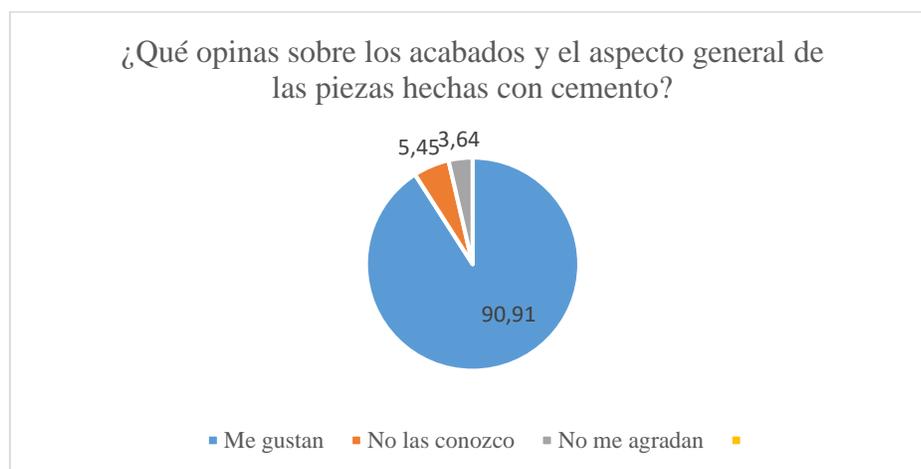


Análisis: Del 100% de los encuestados manifestaron que el 80% muestran interés en la adquisición de los productos que se ofertarán en Studio Victoria, adicional, se puede detectar que, el 14.55% de las personas no tienen conocimiento sobre este tipo de productos y sus materiales, por lo que sería importante educar a nuestro target con información sobre los materiales sostenibles, y artículos de decoración artesanales, por último se identifica que el 5.45% no está interesado en este tipo de negocios.

Pregunta 2.

Tabla 5. Pregunta 2

2. Qué opinas sobre los acabados y el aspecto general de las piezas hechas con cemento?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Me gustan	50	90,91
No las conozco	3	5,45
No me agradan	2	3,64
TOTAL	55	100%

Figura 7. Pregunta 2, gráfico circular.

Análisis: Los encuestados indican que les agrada el aspecto general de las piezas hechas con cemento, muestran interés en cómo lucen y en sus acabados, el 90.91% se mantienen en una respuesta positiva y agrado, existe una respuesta dividida entre las personas que no conocen este tipo de piezas en un 5.45%, y en un 3.64% personas a quienes no les agradan los artículos con cemento, pese a estas

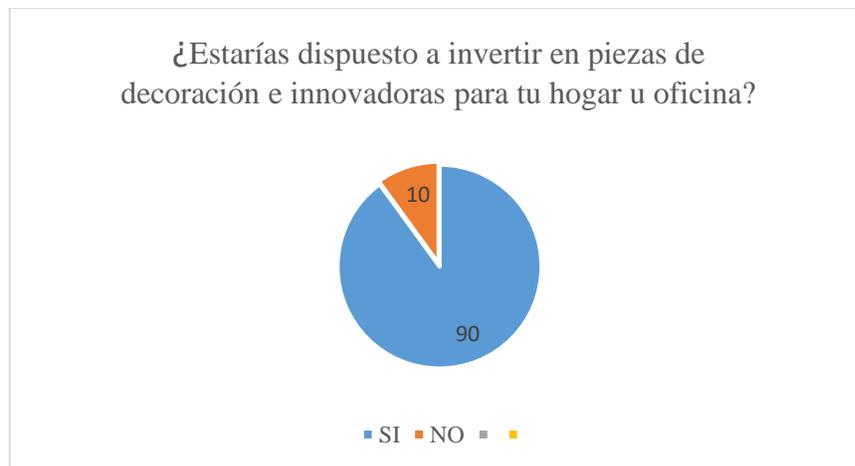
respuestas podemos darnos cuenta de que las piezas serán aceptadas en su gran mayoría por el público.

Pregunta 3.

Tabla 6. Pregunta 3

3 ¿Estarías dispuesto a invertir en piezas de decoración e innovadoras para tu hogar u oficina?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	45	90
No	10	10
TOTAL	55	100%

Figura 8. Pregunta 3, gráfico circular.



Análisis: Las personas encuestadas reflejan que les interesa y les gusta invertir en artículos de decoración de hogar y oficina, este grupo de personas que representan el 90% destinan cierta cantidad de

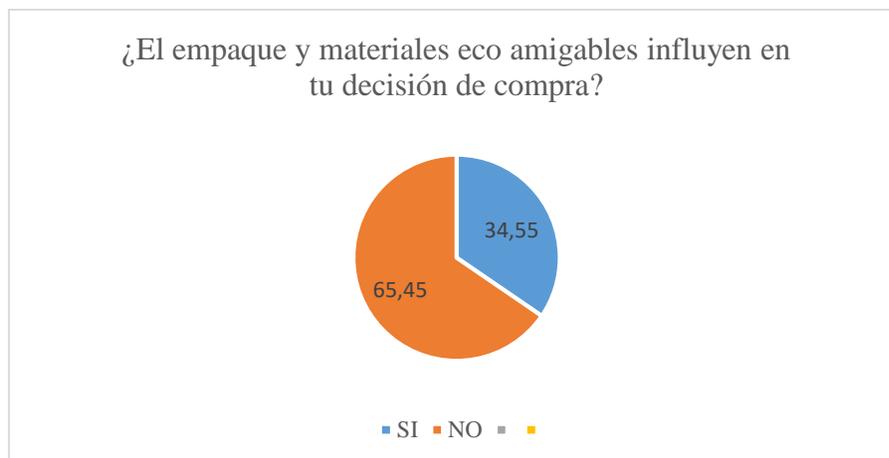
presupuesto a este tipo de compras, es evidente que hacia este grupo de mujeres se debe inclinar la publicidad de nuestra micro empresa, por otro lado, el 10% de los encuestados no consideran importante ni necesario invertir en artículos de decoración ya que no destina presupuesto hacia esta área.

Pregunta 4.

Tabla 7. *Pregunta 4*

4. ¿El empaque y materiales eco amigables influyen en tu decisión de compra?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	19	34,55
No	36	65,45
TOTAL	55	100%

Figura 9. *Pregunta 4, gráfico circular.*



Análisis: Del total encuestados, para el 65.45% de los no es importante los empaques y materiales eco amigables, el 34.55% indica que si es un factor excluyente que no sea eco amigable.

Pregunta 5.

Tabla 8. Pregunta 5

5. ¿Eres de los que busca que tu hogar tenga olores agradables?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	53	98,00
No	2	2,00
TOTAL	55	100%

Figura 9. Pregunta 5, gráfico circular.

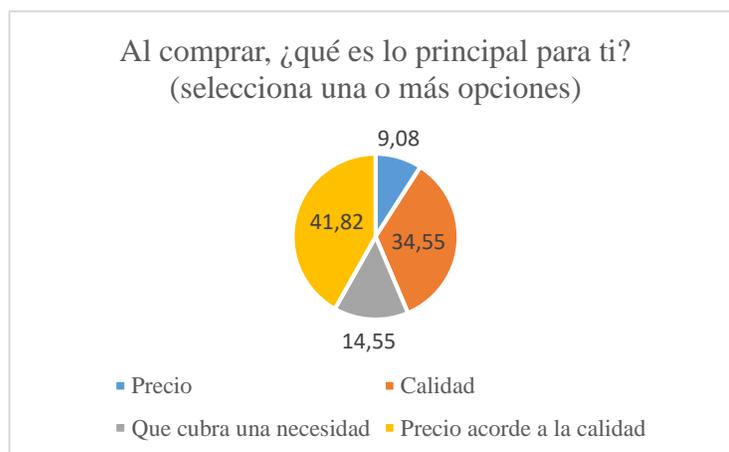


Análisis: Del 100% de los encuestados, al 98% de las personas si le parece importante que su hogar tenga olores agradables, evidenciando que solo para el 2% de las personas no es importante este aspecto.

Pregunta 6.

Tabla 9. Pregunta 6

6. Al comprar, ¿qué es lo principal para ti? (selecciona una o más opciones)		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Precio	5	9,08
Calidad	19	34,55
Que cubra una necesidad	8	14,55
Precio acorde a la calidad	23	41,82
TOTAL	55	100%

Figura 10. *Pregunta 6, gráfico circular.*

Análisis: Del 100%, el 41.82%, en el proceso de compra deciden que la calidad del producto esté acorde al precio, la calidad es otro aspecto importante también ya que el 34.55% prefieren calidad versus precio. Dejando al final el 14.55% quienes prefieren adquirir productos que cubran una necesidad, mientras el 9.08% sólo adquiere productos basándose únicamente en el precio.

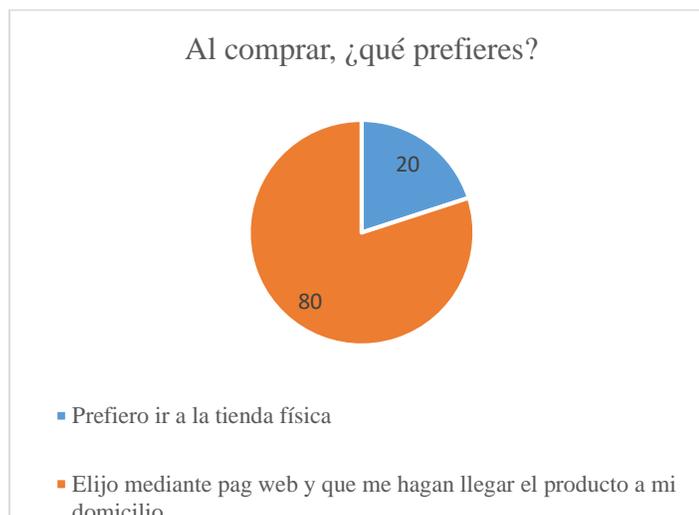
Pregunta 7.

Tabla 10. *Pregunta 7*

7. ¿Al comprar qué prefieres?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Prefiero ir a la tienda física	20	20,00
Elijo mediante página web y que me hagan llegar el producto a mi domicilio	35	80,00

TOTAL	55	100%
--------------	-----------	-------------

Figura 11. Pregunta 7, gráfico circular.



Análisis: Esta pregunta demuestra que a pesar de que el 20% de las personas encuestadas prefieren realizar las compras en tiendas físicas, se puede observar que el 80% de los encuestados lo realizan de forma online y no tienen inconvenientes con este método de compra.

Pregunta 8.

Tabla 11. Pregunta 8

8. ¿Es determinante para ti que un negocio tenga más formas de pago que transferencia/efectivo?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	40	72,73
No	15	27,27
TOTAL	55	100%

Figura 12. *Pregunta 8, gráfico circular.*



Análisis: El 72.73% de los encuestados demuestran mediante esta pregunta que prefieren pagar con otros método como tarjeta de crédito, y no sólo con efectivo/transferencia, por lo que es importante contar con diversas modalidades de pago para brindar facilidades al cliente, el 27.27% se mantiene con los métodos tradicionales de pago que es el efectivo/transferencia.

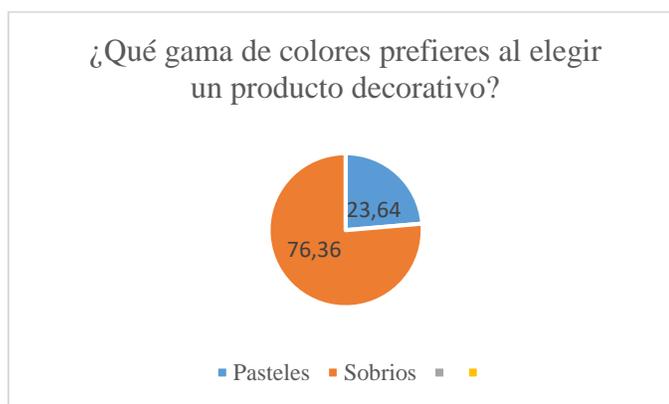
Pregunta 9.

Tabla 12. *Pregunta 9*

9. ¿Qué gama de colores prefieres al elegir un producto decorativo?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%

Pasteles	13	23,64
Sobrios	42	76,36
TOTAL	55	100%

Figura 13. Pregunta 9, gráfico circular.



Análisis: El 76.36% de los encuestados prefieren los colores sobrios sobre los colores pasteles, su preferencia permite descubrir la variedad de colores con los que podría contar Studio Victoria, y un 23.64% prefiere los colores pasteles.

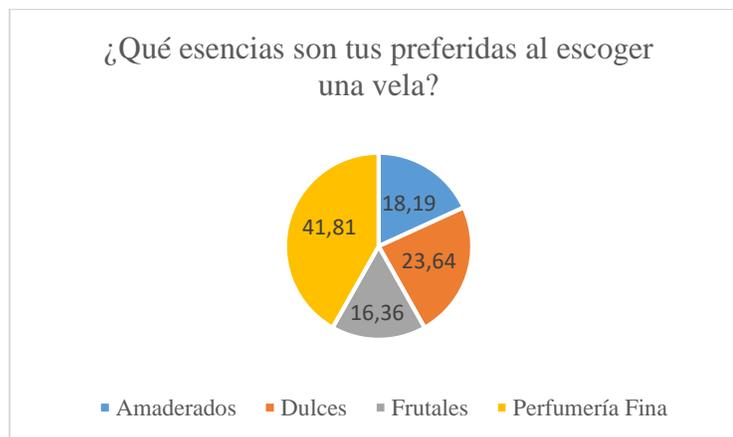
Pregunta 10.

Tabla 13. Pregunta 10

10. ¿Qué escencias son tus preferidas al escoger una vela?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Amaderados	10	23,64
Dulces	13	76,36
Frutales	9	16,36
Perfumería Fina	23	41,81

TOTAL	55	100%
-------	----	------

Figura 14. *Pregunta 10, gráfico circular.*



Análisis: La respuesta de los encuestados nos indica que las preferencias en aromas son aquellos de perfumería fina en un 41.81%, adicional, con mucha acogida, en el 23.64% están también los aromas dulces, por lo que, basándonos en estos datos, las velas que más acogida tendrían son las que tengan este tipo de aromas, por último, se encuentran, en un 18.19% los aromas amaderados, y en un 16.36% los aromas frutales.

Análisis General

Los productos a comercializar tienen gran aceptación, a la vez, hay cierto desconocimiento respecto a los materiales y acabados de las piezas que se comercializarán, por lo que es importante educar a nuestro target respecto a los procesos que se utilizarán en Studio Victoria, y sobre la calidad de las piezas, para captar atención y más aceptación en aquellas personas que no tienen mayor conocimiento

sobre este tipo de productos. En relación a los empaques de los productos y materiales, no es relevante que sean sustentables o no, adicionalmente, las personas elijen practicidad, y buena relación precio – calidad.

Los colores a utilizar para realizar las piezas son aquellos que las personas prefieren en estilos sobrios y neutros, más que los colores pasteles, esta información es de gran utilidad para poder empezar con la compra de pigmentos para las piezas.

Cabe recalcar que, al ser un negocio on-line, para el consumidor es muy importante contar con varias formas de pago, es decir, con un botón de pagos para pagar con tarjeta de crédito.

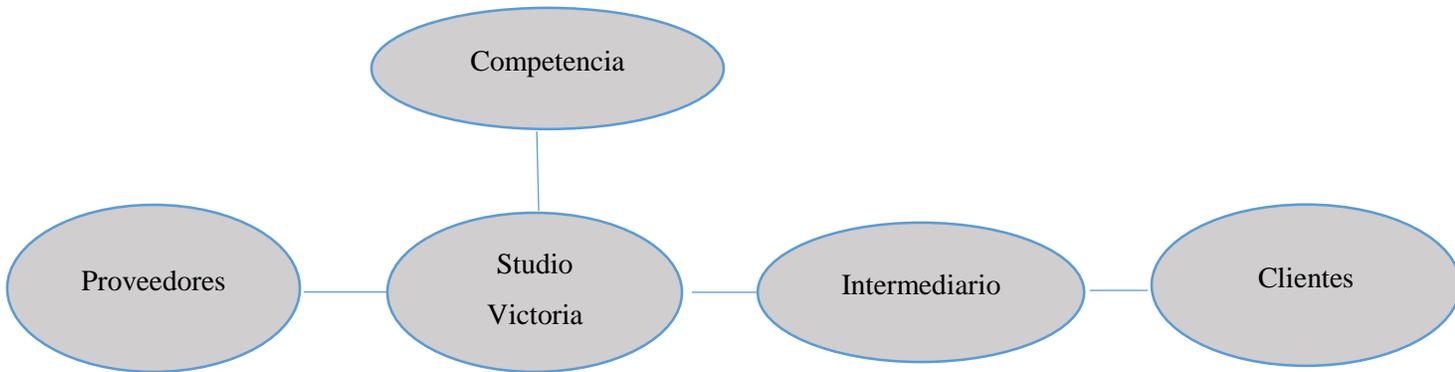
En conclusión, después de analizar los datos de las encuestas se determina que Studio Victoria es un negocio viable y sus productos cuentan con aceptación en el mercado estudiado.

Entorno Empresarial

Micro entorno

Studio Victoria considera que su micro entorno corresponde a todos aquellos factores que tienen una vinculación directa con la empresa y que a pesar de que afecte la actividad que se desarrolla, escapa de nuestro control.

Figura 15. Esquema micro entorno Studio Victoria



Nota: Esquema Micro entorno Studio Victoria. Quito. (Ilerna.es, 2021)

Competencia Directa

Studio Victoria tiene algunas competencias directas de tiendas en línea que realizan las mismas actividades, venden piezas de cemento, velas artesanales, muchas de estas tiendas en línea también realizan envíos nacionales, considerando que la ubicación de estas tiendas no es un impedimento, al igual que para Studio Victoria.

Como competencia directa tenemos a las siguientes tiendas:

- Ananasha
- Alma Haus
- Good Mud

Competencia Indirecta.

Como competencia indirecta se encuentran lugares que comercializan varios productos entre ellos velas de marcas conocidas con trayectoria, piezas de decoración, estos productos no están fabricados de la misma forma que los de Studio Victoria, pero cubren la misma necesidad.

Entre los lugares que forman la competencia indirecta de Studio Victoria se encuentran:

- Muy Mucho
- Sukasa
- Fybeca
- Supermercados
- Picca
- Proveedores.

Studio Victoria cuenta con proveedores que cuentan con los estándares de calidad que se busca en cada uno de los productos a comercializar.

Tabla 14. Proveedores

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Características	Producto
EcuaFerri	<ul style="list-style-type: none"> • Varios años de experiencia. • Facilidades de pago. • Confiabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cemento • Arena • Maxicril • Fibra de vidrio • Sellante
Aromalab	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de esencias. • Facilidades de pago. • Envíos a domicilio. • Calidad en la elaboración. 	Esencias de velas
Smaschemicals	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Precios competitivos. • Envíos a domicilio 	Cera de soya. Pabilos de algodón
La casa del molde	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de productos. • Personalización de pedidos. • Envíos a domicilio 	Moldes de silicona para las piezas de cemento

Intermediarios.

Los intermediarios de Studio Victoria, en el camino de expansión del negocio, serán tiendas de abastecimiento masivo, conocidas, y más grandes, esto servirá para posicionamiento de marca, y también para lograr ventas en cantidades mayores.

Estudiando los posibles intermediarios se encuentran tiendas de decoración y de espacio a emprendedores del diseño:

- The Designers Society
- La Imaginativa
- Casa Kiki
- Ikigaistudio

Clientes.

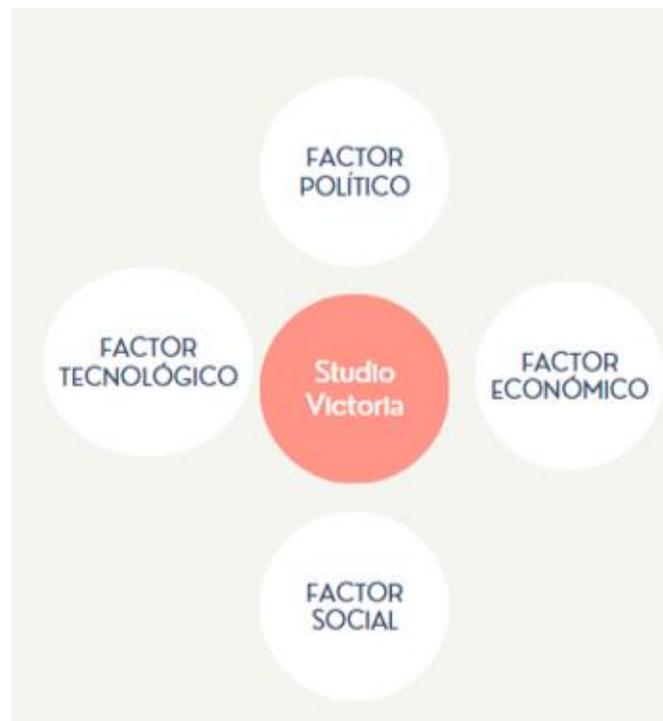
Studio Victoria es una microempresa enfocada en el gusto por los aromas, decoración, ambientación de espacios, por lo que sus clientes, en su gran mayoría, serán mujeres de un rango de edad bastante variado. Así como también empresas que buscan ofrecer regalos corporativos a sus clientes y/o empleados.

Macro entorno

El macro entorno de Studio Victoria son las condiciones que afectan al funcionamiento de la microempresa, y a su economía, como la inflación, economía local, gobierno de turno, entre otros.

Figura 16.

Esquema macro entorno Studio Victoria



Nota: Esquema Macro entorno Studio Victoria. Quito. (Santander, 2023)

Factor Político

Dentro del factor político, es conocido que los cambios de gobiernos, paralizaciones nacionales, crisis gubernamentales, afectan a todos los negocios, en caso de los negocios pequeños en el área de la manufactura, este aspecto influye con las medidas tomadas por parte del Gobierno de turno que pueden perjudicar con ciertas importaciones de insumos, y dificultades al acceder a los mismos.

Factor Económico

El factor económico que vive el país afecta directamente a los negocios en general, por las tasas inflacionarias anuales, tipos de interés, patrones de crecimiento económico, entre otros, por lo que Studio Victoria se ve afectado por este tipo de modificaciones y cambios que generan aumentos en los valores de insumos, y demoras en las adquisiciones de los mismos.

Factor Tecnológico

Los factores tecnológicos pueden ser una gran oportunidad de crecimiento y posicionamiento de la marca de Studio Victoria, ya que si se aprovechan las tendencias se puede ganar lugar frente a la competencia, entre estos factores se encuentran: las diversas aplicaciones de compras en líneas, plataformas digitales de entretenimiento, cultura, pagos, cobros.

Factor Social

Las tendencias culturales y sociales influyen en la elaboración de más productos y sobre todo acogerse a las modalidades ambientales que la sociedad implementa cada vez con más apertura y fervor.

Producto y Servicio

Studio Victoria es una microempresa dedicada a la elaboración y producción de piezas de cemento y velas de cera de soya, la creatividad e innovación en insumos amigables con el medio ambiente agregan valor a la marca. El servicio que ofrece Studio Victoria es la personalización de color de ciertas piezas, los aromas a elegir, los productos corporativos, y las entregas a domicilio y a nivel nacional.

Producto Esencial

En Studio Victoria el producto esencial es la atención al detalle, la comunicación directa con el cliente, más el buen gusto y asesoramiento al momento de realizar una compra. Destacan los productos con una inclinación hacia lo sustentable y único.

Producto Real

Studio Victoria maneja una amplia gama de productos entre los que se destacan:

Velas de cera de soya en envases de cemento de colores variados, estos envases pueden ser re utilizados después de terminar de hacer uso de la vela en su interior.

Piezas decorativas hechas en cemento con formas creativas y útiles.

Características

Para la elaboración de las piezas de Studio Victoria se requiere no solo de la adquisición de los insumos de calidad, se requiere también de la exactitud en las medidas de cada material a utilizar, ya que de esto depende la calidad de cada pieza.

El personal de producción se debe capacitar continuamente respecto a los cambios de procesos, la creatividad, atención al detalle, y el interés en ofrecer un producto de alta calidad es la característica principal de esta microempresa.

Calidad

Los productos de Studio Victoria pasan por un minucioso proceso de elaboración, en los cuales se ven involucrados indicadores de respeto a la calidad como:

Empaque personalizado (cada empaque va con notas de cuidado del producto, sticker de estado de ánimo, el nombre del cliente escrito a mano, y una tarjeta de agradecimiento).

Respeto de las piezas de color (el color lo elige el cliente en ciertos casos, y en otros, los colores de temporada).

Agregado medido de aromas en las velas de cera de soya (el aroma debe ser cuidadosamente medido para que no produzca problemas respiratorios y cansancio por parte del cliente).

Todo el proceso es realizado a mano, esto agrega un valor bastante especial a los productos.

Estilo

Studio Victoria maneja un estilo de mucho color, clase e informal, las piezas que se ofrecen en esta microempresa buscan satisfacer las necesidades de buscar armonía en un ambiente, no solo con el aroma sino con la belleza de sus piezas, mismas que aportan calidez y buen gusto.

Marca

Studio Victoria es el nombre de esta microempresa que refleja en el mismo algunos significados, uno personal correspondiente a una persona que aportó con mucho entusiasmo en los inicios de esta microempresa cuando solo era una idea, y adicional, este mismo nombre significa vencer adversidades, por lo que esta marca ofrece familiaridad en su marca y también fuerza para recordar la misma.

Producto Aumentado

Frente a la competencia Studio Victoria ofrece ciertas piezas que no disponen las otras marcas, como piezas de decoración de oficinas, que no solo decoran, sino que también son útiles y de durabilidad. En Studio Victoria no se compran a terceros los envases donde van las velas, se producen en el mismo estudio, todo lo que se oferta es producido por la misma marca, lo que muchas otras empresas no lo realizan.

Plan de introducción al mercado

Distintivos y Uniformes

Área de producción

En Studio Victoria es importante que las personas que se encargan y encargarán en un futuro de participar en esta parte del proceso, deban utilizar un uniforme especial tanto como distinción de la microempresa como por protección de cada miembro del equipo.

Empleado de Producción

- Overol de trabajo en tela anti-desgarro y con alto nivel de resistencia
- Gafas protectoras de ojos
- Gorro de trabajo
- Guantes de látex
- Mascarillas

Figura 17 *Modelo de uniforme Studio Victoria*



Nota: Modelo de tipo de uniforme Studio Victoria. (Dupont, 2023).

Figura 18. *Modelo de uniforme Studio Victoria*



Nota: Modelo de tipo de uniforme Studio Victoria. (Universitat Politecnica de Valencia, 2012)

Figura 19. *Modelo de uniforme Studio Victoria*



Nota: Modelo de tipo de uniforme Studio Victoria. (Safety, 2022)

Figura 20. *Modelo de uniforme de Studio Victoria*



Nota: Modelo de tipo de uniforme de Studio Victoria. (Vestuarielx, 2023)

Materiales de identificación

Imagotipo

Figura 21. Imagotipo Studio Victoria



Nota: Imagotipo de Studio Victoria. (Canva, 2021)

Elementos a destacar

Las ramas representan la victoria, muy utilizado en épocas de luchas medievales

El nombre en el centro como parte principal del imagotipo

Handmade como un recordatorio de que la microempresa se dedica a actividades de producción 100% a mano.

Los colores utilizados hacen referencia a la simplicidad que se quiere reflejar, el color negro resalta las partes importantes a destacar en el logo.

El isotipo refleja el significado de cada elemento utilizado en el mismo.

Etiquetas adhesivas

En los empaques irán algunas etiquetas adhesivas con el logo de la microempresa, se utiliza el mismo diseño de color que el utilizado en el imago tipo:

- Etiquetas adhesivas de cierre de la caja
- Etiquetas adhesivas que se colocan en los productos

Figura 22. *Etiqueta adhesiva Studio Victoria*



Nota: Etiqueta adhesiva Studio Victoria. (Canva, 2021)

Sello con logo

En la parte superior de la caja de cada producto irá un sello con los mismos colores del logo, como diferenciador de la marca.

Figura 23. *Imagen sello Studio Victoria*



Nota: Imagen sello Studio Victoria. (Canva, 2021)

Tarjetas de agradecimiento y tarjeta de cuidados

Cada caja y compra irá acompañada por dentro de una tarjeta de agradecimiento a cada cliente por su compra y en el lado trasero de la misma irán las indicaciones y cuidados de cada pieza.

Figura 24. Imagen frontal tarjeta de agradecimiento Studio Victoria



(Canva, 2021) Imagen tarjetas Studio Victoria

Figura 25. Imagen trasera tarjeta de cuidados Studio Victoria

- CUIDADOS Y PRECAUCIONES**
- LA PRIMERA VEZ QUE ENCIENDAS TUS VELITAS, DEBES HACERLO HASTA QUE LA SUPERFICIE ESTE CASI DERRETIDA, ASÍ LOGRARÁS UN QUEMADO UNIFORME.
 - SIEMPRE RECORTA O REMUEVE LA PUNTITA QUEMADA DE LA MECHA ANTES DE UN NUEVO ENCENDIDO.
 - NUNCA DEJES TU VELITA CERCA DE PRODUCTOS O SUSTANCIAS INFLAMABLES.
 - MANTENLA SOBRE UNA SUPERFICIE PLANA Y RESISTENTE AL CALOR.
 - NUNCA DEJES TU VELA AL ALCANCE DE NIÑOS Y MASCOTAS.
 - INTENTA NO DEJAR ENCENDIDA TU VELA POR MÁS DE 4 HORAS CONTINUAS, YA QUE PUEDE SOBRECALENTARSE.
 - NO SALGAS DE TU CASA DEJANDO TU VELA ENCENDIDA, PUEDEN OCURRIR ACCIDENTES.
 - REUTILIZA EL ENVASE :)
 - RECUERDA QUE ESTA VELA ES 100% HECHA A MANO Y ECO AMIGABLE.
 - Y AHORA ENCIÉNDELA Y DISFRUTA!!!!!!

Nota: Imagen tarjetas Studio Victoria. (Canva, 2021)

Canal de distribución y puntos de venta

El canal de distribución de Studio Victoria es su página web, Instagram y WhatsApp, mediante estas redes digitales el cliente puede

contactarse para asesoría y pedidos directos o puede realizarlo directamente mediante los enlaces de sus medios digitales (Página web, Instagram).

Promoción

El principal canal de promoción de Studio Victoria son sus redes sociales, por medio de las cuales se realizarán posteo continuos de videos, fotos, historias, para mantener enganchado a sus clientes y los potenciales.

Otro canal importante de promoción será asistir a ferias de emprendimientos, es una manera directa de llegar al público y enganchar su interés.

Por último y no menos importante, será la presencia de marca en establecimientos de abastecimiento de consumo masivo, es una forma en la cual se puede llegar a un público más amplio y diverso.

- Contacto
- WhatsApp
- Instagram
- Correo

Negociación

La negociación se puede dar de algunas maneras, una de esas es mediante el contacto al número de WhatsApp para consultar detalles, precios, entre más información, un personal de Studio Victoria, en este caso la administradora, se encargará de este contacto.

Otra forma de negociación es vía telefónica y correo electrónico, en donde se brindará la atención y solventar inquietudes.

Financiamiento

Tabla 15. Financiamiento publicidad

Publicidad Redes Sociales	Planes Mensuales	\$80
Presencia en Ferias	1 vez trimestral	\$100
TOTAL, MENSUAL		\$113,33

Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo que Studio Victoria presenta es la competencia que ofrece productos con precios más económicos, ya que los insumos son de calidad diferente a los utilizados por Studio Victoria, adicional, la

crisis económica que presenta el país actualmente hace que las personas prioricen sus gastos y presupuestos de una forma más cerrada y evitar invertir en aspectos menos urgentes.

La oportunidad que Studio Victoria mantiene actualmente y es la más grande e importante, es poder tener una tienda en línea que inicialmente no representa un gasto de arriendo de un local físico, por lo que esto es un gran avance que se mantiene actualmente y a los que muchos negocios se están apegando.

Fijación de Precios

Los precios de los productos de Studio Victoria se han determinado basándose en diferentes aspectos, tanto como materiales e insumos, gastos de publicidad, gastos de empaques.

Adicional a todos estos aspectos, se sumarán otros factores como:

- Utilidades
- Servicios básicos
- Gastos de mano de obra

Se detalla un caso completo de una pieza de cemento mediana con vela de cera de soya con las cantidades exactas utilizadas en cada una, y los insumos utilizados.

Tabla 16. Envase de cemento con vela de soya de 3 mechas, ficha estándar de costos

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		FICHA ESTÁNDAR DE COSTOS		
PIEZA:	Envase de cemento con vela de soya de 3 mechas	Código: 001		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	22/07/2023	Administrador: Gabriela Pesantes		
INSUMO	MEDIDA	COSTO (KG/OZ/ML)	CANTIDAD	TOTAL
Cemento	Lb	\$3.00 c/kg	0.8 lb	\$0.59
Arena	Gramo	\$1.50 c/kg	0.8 lb	\$0.55
Agua	Oz	\$0.12 c/u	0.45 oz	\$0.46
Fibra de Vidrio	Gramo	\$4.00 c/1500gr	0.25 gr	\$0.01
Colorante Rosado	Oz	\$0.35 c/5oz	0.35 oz	\$0.03
Maxicril	Ml	\$5.56 c/500 ml	0.25 ml	\$0.01
Cera de Soya	Lb	\$10 c/3lb	0.6lb	\$2.00
Esencia	Ml	\$22 c/500ml	0.3ml	\$0.13
Mechas	Unidad	\$2.40 c/20u	3	\$0.25
Lijas	Unidad	\$0.08 c/u	½	\$0.04
Sellante a base de agua	Oz	\$6.00 c/500ml	0.25 oz	
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$4.07
			10% imprevistos	\$0.074
			Total, neto	\$4.14
			Gasto de fab. 15%	\$0.61
			Factor costo 33,33%	\$1.36
			M.O. 45%	\$1.83
			G. Admin 12%	\$0.49
			40% utilidad	\$1.63
			Subtotal	\$14.21
			12% IVA	\$1.71
			Total	\$15.92

Nota: Ficha técnica. Elaborado por: Gabriela Pesantes.

Implementación del negocio

Equipos de producción

Tabla 17. Equipos de Producción

EQUIPOS DE PRODUCCION			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Olla para derretir cera	1	\$40.00	\$40.00
Jarra de metal para verter	3	\$5.00	\$15.00
Termómetro infrarrojo	1	\$38.00	\$38.00
Balanza		\$6.00	\$12.00
Moldes de silicona	15	\$10.00	\$150.00
Vasos medidores onzas	2	\$2.00	\$4.00
Jarra medidora	2	\$3.50	\$7.00
TOTAL			\$266.00

Nota: Equipos de Producción. Elaborado por: Gabriela Pesantes.

Muebles y enseres

Tabla 18. Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Repisa de metal de 5 pisos	3	\$80.00	\$240.00
Gavetas	3	\$8.00	\$24.00
Cajonera de 4 pisos de plástico	2	\$40.00	\$80.00
Mesa larga de servido	1	\$60.00	\$60.00
TOTAL			\$404.00

Nota: Muebles y Enseres. Elaborado por: Gabriela Pesantes.

Servicios básicos

Tabla 19. *Servicios Básicos*

SERVICIOS BÁSICOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Agua	1	\$8.00	\$8.00
Luz	1	\$15.00	\$15.00
Internet	1	\$25.00	\$25.00
Teléfono	1	\$23.00	\$23.00
TOTAL			\$71.00

Nota: Servicios básicos. Elaborado por: Gabriela Pesantes.

Materiales de limpieza

Tabla 20. *Materiales de Limpieza*

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	1	\$2.00	\$2.00
Recogedor	1	\$1.00	\$1.00
Rollos de paños de algodón	12	\$2.00	\$24.00
Rollos de toalla de papel	12	\$2.80	\$33.60
Jabón líquido	6	\$3.00	\$9.00
Toalla de algodón	6	\$3.00	\$9.00
TOTAL			\$78.60

Nota: Materiales de Limpieza. Elaborado por: Gabriela Pesantes.

PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Studio Victoria será una microempresa que encaja en el tipo de compañía SAS (Sociedad por Acciones Simplificadas), las SAS tienen los mismos beneficios que la Sociedad Anónima y Compañía Limitada, se constituirá, realizando los trámites enlistados a continuación:

- Certificado electrónico de la accionista
- Reserva de denominación de la Sociedad
- Contrato privado o escritura
- Nombramientos
- Petición de inscripción con los datos informativos necesarios del solicitante
- Cédulas de identidad de socios y representantes

Servicio de rentas internas (RUC)

Ante el SRI, Studio Victoria debe obtener el RUC acudiendo a cualquier agencia del Servicio de Rentas Internas realizando y presentando la siguiente documentación:

- Documento de identidad del representante legal
- Certificado de votación del representante legal
- Escritura de la constitución de la compañía
- Nombramiento del representante legal

- Hoja de datos generales y de accionistas
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.

(SRI, 2023)

Patente municipal:

La patente municipal es un impuesto que se debe declarar y pagar, todas las personas naturales o jurídicas que realizan actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito presentando los siguientes documentos:

- Copia del RUC.
- Copia del RUC del contador.
- Copias de los documentos de constitución de la persona jurídica (escritura, estatutos, acuerdo ministerial).
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
- Formulario de inscripción en el RAE.
- Formulario del Acuerdo para uso de Medios

Electrónicos.(PAM, 2023)

IESS – Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

En el IESS se obtiene el Registro Patronal en el sistema de historia laboral, esto es necesaria para la afiliación de los empleados de Studio Victoria:

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.(IESS, 2023)

Ministerio de Trabajo

Para registrar los datos del empleador para ingresar y documentar contratos, actas de finiquito, pagos de remuneraciones se debe realizar el registro en la página del Ministerio de Trabajo:

- Registre la información del Empleador
- Registre la dirección del empleador.
- Ingrese los datos del representante legal.

(Ministerio de Trabajo, 2020)

PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Studio Victoria es una microempresa enfocada en el respeto ambiental, sus piezas están compuestas por materiales nobles provenientes de la tierra sin mayor modificación en los mismos.

Esta microempresa considera que no solo sus materiales deben ser amistosos con el medio ambiente, sino también sus empaques, al no contar con empaques que sean 100% eco amigables por temas de variedad en el país, se intentará en lo posible que sus cajas, y tarjetas de agradecimiento/cuidados, sean hecho en materiales sustentables de papel.

Por otro lado, sus piezas son reutilizables, aportando con esto al cuidado de los desperdicios, una pieza luego de que cumpla su función puede ser reutilizada para otros fines decorativos y utilitarios, como, por ejemplo: floreros, piezas de baño, entre otras funciones.

Figura 26.

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Nota: Esquema de Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas.

(Organización de las Naciones Unidas, 2023)

La ONU apoya que los objetivos de desarrollo sostenible se cumplan en Ecuador, por lo que, como una microempresa ecuatoriana y artesanal, Studio Victoria trabajará en base a algunos objetivos sociales y ambientales que se propone en el esquema:

- Trabajo decente y crecimiento económico
- Industria, innovación e infraestructura
- Producción y consumo responsables
- Acción por el clima

Objetivos Sociales

Trabajo decente y crecimiento económico

Mediante este objetivo, Studio Victoria brindará condiciones de trabajo aptas y responsables para sus colaboradores, con sueldo justo, herramientas de trabajo adecuadas, y trato cordial y basado en el respeto. Adicional, se brindará oportunidades de crecimiento tanto para colaboradores como para los proveedores de Studio Victoria.

Industria, innovación e infraestructura

Mediante este objetivo se pretende que el país cuente con producción de calidad, y acorde a los estándares que mantienen este tipo de producción en países de primer mundo.

Su infraestructura e industria sería sostenible al hacer uso de tecnologías para la promoción, y venta de sus productos, tanto los clientes como la microempresa realizarán el uso de estas plataformas amigables, ahorrando espacio, tiempo, dinero.

Objetivos Ambientales

Producción y consumos responsables

En Studio Victoria se manejarán procesos de respeto de la materia prima y de sus otros componentes, sin el maltrato de la nobleza de los mismos.

El consumo responsable viene por parte de sus clientes, quienes sabrán que al adquirir un producto de Studio Victoria, están adquiriendo una pieza de una microempresa responsable con el medio ambiente, y que sus piezas no serán desechadas con facilidad, y podrán realizar un relleno de sus velas o reutilización de sus piezas de cemento, de igual manera, cada pieza está hecha a mano desde la mezcla de los productos como en el detalle final de empaquetado, cuidando con cariño cada parte del proceso.

Acción por el clima

Una de las razones por las cuáles estamos transitando por el cambio climático, es por el alto desperdicio de productos de fácil desecho, y que demora mucho tiempo en descomponerse, con Studio Victoria buscamos que el desperdicio sea el mínimo, ya que son piezas que perduran en el tiempo, se reutilizan, y que pueden brindar diferentes tipos de utilidad, de igual manera en la fase de producción de sus piezas, se intentará crear artículos con un diseño un poco más

abstracto, y de uso decorativo, con el material que no se utiliza en las piezas, así, se intentará desperdiciar la menor cantidad de materiales.

Un ejemplo de piezas realizadas con desechos o material no utilizado sería el siguiente:

Figura 27. *Ejemplo de una pieza hecha con material no utilizado*



Nota. Ejemplo de una pieza realizada con desperdicios de materiales tomado de una página de Empresa “Fox and Ramona”, inspiración para ciertos trabajos de Studio Victoria. (Fox and Ramona, 2021)

PROCESO FINANCIERO

Introducción

A continuación, se describirá el análisis financiero de la microempresa Studio Victoria, en donde se detallarán los activos que forman parte de la inversión de esta microempresa.

Inversión

Como inversión se entiende el detalle del capital económico y de recursos que se invierten para iniciar el funcionamiento de cualquier negocio.

Activos fijos

Se entiendo como activo fijo a aquellos activos adquiridos para lograr de forma efectiva la producción de un bien o servicio y así lograr mantener operativo y a flote cualquier negocio.

(Ecuador, 2023)

Studio Victoria considera como activo fijo a los equipos y herramientas de producción, muebles y enseres, todo esto con una inversión de: \$670. (*Ver tabla 21.*)

Tabla 21. *Activos Fijos*

INVERSIONES ACTIVOS		
FIJOS		
Muebles y enseres	404	404
Equipos de producción	266	266
TOTAL	670	

Nota: Tabla de inversiones de activos Fijos. Elaborado por: Gabriela Pesantes.

Capital de trabajo

El capital de trabajo se basa en la cantidad de recursos necesarios de una empresa o institución para ejercer sus operaciones, es un indicador de que tiene lo suficiente para operar antes de obtener ganancias.(Konfio, 2023)

Studio Victoria cuenta con un capital de trabajo que se visualiza como inversión inicial de \$22516.40. (Ver tabla 22).

Tabla 22. *Capital de trabajo*

Capital de Trabajo	3 Meses	12 Meses
Sueldos	4195.20	16780.80
Servicios básicos	213.00	852.00
Material de limpieza	23.40	93.60
Publicidad	339.99	1359.96
Adquisición de productos	200.00	800.04
Gastos Financieros	490.00	1960.00
TOTAL INVERSIÓN	6131.59	22.516.40

Nota: Capital de trabajo. Elaborado por: Gabriela Pesantes.

Inversión total

Con la sumatoria de los activos fijos y el capital de trabajo destinado para el año de funcionamiento, se obtiene la inversión total, siendo para Studio Victoria un total de \$23186.40. (Ver tabla 23).

Tabla 23. Total, de inversión

<i>TOTAL DE INVERSIÓN</i>	
Activo Fijo	670
Capital de Trabajo	22516.40
TOTAL	23186.40

Nota: Tabla con detalle del total de inversión. Elaborado por: Gabriela Pesantes.

Sueldos

En la tabla que se incluye a continuación se detalla los sueldos que cada colaborador de Studio Victoria tendrá con sus respectivas aportaciones al IESS.

Cabe recalcar que en Studio Victoria se cuenta con personal de apoyo que no cuenta con afiliación al IESS ni sueldo fijo mensual, ya que es la persona encargada de entregas, se contará con los servicios de este personal sólo para entregas semanales o cuando se amerite, se considera en la tabla un aproximado de entregas semanales, rubro que cambiará con el tiempo de acuerdo al crecimiento del negocio.

Tabla 24. *Sueldo y aportaciones al IESS*

PERSONAL	SUELDO	ANUAL	IESS EMPL	IESS EMP	GASTO SUELDO ANUAL
Administrador	700	8400	793.80	1020.60	10214.40
Empleado	450	5400	510.30	656.10	6566.40
Producción					
Motorizado por entrega	72	864			864.00
TOTAL	1222	14664	1304.10	1676.70	16780.80

Nota: Tabla detalle de sueldos y aportaciones al IESS por empleado/cargo. Elaborado por: Gabriela Pesantes

Beneficios legales

Los beneficios legales representan el décimo tercer sueldo y el décimo cuarto sueldo que reciben los colaboradores de acuerdo con la ley. (Ver tabla 25).

Tabla 25. *Sueldo y obligaciones al IESS*

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4TO	DECIMO 3ERO	TOTAL
Administrador	700	450	700	1850
Empleado de	450	450	450	1350
Producción				
Motorizado por entrega	72			72
TOTAL	1222	900	1150	3272

Nota: Sueldos y obligaciones al IESS. Elaborado por: Gabriela Pesantes.

Depreciación de activos fijos

La depreciación de un activo fijo se refiere a la pérdida de valor por uso, paso del tiempo, y factores internos y externos que influyen en el valor de estos dentro de su vida útil. (Hubspot, 2020)

Los activos fijos de Studio Victoria sujetos a depreciación son: Equipos de producción con un porcentaje de depreciación del 10% y así como los muebles y enseres igual con el mismo porcentaje de depreciación del 10%. (Ver tabla 26).

Tabla 26. Depreciación

<i>DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS</i>				
		VALOR	%	DEPRECIACIÓN
Equipo de producción	de	266	10%	26.60
Muebles y enseres		404	10%	40.40
TOTAL				67.00

Nota: Depreciación. Elaborado por: Gabriela Pesantes.

Tabla de amortización

La tabla de amortización corresponde a los valores de recursos financieros que necesita Studio Victoria para empezar sus actividades, este monto está previsto que sea financiado por una institución financiera nacional, el valor que esta microempresa ha calculado que necesita es: \$14.000, con amortización francesa, y una tasa del 14%, la

tasa promedio con las que las entidades bancarias ofrecen sus créditos.

(Ver tabla 27).

Tabla 27. *Tabla de amortización*

MONTO: 14.000				
TASA: 14%				
PLAZA: 5				
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	*	*	*	*
1	4077.97	1960.00	2117.97	11882.93
2	4077.97	1663.48	2414.49	9467.54
3	4077.97	1325.46	2752.51	6715.03
4	4077.97	940.10	3137.87	3577.17
5	4077.97	500.80	3577.17	0.00

Nota: Tabla de amortización. Elaborado por: Gabriela Pesantes.

En la tabla de amortización se detalla el cálculo para un período de 5 años, con cuotas fijas de \$4077.97, en cada año se detalla el monto del capital, el interés, y el saldo restante hasta el año número 5 en donde la deuda culmina.

Estructura de capital

La estructura de la inversión total de Studio Victoria está detallada con un porcentaje de capital propio y capital financiero. El porcentaje de estructura de capital propio está representado en un 37.82% con un monto de \$8516.40 y el capital financiero en un 62.18% con un monto de \$14.000.

La tasa de descuento calculada para el capital propio es del 7.94% y para el capital financiero del 8.70%. (Ver tabla 28).

Tabla 28. Estructura de capital

		Estructura	Costo	TD
Capital propio	8516.40	37.82%	21%	7.94%
Capital financiero	14000	62.18%	14%	8.70%
TOTAL	22516.40	100%		16.65%

Nota: Estructura de capital. Elaborado por: Gabriela Pesantes

TMAR - Tasa Mínima de Rendimiento

La tasa mínima de rendimiento se compone de la tasa pasiva del capital propio y el riesgo país, dando como resultado un valor del 7.94%, a esto se suma el valor del capital financiero del 8.70%, resultando en un TMAR total del 16.65% para Studio Victoria.

Punto de Equilibrio

Se conoce como punto de equilibrio cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel y no existen ni ganancias ni pérdidas. Determinar el punto de equilibrio ayuda a mantener una estabilidad durante todo un año de procesos productivos y alcanzar los objetivos. (HubSpot, 2023)

Tabla 29. Punto de Equilibrio.

	Mensual
Costos fijos	
Sueldos	1222.00
TOTAL	1222.00

Nota: Punto de Equilibrio. Elaborado por: Gabriela Pesantes

Margen de Contribución

En el margen de contribución se encuentran detallados los valores de costos, precios y ganancia que es el margen de contribución.

En el costo se encuentra el valor de \$4.07 y en el precio el valor de \$14.21, dejando un valor de \$10.14 como margen de contribución. (Ver tabla 30).

Tabla 30. Margen de contribución

Costo de producto		
Precio	14.21	
Costo	4.14	
Ganancia	10.07	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

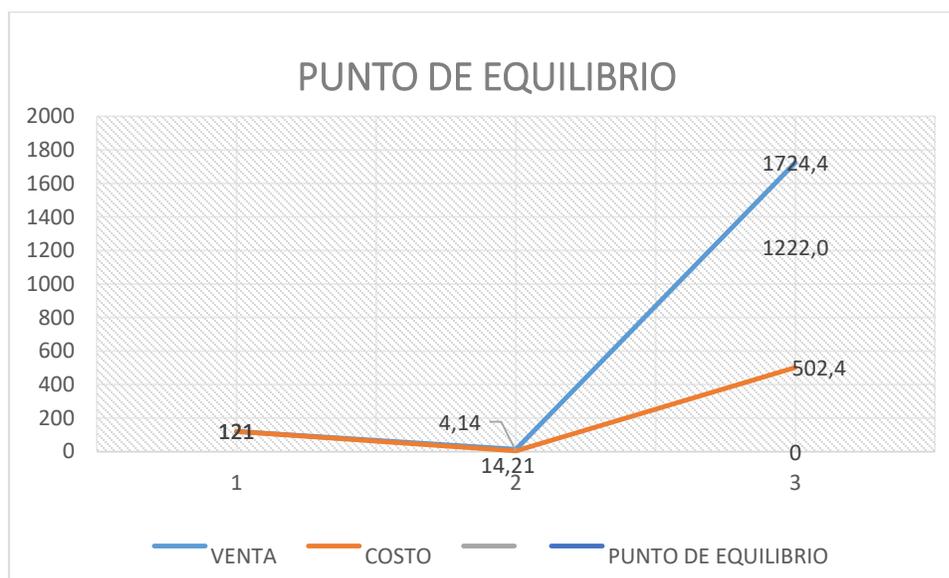
Nota: Margen de contribución. Elaborado por: Gabriela Pesantes

En el punto de equilibrio se calculan los costos fijos que se dividen con el margen de contribución, esto da como resultado la cantidad de piezas diarias que se deberían vender para alcanzar el punto de equilibrio, que en el caso de Studio Victoria sería 5 piezas diarias calculándolo con 26 días de trabajo al mes, adicional, podemos determinar el valor total que generarían las ventas en comparación al costo de las mismas.

Tabla 31. Punto de equilibrio

PE= COSTO FIJO/MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			
PE = 121			
Venta	121	14.21	1724.40
Costo	121	4.14	502.40
Punto de Equilibrio			0

Nota: Tabla sobre el punto de equilibrio. Elaborado por: Gabriela Pesantes

Figura 28. Punto de equilibrio

Nota: Gráfico de punto de equilibrio. Elaborado por: Gabriela Pesantes

Tabla 32. Ventas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS			
Ventas	280	3978.80	47745.60
Costo	280	1139.60	13675.20

Nota: Ventas proyectadas. Elaborado por: Gabriela Pesantes

Costo de ventas

El costo de venta de Studio Victoria se encuentra estimada con una proyección de cinco años, en esta proyección se detallan las ventas, la utilidad bruta, utilidad neta, y factores que intervienen para el cálculo de flujo de ventas. (Ver tabla 33).

Tabla 33. Flujo de ventas

FLUJO DE VENTAS	0	1	2	3	4	5
Ventas		47745.60	49182.74	50663.14	52188.10	53758.97
Costo de ventas		13675.20	14086.82	14510.84	14947.61	15397.54
Utilidad bruta en ventas		34070.40	35095.92	36152.31	37240.49	38361.43
Gastos administrativos		16780.80	17285.90	17806.21	18342.17	18894.27
Servicios básicos		852.00	877.65	904.06	931.27	959.31
Material ofic						
Depreciaciones		67.00	67.00	67.00	67.00	67.00
Amortizaciones						
Utilidad OP		16370.60	16865.37	17375.04	17900.04	18440.85
Gastos financieros		1960.00	1663.48	1325.46	940.10	500.80
Utilidad antes de impuestos		14410.60	15201.89	16409.58	16959.94	17940.05
Base impositiva		3602.65	3800.47	4012.39	4239.98	4448.01
Utilidad Neta		10807.95	11401.42	12037.18	12719.95	13455.03

Nota: Flujo de ventas. Elaborado por: Gabriela Pesantes

Flujo de caja

En el flujo de caja de Studio Victoria se considera los ingresos y egresos de la microempresa proyectados a cinco años. (Ver tabla 34).

Tabla 34. *Flujo de caja*

FLUJO DE CAJA						
0	1	2	3	4	5	
Utilidad Op	16370.60	16865.37	17375.04	17900.04	18440.85	
Depreciación	67.00	67.00	67.00	67.00	67.00	
Amortización						
-Base impositiva	3602.65	3800.47	4012.39	4239.98	4485.01	
-Gastos financieros	1960.00	1663.48	1325.46	940.10	500.80	
-Pago capital	2117.97	2414.49	2752.51	3137.87	3577.17	
+Valor de salvamento						
+Capital de trabajo						
-Reposición de activos						
=Flujo neto de caja	-22516.40	8756.98	9053.93	9351.67	9649.09	9944.87

Nota: Flujo de caja. Elaborado por: Gabriela Pesantes

Calculo del VAN y el TIR

VAN (Valor actual neto) o VPN

El valor actual neto se utiliza para evaluar las oportunidades de inversión, permite determinar el valor futuro de una inversión, y

evidenciar si una empresa o una inversión ganará dinero a lo largo del tiempo.

(Economía3, 2021)

Por medio del VAN se determina que la viabilidad de Studio Victoria y su rentabilidad corresponde a un valor de \$10202.12.

Fórmula del VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t}$$

$$= -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

F_t = son los flujos de dinero en cada periodo de tiempo.

I_0 = inversión inicial.

n = numero de periodos de tiempo.

k = es el tipo de descuento o de interés exigido de la inversión.

TIR (tasa interna de retorno)

La tasa interna de retorno es un indicador que permite conocer la rentabilidad de un proyecto, realizando el cálculo de la diferencia entre los gastos actuales y los ingresos proyectados en el futuro, para lograr estimar las ganancias esperadas de una inversión.

(HubSpot, Blog HubSpot, s.f.)

Fórmula del TIR

$$\begin{aligned}
 VAN &= -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} \\
 &= -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} \\
 &= 0
 \end{aligned}$$

F_t = flujos de caja.

I_0 = inversión inicial.

n = numero de periodos de tiempo.

TIR = tasa interna de retorno.

Para Studio Victoria el cálculo de la tasa interna de retorno demuestra una rentabilidad con un porcentaje del 29.75%, con un porcentaje de la tasa mínima de rendimiento (TMAR) que se encuentra en el 16.65%. (Ver tabla 35).

Tabla 35. Cálculo del VAN y TIR

VAN	10202.12
TIR	29.75%
TMAR	16.65%

Nota: Cálculo del VAN y TIR. Elaborado por: Gabriela Pesantes

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Studio Victoria es una tienda en línea de artículos artesanales de decoración, cumpliendo como actividad, la producción y comercialización de todas sus piezas, así mismo, esta microempresa cumpliría con algunas necesidades, entre estas se encuentran la necesidad de auto realización y la necesidad de pertenencia y reconocimiento.
- Para garantizar que Studio Victoria sí es un proyecto viable, se realizó un estudio de mercado mediante encuestas, en donde se concluyó que la idea de negocio es factible y que existe aceptación para las piezas a comercializar, siendo importante destacar que los colores preferidos por la mayoría de los encuestados son los sobrios y neutros, sin restarle importancia a factores importantes como la preferencia de los encuestados por las facilidades y variedades de pago.
- Es importante como emprendedores conocer cómo crear una compañía, la legalidad y el orden son fundamentales para el funcionamiento de Studio Victoria, quienes han decidido acogerse a una modalidad creada para emprendimientos pequeños, el SAS (Sociedad por Accionistas Simplificada) es un tipo de compañía que puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas,

importante destacar que para formar un SAS es indispensable contar con RUC.

- Como parte del proceso de impacto ambiental y social, Studio Victoria enfoca sus procesos en el respeto ambiental, cuidando que sus materiales sean nobles y sin mayor modificación, así como también su empaquetado.

- En el aspecto financiero, Studio Victoria tiene planificado iniciar el negocio por medio de un capital mixto, tanto como inversión propia en un 37.82% e inversión financiera en un 62.18%, traducido en efectivo, el valor total que esta microempresa tiene planificado para su inicio es de: \$22516.40.

Recomendaciones

- Fortalecer los procesos de investigación de mercados enfocados en la idea de negocio y las nuevas modificaciones que la microempresa considere.
- Actualizar y respetar los procesos de derecho empresarial para brindar al negocio la legalidad del mismo y el buen funcionamiento, y así evitar sanciones y demandas en caso de clientes o empleados.
- Mantener en orden los procesos financieros, y actualizar la información de la microempresa con la finalidad de lograr una operatividad del 100% manteniendo la fluidez de los mismos.

Referencias web

- Baciero, G. (2019). *Manejo y prevención del estrés del gato*. Madrid, España.: Comunicación Científica Royal Canin.
- Canva. (2021). *Canva*. Obtenido de <https://www.canva.com/projects>
- CMF, W. d. (2015). *webdelmaestrocmf.com*. Obtenido de <https://webdelmaestrocmf.com/portal/manual-sesiones-aprendizaje-enfoque-indagacion/>
- Congreso Nacional. (2020). *Código de trabajo*. Recuperado el 25 de julio de 2021, de https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file_1604679569_1604679577.pdf
- Dupont. (2023). *Dupont MX*. Obtenido de <https://www.dupont.mx/knowledge/equipar-y-quitacar.html#:~:text=Los%20overoles%20de%20protecci%C3%B3n%20est%C3%A1n,el%20aire%2C%20polvo%20y%20fibras.>
- Economía3. (2021). *Economía 3 TV*. Obtenido de [https://economia3.com/valor-actual-neto/#:~:text=El%20valor%20actual%20neto%20\(VAN,valor%20futuro%20de%20una%20inversi%C3%B3n.](https://economia3.com/valor-actual-neto/#:~:text=El%20valor%20actual%20neto%20(VAN,valor%20futuro%20de%20una%20inversi%C3%B3n.)
- Ecuador, S. (2023). *SMSEcuador Auditores y Asesores Gerenciales*. Obtenido de <https://smsecuador.ec/que-significa-activo-fijo-en-una-empresa/>
- Educaonline S.L. (2020). *Veterinario*. Recuperado el 25 de julio de 2021, de <https://www.educaweb.com/secciones/informacion-legal/proteccion-contenidos/>
- Fox and Ramona. (11 de Nov de 2021). *FoxandRamona*. Obtenido de <https://www.instagram.com/foxandramona/>
- Hubspot. (2020). *Blog Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-depreciacion#:~:text=Es%20un%20concepto%20de%20contabilidad,durante%20m%C3%A1s%20de%20un%20a%C3%B1o.>
- HubSpot. (2023). *Blog Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa#que-es>

- HubSpot. (s.f.). *Blog HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/tasa-interna-retorno#:~:text=La%20tasa%20interna%20de%20retorno%2C%20conocida%20tambi%C3%A9n%20como%20TIR%2C%20es,ganancias%20esperadas%20de%20una%20inversi%C3%B3n>.
- IESS. (2023). *Iess.gob.ec*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/en/web/empleador/registro-de-empleador>
- Ilerna.es. (Junio de 2021). *Ilerna Online*. Obtenido de <https://www.ilerna.es/blog/aprende-con-ilerna-online/comercio-marketing/macroentorno-y-microentorno/#:~:text=a%20tu%20negocio.-,Microentorno%3A%20Se%20relaciona%20con%20la%20empresa,as%C3%AD%2C%20escapan%20de%20nuestro%20control>.
- Konfio. (2023). *Konfio.mx*. Obtenido de <https://konfio.mx/tips/diccionario-financiero/que-es-el-capital-de-trabajo/>
- Maps, G. (2022). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/d/viewer?ie=UTF8&oe=UTF8&msa=0&mid=1UQ6zwf2iXHevIUFPKyr2LTJUU9Y&ll=-0.18792951836222727%2C-78.47892272053508&z=19>
- Ministerio de Trabajo. (2020). *Ministerio de Trabajo*. Obtenido de <https://sut.trabajo.gob.ec/mrl/contratos/institucionFrm.xhtml>
- Organización de las Naciones Unidas. (2023). *Organización de las Naciones Unidas*. Obtenido de <https://ecuador.un.org/es/sdgs>
- PAM. (2023). *Pam.quito.gob.ec*. Obtenido de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Inicio.aspx>
- Pastor, I. (2020). *¿Qué es y para qué sirve la Pirámide de Maslow?*. Recuperado el 15 de julio de 2021, de <https://www.leanconstructionmexico.com.mx/post/qu%C3%A9-es-y-para-qu%C3%A9-sirve-la-pir%C3%A1mide-de-maslow>
- Safety, A. (09 de 2022). *Amigo Safety*. Obtenido de <https://blog.amigosafety.com/2022/09/todo-sobre-gorros-y-cofias-desechables.html>

- Santander. (2023). *Santander*. Obtenido de <https://www.becas-santander.com/es/blog/macroentorno.html>
- SRI. (2023). *SRI.gob.ec*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/ruc-sociedades>
- Supercias. (2020). *Supercias*. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf
- Tejo, D. (2016). *Pirámide de Maslow*. Recuperado el 15 de julio de 2021, de <http://davidtejo.com/2016/06/la-nueva-piramide-de-maslow-el-cambio-en-las-necesidades-basicas-en-el-siglo-xxi-y-su-influencia-en-el-lifestyle-actual/>
- Unade. (2020). *Unade Edu MX*. Obtenido de <https://unade.edu.mx/para-que-sirve-la-piramide-de-maslow/#:~:text=Aquello%20que%20entendemos%20como%20pir%C3%A1mide,aspiramos%20a%20otras%20m%C3%A1s%20complejas.>
- Universitat Politecnica de Valencia. (2012). *Universitat Politecnica de Valencia*. Obtenido de https://www.sprl.upv.es/IOP_SQ_15%28b%29.htm
- Vestuarielx. (2023). *Vestuarielx*. Obtenido de <https://www.vestuarielx.com/blogancasber/mascarilla-de-respiracion-para-mi-trabajo/>

ANEXOS

Anexo 1 – Modelo de Encuestas

ENCUESTA

Conocer la apreciación de un producto

 gabrielapesantesh@gmail.com (no compartidos)  Borrador guardado

[Cambiar de cuenta](#)

***Obligatorio**

1. ¿Te gustaría adquirir piezas y productos hechos a mano con materiales sostenibles?

Sí

No

No conozco sobre estos productos

2. ¿Qué opinas sobre los acabados y el aspecto general de las piezas hechas con cemento?

Me Gustan

No los conozco

No me gustan

3. ¿Estarías dispuesto a invertir en piezas de decoración e innovadoras para tu hogar u oficina?

Sí

No

4. ¿El empaque y materiales eco amigables influyen en tu decisión de compra?

Sí

No

5. ¿Eres de los que busca que tu hogar tenga colores agradables?

Sí

No

6. ¿Al comprar, qué es lo principal para ti? (selecciona una o más opciones)

- Precio
- Calidad
- Que cubran una necesidad
- Precio acorde a la calidad

7. ¿Al comprar, qué prefieres?

- Prefiero ir a la tienda física
- Elijo mediante página web con envío al domicilio

8. ¿Es determinante para ti que un negocio tenga más formas de pago que transferencia/efectivo?

- Sí
- No

9. ¿Qué gama de colores prefieres al elegir un producto decorativo?

- Pastel
- Sobrios

10. ¿Qué esencias son tus preferidas al escoger una vela? *

- Amaderados
- Dulces
- Florales
- Perfumería Fina

Anexo 2. Proformas

Proformas muebles y enseres

Inicio / Sistemas de almacenaje / Estanterías / ESTANTE ORG LIVIANO 5 NIVELES



ESTANTE ORG
LIVIANO 5
NIVELES
\$73,62

SKU: EL_5MDGFB
Alto: 183 cm.
Ancho: 91 cm.
Fondo: 39 cm.

Productos

Estanterías x ▾

Carrito

No hay productos en el carrito.

Formas de pago

ACEPTAMOS TODAS LAS
TARJETAS DE CRÉDITO



PAGOS POR DEPÓSITO
Y TRANSFERENCIA BANCARIA



Kaveta Industrial Superior Pica 30 cm Amarillo

\$11.50

PICA



Cajonera Nova Beige 3 Pisos

\$56.99

12 cuotas | \$5.17



Mesa Plástica Super Sevilla Pica Blanco

\$59.99

12 cuotas | \$5.44



Proformas equipo de producción



Cook N Home Caldera doble de 2 cuartos de galón, plata

★★★★★ ~ 700

100+ comprados el mes pasado

US\$ **35**⁰⁰ PVPR: ~~US\$49.99~~



MIDELONG Olla para hacer velas, capacidad de 2 libras, olla de fusión de cera de doble caldera, boquilla de vertido sin goteo y...

5.0 ★★★★★ ~ 1

US\$ **9**⁸³



Camp Chef Termómetro digital infrarrojo – Termómetro infrarrojo de temperaturas superficiales – Termómetro digital láser para alimentos

4.6 ★★★★★ ~ 23

US\$ **35**⁴²

US\$28.60 entrega

Se envía a \$Ecuador



Ultean Báscula digital para alimentos, báscula de cocina de alta precisión, medidas en gramos y onzas para cocinar y...

4.6 ★★★★★ ~ 5,898

20 K+ comprados el mes pasado

US\$7⁹⁹ PVPR: US\$14.99



Molde de silicona para macetas de corteza de árbol, para suculentas, macetas, cactus,...

★★★★★ 1

US\$10.99 ✓prime



Chef Craft Medidor de chupito de plástico clásico, cucharadita de 1 onza/cucharada, transparente

4.5 ★★★★★ ~ 2,339

1 K+ comprados el mes pasado

US\$ **4**⁰⁰



Jarra de espuma de leche de 12 onzas, jarra de café espresso capuchino, jarra de café de acero inoxidable Latte Art Barista, jar...

4.7 ★★★★★ ~ 397

50+ comprados el mes pasado

US\$ **7**⁹⁹ PVPR: ~~US\$11.99~~



Identificación de reporte de similitud: oid:11830:257751243

NOMBRE DEL TRABAJO

BORRADOR FINAL PROYECTO.pdf

AUTOR

GABRIELA PESANTES H

RECuento DE PALABRAS

13307 Words

RECuento DE CARACTERES

80653 Characters

RECuento DE PÁGINAS

117 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.5MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 24, 2023 6:28 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 24, 2023 6:28 PM GMT-5

● **15% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 15% Base de datos de Internet
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

Activar Windows