



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
ECONOMISTA**

**TEMA**

**ESTUDIO ECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD  
MICROEMPRESARIAL 'VELAS DIAMANTE' EN EL  
CANTÓN VENTANAS, ECUADOR**

**TUTOR**

**ING. RUBEN DARIO PAZ MORALES**

**AUTORA**

**LEONELA YULIANA ALAVA MACIAS**

**GUAYAQUIL**

**2022**



## REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:**

Estudio económico de la actividad microempresarial ‘Velas Diamante’ en el Cantón Ventanas, Ecuador

**AUTOR/ES:**

Álava Macías Leonela Yuliana

**REVISORES O TUTORES:**

Ing. Rubén Darío Paz Morales, MBA.

**INSTITUCIÓN:**

**Universidad Laica Vicente  
Rocafuerte de Guayaquil**

**Grado obtenido:**

Economista

**FACULTAD:**

Ciencias Sociales y Derecho

**CARRERA:**

Economía

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

2022

**N. DE PAGS:**

91

**ÁREAS TEMÁTICAS:** Ciencias sociales y del comportamiento

**PALABRAS CLAVE:** Análisis económico; organización y gestión; factor de producción; indicadores.

**RESUMEN:**

El presente trabajo de investigación “estudio económico de la actividad microempresarial Velas Diamante en el Cantón Ventanas, Ecuador” tiene como objetivo principal analizar la situación económica y financiera de la microempresa, quienes fabrican y comercializan velas artesanales a base de parafina en las provincias de Los Ríos y una parte del Guayas desde 1974. Cabe recalcar que la actividad microempresarial es una de las más importantes a nivel nacional por sus aportaciones tributarias, además generan plazas de empleo. Dentro de este marco, para obtener el objetivo del estudio se implementó el método de análisis mixto (cualitativos y cuantitativos) que posibilitó recolectar la información necesaria para plantear los variables endógenas y exógenas relacionada al tema. Los instrumentos de

recolección de datos fueron la encuesta y entrevista; las encuestas están dirigidas a la cartera de clientes mayoristas de la microempresa, y la entrevista al Gerente General de Velas Diamante, mediante los dos instrumentos se obtuvieron resultados fidedignos, entre los cuales destacan la competencia que tienen en dicho mercado, las preferencias de los consumidores según las líneas de producción que la microempresa produce en la actualidad, volumen ventas, nivel de satisfacción de los clientes sobre las características del producto y el profesionalismo de la microempresa. Mediante la recolección de datos contables, se implementaron indicadores de liquidez, solvencia y rentabilidad del 2019 siendo el año con mejores porcentajes en los resultados de los indicadores y el 2020 con porcentajes desfavorables debido a la pandemia del Covid-19.

<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Álava Macías Leonela Yuliana	<b>Teléfono:</b> 0994972358	<b>E-mail:</b> leonelayuliana06@gmail.com
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	Msc. Diana Almeida Aguilera. <b>Decana</b> <b>Teléfono:</b> (04) 2596500 Ext. 250 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:dalmeidaa@ulvr.edu.ec">dalmeidaa@ulvr.edu.ec</a>  Econ. Rosa Salinas Herdia, Mg. <b>Directora de Carrera</b> <b>Teléfono:</b> (04)2596500 Ext. 226 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:rsalinash@ulvr.edu.ec">rsalinash@ulvr.edu.ec</a>	

# CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA

## Revisión Tesis

por Leonela Álava

### Revisión Tesis

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS

1

[tesis.usat.edu.pe](http://tesis.usat.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

2

[repositorio.ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec)

Fuente de Internet

1%

3

[repositorioacademico.upc.edu.pe](http://repositorioacademico.upc.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

4

[ri.ues.edu.sv](http://ri.ues.edu.sv)

Fuente de Internet

1%

5

[www.uv.mx](http://www.uv.mx)

Fuente de Internet

1%

6

[vdocuments.site](http://vdocuments.site)

Fuente de Internet

1%

7

[revistas.unal.edu.co](http://revistas.unal.edu.co)

Fuente de Internet

1%

8

[repositorio.cidecuador.org](http://repositorio.cidecuador.org)

Fuente de Internet

1%

9

[mundonegociable.blogspot.com](http://mundonegociable.blogspot.com)

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

Ing. Rubén Paz Morales, MBA  
C.C. 0917278012

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

La estudiante egresada **Leonela Yuliana Alava Macías**, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **Estudio económico de la actividad microempresarial ‘Velas Diamante’ del Cantón de Ventanas, Ecuador**, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autora

Firma:



---

**Leonela Yuliana Alava Macías**  
**C.C. 0930557525**

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **Estudio Económico de la Actividad Microempresarial ‘Velas Diamante’ del Cantón de Ventanas, Ecuador**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **Estudio Económico de la Actividad Microempresarial ‘Velas Diamante’ del Cantón de Ventanas, Ecuador**, presentado por la estudiante **LEONELA YULIANA ÁLAVA MACÍAS** como requisito previo, para optar al Título de Economista, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



**Ing. Rubén Paz Morales, MBA**  
**C.C. 0917278012**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por darme fortaleza, por todas las bendiciones que me ha brindado en el transcurso del camino, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo que mi vida necesita en los momentos de dificultad.*

*Gracias a mis queridos padres: Yuly Macías Briones y René Alava Romero, por ser los principales promotores de mis sueños, por su confianza, el apoyo incondicional, por creer en mí y brindarme el soporte que necesite en los momentos más importantes de mi vida.*

*Gracias a mi amada abuela: Elva Briones, por ser una persona amorosa, por entenderme, por sus palabras de aliento, por demostrarme que la superación personal es cuestión de brindarle tiempo y dedicación.*

*Agradezco a mis docentes de la Carrera de Economía de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil por guiarme durante todo mi ciclo académico para obtener mi título universitario y en especial a mis tutores por su ayuda, paciencia y dedicación en el presente estudio económico.*

*Finalmente, agradezco a los administradores y clientes de la microempresa Velas Diamante, por ser la principal fuente de información, lo más fundamental para la estructuración de este proyecto.*

## **DEDICATORIA**

*Dedico mi tesis a mis padres, que gracias a su persistencia y tolerancia me han dado fortaleza para continuar; son dos personas emprendedoras y trabajadoras, quienes me han guiado para perseguir mis anhelos, y en efecto son la inspiración del presente estudio.*

*A mi abuela Elva, con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona, por acompañarme y apoyarme en todos mis sueños y metas, por su confianza en mis proyectos de vida, y sobre todo, por darme las herramientas fundamentales para culminar mis estudios con éxito.*

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación “estudio económico de la actividad microempresarial Velas Diamante en el Cantón Ventanas, Ecuador” tiene como objetivo principal analizar la situación económica y financiera de la microempresa, quienes fabrican y comercializan velas artesanales a base de parafina en las provincias de Los Ríos y una parte del Guayas desde 1974. Cabe recalcar que la actividad microempresarial es una de las más importantes a nivel nacional por sus aportaciones tributarias, además generan plazas de empleo. Dentro de este marco, para obtener el objetivo del estudio se implementó el método de análisis mixto (cualitativos y cuantitativos) que posibilitó recolectar la información necesaria para plantear los variables endógenos y exógenos relacionada al tema. Los instrumentos de recolección de datos fueron la encuesta y entrevista; las encuestas están dirigidas a la cartera de clientes mayoristas de la microempresa, y la entrevista al Gerente General de Velas Diamante, mediante los dos instrumentos se obtuvieron resultados fidedignos, entre los cuales destacan la competencia que tienen en dicho mercado, las preferencias de los consumidores según las líneas de producción que la microempresa produce en la actualidad, volumen ventas, nivel de satisfacción de los clientes sobre las características del producto y el profesionalismo de la microempresa. Mediante la recolección de datos contables, se implementaron indicadores de liquidez, solvencia y rentabilidad del 2019 siendo el año con mejores porcentajes en los resultados de los indicadores y el 2020 con porcentajes desfavorables debido a la pandemia del Covid-19.

**Palabras Clave:** Análisis económico; organización y gestión; factor de producción, indicadores.

## ABSTRACT

The Objective of this research study "Economic study of the Velas Diamante microenterprise activity in the Canton of Ventanas, Ecuador" is to analyze the financial and economic situation of the microenterprise, who manufacture and market handmade paraffin-based candles in the provinces of Los Ríos and a part of Guayas since 1974. It should be noted that microenterprise activity is one of the most important in the country due to the payment of taxes, as well as generating jobs. To obtain the objective of the study, the method of mixed analysis (qualitative and quantitative) was implemented, which made it possible to collect the necessary information to propose the endogenous and exogenous factors of the study, among the techniques implemented are the quiz and interview; the quiz are aimed at the portfolio of wholesale clients of the microenterprise, and the interview with the General Manager of Velas Diamante, through the two instruments reliable results were obtained, among which the competition they have in said market stands out, the preferences of consumers according to the production lines that the microenterprise currently produces, the sales volume, the level of customer satisfaction regarding the characteristics of the product and the professionalism of the microenterprise. Through the collection of accounting data, liquidity, solvency and profitability indicators were implemented for 2019, being the year with the best percentages in the results of the indicators and 2020 with unfavorable percentages due to the Covid-19 pandemic.

**Key words:** Economic analysis; organization and management; production factor, indicators.

# ÍNDICE GENERAL

Contenido	Pág.
REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.....	II
CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA.....	IV
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	V
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	VI
AGRADECIMIENTO .....	VII
DEDICATORIA .....	VIII
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento del Problema.....	3
1.3. Formulación del Problema .....	5
1.4. Objetivo General .....	6
1.5. Objetivos Específicos.....	6
1.6. Hipótesis de la investigación.....	6
1.7. Línea de Investigación Institucional/Facultad.....	6
CAPÍTULO II .....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Marco Teórico.....	7
2.1.1. Antecedentes de la investigación .....	7
2.1.2. Fundamentos Teóricos .....	13
2.1.2.1. Teorías de Desarrollo y Crecimiento Económico .....	13
2.1.2.2. Teoría de la oferta y demanda .....	16
2.1.2.3. Teorías de producción, organización y gestión .....	20
2.1.2.4. La microempresa y su papel en la economía ecuatoriana .....	23
2.1.2.5. Comercio online: una oportunidad para la actividad microempresarial.....	25
2.1.2.6. El análisis FODA para establecer estrategias empresariales.....	26
2.2. Marco Legal .....	28
2.2.1. Constitución de la República del Ecuador (2008).....	28
2.2.2. Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 .....	29
2.2.3. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011).....	29

2.2.4.	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010).....	30
2.2.5.	Ley de Defensa del Artesano (2008).....	31
	CAPÍTULO III.....	32
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
3.1.	Enfoque de la investigación .....	32
3.2.	Alcance de la investigación (Exploratorio, descriptivo o correlacional) .....	33
3.3.	Técnica e instrumentos para obtener los datos .....	33
3.4.	Población y muestra .....	34
3.5.	Presentación y análisis de resultados.....	35
3.5.1.	Análisis de las encuestas a clientes mayoristas de la Microempresa .....	35
3.5.2.	Interpretación de los resultados .....	45
3.5.2.1.	Encuestas .....	45
3.5.2.2.	Resultados obtenidos en la entrevista.....	46
3.6.	Análisis de la situación económica y financiera de la Microempresa.....	48
3.6.1.	Balance General de Velas Diamante (2019-2020) .....	49
3.6.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias de Velas Diamante (2019-2020).....	50
3.6.3.	Ratios de liquidez, Solvencia, gestión y rentabilidad.....	51
3.6.4.	Análisis de Indicadores Generales .....	52
3.7.	Propuesta .....	55
3.7.1.	Matriz FODA de Fuerzas cruzadas, para la microempresa Velas Diamante .....	55
	CONCLUSIONES .....	59
	RECOMENDACIONES.....	60
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61

## ÍNDICE DE TABLAS

Contenido	Pág.
Tabla 1. Alcance de la investigación.....	5
Tabla 2. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor final .....	16
Tabla 3. Ejemplo de demanda.....	18
Tabla 4. Ejemplo de oferta .....	19
Tabla 5. Los principios de la administración que desarrolla Frederick Taylor .....	22
Tabla 6. Reglas o deberes de la administración .....	22
Tabla 7. Hombre Económico vs. Hombre Administrativo según Simón .....	23
Tabla 8. Establecimientos de mayoristas de la Microempresa Velas Diamante .....	34
Tabla 9. Tipos de velas adquiridas con frecuencia.....	35
Tabla 10. Preferencia del mercado.....	36
Tabla 11. Preferencia del consumidor final.....	37
Tabla 12. Uso de las velas artesanales .....	38
Tabla 13. Gasto destinado en la adquisición de velas .....	39
Tabla 14. Ciclo de reaprovisionamiento de velas.....	40
Tabla 15. Satisfacción del cumplimiento de los pedidos .....	41
Tabla 16. Atributos de olor y color de las velas.....	42
Tabla 17. Satisfacción con el servicio de la microempresa.....	43
Tabla 18. Accesibilidad de precios comparado con la competencia .....	44
Tabla 19. Balance General al 31 de Diciembre.....	49
Tabla 20. Estado de Pérdidas y Ganancias al 31 de Diciembre .....	50
Tabla 21. Estado de Pérdidas y Ganancias al 31 de Diciembre .....	51
Tabla 22. Indicadores financieros generales .....	52
Tabla 23. Ponderación FODA.....	57
Tabla 24. Matriz de totales y porcentajes.....	57
Tabla 25. Factores del análisis FODA .....	57

## ÍNDICE DE FIGURAS

Contenido	Pág.
Figura 1. Árbol del problema.....	5
Figura 2. Acumulación, crecimiento de la productividad y cambio estructural.....	15
Figura 3. Ajuste dinámico y estático de las fuerzas de mercado.....	16
Figura 4. Ejemplo, grafica de demanda con los valores de la tabla 3. ....	19
Figura 5. Ejemplo, grafica de oferta con los valores de la tabla 4. ....	19
Figura 6. Relación entre los componentes del capital trabajo y las categorías marxistas.....	21
Figura 7. Distribución de plazas de empleo registrado según tamaño de empresas.....	24
Figura 8. Modelo de negocio business to business .....	26
Figura 9. Ejemplo de matriz FODA .....	27
Figura 10. Tipos de velas adquiridas con frecuencia .....	35
Figura 11. Preferencia del mercado .....	36
Figura 12. Preferencia del consumidor final.....	37
Figura 13. Uso de las velas artesanales.....	38
Figura 14. Gasto destinado en la adquisición de velas.....	39
Figura 15. Ciclo de reaprovisionamiento de velas .....	40
Figura 16. Satisfacción del cumplimiento de los pedidos.....	41
Figura 17. Atributos de olor y color de las velas .....	42
Figura 18. Satisfacción con el servicio de la microempresa .....	43
Figura 19. Accesibilidad de precios comparado con la competencia.....	44
Figura 20. Matriz FODA Microempresa Velas Diamante .....	55
Figura 21. Estrategias FO-FA-DO-DA de la Microempresa Velas Diamante.....	56
Figura 22. Factores del análisis FODA .....	58

## ÍNDICE DE ANEXOS

Contenido	Pág.
ANEXO 1. Delimitación geográfica de la investigación .....	66
ANEXO 2. Formato de encuesta página 1 .....	67
ANEXO 3. Formato de encuesta página 2 .....	68
ANEXO 4. Formato de encuesta página 3 .....	69
ANEXO 5. Formato de entrevista .....	70
ANEXO 6. Orden de Compra de un cliente de la microempresa .....	71
ANEXO 7. Proceso de transformación de la materia prima .....	72
ANEXO 8. Maquinarias para la elaboración de velas blancas .....	73
ANEXO 9. Visita a la bodega secundaria ubicada en vía a Quevedo .....	74
ANEXO 10. Producto terminado y empaquetado (velas blancas) .....	75
ANEXO 11. Proceso de empaquetado de velas de colores .....	76

## INTRODUCCIÓN

La producción y comercialización de velas es una actividad longeva, el uso de este producto tiene siglos en la historia de la humanidad, desde iluminar los interiores hasta llegar a ocupar las calles de manera simbólica. Aunque en la actualidad no es considerado un producto de primera necesidad, existe demanda y los motivos pueden variar; algunos la utilizan para ritos funerarios, creencias, religión e iluminación. “Las velas, entre otras cuestiones, generan un ambiente, crean una atmosfera con capacidad para suscitar sensaciones emocionales de identidad, unión y euforia susceptibles de intensificarse cuando se comparten con una masa (Canetti, 1960)” Balleteros, 2014, p. 94).

El objetivo general del estudio se muestra como un análisis económico y financiero de la actividad microempresarial de Velas Diamante, ubicada en el Cantón Ventanas, Provincia de los Ríos, con el propósito de tener una perspectiva más amplia de los diferentes factores económicos que influyen en la comercialización y producción de velas artesanales. En relación a lo mencionado con anterioridad, el presente proyecto se estructuró en tres capítulos:

El primer capítulo esta denominado como diseño de la investigación, el mismo está conformado por el planteamiento y formulación del problema, también se describe el objetivo general más cuatro objetivos específicos que se han ido desarrollando a lo largo del estudio, asimismo, se encuentra la hipótesis de la investigación y la línea de investigación de la institución de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

El segundo capítulo se presenta el marco teórico de la investigación, recopila información pertinente de antecedentes que se asemejan al tema de comercialización y producción de velas con distintas propuestas y perspectivas, además contiene fundamentos teóricos que son relevantes para el desarrollo del presente estudio económico, los cuales incluyen teóricas del desarrollo y crecimiento económico, oferta, demanda, producción, gestión, la importancia de las microempresas, las oportunidades que ofrece el comercio online y la matriz de FODA. Para la culminación de este capítulo, se encuentra el marco legal con los artículos que dan sustento legítimo al estudio.

El tercer capítulo conformado por la metodología de la investigación, se desarrolló con enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), el alcance con un tipo de investigación descriptiva, y al mismo tiempo los métodos y técnicas empleados en la investigación; donde destacan los resultados tabulados de las encuestas a los clientes mayoristas de la microempresa y la entrevista al gerente general. En síntesis, el capítulo contiene el análisis de la situación económica y financiera del año 2019 y 2020 con información contable otorgada por la microempresa, en este sentido, el análisis junto con los instrumentos mencionados permitió estructurar la matriz FODA fuerzas cruzadas.

Finalmente se exponen las conclusiones y recomendaciones conforme a los objetivos cumplidos a lo largo del estudio económico.

# CAPÍTULO I

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1. Tema

Estudio económico de la actividad microempresarial ‘Velas Diamante’ en el Cantón Ventanas, Ecuador

### 1.2. Planteamiento del Problema

Las microempresas representan una parte importante de los ingresos de un país en relación a las operaciones comerciales, debido a que son quienes adquieren microcréditos, pagan impuestos y además dan empleo a un pequeño porcentaje de la Población Económicamente Activa (PEA). Según los datos obtenidos en el informe del Directorio de Empresas y Establecimientos, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2020) indica que:

Existieron 846.265 empresas en el 2020, que comprenden unidades económicas que registraron alguna de las siguientes condiciones: ventas en el SRI, plazas de empleo registrado en el IESS, pagaron impuestos en el SRI bajo el Régimen Impositivo Simplificado (RISE) y los resultados arrojaron que las plazas de empleo registrado en la seguridad social, corresponde al 48,1% empresas, que, por lo general, son microempresas y pequeñas empresas. (p. 9)

Por lo general, los microempresarios se crean a partir de una idea y la necesidad de sustentar un hogar, por ende, muchas microempresas pertenecen a una organización familiar, a diferencia de multinacionales que buscan inversores a nivel nacional y/o internacional. Su importancia radica en los consumos que realizan para la adquisición de materias primas elaboradas, las microempresas compran una buena parte de los productos elaborados por la industria o los exportan del exterior lo cual provoca pago de impuestos que benefician al país, también son consumidoras de bienes intermedios para el desarrollo de sus actividades.

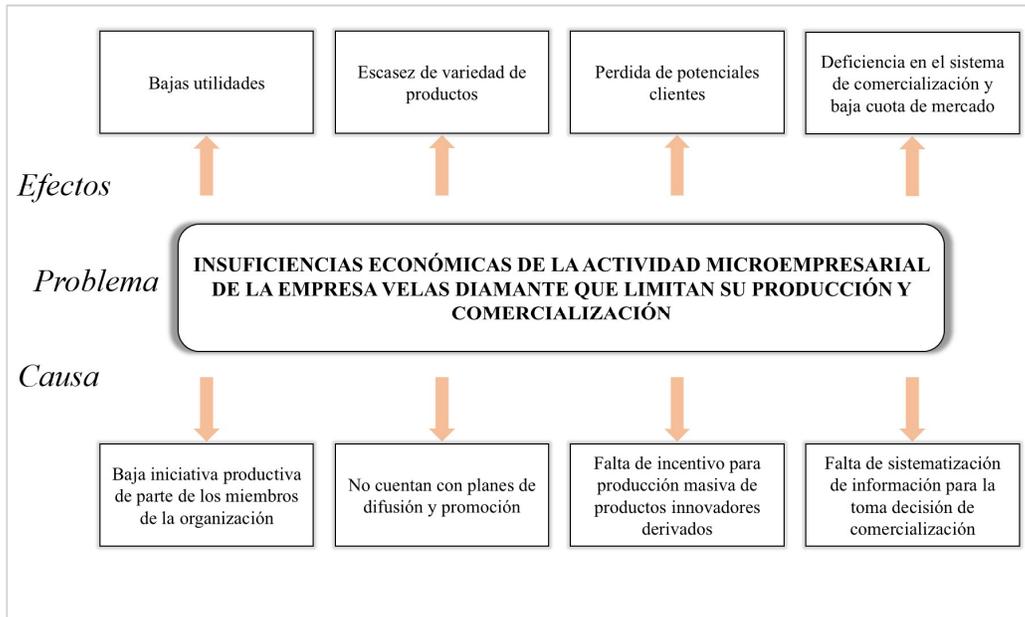
Dentro de las prácticas innovadoras de la gestión humana, se presenta la necesidad estratégica de las microempresas. Chiavenato (como se citó en Arévalo, Bayona y Rico, 2017) afirma que:

En un mundo de negocios caracterizado por la explosión de la innovación tecnológica, la fuerte competencia empresarial, los procesos de regulación y desregularización de los negocios, los efectos y fuerzas cambiantes en la demografía, en la política y en los arraigos culturales, así como la globalización de los mercados, requieren que las organizaciones sean rápidas, dinámicas y cambiantes. (p. 18)

La producción de velas utilizado como un producto para iluminar espacios, llegó a ser un símbolo para diversas organizaciones a lo largo de la historia, tanto culturales como religiosas, usada con distintos enfoques conceptuales; una de las metáforas es que la llama de una vela puede llegar a incitar fascinación, meditación, contemplación, paz interna, etc. (Balleteros, 2014). La materia prima para la elaboración de las velas es la parafina, que es un producto derivado del petróleo y su precio en la actualidad puede variar, además, debe ser importada; la microempresa en mención realiza compras anuales o cada seis meses a exportadores terceristas para abastecerse.

En la actualidad cuentan con 16 maquinarias de distintas medidas, lo cual le ha permitido expandir su producción, por otro lado, existen líneas de producción que no se fabrican a gran escala; es el caso de las velas y velones de colores, debido al alto costo de producción y almacenamiento. Vender un producto que no es de primera necesidad es complejo, más aun cuando existen marcas establecidas, sin embargo, el problema se basa en cuestión de decisión, es decir, el riesgo que se debe tomar para invertir en un proceso de producción costoso, pero con una alta probabilidad de aceptación por parte de los consumidores, tales como los velones, las velas de colores y velas decorativas.

Uno de los motivos por el cual la microempresa en cuestión no ha logrado establecer su marca en el mercado durante sus casi 50 años de trayectoria, es debido a su enfoque productivo en las velas artesanales blancas o clásicas, puesto que, el almacenamiento, producción y comercialización es más seguro, esto ha causado que tengan un rango limitado de zona de distribución en las provincias de Los Ríos y una parte del Guayas desde 1974. En el año 2018, comenzaron a producir velas de colores, velones y velas decorativas; en la actualidad cuentan con la capacidad adquisitiva para producirlas.



**Figura 1.** Árbol del problema  
**Elaborado por:** Alava, 2022

A continuación, se presenta la delimitación del problema de la investigación:

**Tabla 1.** Alcance de la investigación

DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO	
Área:	Economía
Campo:	Comercio y producción
Ubicación:	En el Cantón Ventanas, Ecuador. Dirección de la Microempresa: 28 DE Mayo N° 1224 Y Ricardo Astudillo
Temporal:	La investigación será desarrollada desde octubre de 2021 a julio de 2022
Aspecto:	Se realizará un diagnóstico de los factores económicos, financieros y comerciales que afectan a la microempresa y se propondrá acciones para mejorar dichas falencias.
Tema:	Estudio económico de la actividad microempresarial ‘Velas Diamante’ en el Cantón Ventanas, Ecuador
Problema central:	Factores que limitan un buen posicionamiento en el mercado.

**Elaborado por:** Alava, 2022

### 1.3. Formulación del Problema

¿Qué factores limitan la estabilidad económica de la Microempresa ‘Velas Diamante’ ubicada en el Cantón de Ventanas en la Provincia Los Ríos?

#### **1.4. Objetivo General**

- Analizar la situación económica de la actividad microempresarial ‘Velas Diamante’ del Cantón de Ventanas en la Provincia Los Ríos.

#### **1.5. Objetivos Específicos**

- Desarrollar los fundamentos teóricos que sirven de base a la investigación planteada.
- Indagar la percepción de los clientes con relación a los productos y servicios que brinda la microempresa Velas Diamante.
- Identificar los factores que afectan la situación económica y financiera de la microempresa, objeto de estudio.
- Desarrollar un análisis de estrategias de fuerzas cruzadas FODA para la microempresa Velas Diamante.

#### **1.6. Hipótesis de la investigación**

El análisis económico de la actividad microempresarial ‘Velas Diamante’ en el Cantón Ventanas, permitirá formular acciones de mejoras que reforzaran aquellas líneas de producción existentes y abarcar un mayor rango en el mercado.

#### **1.7. Línea de Investigación Institucional/Facultad.**

El presente trabajo investigativo se encuentra soportado por dos Líneas de investigación de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil; en primer lugar, se encuentra la Línea de Investigación de la Carrera de Economía “Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables” y la Línea de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, “Desarrollo, sostenibilidad económica y matriz productiva”. Por lo cual otorga al trabajo de titulación pertinencia investigativa. (ULVR, 2017)

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Marco Teórico

##### 2.1.1. Antecedentes de la investigación

**2017. Formulación de una propuesta para la aplicación del sistema justo a tiempo, para la fábrica de velas “Luz de América” de la ciudad de Guayaquil.**

**Autor: Pablo Andrés Molina**

**Institución: Universidad Politécnica Salesiana – Ecuador**

**Disponible en:** <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14694/1/UPS-CT007222.pdf>

La investigación tuvo como objetivo general formular una propuesta para la aplicación del Sistema Justo a Tiempo, para la fábrica de velas “Luz de América”, para poder eliminar el desabastecimiento de producto terminado, para lo cual se hicieron un estudio individual de los elementos del problema.

La metodología utilizada es de enfoque cualitativo y cuantitativo con tipo de investigación descriptiva y exploratoria, mediante el análisis obtener lineamientos que sirvan para proponer la utilización de un sistema basado en la filosofía Justo a Tiempo, donde los tiempos de operación para la consecución de las tareas, y el camino que tiene que seguir la materia prima hasta convertirse en producto terminado, sea debidamente planificado.

El resultado de la investigación obtuvo que el sistema de producción bajo la filosofía Justo a Tiempo, ha sido un éxito a partir del análisis práctico que se ha citado en el proyecto técnico, sin embargo, la aplicación debe ser de manera cuidadosa, debido a que el personal operativo lleva muchos años de trabajar de cierta forma, y el cambio a las prácticas tradicionales de manufactura siempre causa disgustos, no solo en el personal operativo sino también en la directiva de la empresa.

Como conclusión general de la investigación se indica que el sistema de producción bajo la filosofía Justo a Tiempo lo que supone es reducir los inventarios de la bodega de producto terminado y producto en proceso, dejando así de producir en exceso artículos de baja rotación, para lo cual organiza la producción desde el cliente, hasta llegar a la bodega de materia prima. La medición del tiempo en las operaciones hace que las tareas sean debidamente cuantificadas en unidades de tiempo, para de esa manera saber qué cantidad de producto terminado se puede hacer en una jornada de trabajo.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso en vista de que el análisis técnico de un sistema que defina el tiempo de producción para ser más eficiente, es fundamental para tener una variable que tomar en cuenta dentro del análisis económico de una microempresa productoras y comercializadora de velas artesanales.

**2018. Creación de una microempresa para la elaboración y comercialización de velas místicas artesanales, en el cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.**

**Autora: Jessica Solano Ibujés**

**Institución: Universidad Técnica del Norte – Ecuador**

**Disponible en: <https://n9.cl/98xmg>**

La investigación de Solano tuvo como objetivo el desarrollar un emprendimiento para la elaboración y comercialización de velas místicas artesanales, en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

La metodología utilizada es de enfoque cuantitativo y la investigación descriptiva y exploratoria, con lo cual conocieron la situación de la producción y comercialización de velas artesanales en el cantón Ibarra, con la finalidad de conocer los aspectos básicos y generales del área de investigación.

El resultado de la investigación obtuvo que la inserción en el mercado de un producto como las velas artesanales si resulta factible, debido a que la investigación demostró que los consumidores tienen inclinación por adquirir un producto fuera de lo común, esto se debe a diferentes factores como: fragancias, diseños, colores, precios y tamaños; de la misma forma vieron la necesidad de implementar una nueva perspectiva hacia un producto común en el mercado, el cual son las velas, con la finalidad de demostrar la esencia fundamental de lo que representa tanto en cultura como en tradición, que nace a partir de prácticas culturales y ancestrales.

Como conclusión general del trabajo investigativo indica que las variables e indicadores establecidos se encuentran fuertemente ligadas al proyecto, esto es: PEA del cantón Ibarra, del cual se obtuvo la muestra que sirvió como referente para desarrollar las técnicas e instrumentos de campo. Con el Estudio de Mercado lograron identificar el número de locales de venta existentes de este tipo de producto o bien sus derivados, y establecieron el precio por la competencia, y esto fue a través de una tabla comparativa. También desarrollaron la planificación estratégica y analizaron los diferentes impactos originados en el proyecto de emprendimiento.

Por el cual, este trabajo se relaciona con la investigación en curso porque propone un estudio de mercado en relación a las velas artesanales, con resultados favorables para esta clase de negocio, además, en el estudio de mercado identificaron la competencia donde hacen un análisis comparativo de los precios de venta al público, para introducirse en dicho mercado.

**2018. Propuesta de mejora del flujo productivo en la línea de producción de fanales de una pyme dedicada a la elaboración y comercialización de productos a base de parafina**

**Autor: Noel Córdova Cruces**

**Institución: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – Perú**

**Disponible en: <https://n9.cl/yc2nb>**

La investigación tuvo como objetivo general incrementar la productividad de la línea de producción para aumentar la capacidad actual de fabricación de fanales de parafina y poder atender los pedidos rechazados. La metodología utilizada es las 5S y la ingeniería de métodos, con ello poder mejorar la productividad de la línea de elaboración de fanales con el objetivo de incrementar la capacidad productiva y disminuir las ventas perdidas, donde busca impedir dejar inconclusas las mejoras y de estandarizarlas.

El resultado de la investigación obtuvo que mediante la implementación de la metodología 5S, el estudio de tiempos para mejorar el método de trabajo y la elaboración del procedimiento de fabricación de fanales para estandarizar el método, se puede reducir el tiempo de fabricación de fanales para incrementar la productividad y por ende la capacidad de fabricación de la línea de producción de fanales.

Como conclusión general de la investigación se evidencio una mejora en la productividad en 38%. Además, este incremento repercute directamente en la capacidad de la línea de producción llegando a elaborar 1334 lotes al año. La metodología 5S mejoro el orden y la limpieza presente en la zona de producción; lo cual permitió mejorar la comodidad de los colaboradores con su lugar de trabajo y al no presentar productos ni objetos en el suelo que dificulten el desarrollo de las actividades productivas, se pudo mejorar el flujo productivo en la línea de producción. Asimismo, se redujo el tiempo invertido en los movimientos identificados.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso debido a su metodología de estudio, donde analizaron el impacto económico donde interviene la cantidad invertida y el ahorro de tiempo que es significativo al momento de implementar un sistema de producción.

**2018. Propuesta de mejora de los procesos de producción en la empresa Luz de América**

**Autores: Cindy Andaluz Murillo & Sandy Prudente Villón**

**Institución: Universidad de Guayaquil - Ecuador**

**Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28550>**

La investigación tuvo como objetivo general diseñar una propuesta de mejora de procesos para la disminución de los tiempos de producción de velas en la fábrica de velas “Luz de América”, donde plantearon recopilar información para conocer las actividades existentes en el área de producción; priorizar procesos a mejorar en el área de producción; analizar los tiempos de desempeño; diseñar un flujo de procesos estandarizado para el área de producción aplicando la mejora a realizar.

La metodología es de enfoque cualitativo y la investigación descriptiva y exploratoria, y se basó en tres enfoques de recopilación de datos los cuales permitieron definir el proceso a solucionar e identificar el más relevante para la mejora y así disminuir los tiempos de producción.

El resultado de la investigación, mediante encuestas y entrevistas permitió definir el contexto de la problemática, y así conocer las actividades que generan malestar dentro de la cadena de valor. En el diseño se aplicaron técnicas de diagramación que describen cada proceso existente para aplicar mejoras, disminución de tiempos y esfuerzo laboral, lo que deriva en la satisfacción de los clientes.

Como conclusión general de la investigación, mediante la recopilación de información y conociendo los objetivos del negocio mediante una entrevista al dueño, lograron aplicar las fichas de observación utilizando el enfoque de las 5M, para determinar las posibles causas de estas demoras, estas son: mano de obra, materiales, método, medio ambiente y maquinaria.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso porque el conocer los procesos de producción y sus falencias en todo lo que está involucrado, es de suma importancia para tener un análisis amplio de las variables económicas que intervienen, por esta razón, las empresas deben conocer a fondo los procesos con sus respectivos costos, tanto en tiempo como en dinero, e irlos mejorando según sus capacidades aplicando los antecedentes teóricos.

**2019. Diseño y construcción de un sistema para fabricación de velas aprovechando recurso geotérmico de baja entalpía.**

**Autores: Samuel Aragón Inares, Eduardo Castellanos Alvarado & Javier Fuentes Torres**

**Institución: Universidad de El Salvador - El Salvador**

**Disponible en:** <https://core.ac.uk/download/pdf/275580229.pdf>

La investigación tuvo como objetivo general el diseñar y construir un sistema para fabricación de velas que aproveche los recursos renovables del calor proveniente de fluidos de baja entalpía. La metodología utilizada es de enfoque mixto y la investigación aplicada, donde se centran en el diseño y construcción de una máquina que permita aumentar significativamente la producción de pequeños productores de velas. Para resultado de la investigación se realizaron pruebas para verificar el funcionamiento del prototipo para la medición de temperatura, tiempos de fabricación lo cual se obtuvieron resultados satisfactorios.

Como conclusión general de la investigación se indica que es factible la producción de velas aprovechando la baja entalpía del vapor geotérmico en el campo geotérmico de Ahuachapán, es justificado debido a que, en la industria, el 60% del gasto es en energía eléctrica por los equipos requeridos para el calentamiento de la parafina y se determinó que las velas con mayor demanda en el mercado es el velón, debido a su presentación, durabilidad y aroma para acondicionar un ambiente agradable.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso porque tiene detalles explícitos del proceso de elaboración de las velas utilizando un sistema optimizador de la parafina, además analizaron la inclinación de la demanda por variables de almacenamiento y presentación.

**2020. Propuesta de automatización en la línea de producción para mejorar la productividad de una empresa de velas**

**Autor: Danfer Pérez López**

**Institución: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo – Perú**

**Disponible en:** <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2955>

La investigación tuvo como objetivo general es realizar la propuesta de automatización en la línea de producción de la empresa de velas, con el fin de eliminar los reprocesos y así generar mayor productividad en la empresa. La metodología utilizada es de enfoque cuantitativo y la investigación aplicada, donde analiza el proceso productivo de las velas ya que se ve afectado la productividad por dos causas importantes, las cuales son los errores del operario al manipular la máquina de velas y el método de trabajo sin estandarizar, el cual disminuyen la productividad.

En el resultado de la investigación determinaron que el problema de la baja productividad de la empresa se da por los reprocesos por los errores humanos, que se generan en las diferentes etapas del proceso y por la falta de control dentro de sus procesos. El sistema automatizado propuesto logra eliminar las causas de la baja productividad del proceso, donde se obtiene dentro del análisis costo beneficio que por cada sol que se invierte se obtiene S/. 0,4652, la tasa interna de retorno es de 22%, con un valor neto actual de S/. 89 315 a un plazo de 5 años con un periodo de recuperación de 2 años aproximadamente, siendo el proyecto viable para su funcionamiento.

Como conclusión general de la investigación indicaron que con un sistema automatizado el cual mejora la productividad del proceso, aquellos que son parte de este sistema es la fundición de la parafina sólida, el transporte de la misma hacia las maquinas, el llenado de las maquinas con parafina líquida y el enfriamiento y moldeado dentro de la misma, para ello se realizó los cálculos necesarios para la selección de cada componente.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso por su análisis de los procesos productivos de las velas a base de parafina, cabe recalcar que determinan las variables que afectan la productividad, y que está relacionado directamente con el impacto económico.

## **2.1.2. Fundamentos Teóricos**

### **2.1.2.1. Teorías de Desarrollo y Crecimiento Económico**

Para lograr una mejor comprensión sobre las teorías de desarrollo económico, primero se debe comprender la definición de desarrollo. Según la Real Academia Española (RAE, 2020) dentro de las ciencias económicas, el desarrollo se define como la evolución de una economía hacia mejores niveles de vida.

La conceptualización del desarrollo en el ámbito económico se refiere a un cambio, este puede ser en la distribución o producción de bienes, los cuales están enfocados en la eficiencia, la innovación y capacitación de las personas involucradas en estos procesos; en este sentido, el desarrollo implica una transformación de manera evolutiva de procesos existentes, además va de la mano con el crecimiento económico porque a medida que exista una evolución, también habrá un incremento ya sea en niveles de ahorro e inversión e infraestructura (Gómez & Nava, 2018).

Existen diversos postulados sobre el desarrollo económico, los cuales se han ido adaptando a las necesidades actuales tanto individuales como colectivas, y han sido de mucha ayuda al momento de aplicarlas en la práctica. Además, permiten tener un planteamiento específico en relación a las cuestiones dentro del ámbito empresarial, como las metas que se desean obtener, determinar cuáles son aquellas variables estratégicas para conseguir los objetivos de desarrollo económico y lograr entender aquellos obstáculos que se deben afrontar las organizaciones.

Dentro de los planteamientos teóricos de desarrollo económico aparecen algunos postulados de Keynes durante los años treinta y cuarenta del siglo XX. “La aparición de la teoría keynesiana favoreció el desarrollo de la contabilidad nacional y la recolección de datos estadísticos, fortaleciendo el carácter empírico de la economía” (Toscano, 2006, p. 53). En cierto sentido, con la influencia del keynesianismo dieron un plus en aquellas técnicas existentes dentro de las ciencias económicas.

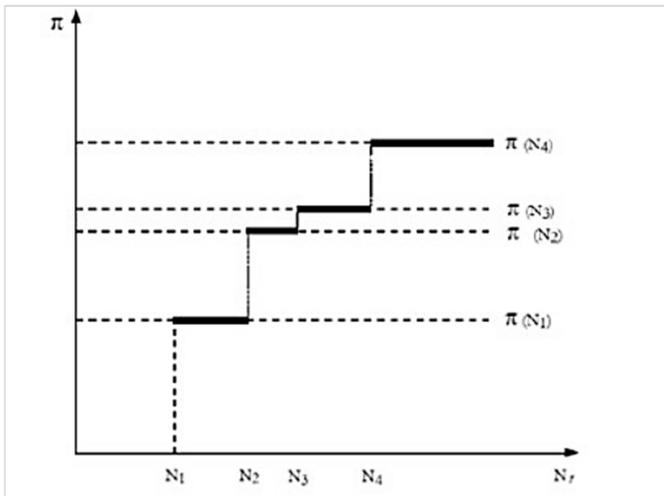
Dentro de las ciencias económicas a nivel macroeconómico y microeconómico, la teoría del crecimiento establece ciertas condiciones que fortalecen su aplicación en los diversos campos. “Estudia el comportamiento de una economía y las posibilidades de expansión en su tamaño, y un componente importante de su estructura son los modelos de crecimiento formados por hipótesis y ecuaciones que tienden a la formalización matemática” (Pérez, 2016, párr. 15).

Los conceptos teóricos de Adam Smith enfocados en el valor de trabajo y división de trabajo, inclina un modelo enfocado en el crecimiento, el cual está representado en otras dimensiones. “La extensión del mercado, la tendencia al intercambio y la acumulación de capital (...) en tanto principal crecimiento que mantiene el incremento de la riqueza; e incluso también con los principios microeconómicos esbozados en su teoría del valor” (Pérez, 2016, párr. 28).

Para lograr un crecimiento económico eficiente, se combinan los siguientes términos: innovación, creatividad y liderazgo. Como resultado, el concepto de competitividad está articulado al desarrollo económico local y regional. Por lo tanto, involucra que componentes como la innovación y creatividad, los esquemas de financiación, manejo de mercados, formación del capital humano (...) trabajan sobre las elecciones que todos los actores relacionados deben aplicar, y se ve reflejado en la evolución de los sectores productivos (Alarcón & González, 2018).

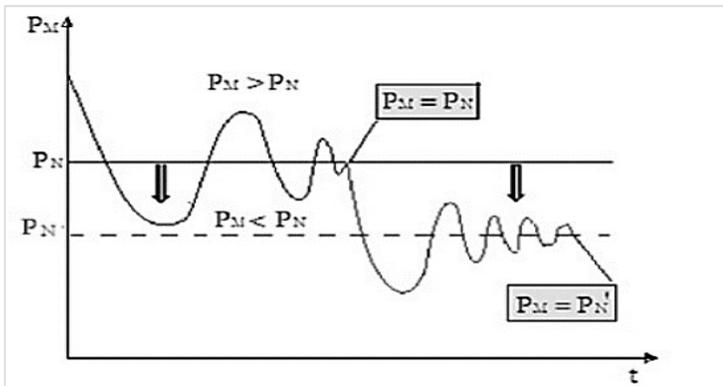
La teoría del crecimiento impulsado por la demanda real está enfocada en la fuerza del mercado, recalca que la economía tiene un incremento progresivo de manera constante, según Adam Smith en relación la dualidad de las fuerzas del mercado; Cómbita (2012) explica la figura 2:

El eje vertical mide las ganancias en productividad ( $\pi$ ) motivadas por la creciente especialización y en la abscisa se observa el nivel acumulado de demanda real o tamaño del mercado ( $N_t$ ). Se observa que durante un lapso de tiempo (líneas horizontales) es necesario un proceso de acumulación de demanda real que explote las potencialidades de una estructura económica dada, caracterizada por un nivel de tecnología y grado de división del trabajo específico. Por otro lado, de manera aleatoria sucede un incremento en la productividad, motivado por una mayor especialización que se hace viable únicamente a cierto nivel de demanda real ( $N_t$ ), lo que significa un cambio en la estructura productiva. (párr. 14)



**Figura 2.** Acumulación, crecimiento de la productividad y cambio estructural  
**Fuente:** Cómbita, G. (2012) de Corsi (2005)

En la figura 3 se observa el precio del mercado (PM) representado por una línea curvada, superior al precio natural (PN) que se observa en la gráfica como una línea horizontal, produce una ganancia extraordinaria temporal, que por medio de la información y el desplazamiento, incita el ingreso de nueva competencia, lo que da a lugar que el valor del mercado llegue a su nivel natural, y la tasa de ganancia disminuye a un límite aceptable por los productores, quitando todo incentivo a la asignación de recursos; lo que representa los roles del mercado y la implementación de fuerzas espontaneas para remediar los desequilibrios (Cómbita, 2012, párr. 17).



**Figura 3.** Ajuste dinámico y estático de las fuerzas de mercado  
**Fuente:** Cómbita, G. (2012)

### 2.1.2.2. Teoría de la oferta y demanda

Es fundamental comprender los factores que intervienen en el comportamiento del mercado, específicamente, sobre la oferta y demanda. “Los modelos estáticos de oferta y demanda son fundamentales en asignaturas como Microeconomía del Grado de Administración y Dirección de Empresas, dado que dichos modelos se pueden usar para explicar una gran variedad de escenarios microeconómicos” (Burgos, Cortés, Rodríguez, Quiles & Villanueva, 2019, p. 112).

**Tabla 2.** Factores que influyen en el comportamiento del consumidor final

Culturales	Sociales	Personales	Psicológicos
Cultura	Grupos de referencia	Edad y fase del ciclo de vida	Motivación
Subcultura	Familia	Ocupación	Percepción
Clase social	Roles y estatus	Circunstancias económicas	Creencias y actitudes
		Estilo de vida	
		Personalidad y auto-concepto	

**Fuente:** Burgos, 2017

**Elaborado por:** Alava, 2022

Para tener un escenario más amplio, se debe conocer lo que significa un mercado dentro de una economía. Su definición radica por el producto que se compra y vende en una ubicación en particular y un lugar en el tiempo, donde los compradores puedan adquirir los productos de los vendedores, aunque el contacto entre ambos pueda tener un costo, que en economía se denomina “costes de búsqueda” (Goolsbee, Levitt, & Syverson, 2018). Por ende, el mercado necesita que existan comerciantes (oferta) y personas que compren para satisfacer necesidades (demanda).

Dentro de los factores que intervienen en el comportamiento del consumidor, se encuentra el precio del producto ofertado, puesto que, no es lo mismo comprar 1 kg de papas a \$2,00 que comprar 1 kg de ese mismo producto a \$0,80 y es por eso, un estudio de mercado es necesario para conocer la competencia, puede ser por los mismos productos con distintas marcas o bienes sustitutos. “Cuando el precio de un sustitutivo cae, los consumidores querrán comprar más de ese bien y menos del inicial (al que sustituye)” (Goolsbee et al., 2018, p. 17).

Algunos consumidores se inclinan a bienes de lujo o alto costo según el nivel de ingresos de la persona, por otro lado, el gusto de los consumidores, en donde intervienen factores externos e internos, donde una mala o buena reseña del producto, puede afectar directamente a la decisión del mercado objetivo entre comprar o no dicho producto ofertado (Goolsbee et al., 2018). Aunque en diversas ocasiones, la demanda no depende de la oferta en todo su esplendor, Setterfield (2007) menciona lo siguiente:

La tasa de crecimiento potencial de la economía depende del crecimiento de la capacidad física, de los recursos laborales y del factor productividad. Pero de acuerdo con la teoría del crecimiento liderado por la demanda cada uno de estos factores –y con ello la tasa potencial de crecimiento misma- es afectado por la tasa efectiva de crecimiento determinada por la demanda. Esta hipótesis no es nueva. Fue Adam Smith quien primero subrayó que la división del trabajo depende de la extensión del mercado. Lo que han hecho los teóricos contemporáneos del crecimiento liderado por la demanda es codificar y desarrollar esta idea smithiana básica.

Desde la perspectiva marxista, existen desigualdades en la oferta y demanda; en muchas ocasiones el precio no es determinado por ambas, sino por su valor natural. “Si coinciden la oferta y la demanda, el precio de mercado de la mercancía corresponde a su precio de producción, es decir, que su precio aparece entonces regulado por las leyes internas de la producción capitalista, independientemente de la competencia. (Marx, 1894, p. 454)” (Guerrero, 2018, p. 73).

El precio de los bienes y servicios dependen de su utilidad y que tan disponibles se encuentran en el mercado, dado que los productos con mayor escasez tienen un alto valor, siempre y cuando exista una alta demanda del mismo. Por consiguiente, la utilidad hace que sea demandado por el consumidor, no obstante, debido que solo existen ciertas cantidades de dicho bien o servicio, el cual deberá ser producido por los vendedores, son aquellos bienes económicos cuyo precio se determina tanto por la demanda como por la oferta (Astudillo & Paniagua, 2012).

A continuación, se presentan dos tablas y dos gráficos que explican la oferta y la demanda de un producto X:

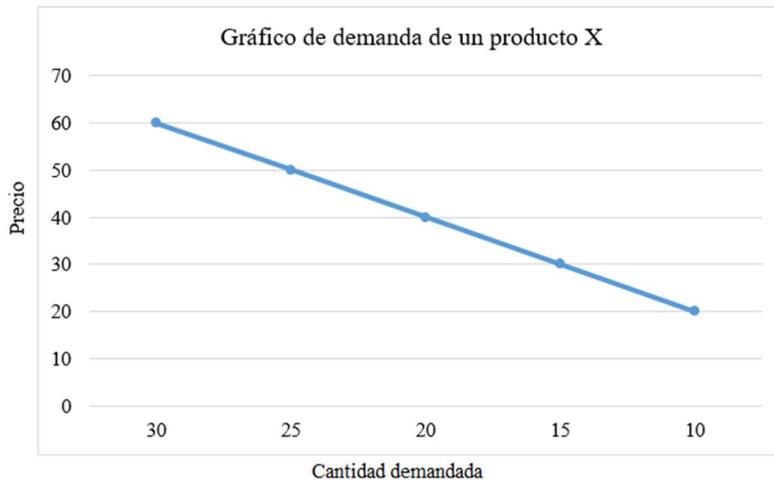
**Tabla 3.** *Ejemplo de demanda*

<b>Punto</b>	<b>Precio (Unidades Monetarias)</b>	<b>Cantidad (Producto)</b>
A	30	20
B	25	30
C	20	40
D	15	50
E	10	60

**Descripción:** Describe el plan de demanda de un producto determinado, donde se presenta la lista de precios y las cantidades.

**Fuente:** Astudillo & Paniagua, 2012

**Adaptado por:** Alava, 2022



**Figura 4.** Ejemplo, grafica de demanda con los valores de la tabla 3.  
**Fuente:** Astudillo & Paniagua, 2012  
**Adaptado por:** Alava, 2022

**Tabla 4.** Ejemplo de oferta

Punto	Precio (Unidades Monetarias)	Cantidad (Producto)
A	30	60
B	25	50
C	20	40
D	15	30
E	10	20

**Descripción:** Lista de las cantidades que un productor desea y puede producir en relación con cada precio.

**Fuente:** Astudillo & Paniagua, 2012  
**Adaptado por:** Alava, 2022



**Figura 5.** Ejemplo, grafica de oferta con los valores de la tabla 4.  
**Fuente:** Astudillo & Paniagua, 2012  
**Adaptado por:** Alava, 2022

### **2.1.2.3. Teorías de producción, organización y gestión**

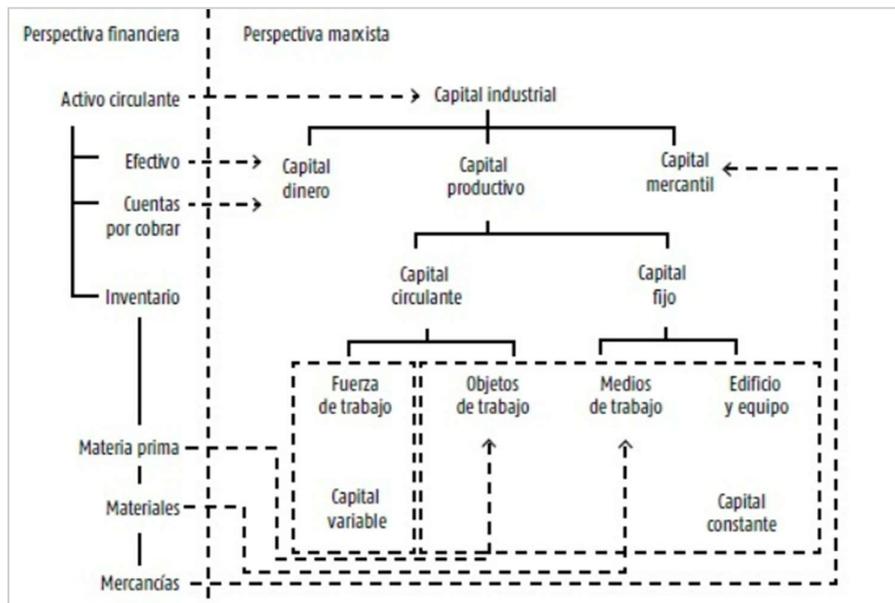
El valor creciente en la gestión de producción está relacionada con la superación del enfoque racionalizador y centralizador de la tarea de esta área en las empresas; el estudio estratégico de la guía de operaciones permiten a la compañía acoplarse a los cambios que pide la economía actual; una positiva administración, con un flujo constante de la información, una organización del trabajo idónea y una composición que fomente la colaboración, son artefactos imprescindibles para que operaciones realice un trabajo eficiente (Carro & González, 2012).

La administración de la producción y de las operaciones es la gestión del sistema de producción de una empresa, que transforma la materia prima junto con un personal capacitado y otros factores en productos y/o servicios; todo el proceso de producción requiere de una persona encargada de supervisar el proceso y administre correctamente las operaciones en el proceso de producción (Gaither & Frazier, 2000).

La minimización de los costes a corto plazo relacionado a la producción, se suscita cuando existe un capital fijo y una variación en las cantidades de trabajo, en este punto se presenta la máxima productividad para el recurso variable, que es la máxima eficiencia técnica; por esta razón, será el punto donde el coste variable medio, será inversamente menor. Por otro lado, cuando la empresa busca minimizar costos, deben estar en equilibrio con la maximización de beneficios a corto plazo; se estima que el punto principal de la empresa al maximizar beneficios, debe estar relacionado directamente con el precio del producto, el beneficio es la diferencia entre ingresos y costes (Amilcar, 2003).

En el libro de la riqueza de las naciones escrito por Adam Smith, explica los principios que da lugar a la división del trabajo que es la consecuencia de una cierta propensión de la naturaleza del ser humano, la manera en que transformamos una cosa para producir otra; una gran parte de las necesidades ilimitadas serán abarcadas mediante trato, trueque y compra (Smith, 1776).

La gestión financiera dentro de las operaciones de producción es una herramienta funcional en el manejo de la información contable que permite organizar, orientar y examinar las actividades dentro de la economía organizacional, además, las cuentas contables son parte dentro de las categorías generales como el capital de trabajo, y existe una relación en los conceptos con categorías marxistas-leninistas, por otro lado, la perspectiva financiera no incluye la fuerza de trabajo y no representa como activo circulante, pero se encuentra en el pasivo corriente como salarios (Hernández, Chongo & Pérez, 2014).



**Figura 6.** Relación entre los componentes del capital trabajo y las categorías marxistas  
**Fuente:** Hernández, Chongo & Pérez, 2014  
**Elaborado por:** Alava, 2022

Frederick Taylor (1856-1915) considerado como el padre de la administración científica, se destaca por sus postulados, donde utiliza el método científico para aumentar la eficiencia en relación a los siguientes pasos: Análisis y descomposición del trabajo sobre una base científica, reconocimiento de las relaciones entre el arduo trabajo de los colaboradores y los beneficios. Esto significa aceptar el otorgar las remuneraciones en relación al valor empeñado por los trabajadores, que sería un incentivo para aumentar la productividad (Jiménez, Campos & Hernández, 2018).

**Tabla 5.** *Los principios de la administración que desarrolla Frederick Taylor*

Número	Principio	Definición
1	Planeamiento	Sustituir el trabajo improvisado del obrero, por métodos basados en procedimientos.
2	Preparación	Selección de los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes y habilidades para producir más y mejor
3	Control	Controlar el trabajo para verificar que el mismo se esté realizando correctamente.
4	Ejecución	Distribuir las atribuciones y responsabilidades para que la ejecución del trabajo sea disciplinada

**Fuente:** Jiménez, R., Campos, P. & Hernández, J. (2018)

**Elaborado por:** Alava, 2022

Henry Fayol (1841-1925) un distinguido ingeniero de minas que desarrolló la teoría clásica de la administración denominada como el fayolismo, destacó que los principios administrativos pueden adaptarse a las diferentes situaciones según el criterio personal y la medida, además indicó que los procesos administrativos eran herramientas fundamentales para una correcta dirección de toda la organización, debido a que permitían diagnosticar las dificultades y establecer soluciones a tiempo (Mogollón, 2019).

**Tabla 6.** *Reglas o deberes de la administración*

Número	Regla/Deber	Definición
1	Planificación	Diseñar un plan de acción para el mañana.
2	Organización	Brindar y movilizar recursos para la puesta en marcha del plan.
3	Dirección	Dirigir, seleccionar y evaluar a los empleados con el propósito de lograr el mejor trabajo para alcanzar lo planificado.
4	Coordinación	Integración de los esfuerzos y aseguramiento de que se comparta la información y se resuelvan los problemas
5	Control	Garantizar que las cosas ocurran de acuerdo con lo planificado y ejecución de las acciones correctivas necesarias de las desviaciones encontradas.

**Fuente:** Mogollón, 2019

**Elaborado por:** Alava, 2022

Herbert Simón (1916-2001) fue un economista, politólogo y teórico de las ciencias sociales, representa a la teoría de la conducta administrativa, indicó que la hipótesis básica de la economía neoclásica, existe una limitación al momento de maximizar los resultados del comportamiento de aquellos individuos involucrados; las personas buscan alcanzar la satisfacción cumpliendo objetivos relacionados al éxito y reconoció que la administración se basa en las decisiones humanas, por el cual relaciona las teorías administrativas con la psicología (Mejía, 2019).

**Tabla 7.** *Hombre Económico vs. Hombre Administrativo según Simón*

<b>Regla/Deber</b>	<b>Definición</b>	<b>Tipo de acción</b>
Económico (Homoeconomicus)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos claros y constantes.</li> <li>• Conocimiento completo / información.</li> <li>• Optimizar el valor de utilidad</li> </ul>	Racional
Administrativo (Homo organisans)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los objetivos son más confusos y el individuo carece de capacidad para priorizar</li> <li>• Conocimiento limitado</li> <li>• No optimizar pero sí satisfacer</li> </ul>	Acción racional limitada

**Fuente:** Mejía, 2019

**Elaborado por:** Alava, 2022

#### **2.1.2.4. La microempresa y su papel en la economía ecuatoriana**

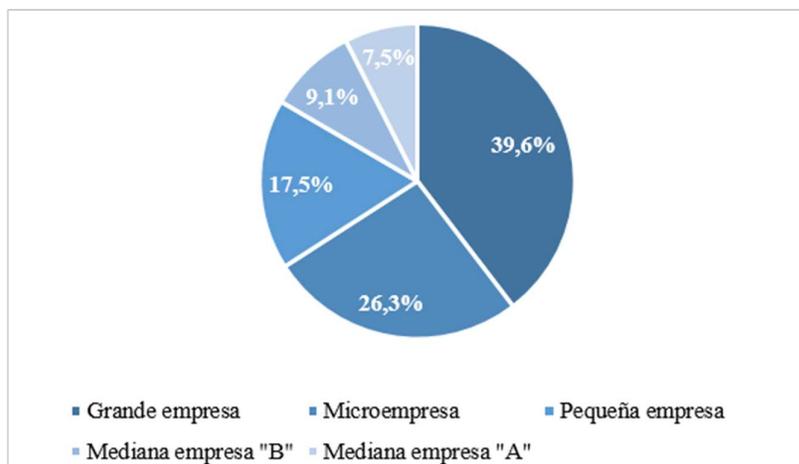
La base de toda economía en una nación depende de las cantidades de unidades o plantas de producción, lo que conlleva la generación de plazas de trabajo, desde ahí radica el importante papel de las microempresas en Ecuador. Para empezar, se debe tener claro lo que significa; una microempresa es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (\$100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América (Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN, 2018, párr. 5).

En Ecuador, existe un sin número de Mipymes que son las responsables del aumento de la producción, la generación de empleo, implementadores de innovación y el dinamismo productivo, las cuales se encuentran sumergidas en cada una de las ocupaciones productivas de la economía, un ejemplo claro es el comercio al por mayor y al por menor; agricultura, silvicultura y pesca; industrias manufactureras; creación; transporte, almacenamiento y comunicaciones; bienes inmuebles, entre otros (INEN, 2018, párr. 1, 3).

El sistema económico en Ecuador a nivel macroeconómico y microeconómico es considerado popular y solidario, por lo cual se debe comprender el significado de economía popular para relacionarlo con las microempresas y su importancia dentro del desarrollo económico nacional. La Presidencia de la República del Ecuador (2011) indica:

Se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (p.3)

A continuación, en la figura 5 se puede observar la distribución de las plazas de empleo que se ha registrado según la magnitud de las empresas en Ecuador, donde se observa que la Microempresa se encuentra como la segunda con mayor porcentaje a nivel nacional. En efecto, es una de las organizaciones más importantes dentro del territorio por el porcentaje de empleo que ofrece a una parte de los ecuatorianos.



**Figura 7.** Distribución de plazas de empleo registrado según tamaño de empresas.

**Fuente:** Directorio de Empresas y Establecimientos, 2020

**Adaptado por:** Alava, 2022

### **2.1.2.5. Comercio online: una oportunidad para la actividad microempresarial**

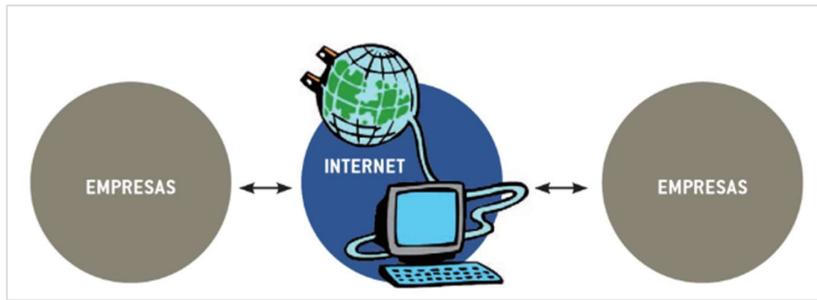
Con el pasar del tiempo, la mayoría de las empresas y emprendedores se han adaptado a la modalidad de comercio online, es así que, para comprender mejor el funcionamiento de esta clase de comercio, se debe conocer sus antecedentes.

El comercio electrónico es una modalidad de comercio joven. Los primeros indicios provienen de 1948, pero hasta los años 70 las empresas financieras no estandarizan su uso, iniciando una fuerte expansión a partir de los años 90, debido a la aparición de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, con ello nuevos nichos de mercados. (Fernández, Sánchez, Jiménez & Hernández, 2015, p. 106)

Debido a la globalización, las comunicaciones a nivel internacional han permitido que las personas se puedan comunicar y transmitir información a kilómetros de distancia. “El e-commerce permite replantear los objetivos en la empresa con un claro direccionamiento estratégico, facilitando crear nuevos productos y mercados, nuevos canales de distribución, reducir el coste de las actividades empresariales y favorecer la apertura de nuevos mercados” (Fernández et.al, 2015, p. 108).

En efecto, el comercio online es una oportunidad de crecimiento para cualquier tipo de negocio, aunque existen personas que no desean adaptarse a esta clase de transacciones de compra y venta, y esto se debe al mal uso de las plataformas por parte de individuos que se aprovechan de la situación para estafar a los clientes. Las organizaciones que cuentan una página online sobre sus negocios, buscan ofrecer a los clientes seguridad dentro del sitio web y no exponer su información bancaria a posibles hackers, no obstante, la desconfianza de algunos usuarios frena el crecimiento del comercio online en el Ecuador (Esparza, 2017).

El comercio online business to business es un negocio dirigido entre las múltiples empresas que trabajan utilizando la webside, trata sobre la relación entre el distribuidor y el comerciante minorista, el modelo business to business propone la reducción de costes, dando a lugar el aumento de los ingresos mediante la interacción con el internet; las empresas pueden consultar a sus proveedores la disponibilidad del stock e implementar el seguimiento de las órdenes de compra hasta culminar el proceso de suministro.



**Figura 8.** Modelo de negocio business to business  
**Fuente:** Carrasco, F. (2014).

### 2.1.2.6. El análisis FODA para establecer estrategias empresariales

Todas las organizaciones deben tener claro la situación del negocio antes y durante las actividades comerciales, por esta razón, mediante la implementación del análisis FODA la cual está constituida como el punto de partida para la formulación y evaluación de estrategias, se logra identificar las variables endógenas y exógenas, necesarias para obtener el enfoque a la generación de estrategias de competitividad para las microempresas (Trejo, Trejo & Zúñiga, 2016).

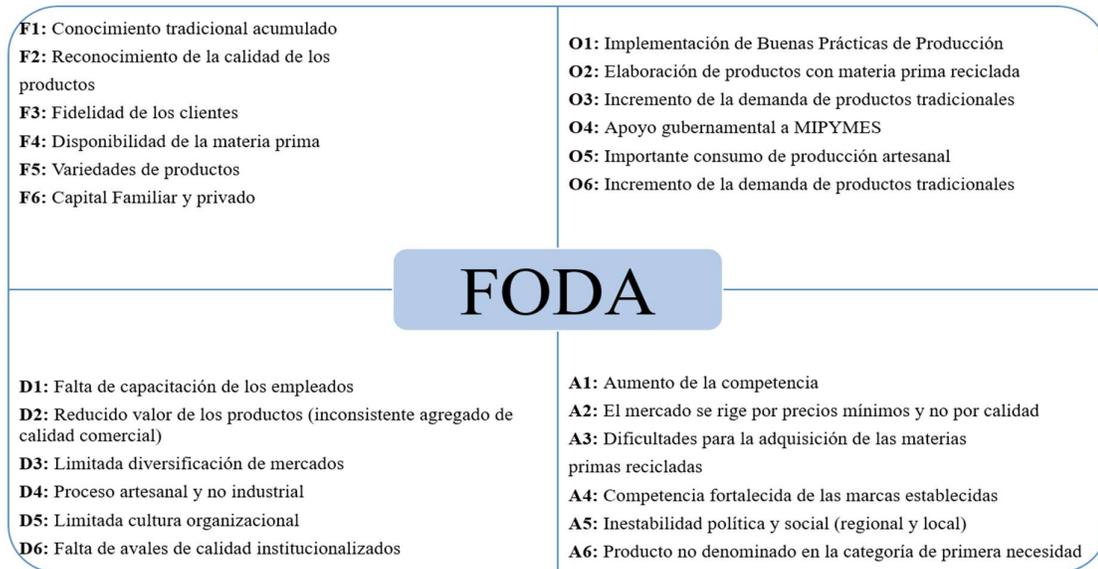
Pero antes de plantear una matriz FODA, evidentemente se debe conocer que significan las siglas. Trejo et.al, (2016), indican que:

Una fortaleza es alguna función que una microempresa realiza de modo correcto (habilidades y capacidades del personal); una debilidad es un factor que hace vulnerable a la organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, lo que la coloca en una situación débil. Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. Las amenazas representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero que representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales. (p. 10)

En efecto, el análisis FODA es parte del instrumento de planificación estratégica para una organización, por lo general esta clase de planificación tiene tres etapas; diagnóstico, plan estratégico y control. “Se realiza un diagnóstico integral de la microempresa, donde debe quedar identificado el estado actual en el que se encuentra, a partir del análisis de diferentes variables institucionales” (Mariscal, Rodríguez, & Castro, 2020, p. 8).

La planeación estratégica posibilita a una organización acercarse a la visión y creación de su futuro dentro del mercado objetivo, y se puede definir como un proceso para establecer los más grandes fines de una organización y las tácticas que orientarán la compra, uso y control de los recursos, para cumplir aquellas metas (Ramírez, 2017, p. 54).

A continuación se muestra un ejemplo del formato de un análisis FODA:



**Figura 9.** Ejemplo de matriz FODA  
**Elaborado por:** Alava, 2022

Después de plantear la matriz FODA, es importante definir los resultados obtenidos. Ramírez (2017) afirma que:

El informe final del análisis debe ser estructurado de tal forma, que demuestre en forma profesional un diagnóstico apropiado, maduro, que contenga los elementos tangibles que permitan establecer propuestas para elaborar estrategias, es decir, que sea un documento de trabajo útil para la planeación y administración estratégica y no solamente un requisito obligatorio o formalidad, dentro de un plan, que no tenga mayor impacto en el desarrollo de éste. (p. 56)

## **2.2. Marco Legal**

El aspecto legal se ha descrito para entender los componentes constitutivos sobre la legislación que brinda el Estado para regular y fomentar el sector microempresarial de comercialización y producción de velas artesanales en Ecuador, por razón que se realiza la siguiente verificación:

### **2.2.1. Constitución de la República del Ecuador (2008)**

Según la Constitución de la República, en su artículo 22, indica que todos tienen derecho a desarrollar sus capacidades de invención, ejercer con dignidad las actividades que intervienen en las culturas y el arte, mientras se benefician de los derechos morales y patrimoniales. (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008)

En el artículo 283 menciona que el sistema económico es social y solidario, su principal finalidad es garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir, manteniendo el equilibrio entre la sociedad, Estado y mercado, respetando el medio ambiente; dicho sistema engloba a todas las formas de organización, permitiendo así regularizar las empresas de producción y comercialización de velas. (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008)

En el artículo 284 expone los objetivos de la política económica y destaca el incentivar la producción, la productividad y competitividad nacional, la inserción estratégica en la economía mundial, recolección de conocimiento científico y tecnológico; preservar la estabilidad económica por medio de la producción y el empleo sostenible duradero; propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes, dando una notable apertura y apoyo a las microempresas dedicadas a la producción y comercialización a nivel nacional. (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008)

Los objetivos de la política comercial detallada en el artículo 304, indica el desarrollo los mercados internos, fortalecer el aparato productivo y la producción nacional, incentivar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo, facilitando la prevención de prácticas monopólicas y oligopólicas, mejorando la situación

de los microempresarios productores de velas afectados por la competencia injusta. (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008)

En el artículo 336 indica que el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad, además asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, que sirve de sustento legal para las organizaciones productivas (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008).

### **2.2.2. Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025**

En el eje económico del Plan de Creación de Oportunidades, el tercer objetivo indica el fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícolas, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular. La dinámica productiva que incluye actividades económicas, requiere impulsar un esquema que brinde igualdad de oportunidades para las organizaciones productivas. También destaca la importancia realizar esfuerzos para fortalecer y generar la infraestructura necesaria para el normal desenvolvimiento de las actividades productivas a partir de costos competitivos e impulsarán modelos de asociatividad productiva y comercial para mejorar las ganancias de los productores (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo Senplades, 2017).

- **Política:** Fomentar la asociatividad productiva que estimule la participación de los ciudadanos en los espacios de producción y comercialización.

### **2.2.3. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011)**

En el artículo 18 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, indica que el sector asociativo es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, para comercializar su producción en forma solidaria (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011).

En el artículo 73 menciona las características de las unidades económicas populares, son las que se dedican a la economía de los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011).

En el artículo 75 explica los emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos, que son organizaciones que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011).

#### **2.2.4. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010)**

En el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en su primer artículo indica el ámbito de aplicación que rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, como el caso de producción de velas artesanales, en cualquier parte del territorio nacional:

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

En el artículo 53 indica que la Micro, Pequeña y Mediana empresa (MIPYMES) es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, por consiguiente, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de MIPYMES recibirán los beneficios regulados por el presente código, siempre que cumpla con los requerimientos necesarios, como es el caso de la producción artesanal de velas (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010).

#### **2.2.5. Ley de Defensa del Artesano (2008)**

En el artículo 17 de la Ley de Emprendimiento e innovación el Estado menciona algunos de los beneficios que prestara a los artesanos, donde menciona la exoneración de los impuestos a la renta del capital y del impuesto a los capitales en giro y del impuesto al valor agregado en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos; la importación en los términos más favorables que establezca la correspondiente Ley, de los materiales e implementos de trabajo de los artesanos; la exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal; la concesión de facilidad de prestados a plazos favorables que permiten invertir en líneas de producción innovadoras (Ley de Defensa del Artesano, 2008).

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del presente estudio económico es de suma importancia abordar la Metodología de la Investigación<sup>1</sup> por consiguiente se recopila las variables en el campo de estudio seleccionado que da a lugar la definición de las formas de trabajo que serán las guías de la investigación. Según Morán & Alvarado (2010) indican que la Metodología de la Investigación “se define como un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado, metódico y crítico, que conduce hacia el descubrimiento de hechos, datos, relaciones, leyes o verdades nuevas en cualquier campo del conocimiento humano”. (p. 7)

#### **3.1. Enfoque de la investigación**

El presente trabajo de investigación utiliza el enfoque mixto; el cuantitativo<sup>2</sup> es debido a las mediciones numéricas que son necesarias al momento de recolectar los datos de las encuestas y entrevistas, también por la aplicación del análisis estadístico en relación a la delimitación del estudio, y el cualitativo<sup>3</sup> es usado para interpretar las variables extraídas de los conceptos, los cuales se han ido suscitando durante la extracción de la información para comprender el comportamiento de estas variables. El enfoque mixto permite “utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (Otero, 2018, p. 19).

---

1 La investigación se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, p. 39).

2 La investigación cuantitativa se utiliza para extraer variables que se pueden medir numéricamente, es decir, que sean cuantificables.

3 La investigación cualitativa se aplica exclusivamente en información cuyo análisis esta direccionado a descripciones más específicas, esto significa determinar las cualidades del estudio.

### **3.2. Alcance de la investigación (Exploratorio, descriptivo o correlacional)**

El alcance del presente estudio económico utiliza el tipo de investigación descriptiva, puesto que es fundamental para la recopilación de información y datos en relación al comportamiento del mercado de producción y comercialización de velas artesanales. En este sentido Grajales (2000) sostiene que los estudios descriptivos “buscan desarrollar una imagen o fiel representación del fenómeno estudiado a partir de sus características. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis” (p. 2).

### **3.3. Técnica e instrumentos para obtener los datos**

Para el desarrollo del estudio económico se utiliza las siguientes técnicas de investigación para extraer información necesaria: la encuesta que brindará la información numérica y la entrevista que ayudará con las características cualitativas. El instrumento de la encuesta esta direccionado a la cartera de clientes mayoristas de la microempresa ‘Velas Diamante’, donde se han seleccionado a un número determinado de clientes para el análisis, el cuestionario está conformado por 10 preguntas de selección.

Luego está el instrumento de la entrevista, el formulario está compuesto por 7 preguntas abiertas las cuales están dirigidas al Gerente de la microempresa el Sr. Cesar Alava, con el objetivo de conocer aquellas estrategias para mantenerse dentro del mercado, y los beneficios económicos que ha logrado durante todo el tiempo de funcionamiento de la entidad.

En el Anexo 2 se muestran las preguntas que conforman el instrumento de la encuesta y en el Anexo 3 el instrumento de la entrevista.

### 3.4. Población y muestra

La población se determinó de acuerdo al listado de clientes que tiene la microempresa en mención, cabe recalcar que sus ventas están dirigidas a clientes mayoristas, por lo tanto solo se estableció el estudio a las organizaciones de quienes comprar directamente con la microempresa Velas Diamante. Algunos de ellos adquieren sus compras con un mismo RUC pero tiene varios locales donde venden el producto, en la tabla 8 se puede observar el detalle de los locales.

**Tabla 8.** *Establecimientos de mayoristas de la Microempresa Velas Diamante*

<b>Nombre de la organización</b>	<b>Dirección</b>	<b>Cantón/Ciudad &amp; Provincia</b>
Supermercados Mayra Loiza #1	Calle Sucre	Ventanas, Los Ríos
Supermercados Mayra Loiza #2	Calle Velasco Ibarra	Ventanas, Los Ríos
Supermercados Mayra Loiza #3	Calle Seminario	Ventanas, Los Ríos
Supermercados Mayra Loiza #4	Calle Malecón	Ventanas, Los Ríos
Supermercados Mayra Loiza #5	Calle Héctor Cabrera	Ventanas, Los Ríos
Comercial Sisalema	Av. 10 de Agosto	Ventanas, Los Ríos
Centro Comercial Freddy Litardo #1	Calle Séptima	Quevedo, Los Ríos
Centro Comercial Freddy Litardo #2	Malecón Eloy Alfaro	Quevedo, Los Ríos
Centro Comercial Freddy Litardo #3	Calle Juan Montalvo	Quevedo, Los Ríos
Centro Comercial Amparito	Calle Marcos Quintana	Quevedo, Los Ríos
Centro Comercial Bonilla	Transversal Central	Quevedo, Los Ríos
Sociedad Civil MarcSol #1	Calle Bolívar 200	Quevedo, Los Ríos
Sociedad Civil MarcSol #2	Ciudadela Atahualpa	Quevedo, Los Ríos
Caivel S.A.	Ave. June Guzmán	Quevedo, Los Ríos
Comercial Don Alberto	Calle Malecón Eloy Alfaro	Quevedo, Los Ríos
Distribuidora Luma	Ave. Quito	Quevedo, Los Ríos
Comercial Litardo #1	Calle Juan Montalvo	Quevedo, Los Ríos
Comercial Litardo #2	Calle Séptima	Quevedo, Los Ríos
Comercial Litardo #3	Calle Panamá	Quevedo, Los Ríos
Autoservicio Litardo	Calle Octava	Quevedo, Los Ríos
Comercial Alberto Litardo	Calle Malecón Eloy Alfaro	Quevedo, Los Ríos
Super Tienda Quevedo	Calle 12va	Quevedo, Los Ríos
Super Tienda La Fortuna	Calle Ela Alava	Buena Fe, Los Ríos
Super Tienda Mayrita	Calle 17 de octubre	Buena Fe, Los Ríos
Comisariato Max	Calle 7 de agosto	Buena Fe, Los Ríos
Comercial Polita #1	Calle 7 de agosto	Buena Fe, Los Ríos
Comercial Polita #2	Troncal de la Costa	Buena Fe, Los Ríos
Supertienda Mocache	Calle 28 de mayo	Mocache, Los Ríos
Supertienda Económica	Ave. Pdte. Roldos	Mocache, Los Ríos
Megapropinet	Ave. 5 de Junio	Babahoyo, Los Ríos
Comercial Paguay	Ave. 27 de Mayo	Babahoyo, Los Ríos
Super Tienda “San Carlos”	Ave. 2 de Julio	San Carlos, Los Ríos
Comisariato Super #1	Calle Velasco Ibarra	El Empalme, Guayas
Comisariato Super #2	Vía La Guayas	El Empalme, Guayas
Comisariato Super #3	Vía Manabí	El Empalme, Guayas
Comercial Vera	Calle principal	Tres Poste, Guayas

**Fuente:** Plan estratégico microempresa Velas Diamante 2021-2022

**Elaborado por:** Alava, 2022

En correspondencia a la población de estudio identificada (clientes mayoristas), se decidió trabajar con el 100% de dicha población. Por tanto, la investigación refiere un total de 24 clientes mayoristas que muestran los resultados de los propietarios de dichos establecimientos.

### 3.5. Presentación y análisis de resultados

Los resultados del estudio se muestran a continuación:

#### 3.5.1. Análisis de las encuestas a clientes mayoristas de la Microempresa Velas Diamante

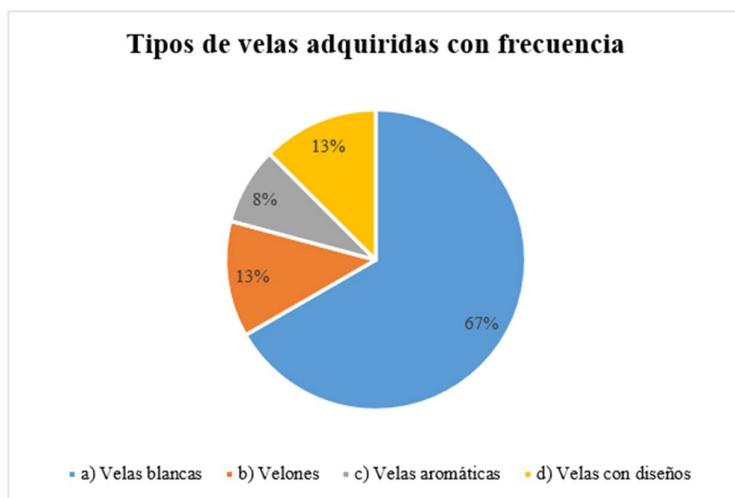
##### 1. ¿Qué tipo de vela compra con más frecuencia para su negocio?

**Tabla 9.** Tipos de velas adquiridas con frecuencia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Velas blancas	16	67%
b) Velones	3	13%
c) Velas aromáticas	2	8%
d) Velas con diseños	3	13%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022



**Figura 10.** Tipos de velas adquiridas con frecuencia

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022

Analizando las preferencias de los clientes en relación a la línea de productos que ofrece la microempresa en mención, solo el 67% de los encuestados indicaron que adquieren con más frecuencia las velas blancas para sus negocios y el 8% adquieren las velas aromáticas.

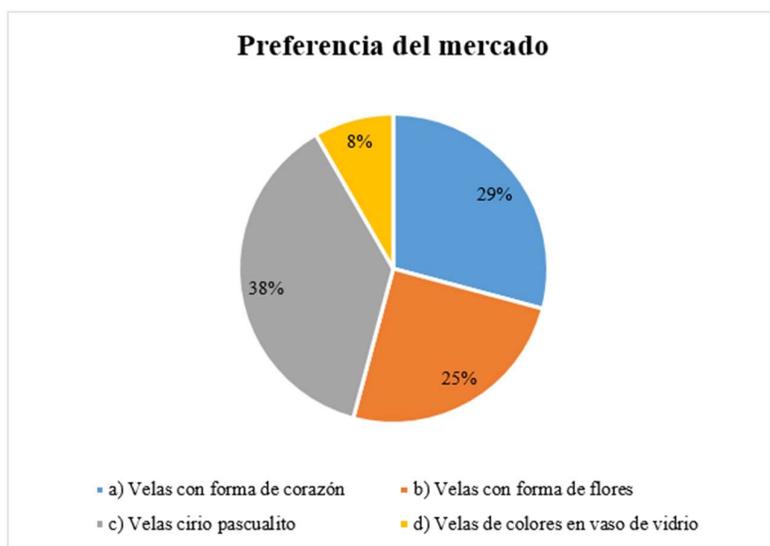
## 2. ¿Cuáles de las siguientes velas adquiriría para su negocio?

**Tabla 10.** *Preferencia del mercado*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Velas con forma de corazón	7	29%
b) Velas con forma de flores	6	25%
c) Velas cirio pascualito	9	38%
d) Velas de colores en vaso de vidrio	2	8%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022



**Figura 11.** *Preferencia del mercado*

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022

Examinando las preferencias del mercado sobre una línea de productos que en la actualidad no produce la microempresa en mención, el 38% de los encuestados indicaron que optarían por adquirir velas cirio pascualito para sus negocios, un tipo de vela que se utiliza en las iglesias y eventos religiosos, por otro lado, solo el 8% señalaron que comprarían velas de colores en vaso de vidrio.

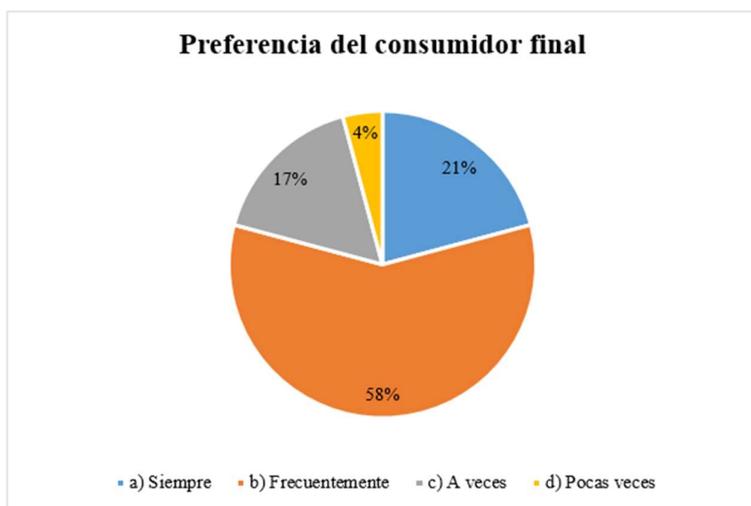
### 3. ¿Qué tan seguido sus clientes le compran velas?

**Tabla 11.** *Preferencia del consumidor final*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Siempre	5	21%
b) Frecuentemente	14	58%
c) A veces	4	17%
d) Pocas veces	1	4%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022



**Figura 12.** *Preferencia del consumidor final*

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022

Desde la experiencia y perspectiva del cliente mayorista, se determinó que el 58% de los consumidores finales compran con frecuencia la línea de velas de la microempresa en mención, mientras que el 4% adquiere el producto pocas veces.

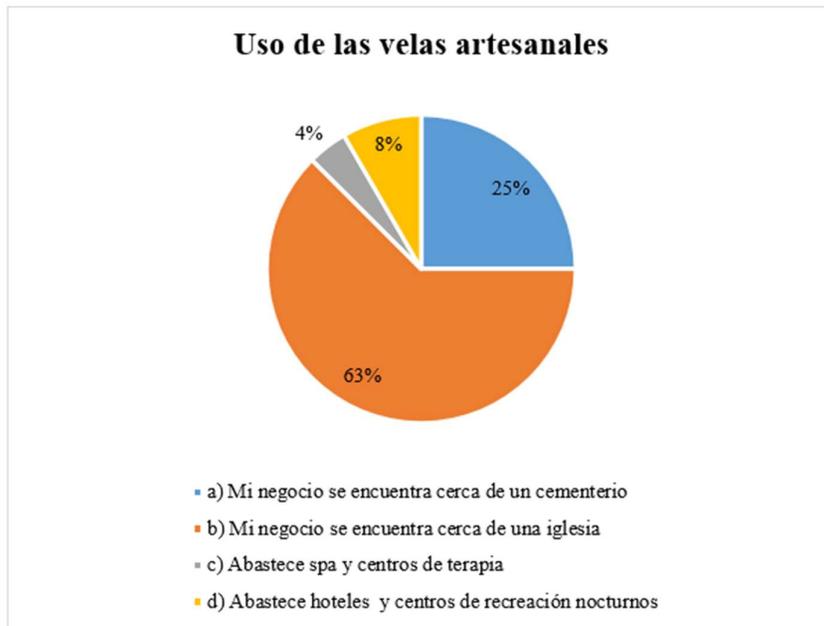
#### 4. ¿Por qué son las velas artesanales una necesidad en su negocio?

Tabla 12. *Uso de las velas artesanales*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Mi negocio se encuentra cerca de un cementerio	6	25%
b) Mi negocio se encuentra cerca de una iglesia	15	63%
c) Abastece spa y centros de terapia	1	4%
d) Abastece hoteles y centros de recreación nocturnos	2	8%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022



**Figura 13.** Uso de las velas artesanales

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022

De acuerdo a los resultados obtenidos se observa el 63% de los clientes mayoristas se encuentran cerca de un centro religioso, por el cual sus clientes adquieren con frecuencia el producto, en cambio el 4% y 8% lo adquieren para abastecer spa, centros de terapia, hoteles y centros de recreación nocturnos.

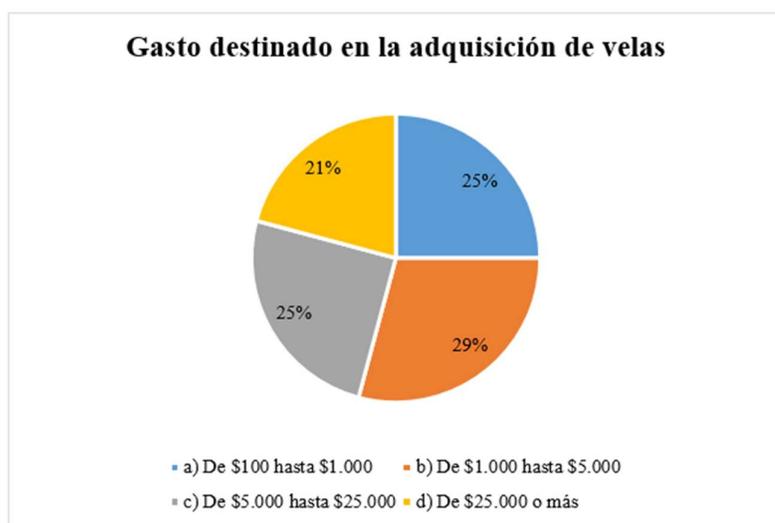
## 5. ¿Cuánto es el gasto que usted destina en comprar velas para su negocio?

**Tabla 13.** Gasto destinado en la adquisición de velas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) De \$100 hasta \$1.000	6	25%
b) De \$1.000 hasta \$5.000	7	29%
c) De \$5.000 hasta \$25.000	6	25%
d) De \$25.000 o más	5	21%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022



**Figura 14.** Gasto destinado en la adquisición de velas

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022

Del total de encuestados el 29% destina su inversión en adquirir el producto en un rango de \$1.000 hasta \$5.000, mientras que el 21% indicó que realizan compras de \$25.000 o más, con estos resultados se puede determinar el aproximado de volumen de ventas que tiene la microempresa.

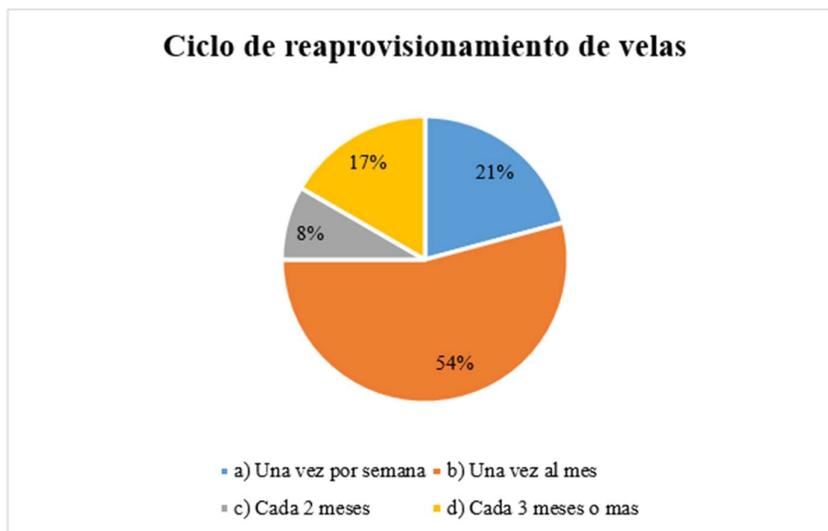
**6. Según la respuesta de la pregunta 5 ¿Cuál es su ciclo de reaprovisionamiento de velas con la microempresa Velas Diamante?**

**Tabla 14.** *Ciclo de reaprovisionamiento de velas*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Una vez por semana	5	21%
b) Una vez al mes	13	54%
c) Cada 2 meses	2	8%
d) Cada 3 meses o mas	4	17%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022



**Figura 15.** Ciclo de reaprovisionamiento de velas

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022

Según el volumen de compras, se consultó cada cuanto las realizan y el 54% de los clientes encuestados indicaron que realizan el reaprovisionamientos del producto mensualmente, y solo el 8% compran cada 2 meses.

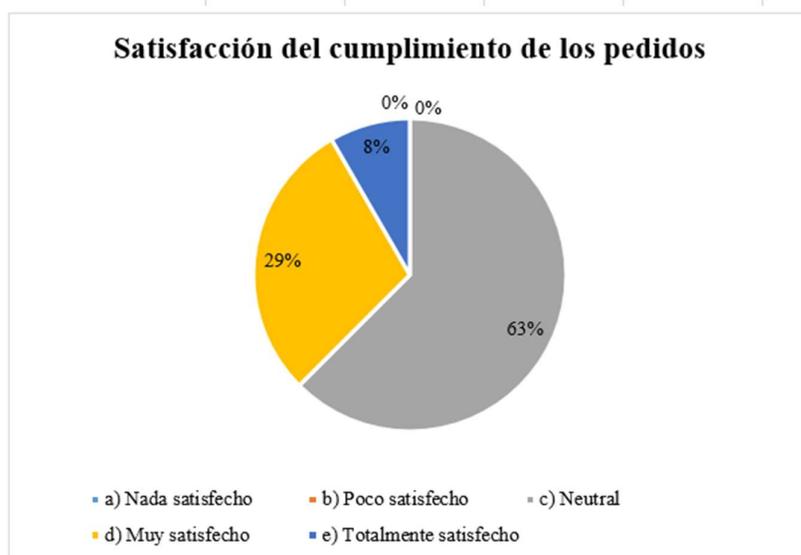
## 7. ¿Qué tan satisfecho está con su experiencia en el cumplimiento de los pedidos realizados?

**Tabla 15.** Satisfacción del cumplimiento de los pedidos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Nada satisfecho	0	0%
b) Poco satisfecho	0	0%
c) Neutral	15	63%
d) Muy satisfecho	7	29%
e) Totalmente satisfecho	2	8%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, L. (2022)



**Figura 16.** Satisfacción del cumplimiento de los pedidos

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022

La mayoría de los encuestados (63%) indicaron que su nivel de satisfacción con la entrega de los productos es neutral, mientras que el 29% mencionaron que están muy satisfechos con el servicio de entrega de los pedidos.

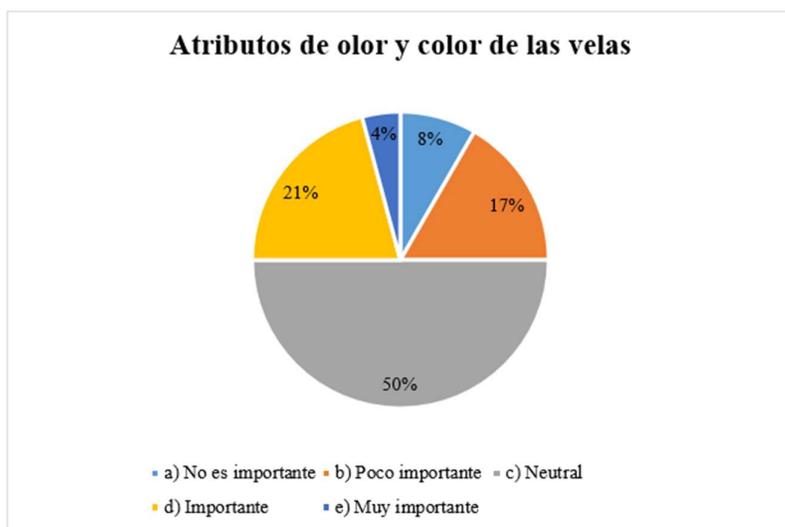
**8. ¿Qué tan importante considera los atributos de olor y color de las Velas Diamante con relación a la competencia?**

**Tabla 16.** Atributos de olor y color de las velas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) No es importante	2	8%
b) Poco importante	4	17%
c) Neutral	12	50%
d) Importante	5	21%
e) Muy importante	1	4%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022



**Figura 17.** Atributos de olor y color de las velas

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022

Se consultó la importancia de los atributos de olor y color de las velas en relación con la competencia, la mitad de los encuestados se mostraron indiferentes, arrojando un total de los 50% neutrales con estas características, por otro lado, el 4% dijeron que es muy importante.

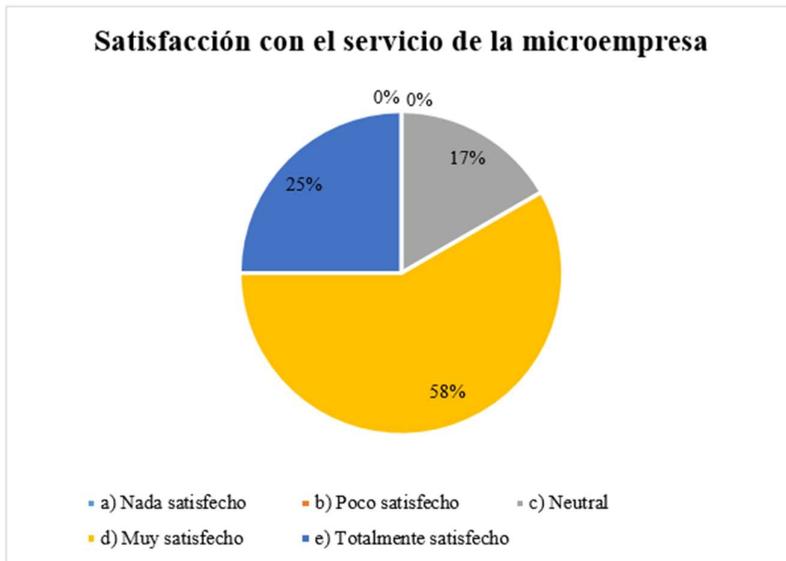
**9. ¿Qué tan satisfecho está con el profesionalismo del personal de la microempresa?**

**Tabla 17.** Satisfacción con el servicio de la microempresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Nada satisfecho	0	0%
b) Poco satisfecho	0	0%
c) Neutral	4	17%
d) Muy satisfecho	14	58%
e) Totalmente satisfecho	6	25%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Alava, 2022



**Figura 18.** Satisfacción con el servicio de la microempresa

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Álava, 2022

De acuerdo a los resultados de las encuestas se puede observar que el 58% se encuentran muy satisfechos con el servicio de la microempresa, mientras que el 17% indican que su nivel de satisfacción es neutral.

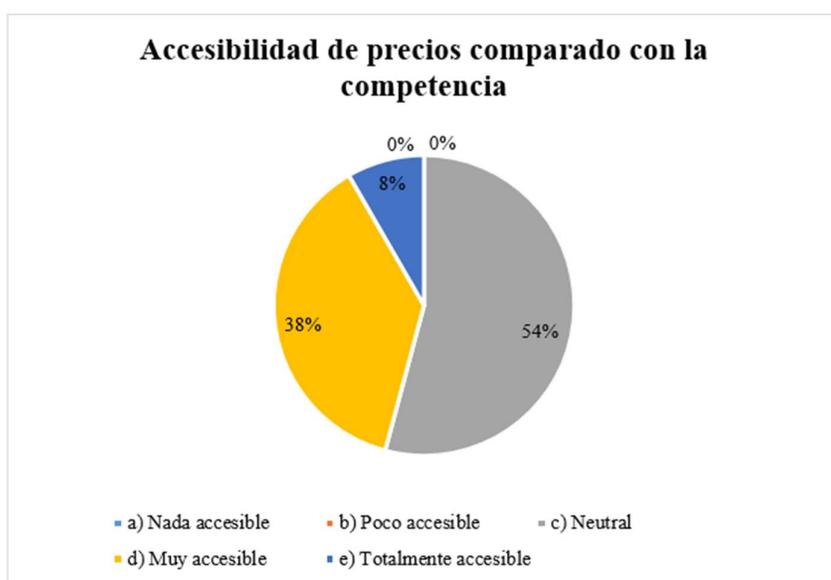
## 10. ¿Qué tan accesible son los precios con relación a la competencia?

**Tabla 18.** Accesibilidad de precios comparado con la competencia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) Nada accesible	0	0%
b) Poco accesible	0	0%
c) Neutral	13	54%
d) Muy accesible	9	38%
e) Totalmente accesible	2	8%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Álava, 2022



**Figura 19.** Accesibilidad de precios comparado con la competencia

**Fuente:** Encuesta a clientes mayoristas de Velas Diamante

**Elaborado por:** Álava, 2022

De acuerdo a los resultados de las encuestas se determinó que el 54% mencionaron que la accesibilidad de precios comparado con la competencia es neutral, y el 8% dijeron que es totalmente accesible.

## **3.5.2. Interpretación de los resultados**

### **3.5.2.1. Encuestas**

Según los resultados obtenidos en la encuesta dirigida a los clientes mayoristas de la microempresa Velas Diamante, los clientes adquieren con mayor frecuencia las velas clásicas blancas, debido a la preferencia de su mercado, además gran parte de los encuestados mencionaron la aceptación por adquirir una nueva línea de productos para eventos religiosos.

En efecto, la demanda de velas sigue vigente en la actualidad, y se puede observar por la interpretación de los clientes mayoristas, que el consumidor final adquiere frecuentemente el productos y su uso es variado. El 25% opinan que las velas son necesarias en sus negocios porque tienen un cementerio cerca, que desde un aspecto cultural es una costumbre encender una vela para aquellos seres queridos que se encuentran enterrados ahí, mientras que el 63% opinan que por temas de religión existe más demanda, por otro lado el 11% restante de los encuestados indican que es para abastecer spa, centros de terapia, hoteles y centros de recreación nocturnos.

El volumen de ventas de la microempresa tiende a ser desde los \$100 hasta \$25.000 o más, puesto que solo venden velas a por mayor y sus clientes se abastecen según las necesidades; el 54% realizan sus compras una vez al mes, el 21% una vez por semana, el 17% cada tres meses o más y solo el 8% cada dos meses.

Utilizando la escala de Likert, se observó que entre el nivel de satisfacción por el cumplimiento de los pedidos y el nivel de importancia de las características de olor y color de las velas en relación a la competencia, el mayor porcentaje se mostraron neutrales. Mientras que la mitad de los encuestados están muy satisfechos con el profesionalismo de la microempresa y la mayor frecuencia encuestada consideran que los precios en relación a la competencia están alineados al mercado.

### **3.5.2.2. Resultados obtenidos en la entrevista**

Se realizó la entrevista al dueño de la microempresa ubicada en el Cantón Ventanas, a continuación, el informe:

**Sr. Cesar Alava**

**Gerente General de Velas Diamante**

**Contacto:** 099-364-3639

#### **1. ¿Cuál ha sido su trayectoria en la comercialización y producción de velas artesanales?**

Comencé en 1974 con una producción muy artesanal, no tenía las 16 maquinarias que tengo en la actualidad y mis ventas eran dirigidas a pequeños negocios y pequeños quioscos; hoy en día solo vendemos a mayoristas puesto que otorgamos facilidad de pago a crédito, entonces la logística es más sencilla, es más favorable mover el camión con una carga llena para una ruta de 1 hora o 2 horas, que solo moverlo por 10 cajitas por el mismo tiempo. La comunicación con nuestros clientes es directa, entonces tratamos de mantener las rutas de abastecimientos según las necesidades de nuestros clientes.

#### **2. ¿Por lo general, que influye en los clientes para comprar una vela artesanal?**

Desde la perspectiva cultural, es algo que existe desde hace muchos años atrás y la humanidad ha usado las velas por iluminación, para brindar homenajes e incluso para protestar. He fabricado y comercializado velas desde 1974, y aunque parecería que la modernización implicaría dejar atrás las cosas artesanales e industrializar todo, las personas no van a las iglesias o cementerios a prender la lámpara de sus celulares; entonces aún existe demanda del producto.

#### **3. ¿Qué objetivos persigue la organización?**

Buscamos expansión en el mercado, ser líderes en el mercado de producción y comercialización, innovando constantemente con nuevas tecnologías y ofrecer productos de calidad.

**4. ¿Cuáles son las fortalezas de la organización?**

Como fortalezas es la capacidad de producción que tenemos, actualmente contamos con 16 máquinas para la elaboración de velas, contamos con 10 colaboradores que nos permite producir 300 cajas diarias, siempre y cuando cuidando el stock, además tenemos una máquina de derretido de parafina más sofisticada que evita que el colaborador este expuesto a altos grados de calor, y tenemos una cartera de clientes que han confiado en nosotros por años.

**5. ¿Cuáles son las debilidades de la organización?**

Últimamente se ha presentado competencia que juega directamente con los precios y en ocasiones nos han obligado a adaptarnos a esos precios para no perder nuestros clientes, además existen marcas establecidas que han invertido en más publicidad, y cabe recalcar que no es un producto de primera necesidad.

**6. ¿Cuenta con una página web, redes sociales o realizan ventas en línea?**

No nos manejamos con ventas por esos medios, tenemos una cartera de clientes establecida y tampoco pagamos publicidad en redes sociales.

**7. ¿Considera usted que los tiempos de respuesta de la fabricación de velas son ágiles?**

En efecto, nuestros clientes nos envían con anticipación las órdenes de compra o recolectamos los pedidos por WhatsApp, algunas órdenes de compra tienen un tiempo límite de validez, siempre cumplimos con la calidad y tiempo estimado.

### **3.6. Análisis de la situación económica y financiera de la Microempresa Velas Diamante**

El análisis económico y financiero es fundamental para el presente estudio puesto que permite conocer la situación de la microempresa Velas Diamante, el cual proporciona la información necesaria sobre el giro del negocio, las utilidades y las ganancias. “Es útil para evaluar decisiones tomadas por los directivos de una empresa. Por lo general este análisis se hace con base en estadísticas y datos existentes, por lo que el análisis no hace énfasis en el futuro”. (Morelos, Fontalvo, & De la Hoz, 2012, párr. 25)

Los indicadores financieros son un instrumento en las ciencias económicas para la valoración financiera de una compañía y para acercar la estimación de la misma y sus perspectivas económicas; estos son índices estadísticos de dos o más cifras, que presentan la evolución de las dimensiones de las organizaciones por medio de un periodo determinado. (Morelos et.al, 2012)

A continuación, se presenta el análisis de la situación económica y financiera de la microempresa en el año 2019 y 2020 los cuales fueron facilitados para el presente análisis; para ello se utilizó como fuente principal los balances generales y estado de pérdida y ganancias, con ello se calcularon los indicadores de liquidez, endeudamiento, solvencia y rentabilidad; los cuales serán evaluados y comparados en los años mencionados, cabe recalcar que los resultados del año 2020 se ven afectados por un factor externo que es la pandemia.

### 3.6.1. Balance General de Velas Diamante (2019-2020)

Tabla 19. Balance General al 31 de Diciembre

	2019	2020
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
EFFECTIVO	48.202,82	1.240,00
CREDITO TRIBUTARIO IVA	613,96	4.810,96
CREDITO TRIBUTARIO RENTA	2.025,77	59,57
INVENTARIOS	58.457,26	60.345,00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>109.299,81</b>	<b>66.455,53</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
TERRENOS	20.000,00	20.000,00
VEHICULO	54.008,93	45.698,60
DEPRECIACION	-21.766,14	-16.598,60
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>52.242,79</b>	<b>49.100,00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>161.542,60</b>	<b>115.555,53</b>
<b>PASIVO</b>		
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		
CUENTAS POR PAGAR	15.016,00	6.230,00
DOCUMENTOS POR PAGAR	5.004,17	2.220,00
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>20.020,17</b>	<b>8.450,00</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		
CUENTAS POR PAGAR A PROVEEDORES	5.044,62	22.712,00
DESAHUCIO	2.778,75	48.500,00
OBLIGACIONES CON EL IEES	545,03	486,00
OTROS PASIVOS NO CORRIENTES	26.984,48	12.014,00
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>35.352,88</b>	<b>83.712,00</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>55.373,05</b>	<b>92.162,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
CAPITAL SOCIAL	58.145,55	20.393,53
RESERVAS	28.024,00	3.000,00
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>86.169,55</b>	<b>23.393,53</b>
<b>TOTAL PASIVO &amp; PATRIMONIO</b>	<b>141.542,60</b>	<b>115.555,53</b>
UTILIDAD DEL EJERCICIO	182.746,27	22.661,70

Fuente: Balance general de Velas Diamante

Modificado por: Alava, 2022

### 3.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias de Velas Diamante (2019-2020)

**Tabla 20.** Estado de Pérdidas y Ganancias al 31 de Diciembre

	2019	2020
<b>INGRESOS</b>		
VENTAS	250.089,21	292.401,55
OTROS INGRESOS	1.400,00	5.000,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>251.489,21</b>	<b>297.401,55</b>
<b>COSTOS</b>		
INVENTARIO INICIAL	59.386,74	61.025,17
COMPRAS	176.602,44	243.884,74
INVENTARIO FINAL	58.457,26	60.345,00
<b>TOTAL</b>	<b>177.531,92</b>	<b>244.564,91</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
SUELDOS Y SALARIOS	31.179,36	19.726,56
BENEFICIOS SOCIALES	5.843,77	2.424,29
APORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL	3.788,29	1.864,20
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	912,60	228,38
SUMINISTROS	202,74	552,70
DEPRECIACION NO ACELERADA	4.030,35	-
SERVICIOS PUBLICOS	1.151,79	2.116,21
INTERESES BANCARIOS	4.283,07	2.086,60
OTROS GASTOS	4.032,27	1.176,00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>55.424,24</b>	<b>30.174,94</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>232.956,16</b>	<b>274.739,85</b>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>18.533,05</b>	<b>22.661,70</b>

**Fuente:** Estado de Pérdidas y Ganancias de Velas Diamante

**Modificado por:** Alava, 2022

### 3.6.3. Ratios de liquidez, Solvencia, gestión y rentabilidad

Tabla 21. Estado de Pérdidas y Ganancias al 31 de Diciembre

FACTOR	INDICADOR	DETALLE	FORMULA
<b>Liquidez</b>	Liquidez corriente	Muestra la capacidad de las empresas para hacer frente a sus vencimientos de corto plazo	$\text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$
	Prueba acida	Muestra la capacidad de la empresa en cubrir sus obligaciones corrientes sin depender de la venta de existencias	$\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios} / \text{Pasivo Corriente}$
<b>Gestión</b>	Rotación de ventas	Indica las veces en las que se usan los cativos según un nivel de ventas	$\text{Ventas} / \text{Activo Total}$
	Impacto gastos de administración y ventas	Muestra si hay un bajo margen operacional debido a gastos operaciones	$(\text{Cuentas y Documentos por Pagar} * 365) / \text{Compras}$
<b>Solvencia</b>	Endeudamiento del activo	Cuando el índice es alto significa que las empresas dependen de sus acreedores	$\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$
	Endeudamiento patrimonial	Mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores	$\text{Pasivo Total} / \text{Patrimonio}$
	Endeudamiento del activo fijo	Indica las unidades monetarias que se tiene de patrimonio por cada unidad invertida activos fijos	$\text{Patrimonio} / \text{Activo Fijo Neto}$
	Apalancamiento	Muestra el número de unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria de patrimonio	$\text{Activo Total} / \text{Patrimonio}$
<b>Rentabilidad</b>	Rentabilidad neta del activo	Muestra la capacidad del activo de producir utilidades, indistintamente de la forma en que fue financiado	$(\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}) * (\text{Ventas} / \text{Activo Total})$

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, 2019

**Modificado por:** Alava, 2022

### 3.6.4. Análisis de Indicadores Generales

En la tabla 22 se presenta el detalle de resultados de los indicadores de liquidez de Velas Diamante:

**Tabla 22.** *Indicadores financieros generales*

<b>Ratios</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Liquidez</b>		
Capital de trabajo	89.279,64	58.005,53
Liquidez / Razón Circulante	5,46	7,86
Prueba acida	2,54	0,72
Razón de efectivo	2,41	0,15
<b>Gestión</b>		
Rotación de ventas	1,55	2,53
Impacto gastos de administración y ventas	41,38	12,65
<b>Solvencia</b>		
Endeudamiento del activo	0,34	0,80
Endeudamiento patrimonial	0,64	3,94
Endeudamiento del activo fijo	1,65	0,48
Apalancamiento	1,87	4,94
<b>Rentabilidad</b>		
Rentabilidad neta del activo	11%	20%

**Elaborado por:** Alava, 2022

La liquidez de una empresa se cuantifica por su capacidad para cubrir aquellas obligaciones a corto plazo según su vencimiento, esto se refiere a la solvencia de la posición financiera general de la empresa, la facilidad con la que paga sus adquisiciones; uno de los principales motivos del quiebre financiero en la notable disminución de la liquidez, por ello las razones financieras que miden la liquidez son esenciales para detectar los problemas del flujo de efectivo (Gitman, & Chad, 2012).

Como se puede observar, el año que tiene mayor capital de trabajo es el 2019, con un resultado de 89.279,64 que se obtuvo restando el total de los activos corrientes con el total de los pasivos corrientes extraídos del balance general otorgado por la microempresa, mientras que el año 2020 tiene una notable diferencia en el capital de trabajo de 31.274,11.

La razón circulante sirve para determinar la capacidad que tiene la empresa en cubrir las deudas a corto plazo. “Cuanta más alta es la razón del circulante, se considera que la empresa es más líquida. En ocasiones, una razón del circulante de 2.0 se considera aceptable pero la aceptabilidad de un valor depende de la industria en la que opera” (Gitman & Chad, 2012, p.49). El cálculo de la razón circulante de la microempresa en el año 2019 arrojó 5,46 que en este caso se considera deficiente, puesto que existe exceso de dinero que no se trabajó, y no se invirtió en posibles líneas de producción innovadoras, sin embargo, sí pudo cubrir las deudas a corto plazo con ese resultado.

La prueba acida es similar a la razón circulante pero en este caso se resta los inventarios, el resultado de la prueba acida en el año 2019 se encuentra en un rango bastante bueno, esto quiere decir que sin el valor del inventario, las cuentas del activo corriente y pasivo corriente tienen un 2,54 de convertirse en efectivo que sirve para cubrir las deudas a corto plazo, por otro lado, el resultado del 2020 es de 0,72 lo que representa un año desfavorable para la microempresa. Según Gitman & Chad (2012) la prueba acida o razón rápida “se recomienda una razón rápida de 1,0 o mayor, pero como con la razón del circulante (...) proporciona una mejor medida de la liquidez total sólo cuando el inventario de una empresa no se puede convertir fácilmente en efectivo” (p. 50).

La razón de efectivo en el año 2019 es de 2,41 y se encuentran en un rango bastante favorable, esto quiere decir que sin involucrar otras cuentas del activo corriente, la microempresa pudo cubrir por completo sus cuentas por pagar a corto plazo, por otro lado, la razón de efectivo en el año arrojó un resultado de 0,15 y este resultado es desfavorable porque está debajo del 1,0 y el efectivo no cubrió por completo las cuentas por pagar de la microempresa en el corto plazo. Según Westreicher (2019) define la razón de efectivo como:

Es un indicador financiero que mide la capacidad de la empresa para hacer frente rápidamente a sus obligaciones en el corto plazo. Esto, sin la necesidad de vender ningún activo. Si el ratio es igual a 1, la empresa tiene la misma cantidad de pasivo corriente que de efectivo y sus equivalentes” (párr. 1 y 3).

Los indicadores de gestión permiten medir la eficiencia en relación al uso de los recursos de la empresa, se observa que la rotación de ventas es de 1,55 para el año 2019 y 2,53 para el año 2020, lo cual significa que es la cantidad de veces que utiliza los activos totales en relación a su nivel de ventas, y en el año 2020 la empresa colocó 2,53 veces la inversión realizada en los activos; mientras que el impacto existente entre los gastos administrativos frente a las ventas es de 1,74 para el año 2019 y 1,34 para el año 2020, este indicador quiere decir que la representación de los gastos administrativos frente a las ventas, y en el año 2019 arrojó un resultado muy elevado por el cual se disminuye las utilidades.

Los indicadores Solvencia miden el grado y la participación de los acreedores con la financiación de la empresa, conforme los resultados del endeudamiento del activo son de 0,34 para el año 2019 y 0,80 para el año 2020, lo que significa que el 34% de los activos totales son financiados por los acreedores para el año 2019; los resultados del endeudamiento patrimonial es de 0,64 para el año 2019 y 3,94 para el año 2020, por lo tanto la relación del patrimonio por cada dólar tiene una deuda de \$0,64 para el año 2019; mientras que el endeudamiento del activo es de 1,64 para el año 2019 y 0,48 para el año 2020 lo que muestra para ambos años que el total del activo fijo no se logró financiar con préstamo a terceros; y por último, el resultado del apalancamiento es de 1,87 para el año 2019 y 4,94 para el año 2020, donde las unidades monetarias los activos en el año 2020 se han conseguido 4,94 por cada unidad del patrimonio.

Los indicadores de rentabilidad miden la efectividad de la administración de la empresa en controlar los costos y gastos para convertir las ventas en utilidades; en el resultado de la rentabilidad neta del activo para el año 2019 es de 11%, mientras que para el año 2020 es de 20% lo que significa generó mayor utilidad en el año 2020 comparado con el año 2019 en relación con los activos de la empresa.

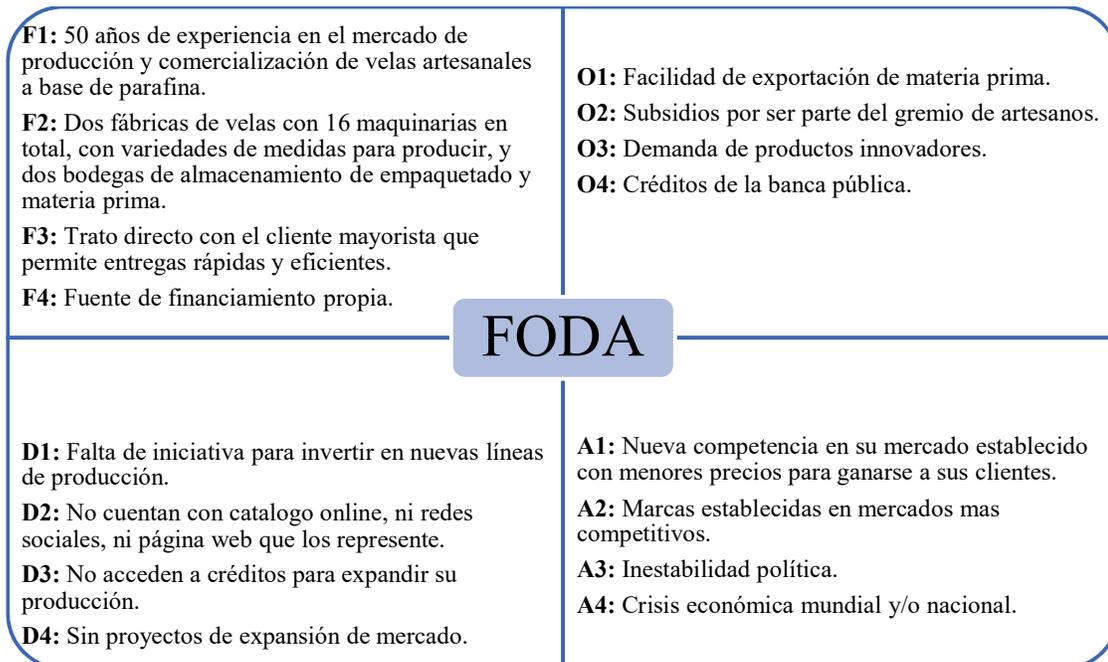
### 3.7. Propuesta

#### 3.7.1. Matriz FODA de Fuerzas cruzadas, para la microempresa Velas Diamante

Como resultado del proceso de investigación, mediante la aplicación de la técnica de observación, la revisión documental, la encuesta y la entrevista, se presenta las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Para este análisis se utilizó la información de la microempresa Velas Diamante que se dedica a la producción y comercialización de velas artesanales a base de parafina, con las siguientes características administrativas:

**Visión:** Ser líderes en el mercado de velas, acoplarse a las preferencias del mercado, continuando con las tradiciones culturales que solo la luz de las velas pueden satisfacer.

**Misión:** Producir y comercializar variedades de velas manteniendo la calidad y calidez involucrando esencias cuidadosamente seleccionadas, garantizando la fabricación del producto mediante procesos y materias primas de primera, priorizando la salud de todos los involucrados.



*Figura 20.* Matriz FODA Microempresa Velas Diamante  
**Elaborado por:** Alava, 2022

ESTRATEGIAS FO-FA-DO-DA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		<b>O1:</b> Facilidad de exportación de materia prima. <b>O2:</b> Subsidios por ser parte del gremio de artesanos. <b>O3:</b> Demanda de productos innovadores. <b>O4:</b> Créditos de la banca pública.
FORTALEZAS	FO	FA
<b>F1:</b> 50 años de experiencia en el mercado de producción y comercialización de velas artesanales a base de parafina. <b>F2:</b> Dos fábricas de velas con 16 maquinarias en total, con variedades de medidas para producir, y dos bodegas de almacenamiento de empaquetado y materia prima. <b>F3:</b> Trato directo con el cliente mayorista que permite entregas rápidas y eficientes. <b>F4:</b> Fuente de financiamiento propia.	<b>F1-O3:</b> Ofrecer productos nuevos con la misma calidad y experiencia. <b>F2-O2:</b> Aprovechar los beneficios para expandir la producción. <b>F3-O3:</b> Implementar nuevas líneas de productos innovadores para los clientes mayoristas. <b>F4-O1:</b> Adquirir materia prima al contado.	<b>F1-A1:</b> Impulsar la compra de los productores en los puntos de ventas establecidos. <b>F1-A2:</b> Promocionar la marca en medios oficiales. <b>F4-A2:</b> Invertir en publicidad.
DEBILIDADES	DO	DA
<b>D1:</b> Falta de iniciativa para invertir en nuevas líneas de producción. <b>D2:</b> No cuentan con catalogo online, ni redes sociales, ni página web que los represente. <b>D3:</b> No acceden a créditos para expandir su producción. <b>D4:</b> Sin proyectos de expansión de mercado.	<b>D1-O4:</b> Adquirir más capital para innovar innovación en la producción. <b>D2-O3:</b> Utilizar medios oficiales y redes sociales como medio promocionales para satisfacer la demanda. <b>D4-O3:</b> Implementar estrategias para abarcar otros mercados.	<b>D2-A1:</b> Integrar un catálogo online más interesante que el de la competencia. <b>D4-A2:</b> Definir procesos que permitan crecer a la marca.

**Figura 21.** Estrategias FO-FA-DO-DA de la Microempresa Velas Diamante  
**Elaborado por:** Alava, 2022

Para este análisis también se realizó una asignación de ponderación por cada variable involucrada en la matriz FODA. La escala establecida es de 1 a 3, donde 3 es el nivel más alto que representa el 100% de calificación, el 2 es el nivel medio que significa el 50% de calificación, y por último el 1 es el nivel más bajo que significa el 0% de la calificación (Ramírez, 2017).

**Tabla 23. Ponderación FODA**

Nivel	Medición	Calificación
3	Alto	100%
2	Medio	50%
1	Bajo	0%

**Fuente:** Ramírez, 2017

**Elaborado por:** Alava, 2022

A continuación, se presenta la asignación de calificación de las variables extraídas a lo largo del estudio, lo cual permite verificar el grado y la diferencia que existe:

**Tabla 24. Matriz de totales y porcentajes**

	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas	Totales
	F1 (3)	D1 (3)	O1 (2)	A1 (3)	11
	F2 (2)	D2 (3)	O2 (3)	A2 (3)	11
	F3 (2)	D3 (2)	O3 (3)	A3 (2)	9
	F4 (3)	D4 (3)	O (1)	A4 (1)	6
Total =	10	11	9	9	37
Porcentaje =	26%	28%	23%	23%	100%

**Fuente:** Ramírez, 2017

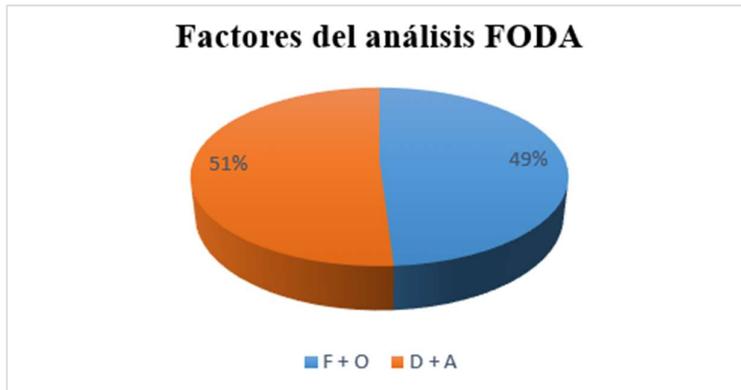
**Elaborado por:** Alava, 2022

Luego se realiza la optimización del balance estratégico utilizando el factor de optimización que proporciona el nivel prospero de la empresa, a largo plazo puede resultar bastante beneficioso; y también el factor de riesgo que muestra las limitaciones con relación al futuro de la empresa:

**Tabla 25. Factores del análisis FODA**

F + O	D + A	Total
49%	51%	100%

**Elaborado por:** Alava, 2022



**Figura 22.** Factores del análisis FODA  
Elaborado por: Alava, 2022

Con este resultado se puede observar que el balance positivo tiene una diferencia mínima de 2% entre las debilidades y amenazas, debido a que el resultado del factor de fortalezas y oportunidades es de 49%, lo que supone un nivel de riesgo alto cuando se suman, por esta razón se deberá centrar más en los factores de conocimiento, disposiciones de producción, redirección del mercado y distribución del capital propio. En las debilidades y amenazas se observó mayor ponderación en la demanda existente de productos innovadores y los beneficios que ofrece el Estado para la categoría de la empresa, mientras que en las amenazas la competencia y marcas reconocidas a nivel nacional es una de las variables con más ponderación, lo que significa que deben plantear estrategias pertinentes para evitar que esas amenazas perjudiquen a la microempresa.

## CONCLUSIONES

1. Los fundamentos teóricos descritos en el presente estudio, demuestran que existen importantes investigaciones que sirven para el análisis de las teorías que influyen en la actividad de una microempresa, las cuales son necesarias para señalar características importantes en el sector productivo y comercial de velas artesanales; además de conocer cómo funciona el comportamiento del mercado tanto físico como virtual.
2. Mediante el uso del instrumento de la encuesta, donde los encuestados fueron clientes mayoristas de la microempresa Velas Diamante, destaca ciertas variables de la demanda de velas enfocadas en asuntos religiosos y culturales, también compran con mayor frecuencia velas blancas pero no descartan la inclinación por adquirir productos derivados e innovadores.
3. La situación económica general de la microempresa productora y comercializadora de velas tiene deficiencias en los dos años analizados (2019-2020), se observó un exceso en la razón circulante en ambos años, lo que significa que hubo dinero que pudo ser invertido en líneas de producción innovadoras y publicidad que permite abarcar mayor mercado, en los indicadores de gestión en el año 2020 se utilizó 2,53 veces el activo conforme a sus ventas, mientras que en el 2019 hubo disminución en las utilidades.
4. Con el análisis FODA se determinó que las debilidades tienen mayor ponderación con un 28% por el cual se deduce que la falta de inversión a nuevas líneas de producción, la falta de promoción por medio de la webside y/o redes sociales, la falta de adquisición de créditos y la baja de iniciativa de expansión en el mercado, da como resultado a que la microempresa no logre captar un mayor número de clientes, lo que puede ser perjudicial en el largo plazo limitando el crecimiento mercado.

## RECOMENDACIONES

Las siguientes recomendaciones están dirigidas a la dirección de la Microempresa Velas Diamante:

1. Implementar nuevas líneas de producción según las exigencias del mercado, y con ello estructurar programas de incentivos para que los actuales clientes de Velas Diamante y los potenciales clientes puedan adquirir estos productos innovadores a base de parafina tales como; velas con formas de flores y corazón, cirios pascualitos y velas de colores en vaso de vidrio, lo cual permitirá que la microempresa pueda ofrecer variedades que resulten llamativas para el mercado actual.
2. Redirigir el exceso de liquidez a proyectos internos que resulten beneficiosos para la microempresa Velas Diamante; tratar que el dinero existente tenga una rotación que genere utilidades en el corto plazo.
3. Invertir en publicidad en las redes sociales, crear un catálogo online con todas las novedades, y el cual se actualice constantemente, puesto que el mercado actual está bastante sumergido en la globalización y la tecnología.
4. Diversificar el mercado potencial y el mercado existente, captando clientes minoristas que puedan comercializar el producto en el mercado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón O., & González, H. (2018). *El desarrollo económico local y las teorías de localización*. Revista Espacios, 39(51). Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n51/a18v39n51p04.pdf>
- Amilcar, A. (2003). *Análisis de eficiencia sobre explotaciones lecheras de la argentina* (Doctoral dissertation, Universidad de Córdoba). Recuperado de: <https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/257/13209760.pdf;jsessionid=C59601633D9416E809C6FB99E3FB7321?sequence=1>
- Andaluz, C. & Prudente, S. (2018). *Propuesta de mejora de los procesos de producción en la empresa Luz de América* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28550>
- Aragón, S., Castellanos, E. & Fuentes, J. (2019). *Diseño y construcción de un sistema para fabricación de velas aprovechando recurso geotérmico de baja entalpía* (Tesis de pregrado). Universidad de el Salvador, El Salvador. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/275580229.pdf>
- Arévalo, J., Bayona, R., & Rico, D. (2017). Las prácticas innovadoras de la gestión humana: una necesidad estratégica de las microempresas. *Revista Ciencias Estratégicas*. 25 (37), 15-24. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151353628002.pdf>
- Balleteros, E. (2014). Usos sociales de las velas: aproximación desde el análisis de materiales visuales. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, (28), 79-106.
- Burgos, A. (2017). *Factores que influyen en el comportamiento del consumidor*. Recuperado de: [http://www.xprtraining.com/introduccion\\_marketing/factores\\_influyen\\_comportamiento\\_consumidor.html](http://www.xprtraining.com/introduccion_marketing/factores_influyen_comportamiento_consumidor.html)
- Carrasco, F. (2014). *Venta online*. Ediciones Paraninfo, SA. Recuperado de: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2pGLBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=comercio+online&ots=bmrQCq2KaG&sig=UDpoqmaC8oxp6k0WwK321tP\\_VY0#v=onepage&q=comercio%20online&f=true](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2pGLBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=comercio+online&ots=bmrQCq2KaG&sig=UDpoqmaC8oxp6k0WwK321tP_VY0#v=onepage&q=comercio%20online&f=true)
- Carro, R., & González, D. (2012). *El sistema de producción y operaciones*.

- Cómbita, G. (2012). *Origen y evolución de la teoría del crecimiento impulsado por la demanda real*. Cuadernos de Economía, 31(56), 81-109. Recuperado de: <https://n9.cl/b9oxs>
- Córdova, N. (2018). *Propuesta de mejora del flujo productivo en la línea de producción de fanales de una pyme dedicada a la elaboración y comercialización de productos a base de parafina* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú. Recuperado de: <https://n9.cl/yc2nb>
- Esparza, N. (2017). El comercio electrónico en el Ecuador. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*. 2(6), 29-32. Recuperado de: <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/119/pdf>
- Fernández, A., Sánchez, M., Jiménez, H. & Hernández, R. (2015). *La importancia de la Innovación en el Comercio Electrónico*. *Universia Business Review*, (47), 106-125. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/433/43341001006.pdf>
- Gaither, N., & Frazier, G. (2000). *Administración de producción y operaciones* (Vol. 8). International Thomson.
- Gitman, L. & Chad J, Z. (2012). *Principios de Administración Financiera* (Décimosegunda Edición ed.). México: Pearson Educación.
- Goolsbee, A., Levitt, S. & Syverson, C. (2018). *Microeconomía*. Barcelona, España: Reverté. Recuperado de: <https://n9.cl/ctuqz>
- Grajales, T. (2000). *Tipos de investigación*. Recuperado de: <https://cmappublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Gómez, G. E. & Nava, R. M. (2018) Descripción de las teorías del desarrollo económico y desigualdad. *Revista Tiempo Económico*. 8(40), 53-64. Recuperado de: <https://n9.cl/lddvy>
- Hernández, N., Chongo, D. & Pérez, Y. (2014). *La teoría de la gestión financiera operativa desde la perspectiva marxista*. *Economía y desarrollo*, 151(1), 161-173. Recuperado de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842014000100013&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842014000100013&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación cuarta edición*. Iztapalapa, México: McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A de C.V.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Recuperado de: <https://n9.cl/s0ow3>

- Jiménez, R., Campos, P. & Hernández, J. (2018). Teorías clásicas de las organizaciones y el Gung Ho. *Revista Científica Visión de Futuro*, 22(1). Recuperado de: <https://visiondefuturo.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/177>
- Mariscal, Z., Rodríguez, J. & Castro, E. (2020). La planificación estratégica y su impacto en la rentabilidad de las microempresas. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*. 53(1), 1-15. Recuperado de: <https://n9.cl/2kw8d>
- Mejía, J. (2019) *Teoría de la innovación organizacional*. Recuperado de: [https://dca.cucea.udg.mx/sites/default/files/adjuntos/2019\\_teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_innovaci%C3%B3n\\_organizacional\\_una\\_descripci%C3%B3n\\_de\\_las\\_principales\\_escuelas\\_y\\_sus\\_contribuciones\\_por\\_autor.pdf](https://dca.cucea.udg.mx/sites/default/files/adjuntos/2019_teor%C3%ADa_de_la_innovaci%C3%B3n_organizacional_una_descripci%C3%B3n_de_las_principales_escuelas_y_sus_contribuciones_por_autor.pdf)
- Mogollon, E. (2019). *Modelo de gestión de calidad total sustentado en las teorías de Henry Fayol y de Edwards Deming para mejorar los procesos de dirección y control que afectan la administración educativa de la Institución Educativa "Fidel Oyola Romero" N° 055, distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes, departamento de Tumbes, Año 2015*. (Tesis de maestría) Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú. Recuperado de: [https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/6926/Mogoll%C3%B3n\\_March%C3%A9l\\_Eliana\\_Milagritos.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/6926/Mogoll%C3%B3n_March%C3%A9l_Eliana_Milagritos.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Molina, P. A. (2017). *Formulación de una propuesta para la aplicación del sistema justo a tiempo, para la fábrica de velas "Luz de América" de la ciudad de Guayaquil* (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. Recuperado de: <https://n9.cl/yywjb>
- Morelos, J., Fontalvo, T. , & De la Hoz, E. (2012). Análisis de los indicadores financieros en las sociedades portuarias de Colombia. *Entramado*, 8(1), 14-26. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1900-38032012000100002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032012000100002)
- Morán, G. & Alvarado D. (2010). *Métodos de investigación*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación. Recuperado de: <https://mitrabajodegrado.files.wordpress.com/2014/11/moran-y-alvarado-metodos-de-investigacion-1ra.pdf>
- Otero, A. (2018). *Enfoques De Investigación: Métodos Para El Diseño Urbano*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)

- Pérez, D. V. (2020). *Propuesta de automatización en la línea de producción para mejorar la productividad de una empresa de velas* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2955>
- Pérez, I. E., (2016). Las teorías del crecimiento económico: notas críticas para incursionar en un debate inconcluso. *Revista latinoamericana de desarrollo económico*, (25), 73-125. Recuperado de: <https://n9.cl/s24wj>
- Pleno de la Asamblea Constituyente (2008). *Ley de Defensa del Artesano*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado de: <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>
- Pleno de la Asamblea Constituyente (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado de: <https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Pleno de la Asamblea Constituyente (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado de: <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Orga%CC%81nica-de-Economi%CC%81a-Popular-y-Solidaria.pdf>
- Presidencia de la República del Ecuador (2011) *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Recuperado de: <https://n9.cl/005v>
- Ramírez, J. (2017). *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas*. Recuperado de: <https://n9.cl/gu0r6>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo Senplades (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado de: [https://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCTFINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCTFINAL_0K.compressed1.pdf)
- Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN (2018) *Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país*. Recuperado de: <https://n9.cl/cpzok>

- Solano, J. E. (2018). *Creación de una microempresa para la elaboración y comercialización de velas místicas artesanales, en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura* (Tesis de pregrado). Universidad Técnica del Norte, Ecuador. Recuperado de: <https://n9.cl/98xmg>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2019). *Portal de Información sector societario*. Recuperado de: [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf)
- Toscano, O. (2006). Las Teorías del Desarrollo Económico: Algunos postulados y enseñanzas. *Revista Apuntes del Cenes*, 26(42), 49–74. Recuperado de: <https://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/view/201>
- Trejo, N., Trejo, E., & Zúñiga, J. (2016). Análisis FODA del sector lácteo: un estudio de caso. *Revista de Planeación y Control Microfinanciero*, 2(4), 8-22. Recuperado de: <https://n9.cl/f3ty5>
- Westreicher, G. (2019) *Ratio de efectivo "Cash ratio"*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/ratio-de-efectivo-cash-ratio.html#:~:text=El%20ratio%20de%20efectivo%20o,sus%20equivalentes%20en%20el%20numerador.>

# ANEXOS

## ANEXO 1. Delimitación geográfica de la investigación



## ANEXO 2. Formato de encuesta página 1



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL

Facultad de Ciencias Sociales y Derecho

Carrera de Economía

**Autora: Álava Macías, Leonela Yuliana**



Encuesta dirigida a los clientes de la Microempresa "Velas Diamante"

¡Saludos cordiales! Se está realizando un estudio de investigación que servirá para extraer las variables que influyen en la actividad económica de la microempresa en cuestión, por esta razón se pide su apoyo contestando algunas preguntas. Muchas gracias por su colaboración.

**Seleccione la respuesta con una X en la opción de su preferencia**

1. ¿Qué tipo de vela compra con más frecuencia para su negocio?

a) Velas blancas



b) Velones



c) Velas aromáticas



d) Velas con diseños



## ANEXO 3. Formato de encuesta página 2



2. ¿Cuáles de las siguientes velas adquiriría para su negocio?

a) Velas con forma de corazón



b) Velas con forma de flores



c) Velas cirio pascualito



d) Velas de colores en vaso de vidrio



3. ¿Qué tan seguido sus clientes le compran velas?

- a) Siempre
- b) Frecuentemente
- c) A veces
- d) Pocas veces

4. ¿Por qué son las velas artesanales una necesidad en su negocio?

- a) Mi negocio se encuentra cerca de un cementerio
- b) Mi negocio se encuentra cerca de una iglesia
- c) Abastece spa y centros de terapia
- d) Abastece hoteles y centros de recreación nocturnos

5. ¿Cuánto es el gasto que usted destina en comprar velas para su negocio?

- a) De \$100 hasta \$1.000
- b) De \$1.000 hasta \$5.000
- c) De \$5.000 hasta \$25.000
- d) De \$25.000 o más

## ANEXO 4. Formato de encuesta página 3



6. Según la respuesta de la pregunta 5 ¿Cuál es su ciclo de reaprovisionamiento de velas con la microempresa Velas Diamante?

- a) Una vez por semana
- b) Una vez al mes
- c) Cada 2 meses
- d) Cada 3 meses o mas

7. ¿Qué tan satisfecho esta con su experiencia en el cumplimiento de los pedidos realizados?

- a) Nada satisfecho
- b) Poco satisfecho
- c) Neutral
- d) Muy satisfecho
- e) Totalmente satisfecho

8. ¿Qué tan importante considera los atributos de olor y color de las Velas Diamante con relación a la competencia?

- a) No es importante
- b) Poco importante
- c) Neutral
- d) Importante
- e) Muy importante

9. ¿Qué tan satisfecho esta con el profesionalismo del personal de la microempresa?

- a) Nada satisfecho
- b) Poco satisfecho
- c) Neutral
- d) Muy satisfecho
- e) Totalmente satisfecho

10. ¿Qué tan accesible son los precios con relación a la competencia?

- a) Nada accesible
- b) Poco accesible
- c) Neutral
- d) Muy accesible
- e) Totalmente accesible

## ANEXO 5. Formato de entrevista



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL**

**Facultad de Ciencias Sociales y Derecho**

**Carrera de Economía**

**Autora: Álava Macías, Leonela Yuliana**



Entrevista dirigida al Gerente General de la Microempresa "Velas Diamante"

Sr. Cesar Alava

1. ¿Por lo general, que influye en los clientes para comprar una vela artesanal?
2. ¿Qué objetivos persigue la organización?
3. ¿Cuáles son las fortalezas de la organización?
4. ¿Cuáles son las debilidades de la organización?
5. ¿Cuenta con una página web, redes sociales o realizan ventas en línea?
6. ¿Considera usted que los tiempos de respuesta de la fabricación de velas son ágiles?

## ANEXO 6. Orden de Compra de un cliente de la microempresa



### SOCIEDAD CIVIL

**Orden de Compra # 15295**

**Fecha:** 19/10/2021 19:05

**Establecimiento:** QUEVEDO MATRIZ

**Usuario:**

**Sucursal/Bodega:** MATRIZ

**Cód. Proveedor:** 4

**Empresa:** SOCIEDAD CIVIL

**RUC Proveedor:**

**Dirección:** Ciudadela SAN JOSE,

**Proveedor:**

**Dirección:** 28 DE MAYO N.1224 Y RICARDO  
ASTUDILLO-LOS RIOS / VENTANAS

**Teléfono:**

**Teléfono:**

**RUC:**

**Correo:**

**Fecha Emisión:** 19/10/2021

**Vigencia Hasta:** 25/10/2021

**Dirección Entrega:**

**Observaciones:** Generación a partir de Pedido Sugerido  
#120651

**Comentario Proveedor:** CREDITO 8 DIAS FECHA DE RECIBIDA  
DESCUENTO INCLUIDO EN FACTURA  
CUADRA FACTURA

**Favor cumplir con la fecha de vigencia de la orden, no se podrá recibir mercadería si excede esa fecha.**

No.	CODIGO INTERNO	CODIGO BARRA	DESCRIPCION	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD PEDIDA UNIDAD / KILOS	CANTIDAD GRATIS UNIDAD / KILOS	PRECIO UNITARIO SIN IVA (INCLUYEN TODOS LOS DESCUENTOS PACTADOS)	PRECIO TOTAL SIN IVA
1	004528	7861000240949	VELAS DIAMANTE 280GR. PAQ*3UN C3*50PAQ	Caja de 50		0.00		
2	004529	7861000240956	VELAS DIAMANTE 255GR. PAQ*6UN C3*50PAQ	Caja de 50		0.00		
3	004530	7861000240970	VELAS DIAMANTE 185GR. PAQ*6UN C3*50PAQ	Caja de 50		0.00		
4	004531	7861000241007	VELAS DIAMANTE 105GR. PAQ*6UN C3*50PAQ	Caja de 50		0.00		
<b>SubTotal</b>								
<b>Descuento</b>								\$0.00
<b>SubTotal</b>								\$33,844.38
<b>Sub Total + Adicionales</b>								\$33,844.38
<b>Base 12% IVA</b>								\$33,844.38
<b>Imp. 12% IVA</b>								\$4,061.33
<b>Adicionales</b>								\$0.00
<b>Total</b>								\$37,905.70



**ANEXO 7. Proceso de transformación de la materia prima**



**ANEXO 8. Maquinarias para la elaboración de velas blancas**



**ANEXO 9. Visita a la bodega secundaria ubicada en vía a Quevedo**



**ANEXO 10. Producto terminado y empaquetado (velas blancas)**



## ANEXO 11. Proceso de empaquetado de velas de colores

