



## **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO**

### **PROYECTO DE TESIS**

Previo a la obtención del Título de Tecnólogo en Administración de Empresas

### **TÍTULO DEL PROYECTO DE TESIS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN DE VELAS ARTESANALES  
ECOLÓGICAS PARA USO TERAPÉUTICO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

### **PROPUESTA**

Implementación de un producto artesanal elaborado de cera de vegetal y esencias naturales los mismos que no serán tóxicos para el medio ambiente.

**Autor:**

**OLARTE BAZÁN EVELYN ESTHER**

**Tutor:**

**Ing. Layla Yasmina Viteri Rade**

**AÑO**

**2020**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DIRECTIVOS**

---

Ing. ANTONIO MARQUES FIRMINO, MSc.

**RECTOR**

---

Ing. WALTER MALDONADO DE LA CRUZ, MSc

**VICERRECTOR**

---

Ing. ANTONIO MARQUES GUTIERREZ

**SECRETARIO GENERAL**

**ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

**Fecha:** Guayaquil 11, de noviembre del 2020

**ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. ANTONIO MARQUES FIRMINO, MSc.**

**RECTOR**

**Ciudad.**

Tengo el bien de informar que el egresado: Olarte Bazán Evelyn Esther con cédula de identidad: 0919409755 diseñó y ejecutó el Proyecto de investigación con el tema: Plan de negocio para la elaboración de velas artesanales ecológicas para uso terapéutico en la ciudad de Guayaquil. El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones dados por el (la) suscrito (a).

El autor ha ejecutado satisfactoriamente las diferentes etapas constitutivas del proyecto. Por lo expuesto se procede a la aceptación que pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

TUTOR (A)

---

Firma del Tutor  
**Ing. Layla Yasmina Viteri Rade**

**ACEPTACIÓN DE LA PROPUESTA****Fecha:** Guayaquil 11, de noviembre del 2020**Ing. ANTONIO MARQUES FIRMINO, MSc.****RECTOR****Ciudad.**

Tengo bien informar que el egresado Olarte Bazán Evelyn Esther con cédula de identidad 0919409755, diseñó, elaboró e implementó la propuesta: Plan de negocio para la elaboración de velas artesanales ecológicas para uso terapéutico en la ciudad de Guayaquil

El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones técnicas dadas por el suscrito.

El autor ha ejecutado satisfactoriamente las diferentes etapas constitutivas del desarrollo de la propuesta técnica; por lo expuesto se procede a la APROBACIÓN y pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente

---

**Ing. Walter Maldonado de la Cruz, MSc.****VICERRECTOR ACADÉMICO**

**DERECHOS DE AUTOR**

**Fecha:** Guayaquil 11, de noviembre del 2020

**Ing. WALTER MALDONADO DE LA CRUZ, MSc.**

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

**Ciudad.**

Para los fines legales pertinentes comunico a usted que los derechos intelectuales del Proyecto de Investigación:

Plan de negocio para la elaboración de velas artesanales ecológicas para uso terapéutico en la ciudad de Guayaquil.

Pertenecen al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO.

Atentamente

---

Nombre Egresado: Olarte Bazán Evelyn Esther

C.I.: 0919409755

EGRESADA.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedico principalmente a Dios, a mis hijas quienes son el motor fundamental de este largo camino, logrando ser una mujer firme en cada proyecto planteado y seré gran ejemplo para ellas ya que sembraron la motivación de la superación diaria.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco tanto a Dios y a mi madre quien dio siempre su ayuda para poder alcanzar mis metas por darme el ánimo, la fortaleza y enseñarme que nunca se debe rendir sin haberlo logrado, también agradezco al Instituto Tecnológico Superior Euroamericano por darme la gran oportunidad de estudiar en su prestigiosa Institución donde me forme y obtuve el conocimiento necesario para salir al mundo a poner en práctica mi conocimiento el cual fue impartido por todos los docentes que formaron parte de mi aprendizaje, también agradezco al profesionalismo y dedicación de mi tutora quien me supo guiar a un excelente trabajo.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Titulación, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO

Nombre Egresado Olarte Bazán Evelyn Esther

C.I.: 0919409755

EGRESADA.



## CERTIFICADO DE GRAMATÓLOGO

1 de febrero del 2021

Por medio de la presente, certifico que he revisado la redacción y la ortografía del contenido de la tesis con el Tema:

**“LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO ARTESANAL ELABORADO DE CERA DE VEGETAL Y ESENCIAS NATURALES LOS MISMOS QUE NO SERÁN TÓXICOS PARA EL MEDIO AMBIENTE, LOGRANDO BRINDAR A LA CIUDADANÍA UNA OPCIÓN DISTINTA EN LO QUE RESPECTA A AROMAS Y MASAJES DENTRO DE LAS TERAPIAS DE SALUD ALTERNATIVA.”**

Elaborado por la alumna **OLARTE BAZÁN EVELYN ESTHER**, previo a la obtención del Título de: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido concluyendo que:

- Se denota la pulcritud de la escritura en todas sus partes
- La acentuación es precisa
- Se utilizaron los signos de puntuación de manera acertada
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción
- Existe concreción y exactitud en las ideas
- No incurre en errores en la utilización de las letras
- La aplicación de la sinonimia es correcta
- Se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo por lo tanto de fácil Comprensión.

**Recomendación. - Antes de imprimir mejorar la segunda hoja. Las fechas deben estar asentadas. Poner el nombre completo del tutor donde va la firma. En el acta de veredicto final dejar en blanco la fecha, poner con mayúscula el nombre del alumno y la carrera a la que pertenece. Quitar los símbolos en forma de “x”. En el acta de veredicto final debe poner el título a obtener en mayúscula y presentar mejor los nombres.**

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como Lcda. en Ciencias de la Educación mención literatura y español, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÁFICA de su tesis previo a la obtención del título de: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Atentamente

*Lcda. Patricia Bernal Susana Emilia*  
**DOCENTE / UNIVERSITARIO**  
**REG: 2311-13-164182**

**ACTA DE VEREDICTO FINAL  
PARA LA SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Guayaquil al \_\_\_\_\_ el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO, convoco al tribunal integrado por los señores Mgs. Antonio Marques Firmino (Rector), Mgs. Walter Maldonado de la Cruz (Vicerrector Académico), Ing. Antonio Marques Gutiérrez (secretario), Ing. Layla Viteri Rade (Docente), en calidad de jurado calificador para la sustentación de tesis de grado del alumno egresado:

**OLARTE BAZÁN EVELYN ESTHER**

**De la carrera de “ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA”**

Después de haber observado y realizado las preguntas respectivas este TRIBUNAL resuelve:

APROBADO  NO APROBADO  SUSPENDER

**EL TEMA:**

Estudio de viabilidad para la creación y comercialización de jabones artesanales en la ciudad de Durán

En la ciudad de Guayaquil al \_\_\_\_ día de \_\_\_\_\_ del 2020, el **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO**, otorga el título de:

**TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

---

**MGS. ANTONIO MARQUES FIRMINO**

Promotor - Rector

---

**MGS. WALTER MALDONADO CRUZ**

Vicerrector Académico

---

**ING. ANTONIO MARQUES GUTIERREZ**

Secretario

---

**OLARTE BAZÁN EVELYN ESTHER**

Egresado

## Índice de Contenido General

INTRODUCCIÓN -----	20
CAPÍTULO I -----	24
EL PROBLEMA -----	24
1.1 Planteamiento del Problema -----	24
1.2 Ubicación del Problema en un Contexto -----	27
1.3 Beneficios de las velas de cera de soja.-----	28
1.4 Impacto Ambiental -----	29
1.5 Ciclo del Plan de Negocio de las velas artesanales. -----	31
1.6 Delimitación del Problema -----	32
1.7 Formulación del Problema -----	33
1.8 Sistematización del Problema-----	33
1.9 Creación de la necesidad -----	33
1.10 Objetivos de la Investigación-----	34
1.11 Justificación e Importancia de la Investigación-----	35
CAPÍTULO II -----	39
MARCO TEÓRICO -----	39
2.1 Antecedentes del Estudio-----	39
2.2 La mentalidad emprendedora. -----	45

2.3 La Ventaja Competitiva-----	45
2.4 Recopilación de Información Primaria -----	46
2.5 Recopilación de Información Básica -----	46
2.6 Segmentación de Mercado -----	46
2.7 Determinación de Espacios -----	47
2.8 Segmentación del Producto -----	48
2.9 Marco Conceptual -----	51
2.10 Tamaño del Mercado. -----	54
2.11 Tendencias del Mercado.-----	54
Capítulo III -----	56
Metodología de la investigación -----	56
3.1 Diseño de la Investigación.-----	56
3.2 Modalidad de la Investigación. -----	56
3.3 Tipo de Investigación. -----	57
3.4 Análisis de la oferta en el mercado de las velas. -----	57
3.5 Perfil del Consumidor. -----	58
3.6 Análisis Empresarial.-----	59
3.7 Estrategia de posicionamiento -----	59
3.8 Análisis Macro Ambiente - PEST-----	60
3.9 Análisis Microambiente -----	63

3.10 Análisis FODA -----	65
3.11 Análisis del sistema DFSS -----	66
3.12 Técnica e Instrumento de Investigación.-----	68
3.13 Objetivos de la Encuesta. -----	69
3.14 Objetivos Específicos de las Encuestas. -----	69
3.15 Población y Muestra. -----	70
3.16 Recopilación de Información. -----	70
3.17 Análisis de Resultados de las Encuestas. -----	70
3.18 Análisis General de la Encuesta.-----	80
Capítulo IV -----	82
PROPUESTA GENERAL -----	82
4.1 Análisis de Factibilidad-----	82
4.2 Etapas de la Metodología Del Proyecto -----	89
Capítulo V -----	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES -----	97
Conclusiones. -----	97
Recomendaciones. -----	99
Bibliografía-----	101
Anexos -----	102

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Ventajas de las Velas de Cera con las Velas de Parafina .....	30
<b>Tabla 2</b> Delimitación del Problema .....	32
<b>Tabla 3</b> Grupo de Edades en Ecuador .....	46
<b>Tabla 4</b> Segmentación del Mercado .....	49
<b>Tabla 5</b> Género de los Encuestados .....	70
<b>Tabla 6</b> Rango de Edades en compras de Velas Ecológicas .....	71
<b>Tabla 7</b> Con qué frecuencia Compran Velas .....	72
<b>Tabla 8</b> Finalidad de Adquisición .....	73
<b>Tabla 9</b> Modelos de Adquisición en Velas .....	74
<b>Tabla 10</b> Compra excesiva durante periodo de marzo a junio .....	75
<b>Tabla 11</b> Tamaño de las Velas .....	76
<b>Tabla 12</b> Facilidad de Lugares en las Compras de Velas .....	77
<b>Tabla 13</b> Característica en el Momento de la Compra.....	78
<b>Tabla 14</b> Rango de Precios.....	79

## Índice de Imágenes

<b>Ilustración 1</b> Masajes con Cera de Soja-----	37
<b>Ilustración 2</b> Masajes de Relajación-----	37
<b>Ilustración 3</b> Terapias con Aromas -----	38
<b>Ilustración 4</b> Masajes General con Cera de Sojas -----	40
<b>Ilustración 5</b> Ubicación Geográfica -----	48
<b>Ilustración 6</b> Ubicación Geo Referencial -----	51
<b>Ilustración 7</b> Matriz Interna y Externa -----	65
<b>Ilustración 8</b> Sistema DFSS -----	67
<b>Ilustración 9</b> Canal de Distribución -----	84
<b>Ilustración 10</b> Logotipo -----	91
<b>Ilustración 11</b> Niveles de Producto -----	93
<b>Ilustración 12</b> Matriz ANSOFF -----	94



## RESUMEN

Lograr la implementación y uso de las velas artesanales ecológicas en los centros de terapias alternativas, mediante el análisis y la investigación se determina que los centros terapéuticos dedicados al manejo de pacientes con sintomatología de estrés y otras morbilidades utilizarían un producto 100% natural, logrando llevar a cada usuario a la relajación, paz interior y al punto de un equilibrio emocional.

En la actualidad las velas que ocupan un gran mercado en la ciudad de Guayaquil están hechas de parafina material de sustancia derivada del petróleo, componentes tóxicos que afectan el ambiente y la salud de las personas.

La idea de este proyecto se basará en factores importantes como: el bienestar integral de cada usuario, el uso de sustancias orgánicas libres de agentes tóxicos.

Con la creación de una empresa unipersonal en la ciudad de Guayaquil, ubicada en la parroquia Febres Cordero, lugar donde se desarrollan las mejores elaboraciones de velas aromáticas logrando satisfacer al cliente.



Para el desarrollo de este plan de negocio mediante el estudio financiero se indica el valor de cada vela que será otorgada a nuestros clientes del centro de terapias alternativas la inversión, mediante análisis de indicadores y todos los estudios realizados y análisis previo logran la rentabilidad del proyecto efectuado.

## **ABSTRACT**

Achieving the implementation and use of organic handcrafted candles in alternative therapy centers, through analysis and research it is determined that therapeutic centers dedicated to the management of patients with stress symptomatology and other morbidities would use a 100% natural product, managing to bring each user to relaxation, inner peace, and the point of emotional balance.

Currently candles occupying a large market in the city of Guayaquil are made of paraffin material of petroleum-derived substance, toxic components that affect the environment and the health of people.

The idea of this project will be based on important factors such as: the integral well-being of each user, the use of organic substances free of toxic agents.

With the creation of a one-man company in the city of Guayaquil, located in the parish Febres Cordero, place where the best elaborations of aromatic candles are developed, managing to satisfy the customer.

For the development of this business plan through the financial study, the value of each candle that will be awarded to our clients of the alternative therapies center is indicated by the

investment, through indicator analysis and all the studies carried out and previous analyses achieve the profitability of the project carried out.

## INTRODUCCIÓN

Un plan de negocio para la elaboración de velas ecológicas que logra la solución de integrar un material a los procesos de masajes de relajación, mediante a metodologías y técnicas implementadas se logra poder resolver diagnósticos de salud que hoy en día son causales de varios factores.

Debemos tener en cuenta que existen productos en el mercado con diferentes finalidades como las velas de parafinas y ambientadores químicos, por lo tanto, este plan de negocio consiste en desarrollar velas aromáticas con aromas de esencias naturales, como base principal además la cera de soja logra cuidar la piel de cada paciente dentro de cada terapia realizada, así también se lograra armonizar el lugar donde se encuentre.

Así como la mente de los humanos no solo funciona para cubrir necesidades básicas, sino que una de nuestras grandes virtudes y ventajas es lograr poner nuestro ambiente agradable y hacer feliz a otras personas.

Con el encendido de una vela se crea instantáneamente una atmósfera de relación.

De la iluminación que de ella se desprende estimula todos los sentidos del cuerpo produciendo una sensación reconfortante, con un cálido aroma de sus esencias.

Las velas ya sea su característica siempre han estado presentes en el mundo. Es esta la pasión que me motiva a elaborar y ofrecer a nuestros clientes, velas aromáticas y decorativas de alta calidad, siempre garantizando un producto que sea biodegradable, pensando siempre en nuestro planeta tierra.

Toda la información que contenga este proyecto se refleja en este trabajo será informativa e investigativa la cual se orientará mucho al cliente final en cuanto a cada componente de las velas logrando la confianza y seguridad para que continúe la implementación de este producto en su área de trabajo.

La soja o soya es una leguminosa, cultivada por sus semillas y se utilizan en la alimentación humana, fuente ilimitada, renovable y biodegradable que se cultiva en nuestro país, logrando dar grandes beneficios saludables.

Lo que se pretende es elaborar velas 100 por ciento artesanales la cual no solo es una propuesta decorativa si no atractiva en aroma, en precio, en seguridad y además amigable con el ambiente, las velas poseen colores y aromas perdurables durante su iluminación entregada en envases de vidrio para evitar cualquier suciedad en el lugar donde sean utilizadas.

Las velas con esencias muy aparte de ser un producto de decoración tienen ciertas propiedades por el simple hecho de tener componentes con el que se mezcla, en comparación a las velas normales.

La esencia con la que se conjuga este producto logra realizar una fusión espectacular de aromas y sensaciones únicas para quienes lo perciben.

Otros beneficios muy importantes es que ayuda al medio ambiente y logra un cambio de vida.

Este producto al combinarlo con masajes corporales profundos se logra bajar la carga de estrés que posee quien recibe el masaje, estudios comprueban que el estrés está dentro de los índices de morbilidad del sistema de salud.

El masaje terapéutico indica efectivamente que logra aliviar contracturas musculares, dolores y en algunos casos la falta de elasticidad. Se describe como un masaje profundo y enérgico logrando aliviar un problema muscular concreto.

Los terapeutas logran dar una serie de técnicas especializadas de masaje, producto que ayudará a deslizar los dedos del terapeuta sobre la piel del paciente así evitando irritaciones o más dolor en el momento de atención.

La piel logra estirarse y es más fácil manipularla de tal manera que promueve el flujo linfático y libera toxinas que el cuerpo tiene.

Si se realiza adecuadamente los masajes, este método tiene una gran cantidad de propiedades curativas y antiinflamatorias en conjunto a la cera aplicada.

Mediante este plan de negocio se detalla los beneficios fundamentales de cada uno de los componentes de las velas de sojas las cuales serán detalladas para mejor comprensión y aceptación por parte de nuestros clientes, así como también la aceptación e implementación del producto en un sistema de salud alternativo.

La cera de soja logra tener características muy diferentes en comparación a la cera de parafina, por lo tanto, la cera orgánica se debe almacenar en envases de vidrio para su conservación permanente de las esencias que lo integran.

La parafina es un producto derivado del petróleo, es sometida a varios procesos de refinación esto implica la eliminación de aceites, para dar como resultado a una vela no contaminante del medio ambiente por parte de las personas y fábricas industriales que lo elabora.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 Planteamiento del Problema**

Enfocada en las oportunidades del día a día se desarrolla la gran oportunidad de negocio importante que lograre fomentar en ideas únicas, pero solo depende de quien las plantee y llegar a un objetivo claro y verificable para poder determinar el éxito.

Las circunstancias personales también son un factor de problema importante ya que logra la desconcentración del ser humano, cuando una persona tiene problemas se olvida de muchas cosas y hasta logra el cambio de su estado de ánimo, se les dificulta tanto lograr la captación de algo, así también el estrés laboral y puede afectar mucho.

Una de las causas graves es la escasez de petróleo que está actualmente generando causas irreversibles en el país, así también la falta de empleo que está pasando el Ecuador.

La economía en nuestro país también afecta el sistema de elaboración de productos artesanales para la expansión a varios mercados por el alto valor de su materia prima.

Otras causas importantes es el desconocimiento por parte de la ciudadanía sobre terapias alternativas nocivas para el cuerpo.



Mediante objetivos concretos se determinará la efectividad del uso adecuado y la implementación de algo totalmente saludable, teniendo en cuenta siempre que la preocupación se genera en el sistema de salud al incremento de las enfermedades causadas por el estrés.

Es importante recalcar que las velas elaboradas artesanalmente con cera de soja se consumen en su totalidad a un 100% sin dejar desperdicios de material en el recipiente donde se encuentren, así mismo sus esencias quien la completa logra estimular el sistema nervioso de las personas con el hecho de aplicarla o encenderlas en el hogar.

Mediante el análisis respectivo, se podrá elaborar un plan de marketing efectivo que pretende establecer estrategias únicas de consumo a las personas que están con problemas altos de desorden emocional por las actividades variadas y acorde a todo lo que está pasando en el Ecuador la cual generan cambios en las formas de afrontar los diversos escenarios críticos en los que interactúa cada una en el desarrollo de la cotidianidad de la vida, el estrés ha llegado a ser una causa de malestar de las personas catalogado por estudios médicos como una enfermedad, que no solo puede ser tratada con medicamentos, sino que además requiere terapias psicológicas y reflexivas las mismas que ayudaran a una vida placentera.

Debido a la tendencia de la revalorización de lo natural descrita anteriormente, se hace más reconocida la MAC (ver anexo 1). Según la OMS <sup>8</sup>:

Basado en investigaciones propias por parte de China, se logró saber que el uso de la medicina tradicional son parte de las atenciones del mundo, ya que supera los índices más altos de

atención con el 40%, mientras tanto otros países desarrollados se está llegando a conocer cada vez más, la población está optando por saber cada beneficio de la medicina tradicional logrando el interés en muchos que en la actualidad la están aplicando, pero cada vez las prácticas y enseñanzas se van renovando gracias a las investigaciones otorgadas por el ser humano, indicadores multinacionales muestran que Australia va al pie con el 48%, mientras el territorio de Canadá con un 70%, sin dejar a un lado las investigaciones científicas por parte de EE.UU., con un 42%.

Así mismos países que han logrado obtener interés en esta rama de la medicina en estudio es Bélgica con un 38% a diferencia de Francia con un 75%.

Mediante las tendencias obtenidas por “Green”, la “Búsqueda del bienestar” y “Aumento en el consumo Premium”, logran una combinación de percepción a un grupo grande de investigadores por saber más sobre estas terapias, la cual han comprobado la efectividad de un negocio óptimo, brindando bienestar a las personas y orientación en problemas de salud, y a su vez generan fuente de ingresos económicos. Este genial proyecto de lograr la implementación de algo nuevo estará dirigido a las personas que buscan un bienestar natural, valorados siempre por el profesional terapéutico que garantizará la atención oportuna y eficaz del paciente.

Por esta razón detallada anteriormente mi proyecto se basa en la elaboración de un plan de negocio para el centro de terapias de biomagnetismo quienes utilizan varias técnicas de relación del cuerpo y mente de la persona.

Los centros de terapia alternativa logran el uso de este producto ya que contará con grandes beneficios importantes para la salud y además por el simple hecho de que contiene componentes de la cera de soja y esencias naturales, en cuanto a la demanda también se pueden utilizar en los hogares todas las personas podrían adquirirlas por diferentes necesidades que la vela cubre, con lo que se analizará el crecimiento de la empresa es posible.

### **1.2 Ubicación del Problema en un Contexto**

La implementación de una sustancia biodegradable no tóxica para el ser humano y con gran aroma en el momento de usarla se efectuará en la ciudad de Guayaquil específicamente en la parte centro donde se encuentra ubicado el centro de biomagnetismo, el mismo que utilizarán dentro de sus terapias las velas ecológicas con base de cera de soja en los masajes y sistema de relajación por inhalación de sus pacientes contribuyendo ingresos adicionales para ellos y dar la oportunidad que nuestros productos sean conocidos, debido a las falencias por la desinformación muchos centros de terapias alternativas o por el costo elevado de las mismas no son utilizados.

Como consecuencia del problema descrito anteriormente, la falta de desconocimiento de los requerimientos de los clientes, representan una desventaja frente a la utilización de la cera en los masajes.

La oportunidad de emprendimientos de hoy en día en el mercado ecuatoriano ha avanzado de una manera extraordinaria dentro de los sectores públicos y privados, pero de la misma manera requiere que se obtengan medidas de bioseguridad al momento de elaborar un producto para su uso humano.

La falta de conocimiento por parte de las personas logra que utilicen las velas en general de componentes químicos muy tóxicos, ya que en el mercado ecuatoriano son muy adquiridas por sus valores de adquisición bajos, y se dejan llevar por algo novedoso, no teniendo en cuenta la gravedad que puede ocasionar.

La situación actual determina un gran vacío de la utilización de este producto 100% ecológico con un alto grado de valor nutritivo, por lo tanto, lograr tener una mejora para continuar con el crecimiento de la elaboración de este producto.

### **1.3 Beneficios de las velas de cera de soja.**

La cera de soja equivale al 100% de cera orgánica y natural, las mismas que son extraídas de las semillas de las plantas. Una gran alternativa a las tradicionales velas de parafina que son derivados del petróleo y otros productos químicos.

La cera de soja tiene una gran ventaja nutricional a diferencias de las otras, se detalla a continuación cuáles serían sus beneficios:

Gran ventaja económica.

Gran ventaja estética.

Gran ventaja en la salud alternativa.

Este producto al calentarse se convierte en un aceite para masaje en conjunto a las esencias que lo complementa, también son muy hermosas como adornos y decoración dentro del hogar.

La cera de soja en el momento de su utilización se consume todo el contenido sin dejar residuos en el envase y mucho menos ensucia las superficies donde está, duran mucho más el tiempo de encendida que las veas tradicionales, se limpia fácilmente lo ocasiona quemaduras de alto grado en el cuerpo de la persona que la utiliza.

Las velas de cera de soja tienen una textura muy suave y delicada otorgando un acabado con gran estética.

La utilización de esta logramos que el sistema agrícola sea más rentable ya que se otorga fuentes de trabajo a nuestros hermanos agrícolas.

#### **1.4 Impacto Ambiental**

Mediante análisis se pudo determinar que los resultados obtenidos en la gran investigación de prueba EPA, demostró científicamente que el humo de las velas no orgánicas y que son compuestas con químicos logran causar daños grandes a la salud del ser humano por sus componentes tóxicos de gran magnitud.

Así mismo determinó la Asociación Americana del Pulmón y advierte que las velas de parafina podrían emitir aire tóxico en el hogar la cual podría afectar a personas con problemas respiratorios, dentro de los rangos de edades generales.

Por lo tanto, mientras sean ubicadas y encendidas en lugares abiertos sin ningún tipo de exposición hacia una persona enferma no causa daño alguno, pero las velas de derivados naturales no ocasionarán daños al medio ambiente ni a la salud de las personas, se cuenta con esencias 100% naturales la cual juega una combinación en la elaboración de este producto, sabemos que en el spa se utiliza con fin de dar un tipo de sensación de relación mediante a su aroma.

“La Huella Ecológica per cápita de un ecuatoriano promedio es aproximadamente 1,7 veces menor que la Huella Ecológica per cápita mundial. Además, el 75% de la Huella Ecológica per cápita de un ecuatoriano se atribuyó al consumo en hogares.” (Ministerio del Ambiente, 2016)

Las velas de cera de sojas orgánicas, además de ser 100% orgánicas son totalmente nocivas ya que son del grupo de plantas que crecen en los campos con cuidados únicos por parte de los agricultores, la esencia que sale en el momento de transformación de esta desarrolla las más altas elegancias en ceras y su duración al encenderlas son perdurables.

***Tabla 1 Ventajas de las Velas de Cera con las Velas de Parafina***

Velas Ecológicas de Cera	Velas de Parafina
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Son 100% naturales y no dañan el medio ambiente.</li> <li>● Totalmente renovables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Su uso es tóxico, derivado del petróleo.</li> <li>● Fomentan la renovación o el consumo petroquímico.</li> </ul>

- Duran de 2 – 3 veces más su iluminación y fragancia.
  - No manchan las superficies
  - El insumo que es parte de las velas para su encendido son las mechas, también pueden causar daños si no son complementadas con la materia prima orgánica. Por lo tanto, se recomienda el uso orgánico en su totalidad.
  - Se genera mancha de la misma sustancia que son elaboradas, dejando un color como negro en sus envases.
- 

**Fuente:** páginas web

**Elaboración:** Evelyn Olarte

### **1.5 Ciclo del Plan de Negocio de las velas artesanales.**

Este análisis comprende tres etapas puntuales a la elaboración de un plan de negocio.

- ✓ Pre-inversión... Basados en estudios.
- ✓ Inversión.... Ejecución del plan de negocio.
- ✓ Operación... Paso final y funcionamiento en marcha del negocio.

Cada negocio debe implementar un plan efectivo para que a futuro no surjan errores ni fallas, una exitosa Pre-inversión detallada en estudios complejos se podrá identificar cada factor de riesgo.

La inversión, ejecución del plan efectuado desde el inicio de la fabricación y de las estrategias de marketing implementadas para que el producto sea aceptado sin problemas.

La operación, la finalización de un plan estratégico efectivo que consistirá en el desarrollo de estrategias que se iniciaran desde el punto psicológico del cliente, para llegar a la adquisición efectiva.

## 1.6 Delimitación del Problema

*Tabla 2 Delimitación del Problema*

CAMPO:	Centros médicos y hogares.
ÁREA:	Medicina
ASPECTO:	Estrategia de implementación de velas con cera de soja.
TEMA:	Plan de negociación para uso de velas de cera ecológicas.

**Fuente:** páginas web

**Elaboración:** Evelyn Olarte



Mediante el análisis respectivo se logrará introducir al sistema de salud alternativo un producto 100% ecológico no contaminante del planeta y saludable para las personas que lo usen.

### **1.7 Formulación del Problema**

¿De qué manera se puede fomentar la atracción de los clientes para que requieran masajes con la cera de velas de sojas?

### **1.8 Sistematización del Problema**

¿Por qué los centros de biomagnetismo no utilizan ceras de velas en sus terapias?

Solo se utiliza como terapias los imanes y máquinas que logran la estabilidad emocional.

¿Por qué no cuentan con la implementación de masajes con cera de vela ecológica?

Por el costo del insumo, logran sustituir la cera por otro componente.

Este plan será accesible a todas las personas de los centros de terapia alternativas que tengan el interés de incorporar a sus técnicas el área más fomentada de la aromaterapia, se espera que aquello sea de mucha aceptación de los clientes, ya que las velas son un toque de elegancia para el hogar y sus beneficios excelentes para la salud.

### **1.9 Creación de la necesidad**

Mediante este proyecto de negociación se logrará satisfacer las necesidades del consumo de la cera de vela de sojas, mediante un proceso de delimitar investigación y profundización en el tema.

Tener siempre clara la problemática socioeconómica de las personas que visitan los centros de terapias alternativas dándoles gran importancia en sus gustos y diseños.

Informar al cliente que las velas aromáticas, muy aparte de ser un adorno exclusivo de los hogares, se pueden utilizar para terapias rehabilitadoras.

Dar siempre la información al cliente que acuda al centro médico que la aromaterapia es una rama de la medicina alternativa y que con las velas de cera de sojas y a sus componentes como esencias naturales logran el mejoramiento total de la salud física y mental.

Desarrollar colores de acuerdo con la necesidad de los clientes quienes se identificarán con cada una de ellas.

## **1.10 Objetivos de la Investigación**

### ***1.10.1 Objetivo General***

Desarrollar un plan de negocio para la elaboración de velas artesanales ecológicas para uso terapéutico en la ciudad de Guayaquil.

### ***1.10.2 Objetivos Específicos***

- Fundamentar de manera teórica los pasos necesarios para la elaboración de un plan de negocios para la comercialización de un producto.
- Diagnosticar el mercado para la creación de un negocio que elabora velas artesanales ecológicas en la ciudad de Guayaquil.

- Proponer un plan de negocio que permita la comercialización de velas artesanales ecológicas en la ciudad de Guayaquil, para el uso terapéutico que mejoran la salud.

### **1.11 Justificación e Importancia de la Investigación**

En el centro de biomagnetismo de la ciudad de Guayaquil no se brinda la aplicación de ceras como parte de los masajes de relación al usuario que acuden por terapias, usan terapias alternativas con los imanes logrando un tratamiento rápido y que consiste en pasar por todo el cuerpo, la cual detectan las anomalías clínicas presentadas y así logran restaurar su sistema nervioso.

El cuerpo del ser humano está regulado por diferentes estados magnéticos caracterizados como polaridad positiva y negativa.

Dentro de este proceso de implementación logró dar a conocer que los masajes con cera adicional a su aroma y gran iluminación que resplandece al encender una vela se logra la estabilidad emocional del paciente, se logra que el masaje sea aún más relajante.

La persona que realizará el masaje respectivo expandirá en todo el cuerpo del paciente la cera de soja, logrando estimular las partes de este y a su vez dar esa sensación relajante con agradable aroma, por lo que se logra recuperar las energías perdidas, así mismo se logrará aliviar su estrés y equilibrio emocional.

La energía que proyecta la flama de una vela, aroma, diseño y color logra un poder místico dentro del ser humano ya que logra la concentración más fácil y alivia sus problemas de estrés, todas las personas en particular logran encender una vela con cualquier fin ya sea religioso o complementario a su vida, el encender una vela en casa representada con los colores de mayor agrado se logra esa sensación única.

Se ofrecerá al cliente que acuda, una vela de cera de soja con diseños novedosos ya que las velas no solo cubren la necesidad de alumbrar, sino también de decorar un ambiente agradable, creando un lugar cálido.

Es importante mencionar cada detalle de la presentación de las velas la cual cubre la expectativa del cliente más exigente, la cera de soja naturalmente nutritiva y sus aceites esenciales logran complementar esa delicadeza de las velas ecológicas.

#### ***1.11.1 Justificación Práctica.***

Mediante la transformación de un cambio a la matriz productiva en la elaboración de un producto se adoptada procesos de cambios para una mejora dentro de los niveles de vida de la población ecuatoriana, logrando implementar una idea de emprendimiento que servirá de gran ayuda a los usuarios y así mismo logra nuevas fuentes de empleo, solo con el desarrollo de las pequeñas industrias.

Al reciclar los envases de vidrios se ahorra materiales y energía en su elaboración. La utilización de materiales biodegradables reducirá notablemente la contaminación del medio ambiente y reducirá costos de producción en la industria.

Se logrará implementar un 100% de utilización de la cera de soja en cada masaje a los pacientes logrando siempre dar lo mejor.



**Ilustración 1** Masajes con Cera de Soja

Fuente: Páginas Web

Todo el uso respectivo indicado en las siguientes imágenes.



**Ilustración 2** Masajes de Relajación

Fuente: Páginas Web

Cada terapia será aplicada cumpliendo las normas de bioseguridad que indica los reglamentos de salud, para así no causar efectos secundarios en los pacientes.



**Ilustración 3** Terapias con Aromas

Fuente: Páginas Web

Cada terapia representa una estimulación única, que se logrará brindar mediante lo corporal y la inhalación respectiva de los aromas de cada vela con los toques únicos y exclusivos.

Se logra incorporar adicionalmente los aromas que salen de cada vela encendida para dar esa sensación espiritual, logrando un punto de equilibrio.

La relajación del cuerpo es fundamental en estas terapias así mismo como la estimulación mental, para que cada aplicación sea buena y que causen bienestar se pondrá en las áreas la iluminación respectiva y los olores cálidos para que la parte sensorial empiece actuar.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes del Estudio

La cera de soja es una cera vegetal, 100% natural sacada desde la planta que lleva su nombre, no tiene nada que ver con las parafinas que provienen del petróleo, la cera de soja es una materia prima orgánica que no afecta el medio ambiente.

Los masajes corporales se consideran como movimientos ejecutados por el profesional que realiza la terapia en el cuerpo de la persona afectante, logrando aliviar molestias generales del cuerpo que son provocados por diversos factores del entorno social, la persona que realiza la actividad del masaje profesional es totalmente acta y con conocimientos grandes en cuantos a la anatomía del cuerpo para evitar lesiones que se puedan ocasionar.

Es importante indicar que los masajes terapéuticos deben ser realizados por expertos y no siempre son recomendables para las mujeres embarazadas, tras una intervención quirúrgica reciente, o en caso de enfermedades vasculares inflamatorias o infecciones. Además de la técnica se utilizan productos como los aceites esenciales. (Biomanantial, 2020)

La gran mayoría de las velas que se encuentran fabricadas de parafina que libera compuestos tóxicos en el aire y contiene perfumes sintéticos pero que con las velas de soja se mantendrá el cuidado del medio ambiente sin dañar el sistema respiratorio de las personas y

cuidando siempre el entorno, las mismas que favorecen el bienestar integral y gracias a las propiedades de la aromaterapia de estas velas.



**Ilustración 4** Masajes General con Cera de Sojas

Fuente: Internet

El Biomagnetismo se considera una técnica terapéutica no dañina por no causar descomposiciones en el organismo por causa de fármacos, la misma que fue descubierta por el mexicano Isaac Goiz Duran, hace 29 años, manifestó que es una técnica basadas en imanes, que logra restablecer el equilibrio psicomotriz de la persona y la obtención del estado físico e intelectual sano. El biomagnetismo puede utilizarse antes como prevención, durante como tratamiento o después como rehabilitación de una enfermedad, sin alterar prescripciones o intervenciones médicas. (AYNI, 2017)

Por lo tanto, el Biomagnetismo proporciona grandes beneficios esenciales como:

- ✓ No produce daños ni efectos colaterales.
- ✓ Mitiga el dolor y la inflamación.



- ✓ Estimula y oxigena los tejidos.
- ✓ Equilibra el PH en los órganos y sistemas del cuerpo.

El Biomagnetismo estará siempre en el área de la medicina alternativa más utilizadas por las personas que necesitan lograr una estabilidad emocional efectiva, y no lograr suministrar fármacos que a la larga dañan la salud. Por lo tanto, estos centros de atención logran integrar a su cartera de servicios las rehabilitaciones, magnetoterapias, electroterapias y muchas más. Las personas que acuden a estos centros de atención van en busca de lograr una estabilidad emocional, sacar el estrés que es producido por varios factores y llegar a eliminar en lapsos breves varias enfermedades causadas por virus y bacterias.

Se logra llegar a la solución de los problemas mediante la corrección de esta, siendo el alivio general del cuerpo. Gracias a los métodos de biomagnetismo y su gran energía de polaridad, logra que el cuerpo se regrese a un punto de equilibrio. Mediante la integración de energía de la polaridad negativa puede contrastar la carga de polaridad positiva y así anular toda descompensación del cuerpo del usuario.

Los imanes utilizados en el centro de Biomagnetismo logran regular la circulación de varios componentes del cuerpo, los imanes se dejan actuar durante en unos 10-15 minutos para ser reconocidos por las zonas de potencial energético en el cuerpo y encontrar la parte de afectación de la persona.

Mediante todos los usos respectivos a Imanes se logrará incorporar este producto de uso natural en cada terapia de masajes y aromaterapias logrando que el cliente se sienta muy relajado.

La aromaterapia otorga beneficios únicos como analgésicas, antibióticas, antisépticas, astringentes, sedantes, expectorantes y diuréticas y pueden contrarrestar una amplia de patologías neurológicas causadas por las condiciones físicas que a diario se mantiene, refiriéndose como los malestares gastrointestinales, las relacionadas con el estrés laboral o familiar, trastornos del estado de ánimo en general, los problemas circulatorios, las infecciones respiratorias entre otras.

La aromaterapia también ofrece beneficios psicológicos, ya que la volatilidad de algunos aceites o facilidad con que se evapora en el aire tiene un efecto calmante que facilita la relajación logrando ingresar al sistema nervioso del cliente siempre realizado con esencias naturales donde no afecte el sistema respiratorio, las velas de sojas son naturales indefensas que no perjudica a la persona.

Las velas de cera orgánica logran tener más perfume en su consistencia sólida y por tal motivo se logra llegar a un ambiente lleno de aroma, por lo tanto, el centro de Biomagnetismo tendrá la fragancia perdurable de las misma ya sea estas encendidas o apagadas con sus extractos de esencias naturales y aceites logran la fusión más suave y estable.

Mediante la inhalación de las esencias que contienen las velas de sojas la aromaterapia es más efectiva ya que es una forma directa o indirectamente por el conducto nasal del cliente. La aplicación de varias gotas de un aceite esencial se puede aplicar en un pañuelo o directamente en

la piel del paciente logrando suavemente la inhalación cuando se esté realizando el masaje con estas ceras orgánicas.

Las mismas tienen una textura suave, ligera y cremosa parecida a la del yogur, dándole a la vela un acabado agradable a la vista, sabiendo que el impacto emocional también se implementa la visión del paciente.

El personal que utilice el producto al derretir, la cera logrará que se transforme en un aceite vegetal limpio para la aplicación.

Al ser 100% natural y no estar derivado del petróleo, no afectará ni cambiará el color de los envases donde se mantendrá su sustancia compacta. Son solubles en agua.

La lista de aceites esenciales y sus propiedades medicinales es larga, pero bien valdría la pena consultar en una tabla o en un libro la gran variedad de esencias y los beneficios que cada una de ellas aporta. Cada aceite aporta sus cualidades curativas en un gran número de enfermedades. Existen aceites que ayudan a remediar dolores musculares, espasmos, reumas, erupciones e irritaciones cutáneas como el acné, salpullido, picaduras, quemaduras, etc., así como también encontramos que enfermedades cardiovasculares, renales, hepáticas, estomacales, y respiratorias pueden ser tratadas con gran efectividad a través de esta terapia. (Biomanantial, 2020).

Se aconseja al personal del centro de Biomagnetismo que antes de colocar aceites esenciales sobre la piel, se debe realizar una prueba mediante la aplicación de una pequeña cantidad

de aceite diluido detrás de la muñeca para saber si no existe alergias a este producto determinando si producen irritación o enrojecimiento, el aceite debe diluirse más y si en una segunda prueba continúa la irritación, deberá evitarse por completo, mediante esta técnica lograremos evitar eventos adversos.

### ***2.1.1 Teoría del Triángulo Invertido.***

El fabuloso Freire creó un diseño sencillo del gráfico que muestra los aspectos muy importantes en tres pasos sencillos y esenciales de todo proceso del emprendimiento. Donde debe de existir un equilibrio de ideas planteadas como de un capital, desarrollado en un triángulo invertido para mayor análisis de esta. Este emprendedor creó una secuencia catalogando al empresario como el vértice inferior y el apoyo de la estructura empresarial sus componentes dando el otro extremo. También indica que la base del triángulo invertido del emprendiendo es el emprendedor de la mayor idea a fluir porque son sus cualidades quien lograra que este sea un exitoso trabajo lleno de buenas de ideas y logrando siempre alcanzar el éxito deseado. (SALVADOR, 2020)

Como emprendedora de un proyecto nuevo tendré la clave en el triángulo invertido del emprendimiento, indistintamente de mi edad, condición social o económica. Tendré siempre la seguridad en todo este análisis para que siempre continúe al avance firme y como lo menciona Andy Freire y dependerá que no se desmorone toda la estructura de mi proyecto.

## **2.2 La mentalidad emprendedora.**

Mediante estos tiempos se debe lograr establecer metas futuras para llegar a más objetivos deseados, no solo permanecer en un solo ambiente laboral si no que tratar de fomentar un camino de éxito, teniendo en cuenta que los trabajos externos no son perdurables.

El avance de la informática y su evolución del sistema logran la sustitución de muchos puestos de trabajo. Sin embargo, las empresas se siguen peleando por contratar empleados con mentalidad emprendedora.

Llegar a tener una mentalidad emprendedora logra a un desarrollo económico super bueno durante toda la situación que puede estar pasando el gobierno de donde se vive, solo es cuestión de pensar y echar ideas claras para cogerlas y desarrollarlas en propuestas efectivas.

## **2.3 La Ventaja Competitiva**

Siempre he estado de acuerdo con las teorías de un gran personaje como Michael Porter, el realiza muchas indicaciones sobre cómo determinar conceptos tradicionales a un concepto de planificación y desarrollo empresarial, Porter siempre habla de sus tres estrategias que nos servirán mucho mediante el desarrollo de este plan de negocios de las velas de ceras de sojas que serán utilizadas en como terapias alternativas de salud, tenemos sus detalles basados en este proyecto.

El liderazgo: la oportunidad del ingreso de un producto nuevo en el mercado de la salud alternativa.

La diferenciación: será atractivo para el cliente que acuda por masajes de biomagnetismo tratar de incentivar que use algo nuevo.

El enfoque: consiste en estar siempre pendiente del segmento del mercado y en ofrecer el mejor de nuestros productos de velas de cera.

## 2.4 Recopilación de Información Primaria

Esta información se la recopila por medio de encuestas a los clientes y entrevistas cara a cara que se realizarán a los terapeutas del centro de Biomagnetismo de la ciudad de Guayaquil.

## 2.5 Recopilación de Información Básica

Se recolectó información a través del Internet, así también en fuentes confiables como Instituciones Públicas (INEC).

## 2.6 Segmentación de Mercado

Se realiza la recopilación de información mediante página web del instituto nacional de estadística y censo (INEC), que mostrará la cantidad de población dentro del territorio ecuatoriano específicamente en la ciudad de guayaquil.

*Tabla 3 Grupo de Edades en Ecuador*

<b>GRUPOS DE EDAD</b>	<b>TOTAL, PAÍS</b>	<b>GUAYAS</b>
<b>TOTALES</b>	<b>17.510.643</b>	<b>4.387.434</b>
<b>&lt; 1 año</b>	<b>331.139</b>	<b>79.528</b>
<b>1 - 4</b>	<b>1.326.976</b>	<b>317.607</b>
<b>5 - 9</b>	<b>1.676.535</b>	<b>401.063</b>
<b>10 - 14</b>	<b>1.682.311</b>	<b>404.765</b>

<b>15 - 19</b>	<b>1.619.198</b>	393.198
<b>20 - 24</b>	<b>1.515.761</b>	373.271
<b>25 - 29</b>	<b>1.397.212</b>	348.362
<b>30 - 34</b>	<b>1.287.159</b>	325.838
<b>35 - 39</b>	<b>1.189.296</b>	308.666
<b>40 - 44</b>	<b>1.076.995</b>	286.129
<b>45 - 49</b>	<b>951.067</b>	255.367
<b>50 - 54</b>	<b>833.293</b>	224.339
<b>55 - 59</b>	<b>719.133</b>	194.176
<b>60 - 64</b>	<b>594.271</b>	159.616
<b>65 - 69</b>	<b>465.854</b>	121.380
<b>70 - 74</b>	<b>347.342</b>	84.984
<b>75 - 79</b>	<b>240.977</b>	54.421
<b>80 y Más</b>	<b>256.124</b>	54.724

---

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo – Inec Ecuador

## **2.7 Determinación de Espacios**

La población determinada será definida con precisión. La población meta puede dar como resultado en una investigación que sea inservible y errónea, por lo tanto, se enfoca a un sistema de encuestas básicas para determinar la precisión de uso de velas.

### ***2.7.1 Localización de la Propuesta***

Macro localización:

Dirigido a la Provincia del Guayas

Micro localización: Ciudad de Guayaquil

## 2.8 Segmentación del Producto



**Ilustración 5** Ubicación Geográfica

Fuente: Google MAPS.

**SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA.** -Todas aquellas personas que viven en los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil, considerando las ventas individuales después de cada terapia de masaje que acudan al centro de Biomagnetismo de la ciudad.

**SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.** -El producto puede ser adquirido por cada persona que acuda al centro de Biomagnetismo por terapias alternativas siendo jóvenes o adultos, ya que cada color y aroma será la identificación de su realidad se definirá su personalidad. El tipo de religión es indiferente, pueden consumir tanto hombres como mujeres sin distinción de raza.



SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA. – especialmente para los clientes de libre expresión emocional.

SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL. – la persona que está en busca de algo nuevo expresado en un detalle único con excelente fragancia y hermoso color.

*Tabla 4 Segmentación del Mercado*

<b>Criterios De Segmentación</b>	<b>Segmentación Del Mercado</b>
<b>GEOGRÁFICOS</b>	
REGIÓN	COSTA
CIUDAD	GUAYAQUIL
SECTORES	NORTE, CENTRO, SUR - URBANOS
<b>DEMOGRÁFICOS</b>	
INGRESOS	MEDIOS Y ALTOS
EDAD	13 a 61 AÑOS

GÉNERO

MASCULINO Y FEMENINO

CICLO DE VIDA FAMILIAR

JOVEN, SOLTERO, CASADO,  
ADOLESCENTE, ADULTO ETC.

CLASES SOCIAL

MEDIA, MEDIA ALTA Y ALTA

---

**PSICOLÓGICOS**

---

ESTILO DE VIDA

SALUDABLE

---

**CONDUCTUALES**

---

BENEFICIOS DESEADOS

REEMPLAZO DE LOS  
AMBIENTALES ELECTRICOS

---

**Elaboración:** Evelyn Olarte



**Ilustración 6** Ubicación Geo Referencial

Fuente: Google MAPS.

## 2.9 Marco Conceptual

### 2.9.1 Cera de Soja.

Lo principal que se debe de saber de este producto es que son los granos de soja que se extraen el aceite, el cual después se convierte en cera.

El mismo que será utilizado en la creación de un producto orgánico y no contaminante.

### 2.9.2 Daño Ambiental

No es contaminante, no contamina el ambiente ni la salud.

Saber que debemos de cuidar siempre la salud de las personas como la del planeta donde vivimos, la misma que será base de un desarrollo a nuestros hijos y por lo tanto debemos de cuidarlo.

### ***2.9.3 Gasto.***

Es todo desembolso de dinero, que se realiza en las empresas en el transcurso de la actividad ordinaria o por deterioro del activo.

Durante esta implementación de productos en la línea de salud alternativa se logra un gasto mínimo en cuanto a la elaboración de los productos, ya que se cuenta con presupuestos económicos propios y no afectan la economía de esta propuesta.

### ***2.9.4 Gestión Ambiental.***

Normas y políticas que están a cargo del Estado.

Mediante esta propuesta no se logra incumplir con las normas establecidas por el gobierno en cuanto a la manufactura del producto y además considerando la Bioseguridad de cada uno de los insumos utilizados.

### ***2.9.5 Mano de Obra.***

Personas que nos ayudarán en la fabricación de las velas ecológicas.

Personal 100% capacitado en la elaboración de los productos, con conocimientos y técnicas aprendidas en otros países.

### ***2.9.6 Materia Prima.***

Insumo indispensable que serán utilizados para la creación de las mejores velas ecológicas.

Compra de materiales a los proveedores ecuatorianos logrando así fomentar la inversión económica del país, dejando el dinero en nuestra propia casa ecuatoriana, pero considerando que si no se cuenta con materia prima en el Ecuador se lograra estrategias de financiamiento a otros países para la exportación del producto.

### ***2.9.7 Macro Segmentación del Producto***

Sera que existe un mercado centros de terapias de Biomagnetismos que utilicen velas en sus terapias ya que la finalidad de ellos son los imanes, en guayaquil se entregará un beneficio saludable complementado en masajes con velas de cera de sojas y velas muy personalizadas para el uso dentro del hogar logrando satisfacer a consumidores que no les gustan o simplemente no pueden adquirir algo representativo a su personalidad, qué mejor manera que ofreciéndoles un producto que pueda ser una sensación emocional y utilizado para la salud en cuanto a su cera es ideal para los masajes relajantes.

Las velas han sido una parte importante en las tradiciones y festividades del Ecuador. Su existencia data de la época colonial. A lo largo del tiempo, la elaboración de estos artículos ha evolucionado. Actualmente, los fabricantes buscan crear diseños diferentes que luzcan innovadores a la vista de los compradores. Así surgió Nina Samay “Arte hecho vela”, el emprendimiento de Jenny Gálvez, quien vio una oportunidad para generar nuevos ingresos en el negocio de las velas artesanales hace más de 10 años. La emprendedora cuenta que aprendió las técnicas básicas de fabricación gracias a una amiga, con la que elaboró varios tipos de velas tradicionales, con flores y frutos secos, que eran comercializadas en eventos religiosos. (Líderes, Revista, 2020)

Durante décadas las velas han sido parte de las familias ecuatorianas por cualquier tipo de concepto lo más común son las religiosas, utilizadas en iglesias y cementerios, etc.

Así mismo las usan como adornos en los hogares, se ha logrado la innovación de diseños, colores y tamaños.

Las empresas dedicadas a este producto en el mercado ecuatoriano se han visto expuesta solo a la venta de las velas con componentes derivados del petróleo, que causan daño en la salud, aquellas personas que no conocen mucho del tema se dejan influenciar solo por el aspecto externo de la misma, por lo tanto, es bueno llegar a la comunicación a los pacientes y explicar los beneficios de todos los productos cuál sea, y las personas llegar a tengan conciencia de que es bueno y no causante de contaminación.

### **2.10 Tamaño del Mercado.**

Cada vez es más grande el porcentaje de personas que buscan masajes alternativos con la finalidad de restablecer la salud, así mismo la adquisición de velas aromáticas, muchas son expuestas en las redes sociales con alternativas diferentes de consumo pero debemos crear conciencia acerca de la importancia de la protección de datos personales y de la vida privada en las redes así como el cuidado del medio planeta, el tamaño del mercado es extenso de acuerdo a los nuevos emprendedores y fabricantes de cosas artesanales en el Ecuador, esta línea de productos será parte del mercado extenso e innovador de la Ciudad.

### **2.11 Tendencias del Mercado.**

Los nuevos consumidores serán todo tipo de personas que necesiten equilibrio emocional. Mediante avanza los años todas las personas logran tomar conciencia de algo biodegradable adquiriendo productos únicos de buena calidad y con un valor agregado que tenga relación con procesos artesanales, y de sostenibilidad.

Las personas que adquiera este producto se beneficiarán con las ceras de sojas con esencias naturales son los spas por su uso de depilación, los centros de biomagnetismo, locales de ropa donde el aroma logrará poner ese plus en sus locales.

Es decir, cada vez es más alto el índice de consumo de los productos eco amigables con el medio ambiente y con los animales. Nuestros productos serán únicos en el mercado ecuatoriano en el cuidado del medio ambiente, así como no dañar el aire que se respira dentro de los hogares.

Por lo tanto, la tendencia de mi producto será una acogida super agradable por parte de los consumidores finales que optarán por algo orgánico y los diseños fabulosos que serán considerando en el punto de vista de quien lo obtenga.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### **3.1 Diseño de la Investigación.**

La presente investigación referente a las velas de cera es predominante cuantitativa, por los siguientes motivos: y el proceso de investigación son conocidos únicamente por los técnicos investigadores, y la última decisión será tomada para actuar e introducir un producto nuevo dentro de la salud bioenergética, la población es pasiva y es considerada únicamente como un depósito de información, que nos permitirá tomar decisiones y poder reaccionar a un escenario de acción, los resultados del estudio determinado son exclusivamente entregados por la población que se determina.

#### **3.2 Modalidad de la Investigación.**

Dada las características del problema, se utilizó la investigación donde se presentan problemas de salud y luego los terapeutas logran resolver el problema emocional con terapias alternativas.

Es un aprendizaje experimental que aplica el principio de que las personas aprenden mejor haciendo. El plan de estudios incluye actividades totalmente de calidad con productos 100% orgánicos logrando equilibrar el metabolismo y ayudan al cuerpo a funcionar correctamente.



### **3.3 Tipo de Investigación.**

#### ***3.3.1 Investigación de Campo***

La Investigación de campo es el análisis sistemático que permite la participación de los usuarios que acuden al centro de Biomagnetismo y que consiste en la recolección de datos directamente del centro médico, se realizó la investigación de campo de cual se ha tomado en su ambiente natural, verificando que los pacientes sean bien atendidos con toda la cartera de servicio brindada y llegar a detectar si falta algo más para la complementación de sus terapias.

#### ***3.3.2 Investigación Bibliográfica.***

La investigación bibliográfica nos permite saber más sobre las terapias naturales brindadas a cada persona, logrando complementar aromas y colores dentro de las velas con la finalidad de brindar paz interior.

Asociación De Variables

### **3.4 Análisis de la oferta en el mercado de las velas.**

La investigación de campo realizada se pudo observar que los centros de terapias alternativas no cuentan con el servicio de masajes con ceras de sojas, implementa otro tipo de sistema de relajación para el cliente, así mismo se observa que el centro de Biomagnetismo donde se implementa esta técnica tampoco usa cera de sojas en sus terapias por lo tanto es una gran oportunidad de implementar este sistema biodegradable aptas para el ser humano.

La cera de soja es un recurso natural, renovable.

Por lo tanto, se ingresa a un campo seguro con utilización de las Buenas Prácticas de Manufactura.

A partir de los resultados obtenidos en el estudio sistemático que se realiza, el punto de vista es viable con gran aceptación por parte de las personas, pues se detecta que no solo desean el producto para uso terapéutico si no para uso del hogar, mediante esto vamos dirigidos hacia un mercado objetivo, también se detecta la ventaja competitiva que usan los spas, utilizaremos un producto con esencias naturales y materia prima renovable logrando dar salud y bienestar.

### **3.5 Perfil del Consumidor.**

Varias similitudes logran definir el perfil de nuestros consumidores potenciales, y podríamos descifrar quienes serían nuestros compradores o a quienes les puede interesar más nuestro producto el cual está basado en la decoración y relajación y así lograr crear una necesidad; en un sitio de trabajo o en un hogar o de uso terapéutico lo cual acudimos directamente a personas que llegan a los centros de magnetismo por una terapia habitual de masajes con imanes. De igual manera tenemos a la ama de casa o mujer con perfil sutil en cuanto a los diseños sofisticados y producto suave al tacto.

Estas velas están hechas completamente a mano con cera de soja biodegradable y ecológicas logrando no solo la paz en el hogar sino también otorgar como obsequios en fechas especiales para sus familiares, amigos o el simple hecho de tenerlo como adorno en casa.

Producto biodegradable con aromas que hagan oler su Casa, oficina diferente y esto es lo que hace Velas ZUVA satisfacer todas las necesidades que encontrará diversos colores olores de velas para cualquier tipo de evento o decoración.

### **3.6 Análisis Empresarial.**

#### ***3.6.1 Misión***

Ofrecer la mejor comercialización de velas aromáticas 100% ecológicas con diseños exclusivos, y un cuidado al medio ambiente superando las expectativas de los clientes con un producto de calidad.

#### ***3.6.2 Visión***

Llegar a ser líderes en el mercado de las terapias de Biomagnetismo logrando incorporar en sus carteras de servicios la cera de velas de sojas para sus masajes corporales y también aromaterapias realizadas.

### **3.7 Estrategia de posicionamiento**

Se logrará encontrar muchas maneras sencillas de organizar efectivamente la forma de cómo se exhiben los productos dentro de los centros de Biomagnetismo y otros lugares de aceptación sin pasar por alto la elegancia de nuestros productos, lograr crear expectativas de gustos emocionales por el cliente, llegar a mostrar un impacto visual, y a esto no existe algo mejor que una gama de color. Un aparador puede ser feo, pero si tiene los niveles adecuados de color atraerá la atención de cualquiera por lo tanto lograremos que cada detalle sea reconocido por el cliente y que se sienta identificado con lo que se ofrece. Procurar que las velas sean llamativas y se

encuentren al nivel natural de la vista y que sean visibles sin la necesidad de levantar o bajar la cabeza. Dar a notar que las velas son muy importantes en cada hogar o local muy aparte de ser ecológicas se logra el reconocimiento de sensación espiritual y momentos a solas con aromas inolvidables.

### ***3.7.1 Posicionamiento basado en características del producto.***

Siempre se debe lograr la base de un posicionamiento basado en las características del producto entregado al consumidor final.

- ✓ Se debe dar importancia a sus beneficios que ayudarán al cuidado de la salud.
- ✓ Comunicación continua de los beneficios del producto.

### ***3.7.2 Posicionamiento basado en el cliente final.***

- ✓ Producto basado en todos los usuarios que lo requieran.
- ✓ Lograr direccionar el producto como uno que no afecta al medio ambiente.

## **3.8 Análisis Macro Ambiente - PEST**

Mediante el resultado favorable de un análisis PEST, se logra comprender el crecimiento o bajas de un mercado potencial, por lo tanto, este negocio se encuentra en posición estable y dirigido a un mercado potencial.

El análisis PEST, se visualiza únicamente en los antes mencionados casos:

- ✓ Análisis Político y Legal.
- ✓ Análisis Económico.
- ✓ Análisis Cultural.
- ✓ Análisis Tecnológico.

### ***3.8.1 Análisis Político y Legal***

En este último gobierno se mantiene la iniciativa que dejó el Eco. Rafael Correa , en cuanto al apoyo a los microempresarios que requieren de créditos para la ejecución de sus negocios ,además se tiene como base algunos ejemplos de los factores políticos que son regulaciones y de protección ambiental, las políticas de impuestos y regulaciones comerciales, internacionales y restricciones que muchas ocasiones se cuenta, protección al consumidor; leyes del empleo; organización gubernamental que ayudarán a las personas en sus nuevas ideas, regulaciones de seguridad, así también en salud. Un factor legal que puede impactar a la actividad económica son las diferentes reformas laborales con las que se está pasando durante este último periodo del año por todas las consecuencias desarrolladas por los desempleos y las mismas pueden afectar a los costes laborales del negocio

### ***3.8.2 Análisis Económico***

En este punto de vista se podrá indicar el desarrollo económico de nuestro país que por el momento está decreciendo por todos los factores que implican una baja salarial impresionante, pero que con todas las iniciativas de los negocios que surgieron se aumenta de manera lenta la economía del país.

Por lo tanto, se analiza el punto de crecimiento en el sector de salud ya que es el que se mantiene en alto crecimiento por las constante evoluciones, así como las terapias alternativas como factor variable y fundamental en el mejoramiento del sistema inmune de las personas.

Los clientes son muy potenciales, ya que dentro del mercado siempre buscan algo para mantener su salud estable y se obtiene mayor aceptación en la decoración del hogar, buscando algo nuevo.

Estos clientes, o pacientes en el mundo de la medicina son muy selectos y llamados también potenciales, ya que les gusta un ambiente que se diferencia de los demás, tratan de estar bien.

### ***3.8.3 Análisis cultural***

Los factores socio culturales son distribución de ingresos económicos, demografía, tasas de crecimiento de la población, distribución de edades; estabilidad laboral; cambios en los estilos de vida, actitudes ante el trabajo, educación, moda, coberturas de salud y bienestar; sentimiento de seguridad; condiciones de vida.

Durante esta pandemia mundial se caracteriza algunos puntos de vista diferentes en cuanto a la moda, salud y sistema laboral que pasa cada persona en el país, logrando realizar cambios a cada uno en sus estilos, así mismo tenemos que los consumidores son cada vez más exigentes en cuanto a la variedad de productos entregados. Por otra parte, hay una gran alza sobre los productos naturales de consumo así mismo en los productos naturales como alternativas terapéuticas que consideran fuente de equilibrio emocional de las personas.

### ***3.8.4 Análisis Tecnológico***

El sistema tecnológico en estos últimos tiempos muestra que esa industria está en alza por los sistemas de compras y ventas mediante redes sociales que fomenta un paso nuevo a las personas y poder confiar en algo que estaba en descanso logrando ver los índices de transferencias tecnológicas, sus ciclos de vida y la velocidad del internet está en primer lugar en el mundo entero y que permitieron una mayor rapidez en la logística y en la distribución de los productos. Como punto adicional el creciente desarrollo de las tecnologías de la información favorece siempre a la difusión de la información que proporciona un mayor conocimiento sobre las marcas. Los productores y comercializadores de velas, así como sus competidores de esta industria logran de inmediato que sus páginas web tengan la información de sus productos y servicios, novedades logrando ingresar el mercado sanamente. Los avances tecnológicos son fortalezas para el negocio.

## **3.9 Análisis Microambiente**

Dentro de este análisis se podrá identificar cada punto básico y fundamental en la comercialización e ingreso de un producto orgánico dentro de las terapias alternativas, fomentando algo nuevo dentro de esa red de salud caracterizada por el solo uso de imanes magnéticos.

### ***3.9.1 Proveedores***

Se determina como Proveedor clave a quien nos ofrecerá sus productos de materias prima para la elaboración de cada vela de soja que serán utilizados en el centro de Biomagnetismo de la Ciudad de Guayaquil, como sistema de masajes y aromaterapias y adicional como obsequios de decoración en el ambiente deseado por el cliente.

Logrando la utilización de proveedores nacionales para que el desarrollo del mercado ecuatoriano sea el mejor desarrollado.

### ***3.9.2 Clientes***

Aquellos que acudirán a una terapia de masaje alternativo complementando con aromaterapias, así mismo a las personas que les gusta algo diferente en el hogar.

### ***3.9.3 Sustitutos***

Dentro del mercado de las velas siempre se encontrarán sustitutos, pero no son reemplazables al 100% en su totalidad a los productos ofrecidos, ya que nuestros productos son orgánicos no dañan el medio ambiente y sobre todo cuidara de la piel de cada cliente por sus componentes activos de esencias naturales que lograrán ser los mejores dentro de los masajes corporales.

### ***3.9.4 Competencia***

En el mercado de las velas se encontrará la competencia desleal que ofertará productos hechos con materiales no orgánicos y también se contará con los centros de spa, no obstante, a esto se implementará soluciones favorables al cliente para poder cubrir sus necesidades.



### 3.10 Análisis FODA

#### 3.10.1 Factores internos claves



**Ilustración 7** Matriz Interna y Externa

Fuente: Evelyn Olarte

#### Estrategias FODA

Para esta estrategia se implementaría un análisis cruzado quedando así planteado.

F – O: 1. Líder en conocimientos generales en la elaboración de nuestros productos dando buena calidad 2. Desarrollar o ampliar la publicidad en la zona para atraer más clientes. 3. Se

trabaja con los mejores proveedores nacionales y extranjeros.4.- lograr estar en el mercado con los mismos precios, pero con la diferencia de un producto novedoso. 5.- llegar a estar con nuestros productos en otras provincias del ecuador.

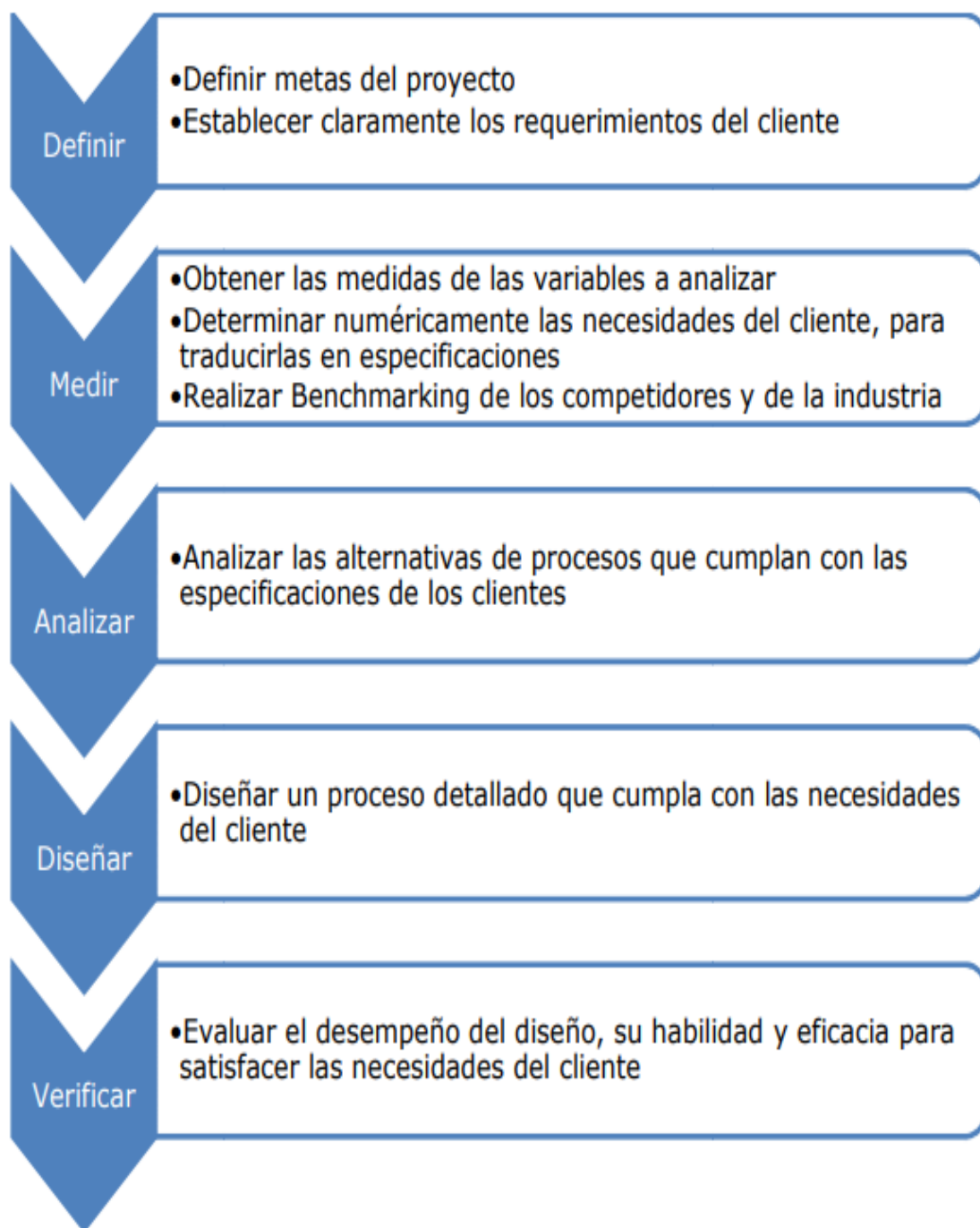
F – A: 1. Ampliar la variedad de productos. 2. Desarrollar imagen de lo nacional ante el producto importado. 3. Crear estrategias únicas que profundicen la fidelización de los clientes que serán parte de nosotros.

D – O: 1. Lograr la ampliación del horario de atención los fines de semana y feriados. 2. Desarrollar buenas relaciones comerciales y de seguimiento de los clientes. 3. Crear programas de comunicación digital acorde al tipo de cliente, logrando la comodidad de nuestros productos. 4.- estar siempre pendiente de nuestros clientes cubriendo necesidades en cada ocasión.

D – A: 1. Implementar liquidaciones de saldos o llegar a ofrecer algún otro producto.

### **3.11 Análisis del sistema DFSS**

Como fue mencionado mediante este sistema se logrará establecer puntos a favor en la incorporación de un producto en el sistema de salud.



**Ilustración 8** Sistema DFSS

Fuente: internet

Incorporar algo nuevo y lograr que el sistema de salud utilice productos biodegradables, mediante esto se debe de definir pasos analíticos con el sistema de diagrama, y así poder responder a las circunstancias de la sociedad, este producto natural tendrá características únicas sin alterar su factor principal que es la cera de soja.

Con este sistema lograremos eliminar procesos improductivos o ineficientes.

Cada proceso logrará una sistematización de uso dentro del mercado ecuatoriano, y se podrá definir metas objetivas en la incorporación de un producto nuevo.

Medición del proyecto en entrevistas personalizadas a cada usuario para ver la efectividad del producto incorporado.

Llegar a analizar cada proceso efectivo de las ventas de un insumo, o producto que será utilizado en cada hogar.

Diseñar estrategias para que el cliente acepte el 100% de incorporación de un producto como inhalación y aplicación en su cuerpo.

Verificar que se cumpla con las normas de bioseguridad en cada producto hasta la adquisición final del cliente, como la revisión de los locales y del personal que estará en contacto con el usuario.

### **3.12 Técnica e Instrumento de Investigación.**

#### ***3.12.1 Técnica.***

Para el desarrollo de esta investigación respectiva, se tomará en cuenta la técnica de la encuesta, la misma que nos permitirá saber la necesidad y gusto de nuestros clientes.

### ***3.12.2 Instrumento.***

El instrumento aplicado será base de un cuestionario que nos permitirá medir variables de aceptación, las mismas que serán breves para que el encuestado no pierda el interés y llegue al aburrimiento de no contestar lo solicitado.

### ***3.12.3 Características de la encuesta.***

- Tipo de encuesta: cerrada / Online (a través del formulario de Google).
- Mes de levantamiento: Junio del 2020
- Población objetivo: Habitantes entre 13 y 75 años
- Muestra estimada: 100 personas.

### **3.13 Objetivos de la Encuesta.**

Recopilar información sobre uso de las velas: gusto, demanda, motivos de compra, y preferencias personales de los participantes para determinar la viabilidad del proyecto.

### **3.14 Objetivos Específicos de las Encuestas.**

- ✓ Realizar la encuesta a las personas en el centro de Guayaquil.
- ✓ Procesar resultados de la encuesta para lograr índices recopilados.
- ✓ Analizar los resultados de la técnica de la investigación aplicada, mediante análisis de cada pregunta.

El análisis de la información se realizará a través del programa de Microsoft Excel que permite la tabulación, cálculos y gráficos estadísticos, para interpretar los resultados con mayor facilidad

### 3.15 Población y Muestra.

Por confiabilidad de la investigación se trabaja con el total de la población encuestada, la muestra debe ser representativa de la población y con ello queremos decir que cualquier individuo de la población estudiada tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como parte de las encuestas.

Considerando la cantidad de mujeres y hombres con resultados de 70 a 30%.

### 3.16 Recopilación de Información.

Se realizó mediante encuestas digitales a 100 personas para así poder obtener resultados y variables reales en cuanto a las opiniones, con preguntas básicas estandarizadas que nos permitirán llegar a la evaluación final.

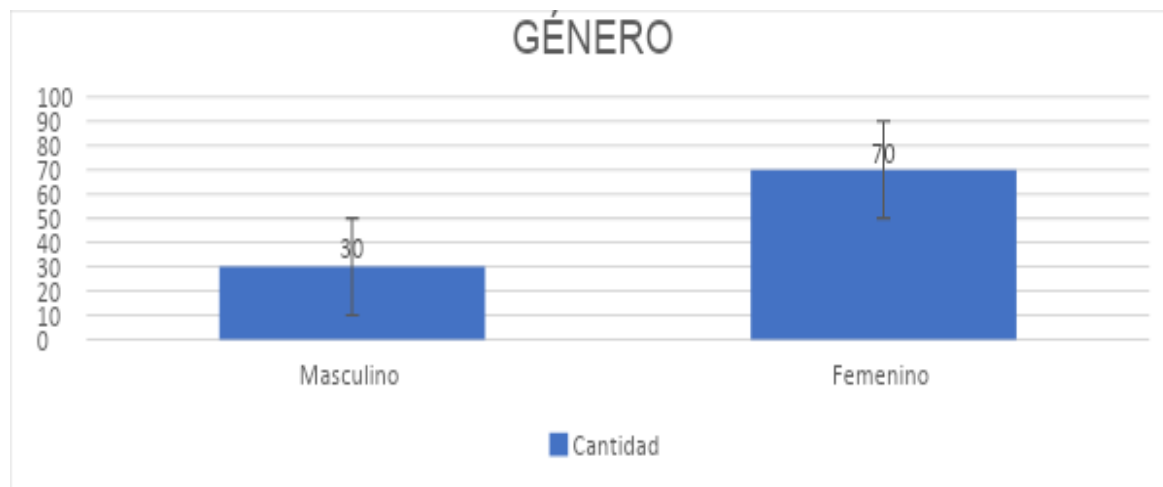
### 3.17 Análisis de Resultados de las Encuestas.

*Pregunta 1.- ¿Género?*

*Tabla 5 Género de los Encuestados*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	30	30%
Femenino	70	70%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Cantidades totales de los encuestados según el género. Datos obtenidos de encuestas.



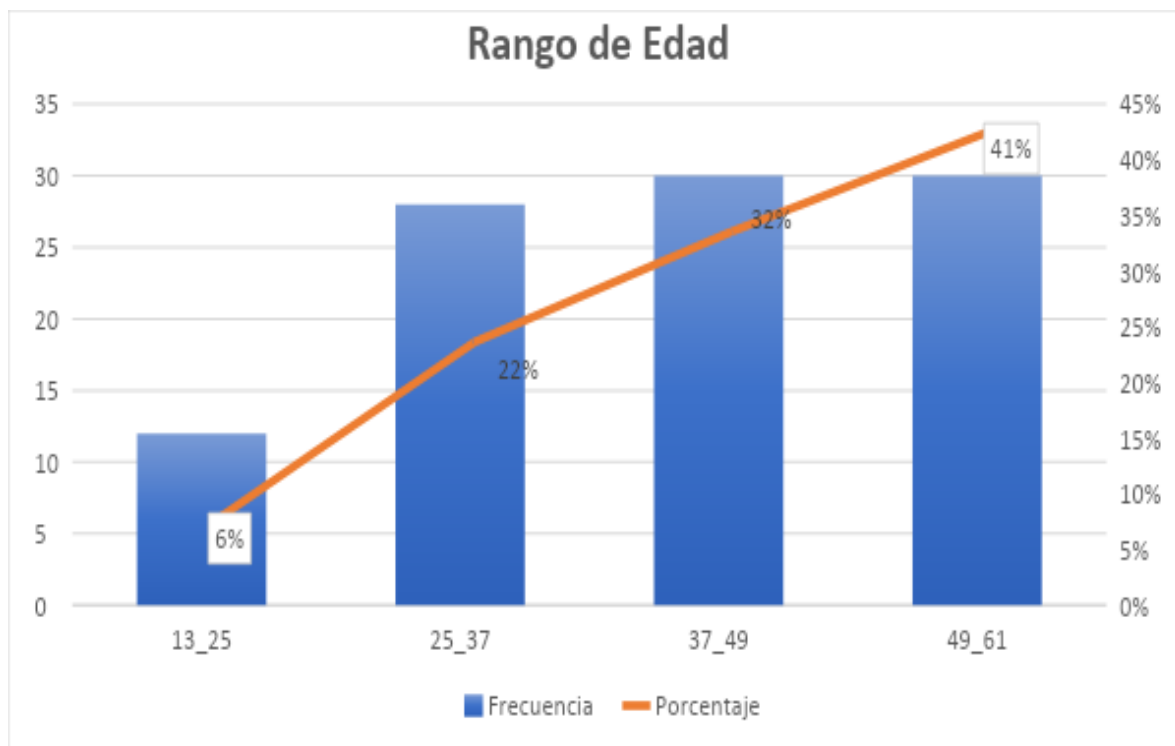
Análisis: El total de encuestados fue 100 personas de la ciudad de Guayaquil, de los cuales el 70% corresponde al género femenino equivalente a 70 mujeres, a un 30% del género masculino representados por 30 hombres.

*Pregunta 2.- ¿Edad?*

**Tabla 6** Rango de Edades en compras de Velas Ecológicas

Rango de Edad	Frecuencia	Media	F*M	Frecuencia Relativa
13_25	12	19	228	6%
25_37	28	31	868	22%
37_49	30	43	1290	32%
49_61	30	55	1650	41%
<b>Total</b>	<b>100</b>		<b>4036</b>	<b>100%</b>

Nota: Encuesta aplicada a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.



Análisis: Del 100% de los encuestados se pudo observar que el rango de edad de mayor participación es de 49 a 61 años con un el 41% de los encuestados, mientras el rango de menor participación es de 13 a 25 años con un 6%.

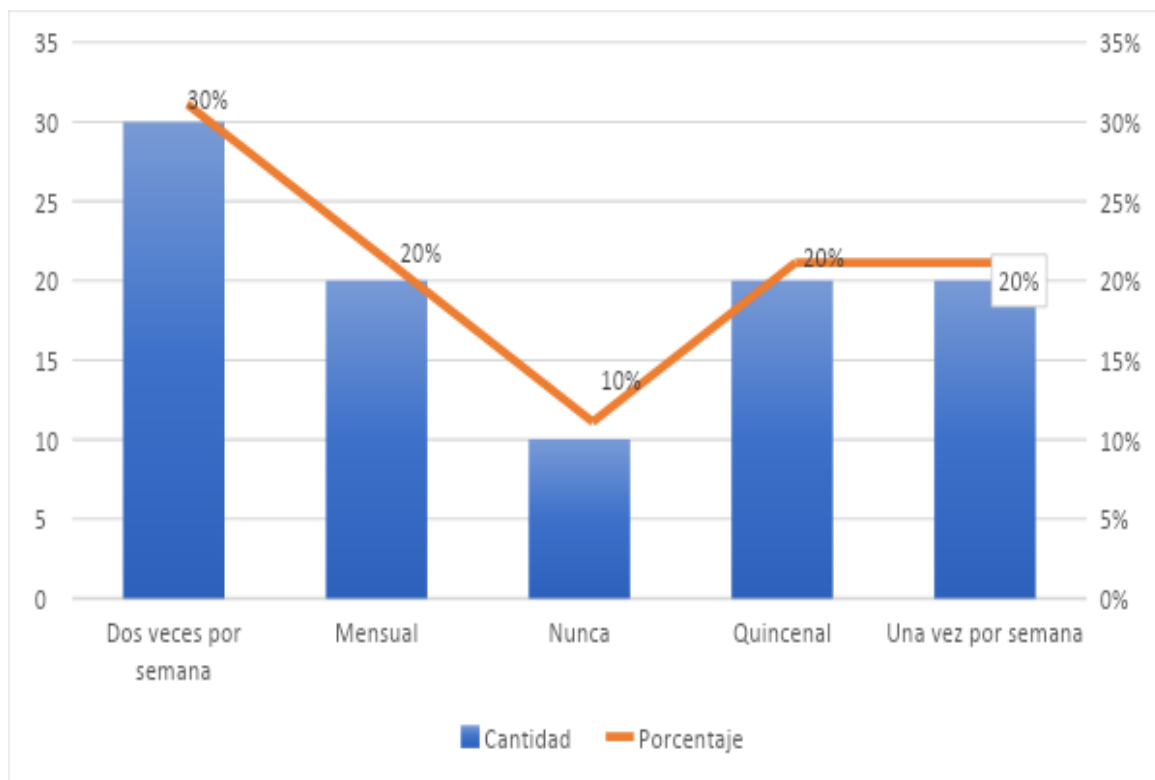
Pregunta 3.- ¿Si compran Velas con qué Frecuencia lo realizan?

**Tabla 7** Con qué frecuencia Compran Velas

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Dos veces por semana	30	30%
Mensual	20	20%
Nunca	10	10%
Quincenal	20	20%
Una vez por semana	20	20%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Se puede observar que la frecuencia de compra semanal es de gran volumen.





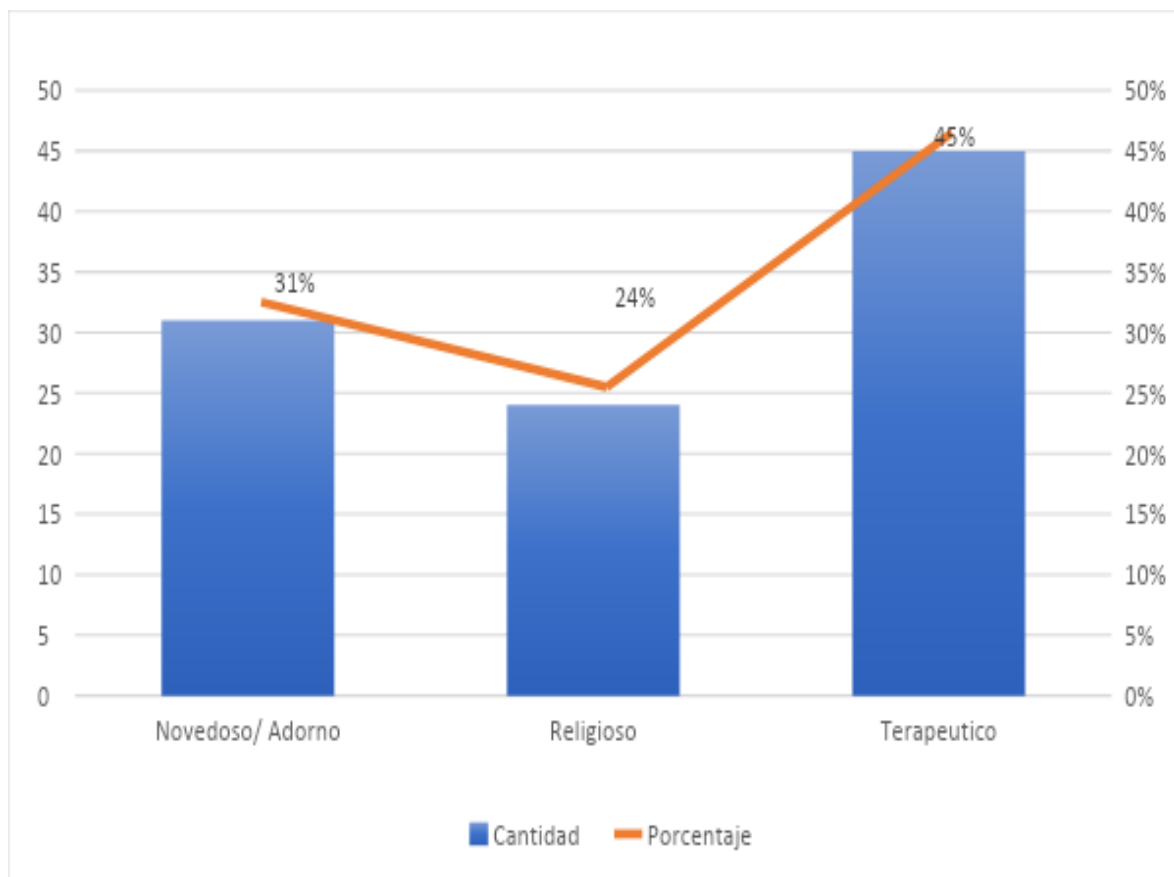
Análisis: Del 100% de los encuestados se pudo observar que las personas adquieren velas con cualquier finalidad siendo sus compras dos veces por semana con el mayor alto porcentaje de adquisición del 30%.

Pregunta 4.- ¿Con qué finalidad adquiere usted este producto?

**Tabla 8** Finalidad de Adquisición

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Novedoso/ Adorno	31	31%
Religioso	24	24%
Terapéutico	45	45%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Se puede observar que las compras son por uso Terapéutico, con un alto porcentaje del 45% de aceptación.



Análisis: Del 100% de los encuestados en la ciudad se pudo observar que las personas adquieren velas por uso terapéutico con un alto porcentaje de aceptación siendo el 45% a diferencia de lo religioso y como adorno.

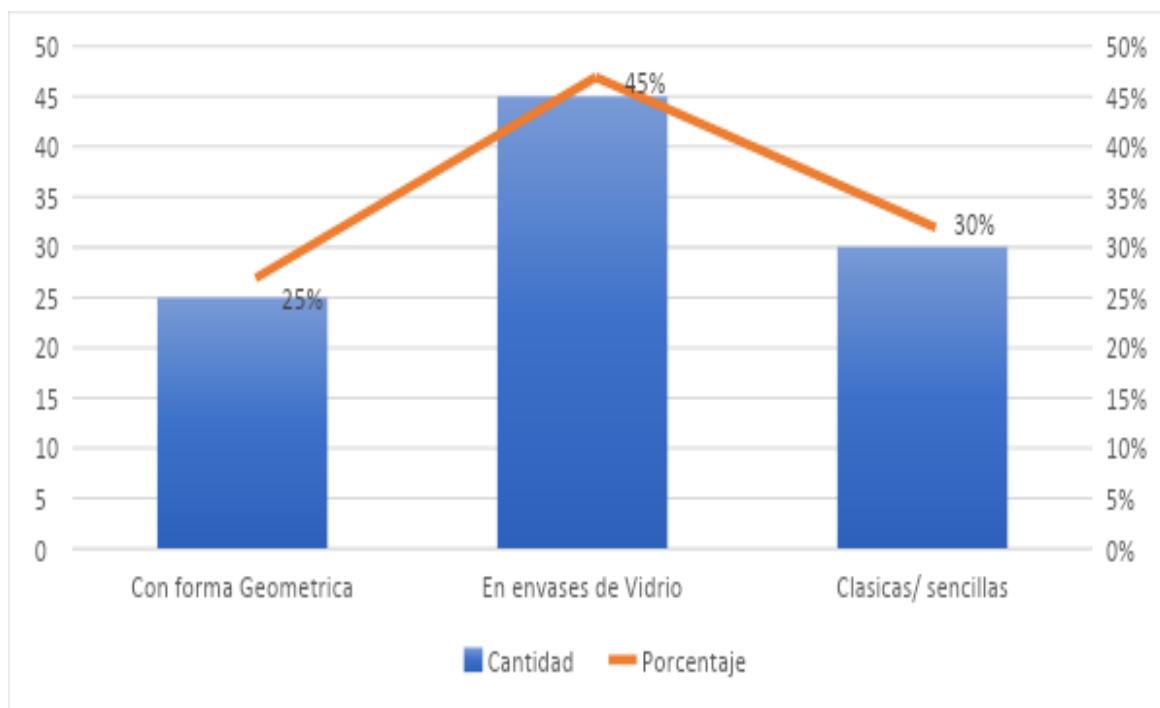
Pregunta 5.- ¿En sus compras que modelo le llama más la atención?

**Tabla 9** Modelos de Adquisición en Velas

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Con forma Geométrica	25	25%
En envases de Vidrio	45	45%
Clásicas/ sencillas	30	30%

**Total****100****100%**

Nota: Se puede observar que la adquisición de las velas en los momentos de compras llega al 45% en envases de vidrio.



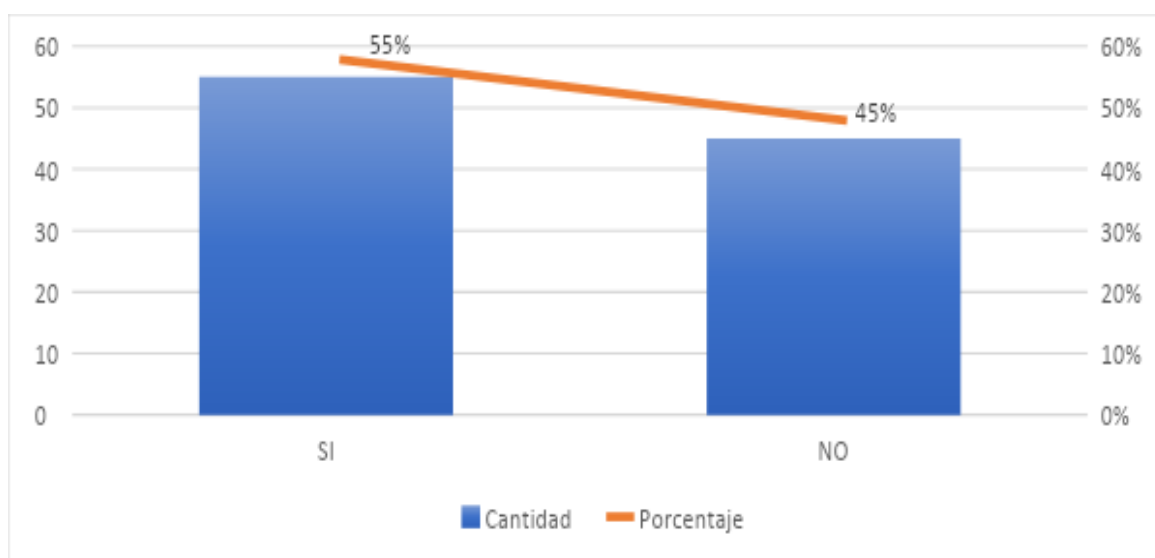
Análisis: En la encuesta realizada las personas responden que al momento de adquirir una vela lo que les llama la atención son las que vienen en envases de vidrio ya que logran reutilizar el mismo frasco dándoles otro uso.

Pregunta 6.- ¿Las compras de velas para usted fueron de gran cantidad durante los meses de marzo a junio?

**Tabla 10** Compra excesiva durante periodo de marzo a junio

Detalle	Cantidad	Porcentaje
SI	55	55%
NO	45	45%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Se puede observar que durante un periodo de tiempo las compras bajaron por parte de los clientes con razones de solvencia económica que se estaba pasando.



Análisis: mediante este gráfico se puede observar que es una baja mínima en las compras de velas por razones económicas que se estaba pasando.

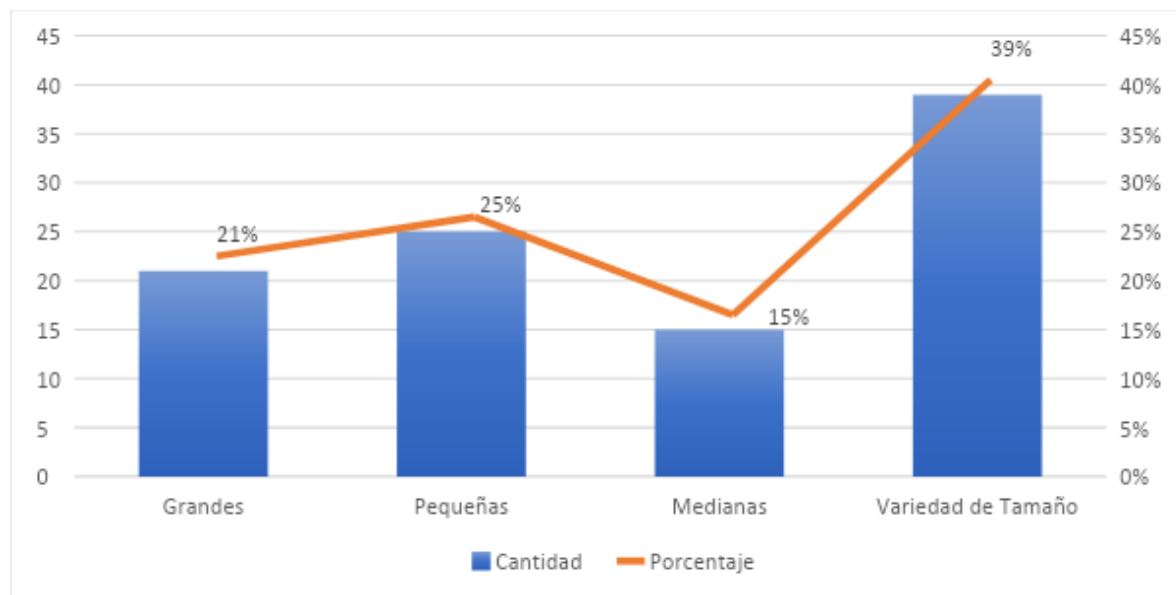
Pregunta 7.- ¿En qué tamaños son más adquiridas en cada compra las velas?

**Tabla 11** Tamaño de las Velas

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Grandes	21	21%
Pequeñas	25	25%

Medianas	15	15%
Variedad de Tamaño	39	39%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: en el momento de cada compra el cliente se inclina por la variedad de tamaño con un 39 % de diferencia a las demás.



Análisis: de las personas encuestadas se pudo observar que la mayoría prefiere variedad de tamaños en el momento de adquisición de estas ya que llevan una gama de variedad.

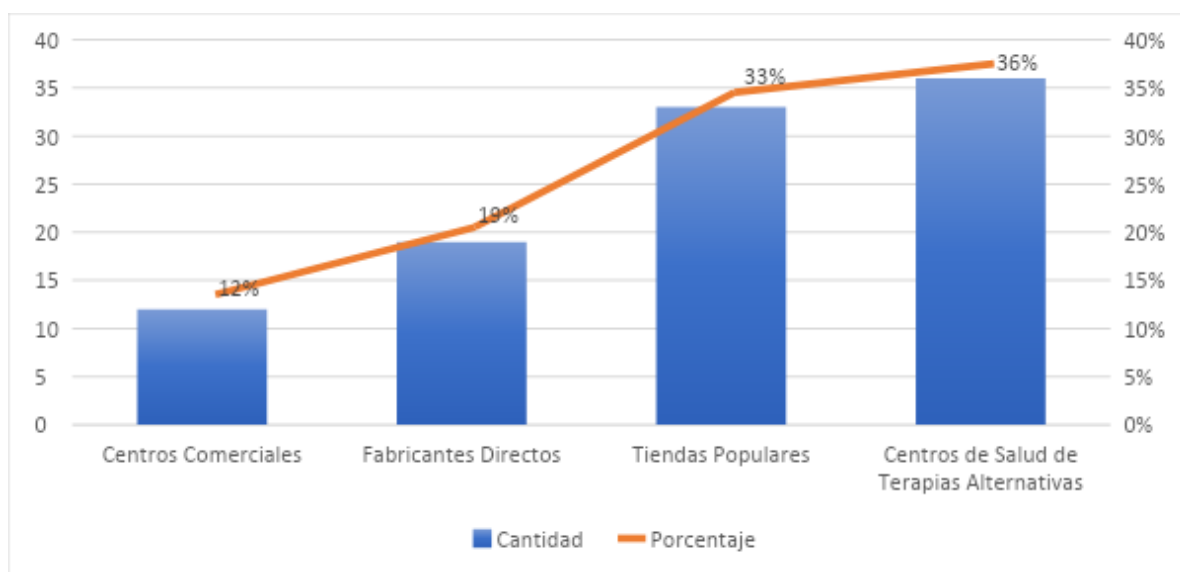
Pregunta 8. ¿Para mayor facilidad de compra donde le gustaría adquirir este producto?

**Tabla 12** *Facilidad de Lugares en las Compras de Velas*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Centros Comerciales	12	12%

Fabricantes Directos	19	19%
Tiendas Populares	33	33%
Centros de Salud de Terapias Alternativas	36	36%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: se puede observar que la mayoría de las personas le gustaría adquirir en los centros de terapias las velas a diferencias mínimas de las tiendas populares.



Análisis: mediante esta pregunta se puede definir que la acogida de la compra de las velas para el usuario final será en los centros de terapia alternativa, pero es poca la diferencia a la adquisición en las tiendas populares los índices son de 36% y 33%.

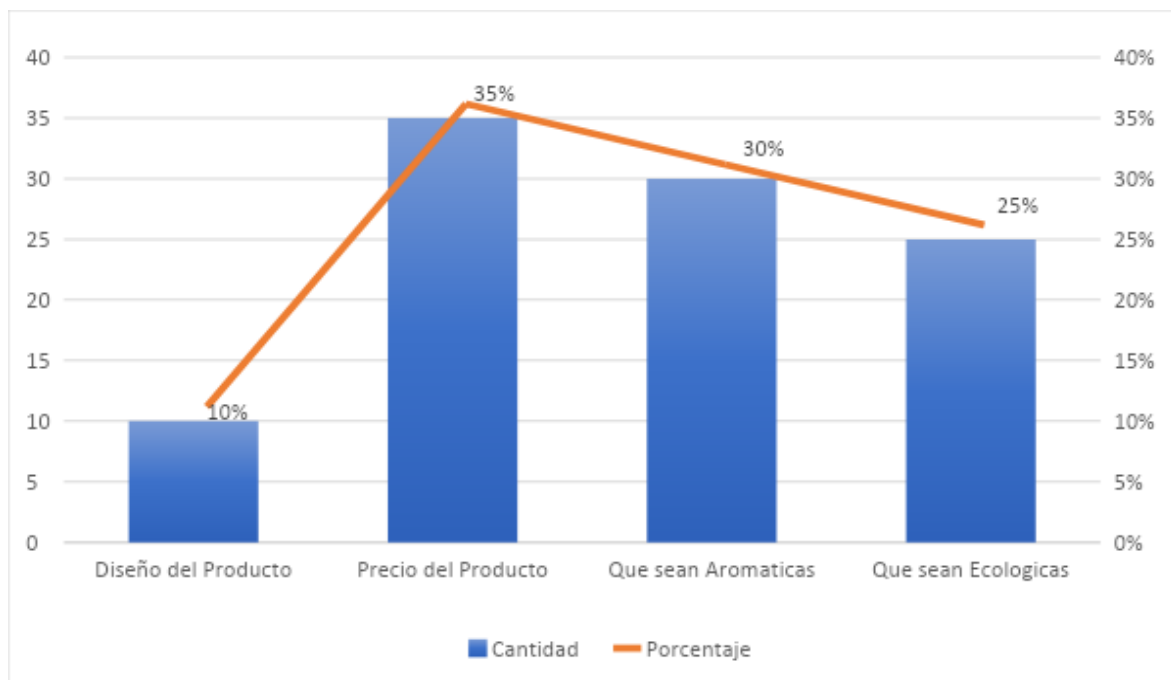
Pregunta 9. ¿Cuál de las siguientes características le atraen en el momento de compra?

**Tabla 13** Característica en el Momento de la Compra

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Diseño del Producto	10	10%
Precio del Producto	35	35%

Que sean Aromáticas	30	30%
Que sean ecológicas	25	25%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: de los 100 encuestados se puede mostrar que al momento de compra siempre va a influir el precio del producto con esto se determinó con el 35% antes las demás características.



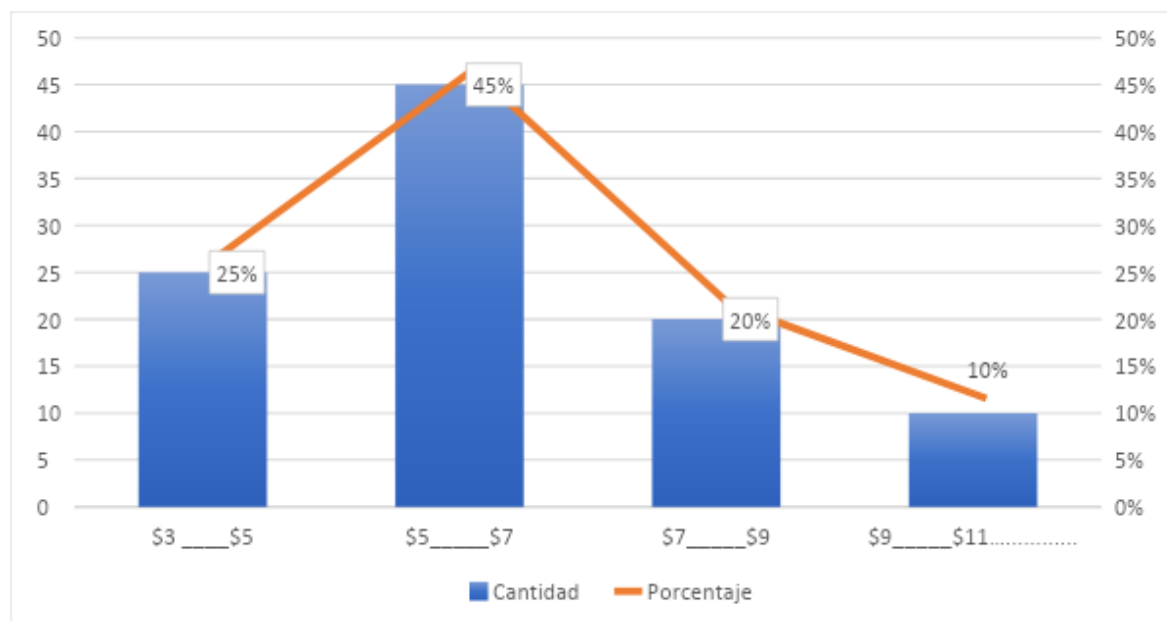
Análisis: mediante una descripción gráfica se puede determinar que siempre influirá el valor de un producto en cada compra, se indica el 35% a diferencia de que las velas contengan aroma.

Pregunta 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada vela ecológica?

**Tabla 14** Rango de Precios

Detalle en Valores	Cantidad	Porcentaje
\$3 ____\$5	25	25%
\$5 ____\$7	45	45%
\$7 ____\$9	20	20%
\$9 ____\$11.....	10	10%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: cada persona encuestada se inclina por un rango de valor que podrían pagar siendo de \$5 a \$7 dólares cada vela ecológica.



Análisis: mediante la finalización de encuestas realizadas al grupo de personas se determinó que estarían dispuestos a pagar y monto entre \$5 a \$7 dólares cada vela.

### 3.18 Análisis General de la Encuesta.

La encuesta fue realizada en la ciudad de Guayaquil, la misma que fue compartida mediante enlace para acceso rápido de la información y lograr la obtención de resultados efectivos, a una muestra final de 100 personas encuestadas de diferentes sectores de la ciudad, y con una probabilidad de aceptación del 100% y un nivel de confianza del 100%.



Este producto es más consumido por las mujeres, con un porcentaje del 70% frente al 30% de los hombres, debido que las mujeres son más detallistas, cuidan su salud y les gusta siempre dar un presente, además buscando siempre lograr poner su entorno, sea este su casa, dormitorio, lugar de trabajo, etc. Sin embargo, no quiere decir que los hombres no gustan de las velas al contrario siempre la usan con fines religiosos la mayoría de ellos. De tal manera que la preferencia por este producto ecológico está en un rango de edad de entre 49 a 61 años, con un porcentaje del 41% de los encuestados.

Las velas de cera de soja 100% artesanales y ecológicas, de la compañía “ZUVA”, muestran tener una muy buena acogida, debido a que las personas consideran que se estaría ayudando al medio ambiente. La tendencia de compra de velas se estima en “dos veces por semana” sin embargo esto puede variar al momento de afianzar la fidelidad del cliente, él se sentirá identificado con la marca y calidad de nuestros productos.

Siempre deberán contar con los mejores aromas y envases, porque ese es el motivo que impulsa a los consumidores, al momento de comprar las velas “ZUVA”, siempre se tendrá las velas de cera disponibles para los pacientes que acudan al centro de Biomagnetismo y que soliciten un masaje de relajación con aromaterapia, logrando que sea la opción más elegida por los pacientes. El objetivo está en que siempre se debe hacer las cosas bien, prestar un servicio excelente para que el cliente se sienta satisfecho y así obtener su fidelidad, logrando fomentar el cuidado del medio ambiente y el cuidado de su salud.

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA GENERAL

#### 4.1 Análisis de Factibilidad

Mediante un análisis profundo se puede decir que se debe tener en cuenta la parte tecnológica, tiempo y los costos mínimos requeridos para convertir las ideas originales en un producto real y no dañino a la salud.

Por lo tanto, para llevar a cabo los procesos mencionados, las empresas necesitan poseer recursos propios para evitar deudas futuras que demoran la tasa de retorno de inversión.

Deberá tener como equipo eficiente:

- Recurso humano.
- Mano de obra.
- Materia prima.
- Equipos nuevos.
- Energía eléctrica – Reguladores de Voltaje.

Se contar con recursos indispensables para el análisis de un estudio de factibilidad. Con todas estas fuerzas últimamente se dará el ingreso un producto nuevo en la línea de medicina alternativa que solo usan imán en sus terapias, tratar de fomentar el uso adecuado de la cera de sojas en cada masaje como la inhalación de un producto no químico.

Como empresaria se logrará entregar las cantidades necesarias al cliente final para la venta accesible al cliente final dentro de los centros terapéuticos de la ciudad de Guayaquil.

La clave esencial de saber administrar los recursos con los que cuenta la empresa es lograr tendencia y la logística de distribución.

#### ***4.1.1 Factibilidad Operacional***

La presente propuesta de implementación ha sido desarrollada para ser parte de las terapias de biomagnetismo, las mismas que serán utilizadas por el personal de salud y cada usuario que acuda, logrando fortalecer el sistema de atención.

En esta actualidad en la que se vive las personas usan velas de varios colores por fines religiosos.

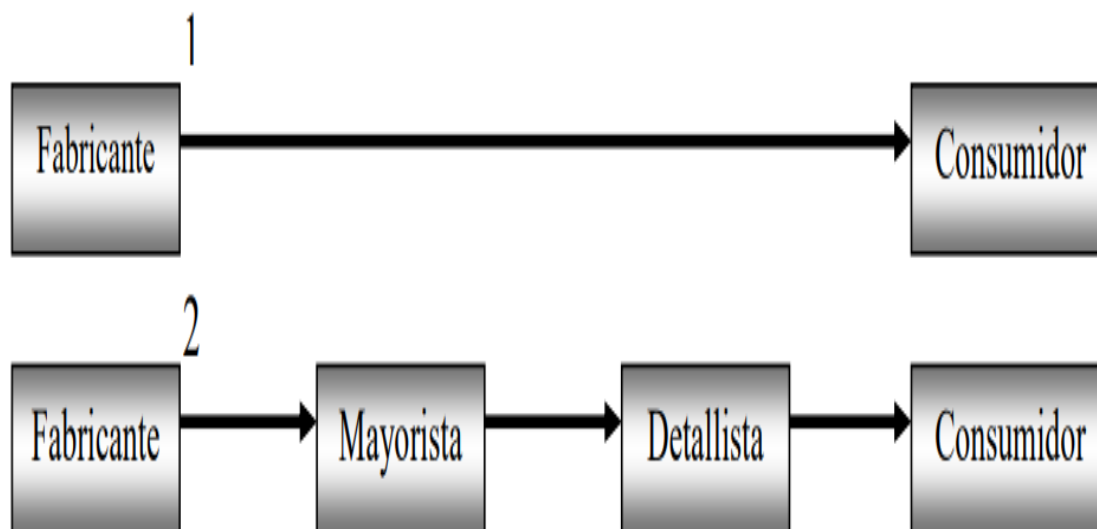
#### ***4.1.2 Factibilidad Comercial***

Elegir el equipo ideal de trabajo corresponde únicamente al líder de la investigación y desarrollo de un plan, el equipo es parte de la factibilidad en el proceso de determinar los requisitos fundamentales técnicos, económicos son para diseñar y luego producir el producto nuevo en el mercado ecuatoriano.

La diferenciación de este producto no garantiza específicamente las grandes ventajas competitivas, si el producto es estándar en el sector se logra satisfacer la necesidad de los clientes y lograr estar más arriba de los competidores, otorgando lo mejor de nuestros productos.

El éxito se aplica con mayor flexibilidad y compatibilidad a los costos que sean expuestos.

El desarrollo de un producto exitoso depende de la estrategia efectuada, por lo tanto, se estará en constante evaluación de satisfacción del cliente.



**Ilustración 9** Canal de Distribución

Autor: página web

Los canales de distribución se consideran por orden teniendo en cuenta que desde la fábrica saldrá la mejor vela para uso final ya que eso se reflejaba en la primera línea de la imagen.

Segundo desde la fábrica también se entregará a los mayoristas adquirientes y de contratos establecidos que quieran vender nuestros productos, la persona detallista que la persona de un local comercial que recibirá y finalizando a las manos del consumidor final.

### **Marketing Mix:**

#### Descripción del producto

Una gran opción para decorar y “dar ambiente”, con aromas y relajación efectiva dentro de los hogares, lugares, restaurantes son las velas. Cada día en el mundo se logra encender la llama

de una vela para fines religiosos, pero quizá pocas veces nos hemos puesto a pensar cuánto contaminan. Tendremos en cuenta del material con el que se va a trabajar, valoración continua de sus componentes orgánicos que no sean causante de daños colaterales a la salud.

Producto 100% artesanal, elaborado con dedicación a cada producto, considerando el uso y beneficios de su materia prima.

Las velas de cera de sojas son un producto muy valorado por los aficionados al bricolaje (actividad manual que realiza una persona como aficionada), dado que su elaboración es sencilla y ofrece resultados muy vistosos.

Se logra diseñar un producto novedoso con colores y olores únicos y representativos para el cliente.

- Velas con esencias cítricas (naranja y mandarina), ayuda a bajar la presión sanguínea, y calmar los nervios.
- Velas con esencias de sándalo. ayuda a mejorar la artritis y los problemas respiratorios.
- Velas con esencias de pino. Ayuda a la eliminación parcial del estrés del cuerpo por causas de dolores musculares, así mismo logra calmar otras patologías del cuerpo asociadas al sistema respiratorio y muscular.
- Velas con esencia de lavanda. Calma todo tipo de dolor como el de la cabeza hasta la fiebre.
- Velas con esencia de eucalipto. Usado como antiséptico para las vías respiratorias.
- Velas con esencia de menta. Logra revitalizar mente y cuerpo.

- Velas con esencia de limón. Aliviar dolores de cabeza, estimular la tiroides y asustar a los insectos.
- Velas con aroma a romero. Estimula todos los órganos internos.
- Velas con aroma a pachuli. Antidepresivo y afrodisíaco, aumenta la capacidad de concentración y agudiza la mente.
- Velas con aroma a incienso. Ayudan a combatir el estrés, reducen la ansiedad, revitaliza el cuerpo y la mente, producen serenidad.
- Velas con aroma de manzana. Reduce el dolor provocado por la migraña.
- Velas con aroma de canela. Resulta un estimulante mental.
- Velas con aroma a jazmín. Elimina olores desagradables.
- Velas con aroma a geranio. Ayuda a equilibrar mente, cuerpo y emociones. Alivia la ansiedad.

Cuando las velas arden propagan el aroma de los aceites esenciales que se han utilizado, creando un ambiente relajado, armonioso y de mucha paz.

Los colores también juegan una parte fundamental dentro de la elaboración de este producto, tienen una vibración de ondas lumínicas que hacen que cada vela sea diferente.

Como se establece se logra la comunicación fluida y pasiva entre los usuarios que se encuentren reunidos en una sola sala de atención.

Los colores de cada vela representan el estado de ánimo de cada persona la cual será personalidad a sus gustos para que la función de la terapia fluya con éxito.

El tamaño varía de acuerdo con la personalidad y gustos de los clientes.

Presentación en envases de vidrio con la finalidad de no tener desperdicios que manchen o se derrame en alguna superficie, así como las que tendrán base de corcho evitaran que pase lo caliente.

La entrega será en cajas dando seguridad al producto a que se rompa, con fundas ecológicas de papel para ser utilizadas de transportador del producto.

Lo recomendable es encender las velas por la mañana y por la noche para mejores efectos, alrededor de 1 hora. Por lo que se puede llevar a cabo antes de ir al trabajo y antes de dormir. Por la mañana la energía y la salud estarán en excelentes condiciones, por la noche el dormir resultará un verdadero placer.

El insumo ecológico de esta empresa que entregará a los centros de masajes se caracterizará en su estrategia de diseño, variedad, pruebas de concepto, pruebas de estabilidad, nombre, marca, empaque, tamaño, garantía de calidad. Por su parte, el precio tiene relación con costos, descuentos, márgenes, plazos de pago, condiciones de crédito, formas de pago.

La plaza contará con los canales de distribución, cobertura que se alcanzará, políticas de venta, inventarios, transporte.

Definir la difusión de la comunicación que tiene directamente enlace con la promoción que se la hará al producto; la venta personalizada como en el caso de las empresas de venta de velas.

### ***4.1.3 Factibilidad Técnica***

En este punto se podrá determinar propuestas favorables que salen del banco de preguntas diseñado para saber y completar características del producto.

Con la encuesta realizada a todos los clientes se pudo comprobar que existe un gran porcentaje de mujeres a diferencias del hombre que adquieren este producto.

La encuesta fue realizada a 100 personas de la ciudad de guayaquil con varias preguntas, con mayor capacidad de implementación dado por la pregunta 3 del formulario donde se expresa que las personas compran velas cual sea su utilidad dos veces por semana, con la compra de estos productos se lograra estabilizar la parte emocional de los pacientes y este modelo de negocio se logra ajustar a los productos y servicios a las necesidades de los clientes.

La finalidad de la encuesta se realizó para lograr saber si las personas están dispuestas a comprar un producto natural, porque como sabemos están presentes en todo el mundo y en nuestro diario vivir ya que en toda la salud es lo primero las velas ecológicas se convirtió en un medio eficaz ya que ahorra luz eléctrica y suma éxitos no obstante cuando se da la vulnerabilidad epidemiológica.

### ***4.1.4 Factibilidad Legal***

Con la finalidad de evitar multas por parte del MSP (Ministerio de Salud Pública), y otras entidades reguladoras la elaboración e implementación de la presente propuesta general cumple con los siguientes requisitos que determinan la factibilidad legal:



Profesionales con permisos de Funcionamiento para realizar masajes corporales, y otros permisos legales que no le perjudica su desarrollo de actividad.

Se deberá ser claros y explícitos sobre las ventajas, desventajas y responsabilidades, al solicitar la aplicación del producto en el cuerpo.

No se usará como un objeto de comercialización sino más bien como medicina alternativa y nociva para el cuerpo.

## **4.2 Etapas de la Metodología Del Proyecto**

### ***4.2.1 Entregables del proyecto***

Cada entregable a los clientes y a las partes interesadas esperan siempre un proyecto final con variables de productos efectivos, pero también hay papeleo algo tedioso. Todos los papeles efectuados llegan a completar, son un efectivo de entregables a los clientes y a todas las partes interesadas que necesitan para evaluar de un progreso final del proyecto. (PROJECTADMIN, 2020)

Mediante esto se logra la satisfacción del cliente y llegar a crear un interés en la implementación de un producto a una fusión general de actividades de relajación en su salud.

Los centros de Biomagnetismo siempre utilizan máquinas e instrumentos no dañinos para la salud, pero con este producto será la mejor opción de bienestar y confiabilidad que se le entregará a un paciente.

Hay que recordar que la salud es el punto base de cada persona por lo tanto tendremos que cuidar de cada detalle que nos hará sentir bien.

#### ***4.2.2 Criterios de validación de la propuesta***

Las mismas que serán analizadas mediante variables como:

**Rendimiento.** Eficacia que tiene la investigación de este proyecto para evitar la descompensación emocional de las personas.

Se trata de asociar el rendimiento con la capacidad para informar adecuadamente sobre los beneficios del producto.

**Planificación.** Es realizar el plan de marketing lo más exacto posible, teniendo en cuenta las poblaciones que acuden a una cita médica.

Tener en cuenta todos los factores económicos de los clientes, para llegar a un punto determinado en los valores de venta.

Todo análisis debe ser considerado teniendo en cuenta que no todos los días del año se estará realizando la elaboración de esta, así lograr reducir los desperdicios de los productos esenciales para ahorrar costos y que sean utilizados en otros rubros.

**Usabilidad.** Se relaciona con la facilidad que tiene la investigación para ser distribuida cumpliendo así sus objetivos específicos.

La evaluación de usabilidad en una investigación no es una tarea compleja, debido a que sus niveles pueden ser tomados de manera directa, a causa de los diferentes factores subjetivos que influyen en su determinación, como es el caso de la experiencia de las personas.

**Optimización de los recursos.** Se refiere a las que deben darse para evitar contaminación ambiental, es decir que no genere unos componentes tóxicos negativos en las personas.

#### 4.2.3 Presentación de Producto.

**Logotipo.** - El logotipo es muy sencillo rodeado de la majestuosa naturaleza fuente de relación ambiental con colores pasteles muy bajos dando al cliente una sensación única y diferente. Los colores pasteles nunca pasarán de moda en el mundo por su tonalidad suave y luminosa, ya que la gama está muy cercana a los blancos. Cada color de tonalidades bajas causa efectos relajantes y logran expandir el ambiente de donde se encuentra, así mismo son colores que no salgan del mercado, aportando confort.



**Ilustración 10** Logotipo

Fuente: Evelyn Olarte.

**Eslogan.** “Hoy es un gran día para iluminar”

Se desarrolla un significado espiritual al momento de la compra el cliente sentirá que será el gran día donde pasará un momento agradable, podrá llenarse de todo lo positivo que transmita la iluminación de la vela olvidando los problemas cotidianos.

### **Envase y Presentación**

Este será un producto que adquiera el cliente final, su envase con tapas y se logrará la mayor elegancia de este ya que el producto no se derramará fácilmente.

Toda la materia prima de las ceras de sojas será vertida en los frascos de vidrio para mayor prolongación de su aroma, con el logotipo representativo de la microempresa.

Estos dos productos representativos de la microempresa de acuerdo con su venta serán presentados en cajas de cartón 100% orgánicas y decorativos dándole la seguridad al producto.

Con toda esta calidad y dentro de las presentaciones de nuestro producto se ofrece un producto natural.

#### ***4.2.4 Atributos de la marca.***

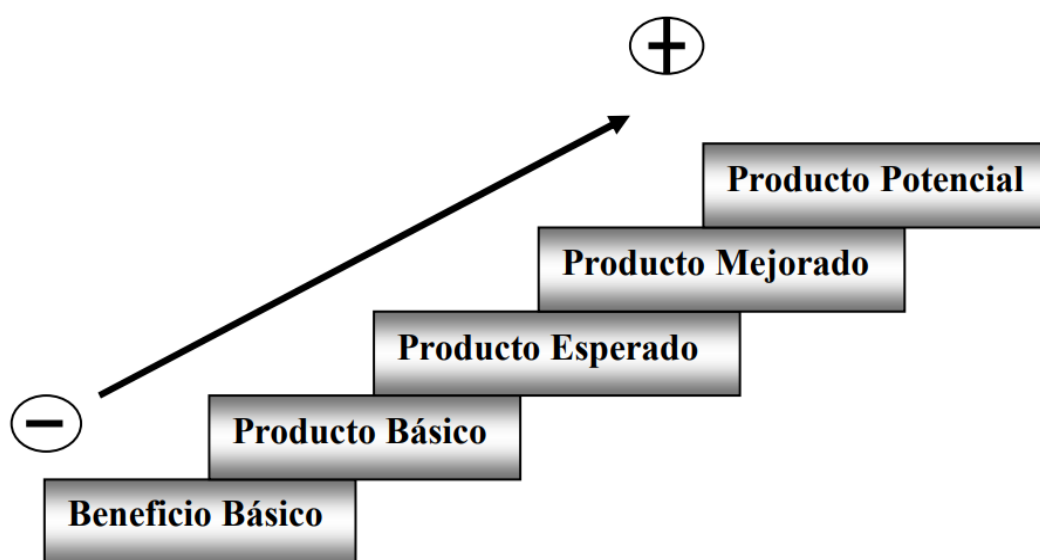
Brindar innovación, calidad, responsabilidad ambiental y social, reflejado en los productos “ZUVA” ofreciendo servicios de asesoría, atención personalizada e infraestructura adecuada para todas las personas, se incluirá a todos los pacientes logrando fidelidad a nuestros productos.

La mayor satisfacción de las ventas de un producto es lograr que el cliente se sienta a gusto con lo compra y uso respectivo, por lo tanto, esta marca lograra emocionalmente llegar al cliente, con su calidez y gamas de colores.

#### 4.2.5 Niveles de productos.

Se logró identificar diferentes tipos de productos y cada uno está orientado a un mercado determinado, que como se sabe estará elaborado de acuerdo con las necesidades de cada cliente.

Y cada cliente o segmento de mercado, se sentirá identificado en cada uno de los diferentes niveles de productos vendidos desde cada centro médico de medicina alternativa.



**Ilustración 11** Niveles de Producto

Autor: página web

El primer “escalón” o “nivel” de los productos de la figura 7, se puede definir como beneficio básico: son producto que el usuario realmente está comprando.

Subiendo al siguiente escalón nos damos cuenta de que ya existe un producto básico: esto es la conversión del beneficio básico a producto básico, es decir, después que el usuario compró “relajación”, ahora va a comprar velas, envase y etiqueta.

En el tercer escalón, los usuarios compran el producto esperado: la cual son un conjunto de sensaciones y atributos que se brinda y que normalmente esperan cuando adquieren el producto. Con todos los análisis mi empresa logra vender a los centros de relajación o de Biomagnetismo un producto excelente que les brinda cumplir únicamente las funciones buscadas y se dejan llevar por precio.

Con la finalización de un último escalón con la satisfacción final del cliente.

#### **4.2.6 Estrategia de crecimiento.**

Realización mediante análisis de mercado para poder ejecutarlas sin afectar la economía ecuatoriana, desarrollada en crecimiento en las ventas, por el hecho de ser un producto en el mercado no muy explotado.



**Ilustración 12** Matriz ANSOFF

Fuente: Internet

Mediante la cual se desarrollará un análisis respectivo para poder saber cuáles serían nuestras oportunidades de crecimiento.

#### ***4.2.7 Situación financiera y resultados proyectados.***

Los ingresos proyectados fueron calculados en base al poder adquisitivo a nivel local (suponiendo que todo el inventario se vende en su totalidad). Gracias a la investigación de mercado se estableció un precio de valor al público de entre cinco a siete dólares, los cuales varían por las características de cada producto. Los costos de producción para cada artículo se prorratan de acuerdo con la cantidad empleada de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

#### ***4.2.8 Precio.***

El precio varía dependiendo al tamaño del producto y a la mano de obra empleada. Al no ser un producto masivo, no se puede imponer un valor único o estándar al mismo, sin embargo, se establecerá un margen de contribución del 65% aproximadamente sobre el total de los costos fijos y variables. Gracias a la investigación de mercado, considerando el monto dispuesto a pagar para adquirir una vela, los mismos fluctúan entre los 5 a 20 dólares, donde juega un papel importante el tamaño y diseño del producto.

#### ***4.2.9 Cálculo de rentabilidad.***

En todos los procesos de desarrollo de un producto nuevo, el cálculo efectivo de la rentabilidad se puede tornar un poco complejo a diferencia de los productos ya establecidos que únicamente siguen un procedimiento y están bien controlados, mediante esta dificultad con los productos nuevos se logró asociar a:

Las posibilidades de venta de los nuevos productos son muy inciertas y los métodos utilizados han sido de carácter muy subjetivo.

Las ventas y los costos varían con el tiempo, ya que los nuevos productos pueden tomar mucho más tiempo del esperado y los costos pueden ir variando.

Siempre se debe considerar los métodos a utilizar para evaluar la rentabilidad efectiva de cada negocio y estos deben ser adecuados al mercado hacia el que la empresa está orientada.

Todas las compañías de éxito también miden su rentabilidad, y lo hacen distribuyendo sus productos en líneas y analizando cada una de éstas.

Tomando siempre en cuenta los territorios, grupos de clientes, segmentos, canales de distribución, así como tamaños de pedidos, pacientes clave más conocidos como usuario concurrente del 80/20, que se traduce como el 20% del usuario efectivo atendido con calidad y calidez que genera el 80% de las ganancias de las empresas.

Mediante un análisis empírico de información bien recopilada y presentada, ayuda a la gerencia financiera y general a determinar si es tiempo de crecer más, o a su vez llegar a la eliminación de productos que han dejado de ser rentables.



## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### Conclusiones.

Una vez finalizado el estudio de campo en el cual se pudo conocer, analizar, evaluar y plantear una posible solución que será implementada en la ciudad de Guayaquil, se puede concluir que:

1. La alta demanda de consultas médicas por estado de pandemia mundial logró la captación de personas que quieren cuidar su salud.
2. El estudio de mercado demostró que la elaboración y comercialización de velas artesanales a base de cera de sojas 100% orgánicas, presenta una gran acogida por parte de los ciudadanos de las parroquias de la ciudad de Guayaquil, con un mercado potencial comprendido por hombre y mujeres entre las edades de 49 a 61 años, que usan terapias alternativas; el lugar preferente de adquisición de las velas de cera de sojas es en el centro terapéutico de Biomagnetismo.
3. El tiempo que conlleva poner en marcha el plan de negocio es menor de un año, considerando las diferentes gestiones que se deben realizar para la implementación de un producto ya en el mercado, pero con más capacidad efectiva de quienes los usen. Estableciendo estrategias, planes de acciones, manuales de bioseguridad y funciones terapéuticas. La aplicación de este plan de negocio, de elaboración y comercialización de velas.

4. La fuente de financiamiento de esta implementación de negocio y lograr que sea parte del sistema de salud será mediante recursos propios. Además, el análisis de factibilidad dio como consecuencia que es posible invertir en esta propuesta, porque proporciona resultados positivos, debido que las velas son un material utilizado para cualquier finalidad, con utilización de materia prima ecológicas y con los envases de usos varios, representará reducción de costos de producción, a su vez se ayuda al medio ambiente y se obtiene ingresos económicos.

5. llegar a establecer estabilidad emocional a cada paciente que llegue al centro de Biomagnetismo, brindando asesoramiento único de los beneficios de componentes orgánicos que serán implementados en su cuerpo.

### **Recomendaciones.**

1. Poner en marcha un negocio de elaboración y comercialización de velas ecológicas base de cera de sojas 100% orgánicas, debido a la gran aceptación que existe entre las personas por las velas ecológicas e innovadoras, debido a la implementación de materiales alternativos, convierte a estas en algo novedoso, que reducirá progresivamente el impacto ambiental y generará ingresos económicos.

2. Además de los canales directos de venta, se recomienda la estrategia directa con el paciente ya que tendrán más facilidad de adquirir su producto en el local donde reciben sus terapias, y además podrán definir sus requerimientos adicionales. Se deberá realizar convenios con empresas privadas dedicadas a la actividad de terapias alternativas para la promoción y distribución del producto de manera masiva, adicionalmente se recomienda tomar contacto con el Ministerio de Turismo y otras entidades relacionadas, para la promoción de nuestros productos en ferias, que sirven como escenarios para las industrias comercial.

3. Se tomará en cuenta todas las áreas de la microempresa a fin de establecer estrategias administrativas, comerciales, ventas y financieras, con sus respectivos planes de acciones que permitan el ingreso y posicionamiento en mercado guayaquileño de las velas artesanales “ZUVA”.

Ejecutar controles para verificar los estados financieros, y también retroalimentar a cada personal de salud como al cliente sobre los beneficios de la cera orgánica.

3. Se desarrollará un estudio periódico del mercado, que permita conocer más sobre los gustos de cada cliente ante los servicios brindados y del producto adquirente que se oferta, esto

servirá para mantenerse innovando en los servicios, productos y atención hacia el cliente, para permanecer y crecer en el mercado Guayaquileño.

5. Una retroalimentación a cada personal de salud del centro de Biomagnetismo de los usos de la cera de soja como alternativa saludable que se aplicará a cada usuario.

**BIBLIOGRAFÍA**

AYNI, B. (2017). Obtenido de [www.biomagnetismoayni.com](http://www.biomagnetismoayni.com)

Líderes, Revista. (2020). Velas artesanales rescatan cultura y tradición.

Ministerio del Ambiente. (2016). *Un país con superávit ecológico*. Obtenido de [www.ambiente.gob.ec/ecuador-un-pais-con-superavit-ecologico/](http://www.ambiente.gob.ec/ecuador-un-pais-con-superavit-ecologico/)

PROJECTADMIN. (20 de 11 de 2020). Obtenido de <http://www.projectadmin.org/que-es-un-entregable-de-proyecto-definicion-ejemplos-y-mas/>

SALVADOR, J. (9 de 7 de 2020). *TEORIA DEL TRIANGULO INVERTIDO*. Obtenido de <https://ebents.com/incubandoexitos/2020/07/09/el-triangulo-invertido-del-emprendimiento/>

## ANEXOS



## VELAS ARTESANALES 100% ECOLOGICAS CON CERA DE SOJAS.

Mediante esta encuesta se solicita al usuario la selección de las preguntas.

Seleccionar según corresponda su - ¿Género?

- Masculino
- Femenino

Seleccionar según corresponda su - ¿Edad?

- 13\_25
- 25\_37
- 37\_49
- 49\_61

Seleccionar de acuerdo a su opinión ¿Si compran Velas con qué Frecuencia lo realizan?

- Dos veces por semana
- Mensual
- Nunca
- Quincenal
- Una vez por semana

Seleccionar de acuerdo a su opinión ¿Con que finalidad adquiere usted este producto?

- Novedoso/ Adorno
- Religioso
- Terapéutico

Seleccionar de acuerdo a su opinión ¿En sus compras que modelo le llama más la atención?

- Con forma Geométrica
- En envases de Vidrio
- Clásicas/ sencillas

Seleccionar de acuerdo a su opinión ¿Las compras de velas para usted fueron de gran cantidad durante los meses de marzo a junio?

- SI
- NO

Seleccionar de acuerdo a su opinión .-¿En qué tamaños son más adquiridas en cada compra las velas?

- Grandes
- Pequeñas
- Medianas
- Variedad de Tamaño

Seleccionar de acuerdo a su opinión .-¿Para mayor facilidad de compra donde le gustaría adquirir este producto?

- Centros Comerciales
- Fabricantes Directos
- Tiendas Populares
- Centros de Salud de Terapias Alternativas



Seleccionar de acuerdo a su opinión .-¿Cuál de las siguientes características le atraen en el momento de compra?

- Diseño del Producto
- Precio del Producto
- Que sean Aromáticas
- Que sean ecológicas

Seleccionar de acuerdo a su opinión .-¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada vela ecológica?

- \$3 \_\_\_\_\$5
- \$5 \_\_\_\_\$7
- \$7 \_\_\_\_\$9
- \$9 \_\_\_\_\$11.....

Enviar

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios