



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA



TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE  
CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO

TEMA:

“PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS.”

AUTORES:

VACA VERA, GÉNESIS TATIANA

VELOZ MORÁN, JIMMY ANDRÉS

TUTOR DE TESIS:

ING. AVILÉS ALMEIDA, PEDRO MSC.

PALABRAS CLAVES:

PLAN DE NEGOCIO, EMPRENDIMIENTO, ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS,  
GENERACIÓN DE INGRESOS.

GUAYAQUIL, 2018 MARZO 08



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>		
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> “Propuesta de plan de negocio para la elaboración y comercialización de artesanías.”		
<b>AUTOR/ES:</b> Vaca Vera, Génesis Tatiana Veloz Morán, Jimmy Andrés	<b>TUTOR:</b> Ing. Avilés Almeida, Pedro Msc. <b>REVISOR:</b> Ing. Rodas Hidalgo, Francisco.	
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad de Guayaquil	<b>FACULTAD:</b> Ciencias Administrativas	
<b>CARRERA:</b> Contaduría Pública Autorizada		
<b>GRADO OBTENIDO:</b> Contador Público Autorizado		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>Nº DE PÁGS.:</b> 142	
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Emprendimiento, Modelo de negocio.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b> plan de negocio, emprendimiento, administración de negocios, generación de ingresos.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b> El plan de negocio se desarrolló para su implementación en el año 2019, con la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías (adornos, estatuillas, entre otros) a base de baldosas recicladas y plastilinas, que estará ubicada en la ciudad de Guayaquil enfocándose en las parroquias, Olmedo, Pedro Carbo, Roca y Rocafuerte. Dando de esta manera respuesta al problema del manejo inadecuado de los residuos de cerámicas de baldosas. El objetivo primordial del presente trabajo es generar ingresos y ayudar al medio ambiente. Se realizó una investigación de campo en las respectivas parroquias (Olmedo, Pedro Carbo, Roca y Rocafuerte), además se desarrolló encuestas para estudiar el mercado y conocer los gustos y preferencias de los participantes. Este plan de negocios cuenta con cuatro capítulos que comprende el problema, marco referencial, marco metodológico y análisis de datos, y la propuesta, permitiendo conocer de esta manera una conclusión optima o no del proyecto. Se concluye que es factible desarrollar este plan de negocio dentro del área determinada.		
<b>No. DE REGISTRO:</b>	<b>No. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL:</b>		
<b>ADJUNTO PDF</b>	<b>SI ( x )</b>	<b>NO ( )</b>
<b>CONTACTOS CON AUTORES:</b> Vaca Vera Génesis Tatiana Veloz Morán Jimmy Andrés	<b>TELÉFONO:</b> 0988353013 (04) 2847393 0969080565	<b>E-MAIL:</b> <a href="mailto:genesis-vaca@hotmail.com">genesis-vaca@hotmail.com</a> <a href="mailto:jimmyan93@hotmail.com">jimmyan93@hotmail.com</a>
<b>SECRETARIA GENERAL</b>	<b>NOMBRE:</b> Abg. Elizabeth Coronel	
	<b>TELÉFONO:</b> (04) 2282187	



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**  
**Unidad de titulación**



**Certificación del tutor**

Habiendo sido nombrado, **Ing. Avilés Almeida, Pedro MSc.** tutor del trabajo de titulación cuyo tema es “**Propuesta de plan de negocio para la elaboración y comercialización de artesanías**” de los estudiantes: **Vaca Vera Génesis Tatiana** con C.I. N° **0929797090**, y **Veloz Morán Jimmy Andrés** con C.I. N° **0930560792**, indicando que han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente.

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- Los estudiantes demuestran conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por cumplida esta tutoría de trabajo de titulación, **certifico** para los fines pertinentes que los estudiantes están aptos para continuar con el proceso de revisión final.

---

**Ing. Pedro Avilés Almeida, MSc.**  
**Docente tutor del trabajo de titulación**  
**C.I. N° 091290969 – 4**



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**

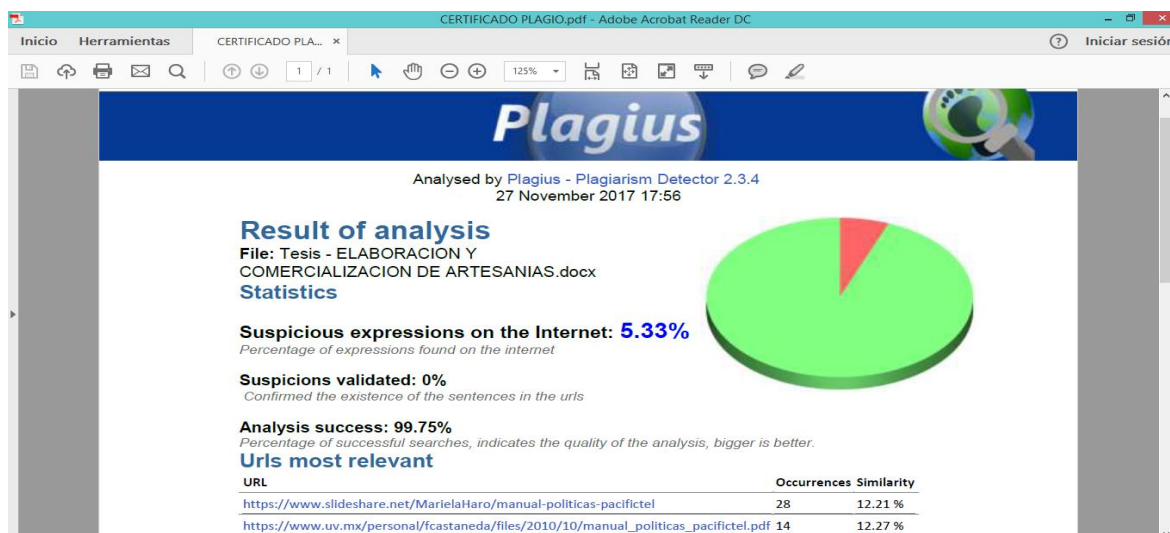


**Unidad de titulación**

**Certificado porcentaje de similitud**

Habiendo sido nombrado **Ing. Avilés Almeida, Pedro MSc.** tutor del trabajo de titulación, certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Vaca Vera Génesis Tatiana** con C.I. N° **0929797090** y por **Veloz Morán Jimmy Andrés** con C.I. N° **0930560792**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Contador Público Autorizado.

Se informa que el trabajo de titulación **“Propuesta de plan de negocio para la elaboración y comercialización de artesanías”** ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución con el programa antiplagio **Plagius** quedando el **5.33%** de coincidencia.



**Ing. Pedro Avilés Almeida, MSc.**  
**Docente tutor del trabajo de titulación**  
**C.I. N° 091290969 - 4**



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**



**Unidad de titulación**

**Licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra  
 con fines no académicos**

Nosotros, **Vaca Vera Génesis Tatiana** con C.I. N° **092979709-0** y **Veloz Morán Jimmy Andrés** con C.I. N° **093056079-2** certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“Propuesta de plan de negocio para la elaboración y comercialización de artesanías”** son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad y según el **art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación\***, autorizamos el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

---

**Vaca Vera Génesis Tatiana**  
**C.I. N° 092979709 - 0**

---

**Veloz Morán Jimmy Andrés**  
**C.I. N° 093056079 - 2**

\* CÓDIGO ÓRGANICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (registro Oficial n. 899-Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

## Dedicatoria

El presente trabajo de investigación va dedicado a todos aquellos quienes hicieron hasta lo imposible por lograr que ahora estemos convertidos en profesionales.

Al Divino Creador, por ser guía de nuestras vidas y proveer de sabiduría y entendimiento.

A nuestros padres, las personas más importantes en nuestras vidas, a quienes dedicamos todo el esfuerzo realizado como recompensa a su apoyo moral y económico que sin dudarlo nos lo ofrecieron orgullosamente.

A nuestros docentes, amigos y demás familiares, quienes nos brindaron su ayuda y motivación cuando más lo necesitamos.

Al Ing. Arnaldo Delgado Cobo, quien con sus consejos motivó al desarrollo de este proyecto.

*Los autores.*

## Agradecimiento

Al Divino Creador, por la vida y fuerzas necesarias para la consecución de este proyecto.

A nuestros padres, por ser pilares fundamentales en el éxito personal y profesional, ofreciéndonos su apoyo en todo momento desde el inicio de la carrera hasta el final.

A los docentes que durante estos ocho niveles de estudio nos transmitieron sus conocimientos con buenos ejemplos.

Agradecemos de manera especial a los ingenieros: Pedro Avilés Almeida, MSc., y Francisco Rodas Hidalgo, quienes han dedicado su tiempo para corregir y mejorar nuestras ideas durante la elaboración de esta propuesta.

*Los autores.*

## Tabla de contenido

Repositorio nacional en ciencias y tecnología.....	ii
Certificación del tutor .....	iii
Certificado porcentaje de similitud .....	iv
Licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines no académicos .....	v
Dedicatoria .....	vi
Agradecimiento .....	vii
Tabla de contenido .....	viii
Índice de tablas.....	xiv
Índice de figuras.....	xvi
Índice de apéndices .....	xviii
Abreviaturas .....	xix
Resumen.....	xx
Abstract .....	xxi
Introducción .....	1
Capítulo 1 El problema .....	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Formulación y sistematización del problema.....	3
1.2.1 Formulación. ....	3
1.2.2 Sistematización. ....	3
1.3 Objetivos de la investigación .....	3
1.3.1 Objetivo general.....	3
1.3.2 Objetivos específicos. ....	4



1.4 Justificación.....	4
1.4.1 Justificación teórica.....	4
1.4.2 Justificación práctica.....	5
1.4.3 Justificación metodológica.....	6
1.5 Delimitación del problema.....	6
1.6 Hipótesis.....	7
1.6.1 Variable independiente.....	7
1.6.2 Variable dependiente.....	7
1.7 Operacionalización de las variables.....	7
Capítulo 2 Marco referencial.....	8
2.1 Antecedentes de la investigación.....	8
2.2 Marco teórico.....	10
2.2.1 Teoría del triángulo invertido.....	10
2.2.2 Teoría del empresario innovador.....	10
2.2.3 La mentalidad emprendedora.....	11
2.2.4 Modelo de Gibbs.....	11
2.2.5 La toma de decisiones.....	11
2.2.6 La ventaja competitiva.....	12
2.2.7 La contabilidad social.....	13
2.3 Marco contextual.....	14
2.4 Marco conceptual.....	15
2.4.1 Artesanía.....	15

2.4.2 Baldosa.....	15
2.4.3 Contaminación.....	15
2.4.4 Costo.....	15
2.4.5 Daño ambiental.....	16
2.4.6 Gasto.....	16
2.4.7 Gestión ambiental.....	16
2.4.8 Mano de Obra.....	16
2.4.9 Materia prima.....	16
2.4.10 Medio ambiente.....	16
2.4.11 Plan de negocio.....	17
2.4.12 Plastilina.....	17
2.4.13 Población económicamente activa.....	17
2.4.14 Propuesta.....	17
2.5 Marco legal.....	18
2.5.1 Constitución Nacional de la República del Ecuador.....	18
2.5.2 Ley de Gestión Ambiental.....	18
2.5.3 Ley de Compañías.....	19
2.5.4 Ley de Régimen Tributario Interno (L.O.R.T.I.).....	20
2.5.5 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – C.O.P.C.I.....	20
2.5.6 Código Civil.....	21
2.5.7 Norma internacional de información financiera para las pequeñas y medianas entidades (NIIF para PYMES).....	21

2.5.8 Reglamento de comprobantes de venta, retención y complementarios. ....	22
Capítulo 3 Marco metodológico y análisis de datos .....	23
3.1 Diseño de la investigación .....	23
3.2 Tipo de investigación .....	24
3.3 Población y muestra .....	24
3.4 Técnica e instrumento de investigación .....	26
3.4.1 Técnica. ....	26
3.4.2 Instrumento. ....	26
3.4.3 Características de la encuesta. ....	26
3.4.4 Objetivos de la encuesta. ....	27
3.5 Análisis de resultados.....	28
3.5.1 Análisis general de la encuesta.....	40
Capítulo 4 La propuesta .....	41
4.1 Antecedentes .....	41
4.2 Objetivos .....	41
4.2.1 Objetivo general. ....	41
4.2.2 Objetivo específicos. ....	41
4.3 Justificación.....	42
4.4 Plan de organización .....	43
4.4.1 Características de la compañía. ....	43
4.4.2 Misión. ....	43
4.4.3 Visión. ....	44

4.4.4	Objetivos. ....	44
4.4.5	Ventaja competitiva. ....	44
4.4.6	Valores corporativos. ....	44
4.4.7	Organigrama estructural integral.....	45
4.4.8	Organigrama funcional.....	46
4.4.9	Organigrama de puestos, plazas y unidades.....	47
4.4.10	Manual de funciones y políticas.....	48
4.4.11	Aspectos legales y jurídicos. ....	66
4.5	Plan de marketing.....	70
4.5.1	Objetivos del plan. ....	70
4.5.2	Investigación de mercado.....	71
4.5.3	Análisis de la situación externa.....	72
4.5.4	Producto. ....	77
4.5.5	Precio.....	79
4.5.6	Plaza. ....	79
4.5.7	Promoción .....	80
4.6	Plan de operaciones.....	81
4.6.1	Objetivos. ....	81
4.6.2	Producto. ....	81
4.6.3	Requerimiento de mano de obra. ....	82
4.6.4	Proceso productivo.....	83

4.6.5 Capacidad instalada.....	85
4.7 Plan financiero .....	86
4.7.1 Objetivos.....	86
4.7.2 Sistema de pagos y cobros.....	86
4.7.3 Presupuesto.....	89
4.7.4 Financiamiento.....	95
4.7.5 Estudio de factibilidad.....	100
Conclusiones y recomendaciones .....	106
Conclusiones .....	106
Recomendaciones.....	107
Referencias bibliográficas.....	109
Apéndices.....	115

## Índice de tablas

Tabla 1	<i>Operacionalización de las Variables.</i>	7
Tabla 2	<i>Matriz F.O.D.A.</i>	14
Tabla 3	<i>Tamaño de la muestra poblacional.</i>	25
Tabla 4	<i>Género de los encuestados.</i>	28
Tabla 5	<i>Rango de edad.</i>	29
Tabla 6	<i>Estado civil.</i>	30
Tabla 7	<i>Frecuencia de compras de artesanías.</i>	31
Tabla 8	<i>Motivo de compra de artesanías.</i>	32
Tabla 9	<i>Calidad de las artesanías ecuatorianas.</i>	33
Tabla 10	<i>Nivel de interés del producto.</i>	34
Tabla 11	<i>Criterio de conservación del medio ambiente.</i>	35
Tabla 12	<i>Motivos por el cual comprar artesanías de materiales reciclados.</i>	36
Tabla 13	<i>Preferencias de lugares de venta de artesanías.</i>	37
Tabla 14	<i>Probabilidad de compra del producto.</i>	38
Tabla 15	<i>Total de encuestados sobre regularidad de compra.</i>	39
Tabla 16	<i>Análisis P.E.S.T.A.L.</i>	73
Tabla 17	<i>Evaluación global de la industria artesanal.</i>	74
Tabla 18	<i>Modelo de Artesanías.</i>	81
Tabla 19	<i>Tamaño estimado de las artesanías.</i>	82
Tabla 20	<i>Diagrama de preparación de artesanías.</i>	84
Tabla 21	<i>Producción estimada para el primer año.</i>	85
Tabla 22	<i>Sistema de pagos.</i>	87
Tabla 23	<i>Producción mensual proyectado para el primer año.</i>	89
Tabla 24	<i>Producción anual.</i>	89

Tabla 25 <i>Punto de equilibrio de producción.</i> .....	94
Tabla 26 <i>Inversión de capital de trabajo.</i> .....	95
Tabla 27 <i>Inversión.</i> .....	96
Tabla 28 <i>Comparación entre métodos de amortización.</i> .....	98
Tabla 29 <i>Diferencia entre los métodos de amortización anual.</i> .....	98
Tabla 30 <i>Payback.</i> .....	101
Tabla 31 <i>Análisis de escenarios.</i> .....	102

## Índice de figuras

<i>Figura 1</i> Plano de la ciudad de Guayaquil.....	6
<i>Figura 2</i> Género de los encuestados. ....	28
<i>Figura 3</i> Rango de edad. ....	29
<i>Figura 4</i> Estado civil.....	30
<i>Figura 5</i> Frecuencia de compras de artesanías. ....	31
<i>Figura 6</i> Razón de compra de artesanías. ....	32
<i>Figura 7</i> Calidad de las artesanías ecuatorianas. ....	33
<i>Figura 8</i> Nivel de interés del producto. ....	34
<i>Figura 9</i> Criterio de conservación del medio ambiente. ....	35
<i>Figura 10</i> Motivos para comprar artesanías de materiales reciclados. ....	36
<i>Figura 11</i> Preferencias de lugares de ventas de artesanías. ....	37
<i>Figura 12</i> Probabilidad de compra del producto. ....	38
<i>Figura 13</i> Regularidad de compra del producto. ....	39
<i>Figura 14</i> Organigrama general para IDEAS Cía. Ltda. ....	45
<i>Figura 15</i> Organigrama Funcional para IDEAS Cía. Ltda. ....	46
<i>Figura 16</i> Organigrama de puestos, plazas y unidades para IDEAS Cía. Ltda. ....	47
<i>Figura 17</i> Cinco fuerzas competitivas de Michael E. Porter. ....	74
<i>Figura 18</i> Prototipo de logo para la razón social. ....	78
<i>Figura 19</i> Prototipo de logo para el nombre comercial. ....	78
<i>Figura 20</i> Ubicación propuesta para la oficina y local comercial de IDEAS Cía. Ltda. ....	80
<i>Figura 21</i> Mapa de organización interna del departamento de operación. ....	82
<i>Figura 22</i> Sistema de cobro inmediato. ....	87
<i>Figura 23</i> Sistema de cobro prepago. ....	88
<i>Figura 24</i> Encuestados según edad, género masculino. ....	118



<i>Figura 25</i> Encuestados según edad, género femenino.....	118
<i>Figura 26</i> Preferencias por las artesanías. ....	119
<i>Figura 27</i> Uso de las artesanías. ....	119
<i>Figura 28</i> Primera impresión del cliente. ....	120
<i>Figura 29</i> Lugar de adquisición. ....	120
<i>Figura 30</i> Modelos de artesanías favoritos. ....	121
<i>Figura 31</i> Tamaño.....	121
<i>Figura 32</i> Monto dispuesto a pagar por artesanías. ....	122
<i>Figura 33</i> Aceptación de nuevo producto.....	122

## Índice de apéndices

<i>Apéndice A</i> Encuesta general on-line.....	115
<i>Apéndice B</i> Encuesta piloto para la investigación de mercado.....	116
<i>Apéndice C</i> Línea de productos de “Ta Maki Artesanías”.....	117
<i>Apéndice D</i> Análisis de resultados de la investigación de mercado.....	118
<i>Apéndice E</i> Materiales necesarios para embalaje.....	123
<i>Apéndice F</i> Plano para distribución de planta.....	124
<i>Apéndice G</i> Normativa de Seguridad industrial.....	125
<i>Apéndice H</i> Determinación de costos fijos, variables y ventas.....	128
<i>Apéndice I</i> Costos de producción - proyección anual.....	129
<i>Apéndice J</i> Gastos operacionales - proyección anual.....	130
<i>Apéndice K</i> Organización de la bodega por secciones.....	131
<i>Apéndice L</i> Proyección anual de sueldos del personal.....	132
<i>Apéndice M</i> Infraestructura física y proforma mensual de servicios básicos.....	133
<i>Apéndice N</i> Proforma de inversión - máquinas para taller.....	134
<i>Apéndice O</i> Proforma de inversión - herramientas para taller.....	135
<i>Apéndice P</i> Proforma mensual de suministros para taller.....	136
<i>Apéndice Q</i> Proforma de inversión - mobiliario total de la empresa.....	137
<i>Apéndice R</i> Proforma de inversión - equipos y otros de la empresa.....	138
<i>Apéndice S</i> Cálculo del préstamo - método francés.....	139
<i>Apéndice T</i> Cálculo del préstamo - método alemán.....	141

## Abreviaturas

Art.	Artículo.
Cía. Ltda.	Compañía limitada.
CONADES	Consejo Nacional de Salarios.
Etc.	Etcetera.
FOB	Free on Board (libre a bordo).
IEPI	Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual.
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
INEN	Instituto Ecuatoriano de Normalización.
ISO	Organización Internacional de Normalización.
MIPRO	Ministerio de Industrias y Productividad.
PDV/ PVP	Punto de venta / precio de venta al público.
Prod.	Producción.
RUC	registro único de contribuyentes.
SNRM	Sistema Nacional de Registro Mercantil.
SI	Sistema(s) de información.
SRI	Servicio de Rentas Internas.
Tics	Tecnologías en información y comunicaciones.
Ud./uds.	Unidad /unidades.
USD	United States Dollars (Dólares de los Estados Unidos).
WWF	World Wildlife Fund (Fondo Mundial para la naturaleza).



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**



**Unidad de titulación**

**“Propuesta de plan de negocio para la elaboración y comercialización de artesanías.”**

**Autores:** Vaca Vera Génesis Tatiana

Veloz Morán Jimmy Andrés

**Tutor:** Ing. Pedro Avilés Almeida, MSc.

**Resumen**

El plan de negocio se desarrolló para su implementación en el año 2019, con la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías (adornos, estatuillas, entre otros) a base de baldosas recicladas y plastilinas, que estará ubicada en la ciudad de Guayaquil enfocándose en las parroquias, Olmedo, Pedro Carbo, Roca y Rocafuerte. Dando de esta manera respuesta al problema del manejo inadecuado de los residuos de cerámicas de baldosas. El objetivo primordial del presente trabajo es generar ingresos y ayudar al medio ambiente. Se realizó una investigación de campo en las respectivas parroquias (Olmedo, Pedro Carbo, Roca y Rocafuerte), además se desarrolló encuestas para estudiar el mercado y conocer los gustos y preferencias de los participantes.

Este plan de negocios cuenta con cuatro capítulos que comprende el problema, marco referencial, marco metodológico y análisis de datos, y la propuesta, permitiendo conocer de esta manera una conclusión optima o no del proyecto. Se concluye que es factible desarrollar este plan de negocio dentro del área determinada.

**Palabras claves:** plan de negocio, emprendimiento, administración de negocios, generación de ingresos.



**UNIVERSITY OF GUAYAQUIL**  
**FACULTY ADMINISTRATIVE SCIENCE**  
**SCHOOL OF ACCOUNTING PUBLIC AUTHORIZED**



**Titling Unit**

**“Proposal of business plan for elaboration and commercialization of handicrafts.”**

**Authors:** Vaca Vera Génesis Tatiana

Veloz Morán Jimmy Andrés

**Advisor:** Eng. Pedro Avilés Almeida, MSc.

**Abstract**

The business plan was developed for its implementation in the year 2019, with the creation of a company dedicated to the elaboration and commercialization of handicrafts (ornaments, statuettes and among others), based on recycled tiles and plasticines, that will be in the city of Guayaquil focusing on the parishes, Olmedo, Pedro Carbo, Roca and Rocafuerte. Thus, responding to the problem of improper handling of ceramic tile residues. The primary objective of this work is to generate income and help the environment. A field investigation was carried out in the respective parishes (Olmedo, Pedro Carbo, Roca and Rocafuerte), and surveys were developed to study the market and to know the tastes and preferences of the participants.

This business plan has four chapters that includes the problem, referential framework, methodological framework and data analysis, and the proposal, allowing to know in this way an optimal conclusion or not of the project. To conclude that it is feasible to develop this business plan within the specific area.

**Keywords:** business plan, entrepreneurship, business administration, income generation.

## **Introducción**

La presente “Propuesta de Plan de Negocio para la elaboración y comercialización de artesanías” muestra un estudio de factibilidad para la creación de una empresa en el año 2019, en la cual se elaborará y comercializará artesanías (adornos, estatuillas, entre otros) a base de baldosas recicladas y plastilinas. Estará ubicada en la ciudad de Guayaquil, enfocándose en las parroquias, Olmedo, Pedro Carbo, Roca y Rocafuerte; dentro de las cuales el mercado meta que busca cubrir comprende hombres y mujeres que gusten de artesanías ecológicas, con un nivel medio de poder adquisitivo. El proyecto será una nueva faceta para el sector de artesanías en la ciudad por ser el primero en implementar estos materiales.

Se llevarán a cabo planes de acción centrados en las cuatro áreas principales de la organización que son: administración, operación, marketing y financiamiento, cada una con los planes de acción descritos en este trabajo para la consecución de las diferentes actividades. De esta manera se busca crear una empresa con estructura organizacional, responsabilidad social y ambiental, que genere y obtenga ingresos económicos, aprovechando los incentivos, beneficios tributarios y facilidades que el estado. La presente tesis se constituye de cuatro capítulos:

Capítulo I, se presenta todo lo referente al problema: su formulación y sistematización, además se definen los objetivos, la justificación y la hipótesis que acompañan la investigación.

Capítulo II, se explica el marco de referencia, es decir los antecedentes, marco teórico, contextual, conceptual y legal en los cuales se basa el trabajo.

Capítulo III, se muestra el respectivo marco metodológico y análisis de los datos recabados para la investigación, con su respectiva representación gráfica e interpretación.

Capítulo IV, se presenta la propuesta de la investigación con el debido soporte financiero que demuestra su factibilidad.

## **Capítulo 1**

### **El problema**

#### **1.1 Planteamiento del problema**

Los residuos de los materiales de construcción (ladrillos, tejas, baldosas de cerámicas, metal, madera, etc.) a nivel mundial aumentan cada año considerablemente, esto está produciendo un problema en la economía debido al aumento en el costo ocasionado por la adquisición, transporte y utilización de los materiales, también se ve afectado el medio ambiente, a causa del manejo inadecuado de los desechos de construcción, terminando en botaderos clandestinos, vías públicas, alcantarillas, entre otros. Afectando negativamente a la población. Las baldosas de cerámicas forman parte de los materiales de construcción, con una alta demanda de adquisición, siendo muy utilizadas para recubrir paredes, pisos, mesones, entre otros. El problema radica en el manejo inadecuado de los residuos ocasionados de este material.

Ecuador es un país, que presenta dificultades sociales, económicas y ambientales, tales como el desempleo, bajo emprendimiento empresarial, negocios con falta de estructura organizacional, y aumento en la contaminación ambiental por manejo inadecuado de los residuos de materiales de construcción, estos factores perjudican el buen vivir de la sociedad, que no cuenta con ingresos económicos estables.

Guayaquil tiene la mayor población urbana del Ecuador, los cuales también se ven afectados por la situación del país. En la ciudad hay gran demanda de cerámicas de baldosas de origen nacional o extranjeras, estas son usadas para distintos fines, y sus desechos representan altos costos; razón por la cual no existe un manejo adecuado de los residuos de este material, afectando negativamente al desarrollo social, ambiental y económico de la ciudad.

El manejo inadecuado de los residuos de materiales de construcción nos ha lleva a desarrollar este plan de negocio en la ciudad de Guayaquil (comprendiendo las parroquias: Pedro Carbo, Olmedo, Roca y Rocafuerte), para el año 2019, que consiste en la reutilización de residuos de baldosas de cerámicas, fabricando artesanías (adornos, estatuillas, entre otros) a base de baldosas recicladas y plastilinas. De esta manera se busca crear una empresa con estructura organizacional, responsabilidad social y ambiental, que genere y obtenga ingresos económicos, aprovechando los incentivos, beneficios tributarios y facilidades que el estado está otorgando a los emprendedores.

## **1.2 Formulación y sistematización del problema**

### **1.2.1 Formulación.**

¿Cómo establecer un plan de negocio de elaboración y comercialización de artesanías, con baldosas recicladas y plastilinas, promoviendo el cuidado del medio ambiente y la generación de ingresos?

### **1.2.2 Sistematización.**

¿Cómo organizar un plan de negocio para la elaboración y comercialización de artesanías con materiales reciclados, designando las áreas y los recursos que serán necesarios?

¿Cuáles son los beneficios que generará el proyecto?

¿Cómo evaluar y determinar la fuente de financiamiento viable para la puesta en marcha del negocio?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general.**

Establecer un plan de negocio de elaboración y comercialización de artesanías, con baldosas recicladas y plastilinas, promoviendo el cuidado del medio ambiente y la generación de ingresos.



### **1.3.2 Objetivos específicos.**

- Organizar un plan de negocio para la elaboración y comercialización de artesanías con materiales reciclados, designando las áreas y los recursos que serán necesarios.
- Mostrar a la comunidad los beneficios que generará el proyecto.
- Evaluar y determinar la fuente de financiamiento viable para la puesta en marcha del negocio.

## **1.4 Justificación**

### **1.4.1 Justificación teórica.**

La responsabilidad social empresarial dejó de ser una política estática entre las compañías. En la actualidad buscan potenciar este aspecto para ser más responsables con su entorno, ganar eficiencia y consolidar su marca con los consumidores.

La decisión de proponer un plan de negocio orientado hacia esta actividad responde a la iniciativa de generar nuevos emprendimientos que contribuyan al buen vivir. Al hablar de buen vivir, refiérase a la satisfacción de necesidades, la obtención de una mejor calidad de vida, convivir en paz y armonía con la naturaleza y sobre todo la extensión de las culturas humanas. El emprendimiento es un proyecto desarrollado con mucho esfuerzo y hace frente a un sinnúmero de dificultades, con el fin de llegar a un punto específico.

El término es de lo más habitual en el ámbito de la economía y la administración de negocios. Los emprendimientos se generan a partir de ideas que despiertan en una o más personas el interés necesario para tomar dicho rumbo, cuya meta es hacer realidad esa idea asumiendo riesgos económicos o invirtiendo recursos con el objetivo de explotar una oportunidad que le ofrece el mercado.

En tiempos de incertidumbre representan una salida para las personas en situación de desempleo.

Para ser emprendedor y gestionar una organización, se requiere conocer sobre la administración de negocios. La Administración de negocios es una carrera orientada a la gestión óptima de una organización según los recursos con los que disponga. El administrador debe ser ambicioso, empeñoso, creativo, tener habilidad con los números y trabajar en equipo, teniendo en cuenta una vocación de liderazgo, la innovación y la mejora continua.

El campo de acción de la investigación se relaciona con la comercialización de artesanías, por ser una de las fuentes de empleo a nivel local, formar parte de programas de fomento y desarrollo y por centrarse en un nicho que habitualmente tiene mayor poder adquisitivo. Esta actividad permite realizar diversas tareas, tomar alto contacto con los clientes y también el valor del producto tiende a mantenerse progresivamente.

#### **1.4.2 Justificación práctica.**

El proceso del cambio de la matriz productiva adoptada en nuestra nación apuesta por mejorar el nivel de vida de la población económica por medio de ideas o emprendimientos, generándose a su vez nuevas plazas de trabajo. El gobierno explora otros escenarios productivos que generen más fortuna, para alcanzar un crecimiento más sostenible y promover actividades relacionadas con el talento humano, el conocimiento y la tecnología.

El reciclaje es un procedimiento en el cual las materias primas de los artículos que utilizamos en la vida cotidiana como papel, vidrio, aluminio, plástico, etc., se transforman nuevamente en materiales, una vez terminado su ciclo de vida útil.

El reciclaje no logra sentido exclusivamente a nivel ambiental, sino también a nivel económico. Al reciclar se ahorra materiales y energía en su elaboración. La obtención de materiales reciclados para la elaboración y comercialización de artesanías mediante técnicas de reciclaje reducirá notablemente los costos de producción en la industria, permitiendo cubrir este mercado meta con un producto sencillo, novedoso y a precio accesible.

### 1.4.3 Justificación metodológica.

Para lograr el objetivo planteado, se deberá realizar una investigación cuantitativa y cualitativa. Una cuantitativa, debido a que debemos estudiar la relación entre variables cuantificables o medibles, en razones numéricas. Una cualitativa, para identificar la naturaleza de las realidades, su sistema de relaciones y estructura, recolectando datos que comúnmente se los caracteriza como más amplios y profundos.

Al tratarse de un producto innovador, el plan de negocio requiere distintos estudios: económico, financiero, de mercado, técnico, entre otros. Será necesario aplicar la investigación de campo, porque los datos los obtendremos directamente de herramientas como la encuesta, para definir estrategias funcionales ante los distintos factores del negocio.

### 1.5 Delimitación del problema

El plan de negocio se llevará a cabo en la zona céntrica de Guayaquil, y comprenderá las parroquias: Olmedo, Pedro Carbo, Rocafuerte y Roca. Estos sectores son un potencial mercado para la producción y venta del producto. La razón responde a que no existe un control y manejo adecuado de sus desechos, los cuales terminan arrojando sus residuos al medio ambiente. Además, es notable la demanda existente por las artesanías.

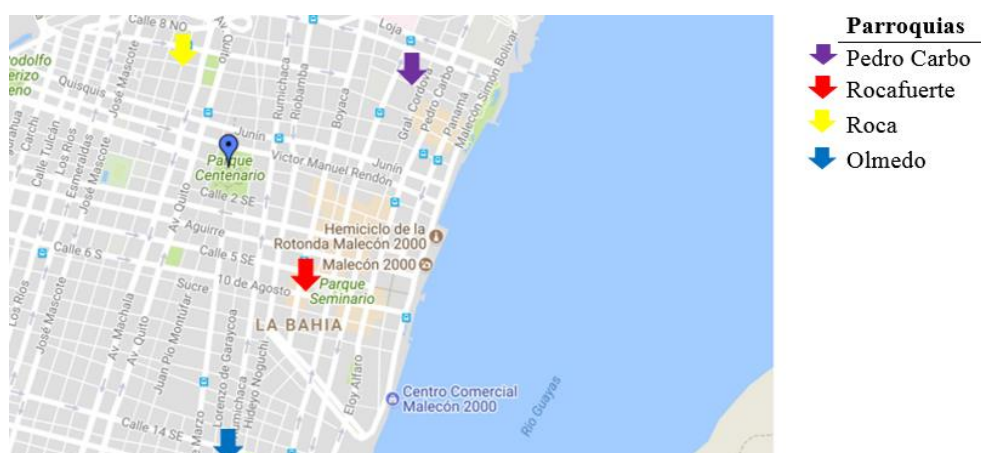


Figura 1 Plano de la ciudad de Guayaquil.

Segmento de la población para el cual va dirigido el producto, sector centro de la ciudad.

Tomado de Google Maps, (2018).

## 1.6 Hipótesis

¿Si se llevara a cabo el plan de negocio sobre la elaboración y comercialización de artesanías con materiales reciclados, proporcionará las herramientas, actividades y fuente de financiamiento necesarios para generar ingresos y ayudar al medio ambiente?

### 1.6.1 Variable independiente.

Plan de negocio.

### 1.6.2 Variable dependiente.

Generación de ingresos.

## 1.7 Operacionalización de las variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de las Variables.*

Variable	Tipo de variable	Dimensiones	Definición	Indicador	Instrumentos	Técnicas
Plan de negocio	Independiente / atributiva / continua.	Capacitación, Soporte, Mantenimiento y Monitoreo.	Intención o proyecto que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y realizarla.	Eficiencia, Eficacia y Efectividad.	Cuestionarios / análisis de contenido.	Observación / encuesta / análisis documental.
Generación de ingresos	Dependiente/ controlada	Corto plazo/ mediano/ largo plazo.	Obtener dinero o su equivalente por el desarrollo de alguna actividad económica.	Unidades monetarias	Unidades de medida/ análisis de contenido	Análisis documental o bibliográfico.

*Nota.* Mediante este proceso, las propiedades del objeto de estudio que no son cuantificables directamente se llevan a expresiones más concretas y directamente medibles.  
*Adaptado de Ferrer, J. (2010). Tipos de Investigación y diseño de investigación.*

## Capítulo 2

### Marco referencial

#### 2.1 Antecedentes de la investigación

Montesdeoca & Zambrano (2013). *Diseño de un plan de exportación de artesanías elaboradas con la fibra de tallo de banano dirigido a A.M.A. – provincia de El Oro* (tesis de pregrado), Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, Guayaquil, Ecuador. En este trabajo los autores establecieron como objetivo general “Diseñar un plan de exportación que permita a los productores exportar directamente sus artesanías al mercado internacional, aportando con la creación de divisas al país y la utilización de materias primas sustentables”. Concluyeron que el diseño del proceso logístico para la fabricación artesanal es de vital importancia para obtener ingresos efectivos y facilitar el proceso de exportación. Un proceso logístico es la mejor solución para fabricar y distribuir los artículos, considerando cómo el mercado utiliza los mismos.

Romero, Balseca & Cevallos (2013). *Proyecto para creación de una empresa de bisuterías y adornos artesanales ecuatorianos promoviendo el comercio equitativo* (tesis de pregrado), Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador. En este trabajo los autores establecieron como objetivo general “Llegar a ser uno de los mayores exportadores de bisutería y adornos artesanales en el Ecuador con posicionamiento en el mercado internacional llegando a tener cada año mayores volúmenes de ventas”. Concluyeron que un proyecto orientado hacia el sector artesanal es rentable, obteniéndose como beneficio que exportar productos realizados a mano están exentos de aranceles. Para la presente investigación representa una oportunidad valiosa extender el mercado, sin incrementar los costos indirectos de fabricación.

Santos (2013). *Producción y comercialización de artesanías con materias primas del mar en el cantón Rioverde* (tesis de maestría), Instituto de Altos Estudios Nacionales, Esmeraldas, Ecuador. En este trabajo el autor estableció como objetivo general “Mejorar la calidad de la cadena productiva de productos artesanales seleccionados, mediante el desarrollo de productos competitivos en costos, calidad y con una marca propia, mejorando las condiciones de trabajo e ingresos de los artesanos”. Concluyó que en cuanto más se conozca las leyes, se tenga visión de asociatividad y legalidad y se obtenga información sobre oportunidades de negocios a nivel nacional e internacional, se debe actuar con criterio empresarial fortaleciendo el sistema organizacional. Dentro de la investigación, se contempla el desarrollo de manuales de funciones y políticas para el desarrollo de las artesanías.

Zamora (2013). *Creación de una empresa de bisutería artesanal elaborada en tagua para la ciudad de Guayaquil* (tesis de pregrado), Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. En este trabajo el autor estableció como objetivo general “Realizar un análisis de factibilidad para una empresa de bisutería en Guayaquil, que permita alcanzar una competitividad sostenible”. Concluyó que la estrategia de vender por catálogo es de mucho agrado para el guayaquileño; ya que el factor tiempo lo limita a acudir a los lugares donde puede adquirirlos.

Castillo & Tumbaco (2015). *Creación de una pequeña empresa situada en Atacames para la fabricación de joyas artesanales para exportar al mercado canadiense* (tesis de pregrado), Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. En este trabajo los autores establecieron como objetivo general “Realizar un estudio para la creación de una pequeña empresa para la fabricación de joyas artesanales de coco y concha perla, combinada con plata para exportar al mercado canadiense”. Concluyeron que el mayor índice de demanda en la adquisición de artesanías comprende personas con edades entre los 18 y 45 años. El presente proyecto podrá orientarse hacia este segmento del mercado.

## **2.2 Marco teórico**

Dado que el objeto de estudio de la investigación aborda el emprendimiento y el campo de acción se relaciona con la comercialización de artesanías, será necesario analizar varias teorías y enfoques que sirvan de ejes conceptuales sobre los cuales apoyar la lectura interpretativa del documento.

### **2.2.1 Teoría del triángulo invertido**

Propuesta por Andy Freire, establece que todo proceso emprendedor combina tres componentes: la idea, el capital y el emprendedor. El punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas.

De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto. Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos.

### **2.2.2 Teoría del empresario innovador**

Propuesta por Joseph H. Schumpeter, indica que la función de los emprendedores es revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión o una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta por encontrarse fuera de las actividades rutinarias y porque el entorno se resiste.

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. En una situación de equilibrio, las empresas retribuyen todos sus factores de producción y obtienen un beneficio derivado de su actividad.

Los empresarios rompen este equilibrio a través de la innovación, que genera ingresos extraordinarios hasta volver a una nueva situación de equilibrio, donde se vuelve ordinario.

### **2.2.3 La mentalidad emprendedora**

Howard Stevenson interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos. El método tradicional contempla la formación de personas cuyo desarrollo personal esté ligado a la escalera empresarial, subiendo con mucho esfuerzo y buen trabajo a puestos superiores.

Cuando se plantea un método alternativo de creación de generadores de riqueza, los cuales, partiendo de una base pequeña van conformando un equipo cada vez más grande. En este caso, el desarrollo personal y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano. La enseñanza del emprendimiento no está ligado únicamente a empresas creadas o al crecimiento, sino también al mercado, las personas y los recursos.

### **2.2.4 Modelo de Gibbs**

Propuesto por Alan Gibbs, consiste en un modelo de cuatro factores que se complementan para obtener como resultado el proceso empresarial para la constitución y desarrollo de una nueva empresa: motivación y determinación, idea y mercado, habilidades y recursos.

Las nuevas empresas no se crean por casualidad, sino que son necesarios una gran cantidad de esfuerzo y tiempo para cristalizar el negocio, pues normalmente se presentan obstáculos con trámites y actividades, que deben ser superados por los emprendedores.

La probabilidad de éxito en el proceso emprendedor es baja, y que aquellas personas que están dispuestas a continuar a pesar de esto serían más optimistas que otros individuos, y por esto es tan importante incluir el estudio de las motivaciones en el proceso emprendedor.

### **2.2.5 La toma de decisiones**

Teorías propuestas por varios autores indican lo siguiente:

Según Paul E. Moody (1991) “es una acción que debe tomarse cuando ya no hay más tiempo para recoger información.”



Para Leon Blank Buris (1990) “una decisión es una elección que se hace entre varias alternativas.”

Para Fremont E. Kast (1979) “la toma de decisiones es fundamental para el organismo la conducta de la organización. La toma de decisión suministra los medios para el control y permite la coherencia en los sistemas.”

Para William T. Greenwood (1978) “la toma de decisiones para la administración equivale esencialmente a la resolución de problemas empresariales. Los diagnósticos de problemas, las búsquedas y las evaluaciones de alternativas y la elección final de una decisión, constituyen las etapas básicas en el proceso de toma de decisiones y resolución de problemas.”

### **2.2.6 La ventaja competitiva**

De acuerdo con las teorías de Michael Porter, la ventaja competitiva guarda una relación estricta con el concepto de valor, que en muchos casos podemos sustituir al concepto tradicional de costo en términos de planificación empresarial. Para que una empresa logre una real capacidad de generar valor a largo plazo, debe enfocarse en trazar un plan de ventaja competitiva sostenible en el tiempo. Como consecuencia directa, Porter habla de tres estrategias competitivas genéricas que se pueden aplicar a cualquier rubro empresarial:

El liderazgo en costos: representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes.

La diferenciación: constituye una opción atractiva para empresas que quieren construirse su propio nicho en el mercado y apuestan a compradores que buscan características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes.

El enfoque: consiste en especializarse en un dado segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento.

### **2.2.7 La contabilidad social**

Desde el punto de vista empresarial, la contabilidad social contempla información generada por la entidad para reflejar diversos aspectos sociales sobre los cuales puede impactar su actividad. Ejemplo de ello son cuestiones relativas a los empleados, la comunidad, el medio ambiente, entre otros. Algunas teorías ofrecidas por diversos autores son las siguientes:

Según la American Accounting Association (2005) “es la técnica y/o ciencia de medición e interpretación de las actividades y fenómenos que son de naturaleza económica y social esencialmente.”

Seidler y Seidler (1975) “es la modificación y aplicación de las prácticas, técnicas y disciplina de la contabilidad convencional, al análisis y solución de los problemas de naturaleza social.”

Para Ramanathan (1976) “es el proceso de selección de variables del comportamiento social de la empresa, las medidas y los procedimientos de medición, el desarrollo de información útil para la evaluación del comportamiento social y la comunicación de esa información a los grupos sociales interesados.”

Gray, Owen & Maunders (1987) consideran que “es la presentación periódica de información financiera acerca de los costos y beneficios relativos al impacto del comportamiento social de la empresa.

Mathews & Perera (1991) suponen “la ampliación de los objetivos de la contabilidad tradicional hacia nuevas áreas de información como la información sobre empleados, productos, servicios al vecindario y la prevención o reducción de la contaminación.”

La incorporación al concepto de responsabilidad social empresarial, extendiéndolo a cuestiones sociales y ambientales, contribuye al mejor desempeño económico de las empresas.

## 2.3 Marco contextual

La unidad de análisis corresponde a los elementos que conforman que objeto de estudio y establecen los límites de inclusión y exclusión. La unidad es de tipo administrativa porque se expresa respecto a los individuos de la población divididos políticamente. Guayaquil cuenta con 2'644.491 habitantes y la población objeto de estudio son los habitantes de sus parroquias urbanas: Olmedo, Pedro Carbo, Rocafuerte y Roca. Aproximadamente el 1% de la población local lo conforman estas parroquias, el equivalente a 26.449 ciudadanos, de los cuales estimamos que el 70% corresponde a personas de entre 15 a 75 años, es decir 18,514 habitantes. De este segmento, se escogerá una muestra para ahorrar tiempo y recursos. Aunque no existen estudios suficientes que corroboren la realidad ambiental de la zona y su manejo recae en las instituciones públicas, la presente propuesta se llevará a cabo por dos razones: reducir agentes contaminantes derivados del plástico y baldosas, y generar productos sostenibles para la sociedad y el medio ambiente.

**Tabla 2**  
*Matriz F.O.D.A.*

<b>Factores Internos</b>	<b>Factores Externos</b>
<p><b>Fortaleza</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Constitución a nivel jurídico.</li> <li>2. Producto nuevo, innovador y de calidad.</li> <li>3. Precios acordes al mercado.</li> <li>4. Servicios personalizados.</li> <li>5. Estructura organizacional definida.</li> </ol>	<p><b>Oportunidad</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Libre ingreso al mercado.</li> <li>2. Acceso a nuevas tecnologías.</li> <li>3. Posicionamiento del negocio.</li> <li>4. Preferencia por productos ecológicos.</li> <li>5. Búsqueda de nuevos mercados financieros.</li> </ol>
<p><b>Debilidad</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ser nuevos en el mercado.</li> <li>2. Desconfianza entre los clientes.</li> <li>3. Personal sin capacitación.</li> <li>4. Poca experiencia en emprendimiento.</li> <li>5. Desinterés por reciclar entre la ciudadanía local.</li> </ol>	<p><b>Amenaza</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Situación económica del país.</li> <li>2. Competencia desleal.</li> <li>3. Entradas de nuevos competidores al mercado.</li> <li>4. Variación de gustos y necesidades.</li> </ol> <p>Cambios en políticas comerciales y fiscales.</p>

*Nota:* Muestra la evaluación de los factores internos y externos que afectan a la empresa de manera positiva o negativa. *Autores.*

## **2.4 Marco conceptual**

### **2.4.1 Artesanía.**

Es la actividad de transformación que posee una tradición y se realiza con predominio de la energía humana de trabajo y, en algunas ocasiones, con el empleo de herramientas y máquinas simples para producir objetos únicos que cumplan una función utilitaria y/o decorativa. (Artesanías de Colombia, 2013, p. 1). Las piezas elaboradas son únicas, por el esfuerzo, creatividad y conocimiento que pone en práctica la persona.

### **2.4.2 Baldosa.**

Es una pieza manufacturada, regularmente horneada, de diferentes materiales (como cerámica, piedra, porcelana, arcilla, metal e inclusive vidrio) habitualmente usadas para cubrir pisos, paredes y cualquier tipo de ambiente, ya sea en lugares privados o de esparcimiento público. Una de las mejores propiedades es que se limpia fácilmente. Las baldosas de cerámicas son uno de los materiales más útiles que están a disposición en el mercado y se utiliza casi en todos los aspectos de la construcción (Taringa.net, 2007).

### **2.4.3 Contaminación.**

Es un cambio dañino en las características físicas, biológicas o químicas de los elementos naturales (tierra, agua o aire), afectando perjudicialmente las condiciones de vida del ser humano, los procesos industriales y los recursos naturales renovables (Atilio, 2013, p. 2). Afecta al medio ambiente en general, y a todos sus participantes: seres humanos, animales, plantas, etc. Ese es un motivo fundamental para promover una cultura de no contaminación.

### **2.4.4 Costo.**

“Es aquel desembolso de dinero que se realiza para llevar a cabo una actividad en el que se obtendrá un beneficio económico. Existe una clasificación amplia sobre los costos: por función; por variación; y por relación con el producto (Jiménez, 2010, p.11).

#### **2.4.5 Daño ambiental.**

“Es el agravio significativo del medio ambiente o de sus componentes” (Ley de Gestión Ambiental, 2004). Este efecto altera el funcionamiento natural del ecosistema, debido a diferentes factores como el manejo inadecuado de la tierra, exceso de químicos, el no reciclaje, entre otros.

#### **2.4.6 Gasto.**

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

#### **2.4.7 Gestión ambiental.**

Es un conjunto de acciones, normas y políticas que está a cargo del Estado y de la sociedad, para de esta manera se promueva y garantice una excelente calidad de vida y un desarrollo económico sostenible (Ley de Gestión Ambiental, 2004).

#### **2.4.8 Mano de Obra.**

Es un costo de producción que se cancela a todo el recurso humano que se encuentre inmerso directa o indirectamente en el proceso de transformación de la materia prima en producto terminado; este rubro se incluye beneficios sociales (Jiménez , 2010).

#### **2.4.9 Materia prima.**

Son aquellos materiales que se incorporan y se transforman para obtener un bien; y que sin ellos sería imposible producir. Estos materiales se los clasifica en: materia prima directa e indirecta y la diferencia radica en su relación con el producto final (Jiménez, 2010).

#### **2.4.10 Medio ambiente.**

Es el entorno compuesto por objetos naturales, artificiales, socioculturales e interacciones interpersonales, que afecta y condiciona las circunstancias de la vida de los seres humanos de manera positiva o negativa, desarrollando de esta manera diferentes aspectos socioculturales (Ley de Gestión Ambiental, 2004).

#### **2.4.11 Plan de negocio.**

Según Villarán (2009), es un documento que refleja el resultado de una planeación previa, y se encuentra escrito en un lenguaje sencillo, claro y preciso, sirviendo de guía para direccionar el negocio, debido a que se los objetivos que se desea lograr, y las actividades a realizar se encuentran establecidos en el mismo. La elaboración del plan de negocio no es una tarea compleja, comparada con la utilidad que brinda a quien desea emprender y no perder su rumbo ya en la puesta en marcha del negocio.

#### **2.4.12 Plastilina.**

Es un material moldeable plástico de varios colores compuesto por: aceite, cera, cinc, azufre y cadmio. Es un polímero y se presenta en estado sólido, pero si se expone al calor, se derrite y se vuelve líquido para volverse a solidificar cuando se enfría. Puede utilizarse en variedad de actividades (Definista, 2017).

#### **2.4.13 Población económicamente activa.**

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos, (2016) la conforman personas de 15 años en adelante que desarrollan una actividad económica o que están disponibles a trabajar sin importar que no cuenten con un empleo, pero que están en la búsqueda de uno.

#### **2.4.14 Propuesta.**

Es una proposición o invitación dirigida a otros, con un determinado fin: concretar un negocio, una idea, un proyecto laboral, etc. Cuando se enrolan en el campo de los negocios, una vez que avanzan hacia su concreción, es común que se formalicen a través de un contrato, que le aporta a la situación un marco legal y validez absoluta. Una vez que las partes intervinientes suscriben el contrato en cuestión no podrán desvincularse y deberán cumplir a cabalidad los deberes y obligaciones allí expuestos (Ucha, Propuesta, 2012).

## **2.5 Marco legal**

### **2.5.1 Constitución Nacional de la República del Ecuador.**

Constitución de la República. Asamblea Nacional (2008). La Carta Magna es la ley superior del estado sustentando la existencia del país y de su gobierno, estableciendo y acogiendo los derechos, desarrollo económico y social de los ciudadanos. En su Título VI - Régimen del desarrollo, el artículo 275 señala que “el régimen de desarrollo garantiza la realización del buen vivir debido a que es un conjunto de sistemas económicos, políticos, socios culturales y ambientales, siendo este planificado para impulsar el desarrollo del país” (p.121). “El estado promueve distintas formas de producción en la economía, que ayude al buen vivir de la población” según su artículo 319 de la constitución (p.148).

De igual manera el artículo 321 señala que “los derechos a la propiedad en sus diferentes formas públicas, privadas, comunitarias, asociativa, cooperativa, mixta, están garantizados y son reconocidos por el estado” (p.148). La creación de una empresa en el país está asegurada por esta ley. Los bienes o servicios que se produzcan deben ser de alta calidad, las operaciones tienen que ser lícitas sujetas a la disposición de la ley.

### **2.5.2 Ley de Gestión Ambiental.**

Ley de Gestión Ambiental. Corporación de Estudios y Publicaciones. (2014). De conformidad con el Capítulo III: Mecanismos de participación social, en su artículo 28 y 29 de la presente ley “Todos podemos participar en la gestión ambiental, por medio de los procedimientos establecidos por el reglamento (audiencias, consultas, propuestas, etc.)” (p.6). Además, tenemos derecho a ser informados de manera oportuna y completa sobre las entidades del Estado.

### **2.5.3 Ley de Compañías.**

Ley de Compañías. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2010). Esta ley regulariza y controla las actividades de funcionamiento, organización, disolución y liquidación de las compañías. Está compuesta por 457 artículos, los cuales establecen las directrices a seguir para tener un buen funcionamiento como empresa.

En su artículo 2, se reconoce cinco especies de compañías que ejercen el comercio como sigue: responsabilidad limitada, comandita simple y dividida por acciones, anónima, a nombre colectivo, y de economía mixta (p. 1). La empresa, será establecida de acuerdo con el artículo 92, como una compañía de responsabilidad limitada, siendo aquella que se contrae entre mínimo dos personas y máximo quince, cuyos socios tienen responsabilidad limitada de responder a las obligaciones sociales hasta el valor del capital aportado por éste, (p. 23), sin tener que responder con su patrimonio personal.

De igual manera las actividades de comercio se las debe realizar bajo una denominación comercial acompañada de las palabras “compañía limitada” o lo equivalente a su abreviatura “Cía. Ltda.” Todas las actividades de comercios están permitidas para este tipo de compañías, excepto las operaciones de banco, seguro, capitalización y ahorro, esto de acuerdo con el artículo 94 (p.23). La empresa se denominará “IDEAS Cía. Ltda.” y como actividad principal se atribuye la comercialización de artesanías elaboradas con plastilina y baldosas recicladas; el beneficio que nos aporta este tipo de compañía es que sólo seremos responsable de las obligaciones sociales hasta el monto del capital aportado, y se necesita aprobación unánime para transferir participaciones a terceros.



#### **2.5.4 Ley de Régimen Tributario Interno (L.O.R.T.I.).**

Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. Servicio de Rentas Internas. (2010). En su artículo 3 menciona que “el estado es el sujeto activo de los impuestos, designando al SRI la administración tributaria, para mantener la transparencia y responsabilidad con la sociedad” (p. 2). Su principal objetivo es evitar la evasión y aplicación de prácticas tributarias fraudulentas. Cuenta con un reglamento de aplicación llamado Reglamento de aplicación de la ley del régimen tributario interno (R.A.L.O.R.T.I.), para mejor comprensión y aplicación. “Todas las personas que perciban ingresos gravados (renta) de fuente ecuatoriana de manera gratuita u onerosa, son considerados sujetos pasivos a quienes se les cobra los impuestos” según el artículo 4 (p. 2).

IDEAS Cía. Ltda., percibirá ingresos gravados de fuente ecuatoriana debido a que desarrollará una actividad industrial y por tal motivo será sujeto de retención. Las transacciones llevadas a cabo por la empresa serán que estar registradas, para tener un control sobre ingresos y pagos percibidos.

#### **2.5.5 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – C.O.P.C.I.**

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Corporación de estudios y Publicaciones. (2002). Es un cuerpo legal cuyo objetivo es regular las actividades, actos y contratos de comercio. El artículo 2, establece que “todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, con domicilio en el Ecuador, que participen con actividades comerciales, y puedan realizar actos de contratos, ejerzan el comercio como una actividad habitual son considerados como comerciantes” (p.1).

### **2.5.6 Código Civil.**

Código Civil. Corporación de estudios y publicaciones. (2009). Según el artículo 1461 del presente código “Una persona que tenga capacidad legal es aquella que tiene el poder de obligarse a sí misma y sin autorización de otra” (p. 80). De igual manera en el artículo 1462 hace énfasis en que “todas las personas son competentes legalmente, con la excepción de todos aquellos que la ley establezca como incapaces de realizar actos legales” (p.80). Las personas incapaces de realizar actos legales son los dementes, sordomudos que no puedan dar a entender y, los impúberes según el artículo 1463. De esta manera queda claro que nosotros según lo previsto somos personas con capacidad legal podemos festejar actos de contratos y, por tal motivo podemos ejercer el comercio como actividad habitual.

### **2.5.7 Norma internacional de información financiera para las pequeñas y medianas entidades (NIIF para PYMES).**

Fundación I. F. R. S. (2009). Material de formación sobre la NIIF para las PYMES. London: Fundación IFRS. Las NIIF para PYMES establecen los requerimientos de información a revelar, medición, presentación y reconocimiento de los estados financieros, para que reflejen una imagen fiel de la compañía.

Su objetivo principal es poder tomar las decisiones correctas que favorezcan a la compañía y a los usuarios externos de dichos estados, sabiendo que una manipulación de éstos puede conllevar a multas y sanciones. Al ser una empresa pequeña, acogeremos ésta NIIF que facilita y mejora la calidad de la información financiera, debido a que tiene una estructura establecida en ella, cuenta con 35 secciones enfocados a las situaciones contables que se dan en una empresa.

### **2.5.8 Reglamento de comprobantes de venta, retención y complementarios.**

Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios.

Servicio de Rentas Internas (2010). Según el artículo 8 del presente reglamento “las actividades comerciales deben contar con un documento que asegure la venta o propiedad del bien o servicio es lícito, y es obligación entregárselo al adquirente” (p. 4). Así mismo ayuda a que el Servicio de Rentas Internas mantenga un control sobre los impuestos para evitar que sean evadidos. En el reglamento se establecen los siguientes comprobantes, de acuerdo con el artículo 1 “facturas, notas de ventas, liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios, tiquetes emitidos por máquinas registradoras, boletos y, otros documentos” (p. 1). “Los documentos que son válidos son aquellos en los que se muestra la razón social, el RUC, los dígitos de autorización por el S.R.I., y la fecha de caducidad de estos” según el artículo 6 (p.3).

## Capítulo 3

### Marco metodológico y análisis de datos

#### 3.1 Diseño de la investigación

Para alcanzar el objetivo planteado y desarrollar el plan de negocio; se realizará un diseño de investigación no experimental “No es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes o tratamientos debido a que la naturaleza de las variables es tal que es imposible su manipulación” (Kerlinger, 2002, p.420). Es decir que se estudia al individuo sin maniobrar algo.

La investigación de campo se realizará para obtener información directa de la interacción con los participantes, el mercado, competencia, motivos de compras, etc., con el objetivo de tener información relevante. Sabino (1992) señala: “En los diseños de campo los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad mediante el trabajo concreto del investigador y su equipo” (p.80).

El enfoque Cuantitativo es aquel que se basa en el análisis de la información numérica. Hernández, Fernández, & Baptista (2006) indican: “Usa la recolección de datos para probar hipótesis con base a la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p.5).

Enfoque Cualitativo, “Utiliza la recolección de datos sin medición numerica para descubrir o afirmar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, p.6). Es aquel en el que se analiza la informacion que expresa cualidades y no se puede medir.

Para la puesta en marcha y demostrar la viabilidad del plan de negocio es necesario realizar un estudio financiero y analizar las necesidades, demanda del mercado por esta razón la investigación se realiza con un enfoque cuantitativo y cualitativo.

### **3.2 Tipo de investigación**

Al ser una empresa nueva en el mercado, el plan de negocio requiere distintos estudios: económico, financiero, de mercado, técnico, entre otros; por tal motivo se requiere emplear varios tipos de investigación para definir estrategias funcionales ante los distintos factores del negocio.

La investigación de tipo descriptiva, según Hernández, Fernández, & Baptista (2006) indican que: “Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.

Describe tendencias de un grupo o población” (p.82). Nos permite poder analizar y evaluar la dimensión y características del mercado (preferencias, necesidades, proveedores, consumidores, gustos... etc.).

Investigación exploratoria. “Se realiza cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, p.81). En el mercado guayaquileño no se conoce de negocios que oferten el mismo bien que proponemos, por este motivo se realizará un estudio exploratorio.

### **3.3 Población y muestra**

Población, Arias (2012) afirma que: “Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos de estudio” (p.81).

La población por estudiar son los habitantes de las parroquias urbanas de Guayaquil: Olmedo, Pedro Carbo, Rocafuerte y Roca. Al no contar con el número específico actual de habitantes por parroquia, se realizará una estimación entre el resultado del Censo del 2010 a cargo del INEC y la proyección del 2017 del mismo instituto.

La ciudad cuenta con 2'644.491 habitantes aproximadamente (2017), estimamos que el 1% lo conforman las parroquias objetos de estudio es decir 26.449 ciudadanos, de los cuales estimamos que el 70% corresponde a personas de entre 15 a 75 años, es decir 18,514 habitantes.

Al ser una población grande de ciudadano se escogerá una muestra, porque nos permite ahorrar tiempo y recursos. Muestra es un: “Subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta”. Será de tipo probabilístico debido a que es: “subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, p.173-176).

Para determinar el tamaño de la muestra ( $n$ ), se utilizó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{(p.q)z^2.N}{e^2(N-1)+(p.q)z^2}; = \frac{[(0.50)(0.50)(1.65)^2].(18,514)}{(0.10)^2(18,514-1)+((0.50)(0.50))(1.65)^2};$$

$$n = \frac{12,601.09}{185.81} = 67.81 \approx 68 \text{ personas.}$$

**Tabla 3**

*Tamaño de la muestra poblacional.*

<b>Nomenclatura</b>	<b>Significado</b>	<b>Valor</b>	<b>Equivalencia</b>
<b>N</b>	Población	70%	18,514.00
<b>Z</b>	Nivel de confianza	90%	1.65
<b>P</b>	Probabilidad de éxito	50%	0.50
<b>Q</b>	Fracaso	50%	0.50
<b>E</b>	Error probable	10%	0.10
<b>N</b>	Tamaño de la muestra	-	68.00

*Nota:* Detalle de nomenclatura y equivalencia de la fórmula para hallar la muestra. *Autores.*

### **3.4 Técnica e instrumento de investigación**

#### **3.4.1 Técnica.**

Para realizar la investigación respectiva, se tomó en cuenta la técnica de la encuesta “Se define a la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismo, o en relación con un tema particular” (Arias, 2012, p. 73). Se ejecutará una encuesta en dos fases las cuales denominaremos: Piloto, es aquella que se realiza para obtener un conocimiento previo del mercado, el resultado de ésta sirvió para realizar y formular preguntas para la Encuesta Final, que se direccionó para conocer a profundidad la aceptación, interés, regularidad y probabilidad de compra de las artesanías elaboradas con materiales reciclados de plastilina y baldosas.

#### **3.4.2 Instrumento.**

El instrumento aplicado es el cuestionario, “Consiste en un conjunto de preguntas respecto a uno o más variables a medir” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, p. 217). Está compuesto por preguntas: cerradas, para una fácil interpretación. Escala de Likert, “Conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, p. 238). Opción múltiple, que son objetivas y concretas con la finalidad que el encuestado no pierda interés al responder.

#### **3.4.3 Características de la encuesta.**

- Tipo de encuesta: cerrada / Online (a través del formulario de Google).
- Mes de levantamiento: Agosto del 2017
- Cobertura geográfica: parroquias Olmedo, Pedro Carbo, Rocafuerte y Roca en Guayaquil
- Población objetivo: Habitantes entre 15 y 75 años
- Muestra estimada: 68 personas (85 personas total).

### **3.4.4 Objetivos de la encuesta.**

#### ***3.4.4.1 Objetivo general.***

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

#### ***3.4.4.2 Objetivos específicos.***

- Realizar la encuesta al total de personas determinadas en la muestra.
- Procesar resultados de la encuesta.
- Analizar los resultados de la técnica de la investigación aplicada.

En este proyecto se trabajará con fuentes de información secundaria “Son aquellas que no tienen como objetivo principal ofrecer información sino indicar que fuente o documento nos la puede proporcionar” (Losantos, 2011, p. 8). Es decir que nos remitiremos a documentaciones impresas, digitales o por medio de internet, debido que facilita la búsqueda.

Las encuestas se las realizó en su totalidad vía internet por medio del formulario de Google ahorrando en materiales como: tinta de impresión, papel y dinero, ayudando a la perduración medio ambiental y previniendo la contaminación. (ver Apéndice A).

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.



### 3.5 Análisis de resultados

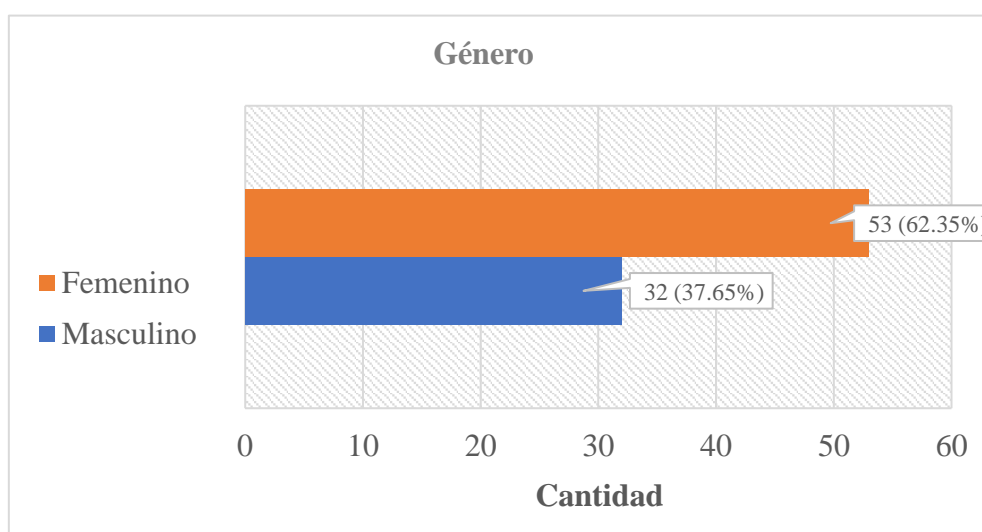
Pregunta 1.- ¿Género?

**Tabla 4**

*Género de los encuestados.*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Masculino	32	37.65%
Femenino	53	62.35%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Agrupación del total de los encuestados según el género. Datos obtenidos de encuestas.



*Figura 2* Género de los encuestados.

Agrupación de los encuestados por género.

Análisis:

El total de encuestados fue 85 personas guayaquileñas, de los cuales el 62.35% corresponde al género femenino equivalente a 53 mujeres, frente a un 37.65% del género masculino representados por 32 hombres.

Pregunta 2.- ¿Edad?

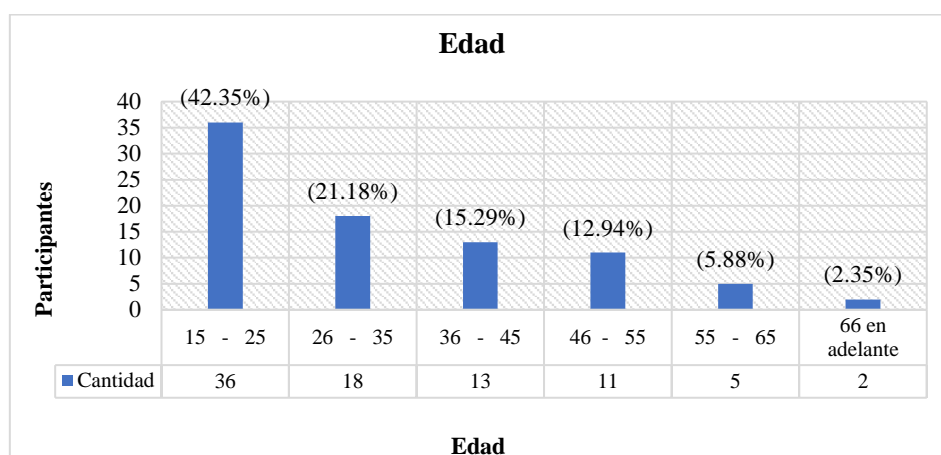
Con el objetivo de determinar el nivel de participación según su rango de edad.

**Tabla 5**

*Rango de edad.*

Rango edad	Frecuencia	Media	F*M	Frecuencia relativa
15 - 25	36	20	720	42,35%
25 - 35	18	30	540	21,18%
35 - 45	13	40	520	15,29%
45 - 55	11	50	550	12,94%
55 - 65	5	60	300	5,88%
65 - 75	2	70	140	2,35%
<b>Total</b>	<b>85</b>		<b>2770</b>	<b>100%</b>

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



*Figura 3* Rango de edad.

Demuestra participación por edades. *Autores.*

Análisis:

Del 100% de los encuestados se obtuvo: el rango de edad de mayor participación es de 15 a 25 años representado el 42.35% de los encuestados, mientras el rango de menor participación es de 66 a 75 años reflejando un 2.35%.

Se obtuvo una media de 33 años ( $\bar{x} = 2.770 / 85 = 32.59 \approx 33$ ), mientras la moda **Mo** recae en el rango de 15 a 25 años, demostrando como tal que la propuesta de “Ta Maki Artesanías” gusta más a las personas jóvenes.

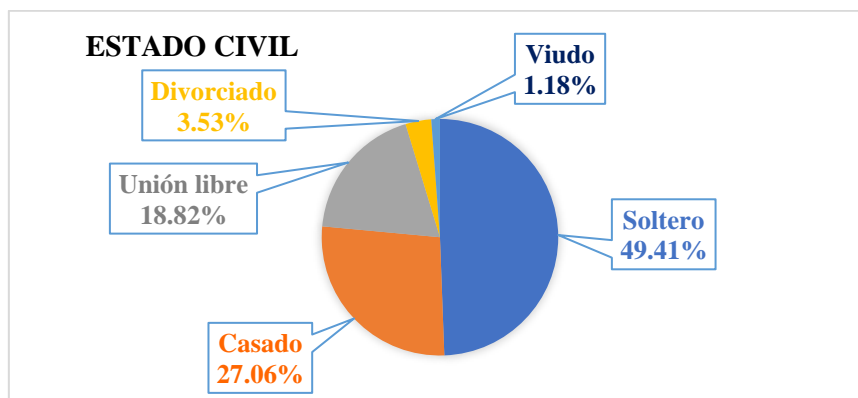
Pregunta 3.- ¿Estado civil?

Por medio de esto se trata de determinar si las compras de artesanías son determinadas según el estado civil de la persona.

**Tabla 6**  
*Estado civil.*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Soltero	42	49.41%
Casado	23	27.06%
Unión libre	16	18.82%
Divorciado	3	3.53%
Viudo	1	1.18%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos Obtenidos en encuesta aplicada a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.



*Figura 4* Estado civil.

Situación civil de los participantes. *Autores.*

Análisis:

De los 85 encuestados, el 49.41% equivale a 42 personas de estado civil solteras que se han interesado por la oferta del producto, otro rango muy relevante son las personas que tienen formado un hogar sean estas casadas o en unión libre, representando el 45.28% (27.06% casadas y 18.82% unión libre) que es igual a 39 personas. Sin embargo, esto no determina que las personas solteras tienen mayor interés del producto. Del 100% de las personas solteras encuestadas, el 11.62% dijeron es “poco probable” que adquieran el producto, además que el 4.65% señaló que no comprarían nunca el producto.

Pregunta 4.- ¿Ha comprado usted artesanías ecuatorianas?

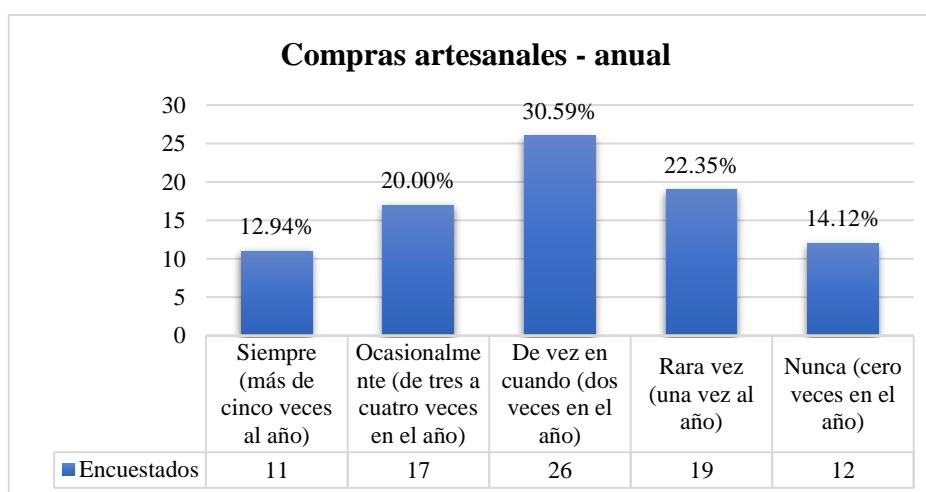
Se trata de saber la frecuencia con que los encuestados guayaquileños han comprado artesanías ecuatorianas.

**Tabla 7**

*Frecuencia de compras de artesanías.*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Siempre (más de cinco veces al año)	11	12.94%
Ocasionalmente (de tres a cuatro veces en el año)	17	20.00%
De vez en cuando (dos veces en el año)	26	30.59%
Rara vez (una vez al año)	19	22.35%
Nunca (cero veces en el año)	12	14.12%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100.00%</b>

*Nota:* Datos Obtenidos en encuesta aplicada a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.



*Figura 5* Frecuencia de compras de artesanías.

Refleja el nivel de incidencia de compra por participante. *Autores.*

Análisis:

Tanto las personas de hogar como los solteros ven muy interesante la propuesta. El 85.88% de la muestra ha comprado artesanías ecuatorianas con una frecuencia que va desde una vez a más de cinco veces en el año. La moda **Mo** es “comprar de vez en cuando artesanías” (dos veces al año) por tal motivo nos situamos ante un mercado dispuesto a comprar las ofertadas por “Ta Maki Artesanías”.

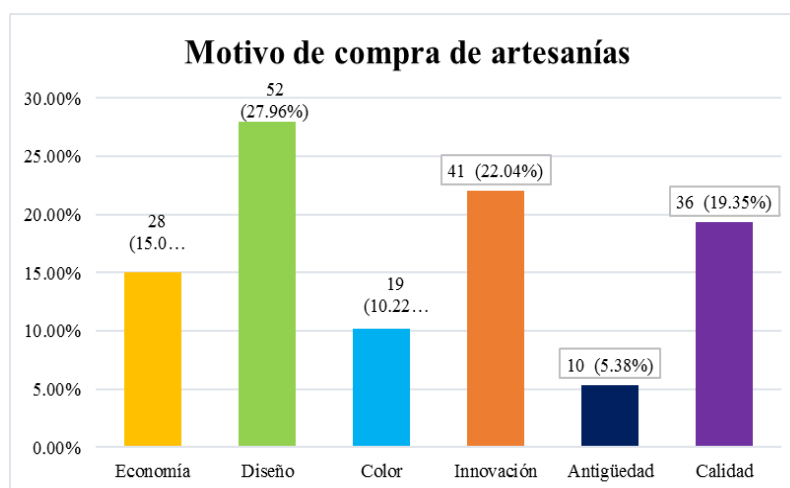
Pregunta 5.- ¿Qué busca cuando va a comprar artesanías?

**Tabla 8**

*Motivo de compra de artesanías.*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Economía	28	15.05%
Diseño	52	27.96%
Color	19	10.22%
Innovación	41	22.04%
Antigüedad	10	5.38%
Calidad	36	19.35%
<b>Total</b>	<b>186</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos Obtenidos en encuesta aplicada a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.



*Figura 6* Razón de compra de artesanías.

Demuestra cual es el motivo de elección en la compra. *Autores.*

#### **Análisis:**

De 72 personas marcaron entre las alternativas de diseño e innovación dando como resultado 93 veces seleccionadas en conjunto (52 diseño y 41 innovación), estos dos motivos principales demuestran la moda por el cual se deciden o no a comprar. Solamente cinco personas que escogieron entre las alternativas de diseño e innovación señalaron como “poco probable” adquirir el producto, de ellas dos expresaron que “nunca” lo adquirirán. Esto nos muestra que el producto ofertante tendrá muy buena acogida debido a que el mismo contará con excelentes diseños y además de ser completamente innovador.

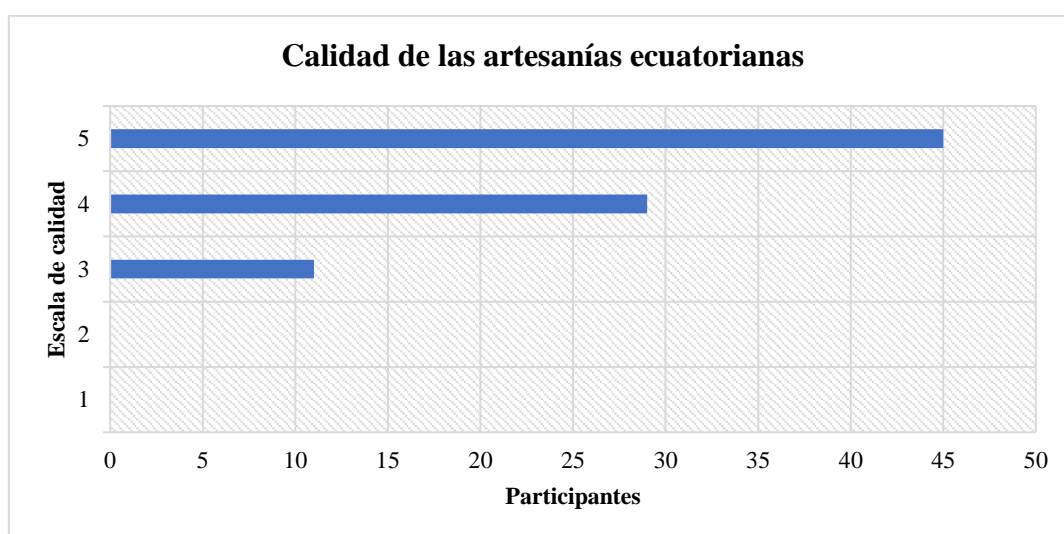
Pregunta 6.- ¿De una escala de 1 al 5 cómo considera usted las artesanías ecuatorianas?

**Tabla 9**

*Calidad de las artesanías ecuatorianas.*

Puntuación	Frecuencia	P*F	Frecuencia relativa
1	-	-	-
2	-	-	-
3	11	33	12.94%
4	29	116	34.12%
5	45	225	52.94%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos Obtenidos en encuesta aplicada a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.



*Figura 7* Calidad de las artesanías ecuatorianas.

Demuestra el nivel de calidad que consideran los encuestados de las artesanías ecuatorianas. *Autores.*

Análisis:

Con escala de 1 al 5, donde 1 es el valor más bajo y 5 el más alto, los guayaquileños califican con una puntuación de 4 ( $\bar{x} = 374 / 85 = 4.40 \approx 4$ ) la calidad de las artesanías ecuatorianas, sin embargo, la moda **Mo** se ubica en una calidad de 5 puntos.

Esto nos demuestra que esta línea de productos tiene una buena calificación, pero debemos impulsar y cuidar de la calidad para que, en un futuro, sean valoradas de nivel 5 tanto nacional como internacionalmente.

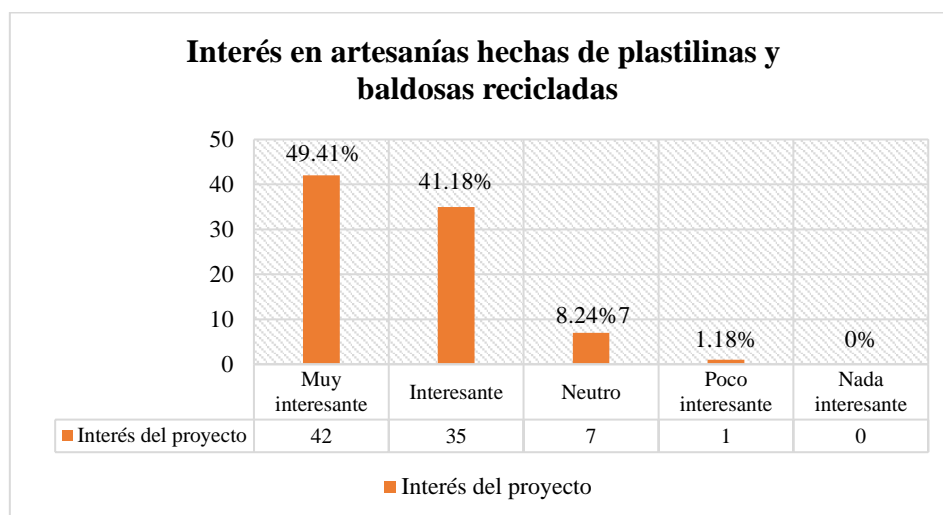
Pregunta 7.- ¿Qué opinan los encuestados sobre las artesanías hechas con plastilinas y baldosas recicladas?

**Tabla 10**

*Nivel de interés del producto.*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Muy interesante	42	49.41%
Interesante	35	41.18%
Neutro	7	8.24%
Poco interesante	1	1.18%
Nada interesante	-	0
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos Obtenidos en encuesta aplicada a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.



*Figura 8* Nivel de interés del producto.

Opinión de los encuestados sobre este producto. *Autores.*

**Análisis:**

Frente a esta situación podemos decir que el 90.59% muestran un interés positivo hacia las artesanías elaboradas con materiales reciclados de plastilina y baldosas. Por otro lado, al 1.18% compuesto por una persona este producto le es poco interesante, el 8.27% escogió la alternativa de “neutro” pero esto no quiere decir que no compraran el producto, debido a que sólo un participante señaló que es “poco probable su adquisición”.

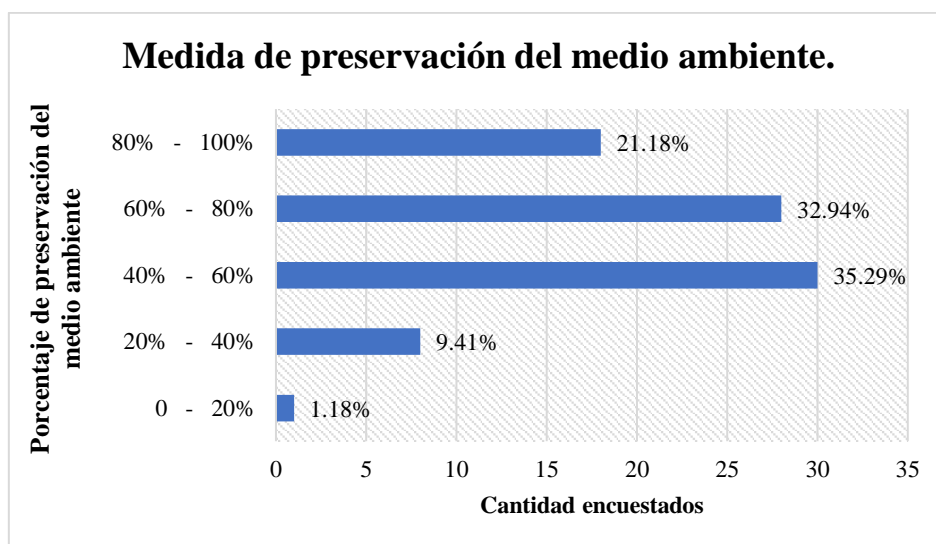
Pregunta 8.- ¿En qué medida considera que al reciclar plastilina y baldosas se está ayudando a la perduración medio ambiental?

**Tabla 11**

*Criterio de conservación del medio ambiente.*

Rango porcentaje	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Media	F*M	Frecuencia relativa
0 – 20	1	1	10	10	1,18%
20 – 40	8	9	30	240	9,41%
40 – 60	30	39	50	1500	35,29%
60 – 80	28	67	70	1960	32,94%
80 – 100	18	85	80	1440	21,18%
<b>Total</b>	<b>85</b>			<b>5150</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos Obtenidos en encuesta aplicada a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.



*Figura 9* Criterio de conservación del medio ambiente.

La medida en el que consideran los encuestados que se ayuda al medio ambiente con la venta de este producto. *Autores.*

Análisis:

El 100% de la muestra considera de una u otra manera se estaría ayudando a la naturaleza, de ellas el 89.41% dio como respuesta una valoración desde el 40% al 100%, la diferencia dio una evaluación menos del 40%. En promedio las personas consideran que estarían ayudando al medio ambiente en un rango de 60% - 80% este resultado es positivo debido a que el futuro cliente estará motivado adquirir las artesanías, porque a su vez está poniendo su granito de arena para preservar a la madre tierra.



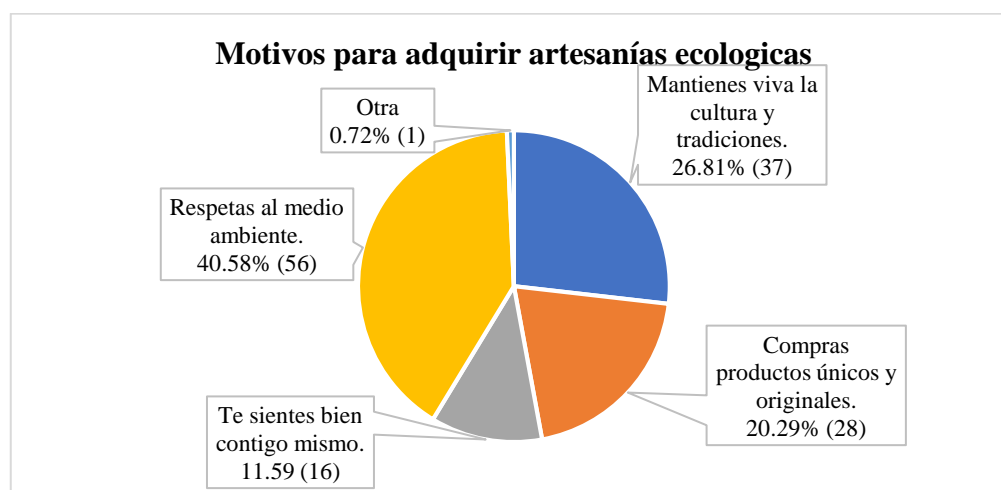
Pregunta 9.- ¿Por qué razón le gustaría adquirir artesanías ecológicas?

**Tabla 12**

*Motivos por el cual comprar artesanías de materiales reciclados.*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Mantienes viva la cultura y tradiciones.	37	26.81%
Compras productos únicos y originales.	28	20.29%
Te sientes bien contigo mismo.	16	11.59%
Respetas al medio ambiente.	56	40.58%
Otra (especifique)	1	0.72%
Total	138	100%

*Nota:* Datos Obtenidos en encuesta aplicada a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.



*Figura 10* Motivos para comprar artesanías de materiales reciclados.

Representa el mayor motivo por el cual comprar artesanías recicladas es porque respetan el medio ambiente. *Autores.*

**Análisis:**

La pregunta era de opción múltiple y un mismo participante podía escoger varias opciones a la vez. La alternativa más seleccionada “Respetas al medio ambiente” sola o en conjunto con otra opción fue señalada por 56 personas, demostrando un 40.58%, seguido por la opción “Mantienes viva la cultura y tradiciones” con un 26.81%, luego el 20.29% “Compras productos únicos y originales”, mientras que el 11.59% señaló “Te sientes bien contigo mismo”, con un porcentaje de 0.72% “Otra” fue señalada por una persona.

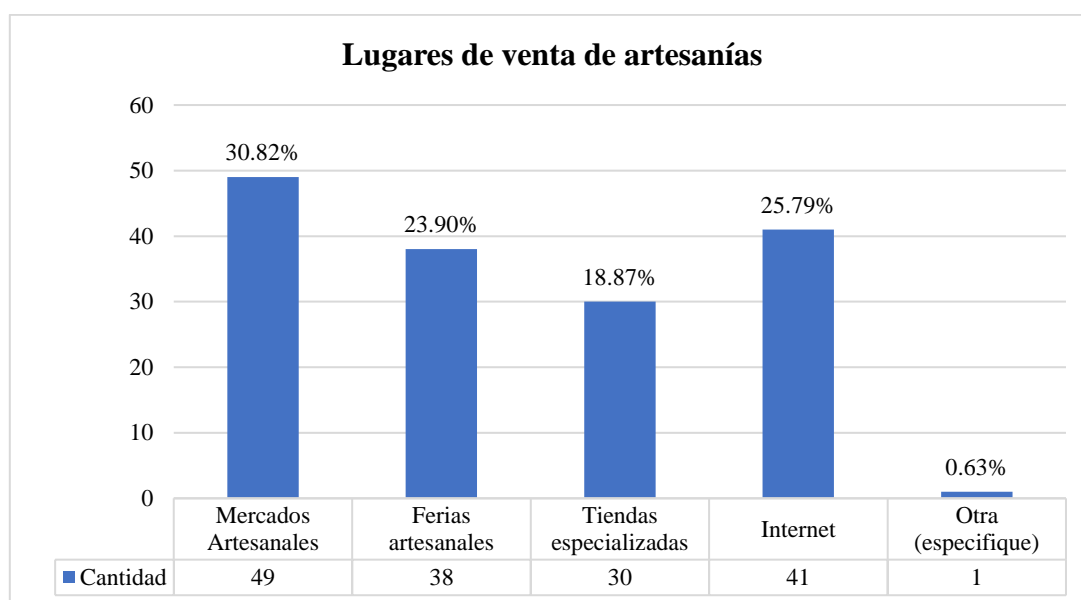
Pregunta 10.- ¿Dónde gustaría adquirir las artesanías ecológicas?

**Tabla 13**

*Preferencias de lugares de venta de artesanías.*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Mercados Artesanales	49	30.82%
Ferias artesanales	38	23.90%
Tiendas especializadas	30	18.87%
Internet	41	25.79%
Otra (especifique)	1	0.63%
<b>Total</b>	<b>159</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos Obtenidos en encuesta aplicada a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.



*Figura 11* Preferencias de lugares de ventas de artesanías.

Lugar favorito de compra del producto. *Autores.*

Análisis:

La alternativa con más elección fue “Mercados artesanales” con un 30.82%, seguido por “Internet” 25.79%, y a su vez con “Ferias Artesanales” 23.90%. Con el 18.87% “tiendas especializadas” y finalmente el 0.63% eligió otra opción sin especificar. Esto nos ayuda a comprender mejor la preferencia de los encuestados, además de pensar en alternativas que permitan satisfacer la demanda de los productos a través de los diferentes lugares.

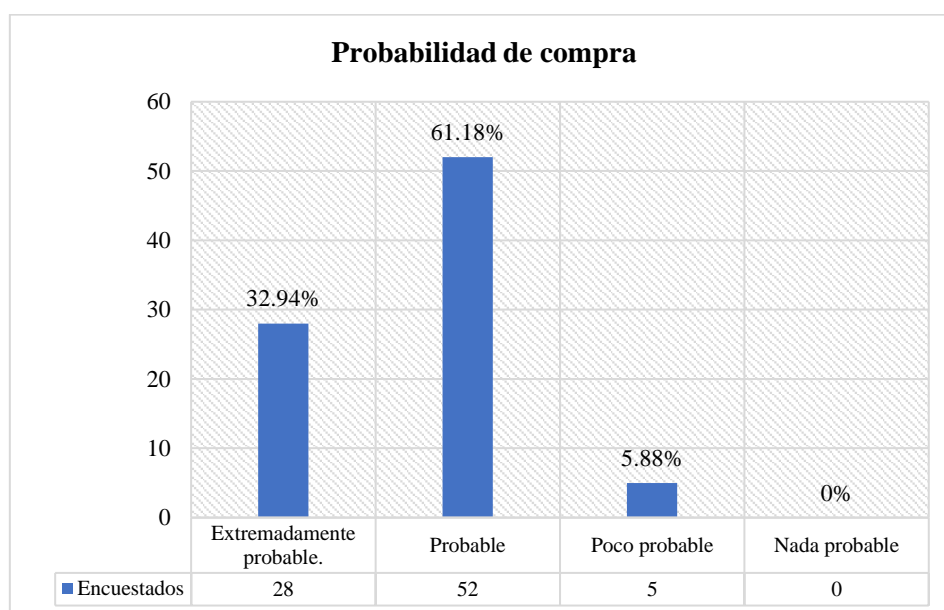
Pregunta 11.- ¿Cuál es la probabilidad de que usted compre este producto?

**Tabla 14**

*Probabilidad de compra del producto.*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Extremadamente probable.	28	32.94%
Probable	52	61.18%
Poco probable	5	5.88%
Nada probable	-	0.00%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos Obtenidos en encuesta aplicada a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.



*Figura 12* Probabilidad de compra del producto.

Muestra la frecuencia de adquisición. *Autores.*

**Análisis:**

El 61.18% ha señalado la opción “probable” que adquieran el producto, además es “extremadamente probable” la adquisición del producto para el 32.94%, la diferencia 5.88% es “poco probable” que adquieran artesanías “Ta Maki”. Esto nos demuestra un mercado dispuesto a adquirir el producto.

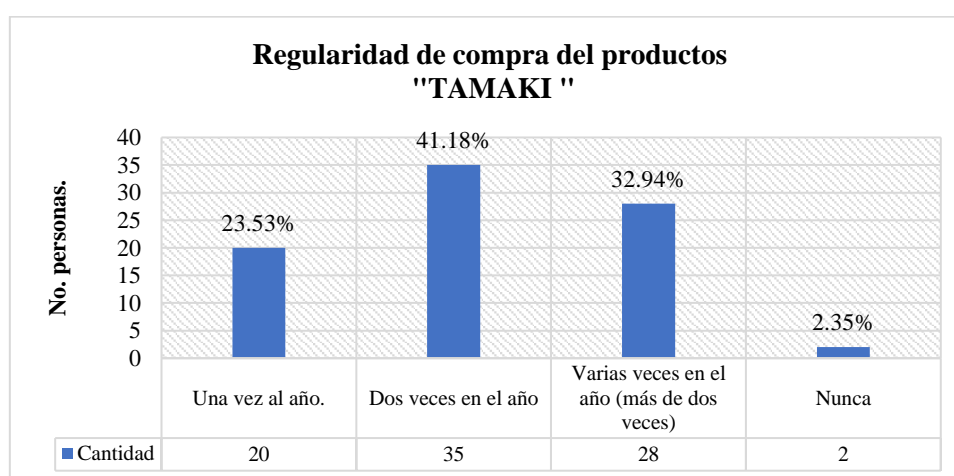
Pregunta 12.- ¿Con qué regularidad le gustaría adquirir este producto?

**Tabla 15**

*Total de encuestados sobre regularidad de compra.*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Una vez al año.	20	23.53%
Dos veces en el año	35	41.18%
Varias veces en el año (más de dos veces)	28	32.94%
Nunca	2	2.35%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos obtenidos en encuesta aplicada a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.



*Figura 13* Regularidad de compra del producto.

Muestra la frecuencia de venta. *Autores.*

Análisis:

La regularidad o frecuencia de compras que consideraron mayormente los encuestados es “dos veces al año”, representando el 41.18%, continuando por 32.49% la opción “varias veces en el año”, el 23.53% alternativa “una vez al año”, por último 2.35% señaló “nunca”. Esto nos ha demostrado que los futuros clientes tenderán a realizar compras dos veces en el año en promedio, pero esto podemos incrementar la demanda de compra si ofrecemos productos de buena calidad y de precios accesibles para todo bolsillo.

### **3.5.1 Análisis general de la encuesta.**

La encuesta se la realizó en la ciudad de Guayaquil, a una muestra final de 85 persona, de diferentes sectores de la ciudad. Con una probabilidad de aceptación del 50% considerando un margen de error del 10%, y un nivel de confianza del 90%.

Este producto gusta más al género femenino, con un porcentaje del 62.35% frente al 37.65% del género masculino, debido que las mujeres son más detallistas, están buscando siempre como embellecer el sitio donde ellas estén, sea este su casa, dormitorio, lugar de trabajo, etc. Sin embargo, no quiere decir que los hombres no gustan de las artesanías debido a que también se muestran interesados. De forma general, la preferencia por este producto se ubica en un rango de edad de entre 15 a 45 años, con un porcentaje del 78.82% de los encuestados.

Las artesanías ecológicas elaboradas con materiales reciclados de plastilina y baldosas, de la compañía “IDEAS”, bajo el nombre comercial “Ta Maki Artesanías” muestra tener una muy buena acogida, debido que las personas consideran que se estaría ayudando al medio ambiente en un rango del 60% al 80%, y la mayoría compran artesanías recicladas porque respetan al medio ambiente. La tendencia de compra se estima en “dos veces en el año” sin embargo esto puede variar al momento de afianzar la fidelidad del cliente, él se sentirá identificado con la marca. Siempre deberán contar con los mejores diseños e innovación, porque ese es el motivo que impulsa a los consumidores, al momento de comprar las artesanías.

“Ta Maki Artesanías” se expenderá de diferentes maneras, tomando en cuenta la opción más elegida por los participantes, y posibilidades del proyecto. 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.

## Capítulo 4

### La propuesta

**Tema:** Propuesta de plan de negocio para la elaboración y comercialización de artesanías.

#### 4.1 Antecedentes

Se realizó una investigación de campo, a través de encuesta, para conocer la situación del mercado de la ciudad de Guayaquil, de las parroquias Pedro Carbo, Olmedo, Rocafuerte y Roca, el cual dio como resultado que la propuesta de comercializar artesanías elaboradas con materiales reciclado de plastilina y baldosas es bien acogida por los ciudadanos, debido a que es un producto moderno e innovador. Esto es el motivo para elaborar un plan estratégico que contempla las cuatro áreas más importantes de una empresa que son: Administración, Marketing, Operación y Finanzas.

#### 4.2 Objetivos

##### 4.2.1 Objetivo general.

Establecer y analizar el plan de negocio de las cuatro fundamentales áreas en una empresa que son Administrativa, Marketing, Operativa y Financiera, para conocer la viabilidad de la propuesta.

##### 4.2.2 Objetivo específicos.

- Establecer un plan estratégico para representar de manera general la propuesta.
- Identificar y evaluar las actividades a realizar para la promoción y comercialización de nuestros productos en el mercado.
- Diseñar el plan de operaciones para garantizar el correcto manejo de los recursos y la preservación del medio ambiente.

- Elaborar un plan financiero y consolidar la información para desarrollar todos los cálculos y estimaciones necesarias para conocer la factibilidad financiera, a corto, medio y largo plazo del proyecto.

### **4.3 Justificación**

El plan de negocios representa un análisis más profundo de las diferentes áreas que conforman la empresa. Como es de conocimiento general, las cuatro áreas fundamentales en una empresa son: Administrativa, Marketing, Operativa y Financiera. En la primera descripción se encuentra en Plan estratégico de Organización, y presenta de manera general la idea de negocio: misión, visión, objetivos, valores, actividades, organigrama, manuales y los aspectos legales y jurídicos. El Plan de Marketing contempla las actividades a realizar en cuanto a la promoción y comercialización del producto, para lo cual es necesario una investigación de mercado, análisis de la situación externa, definición de precios, definición de estrategias, distribución y localización.

El Plan de Operaciones hace referencia la ingeniería del proyecto, que está directamente relacionada con la elaboración del producto: el proceso productivo, flujograma, equipos e infraestructura, recursos, seguridad laboral y medio ambiente. Finalmente, el Plan Financiero es lo más trascendental dentro de un plan de negocio, ya que recoge toda la información desarrollada y cuantificada (en unidades monetarias) de los planes de actuación. Para ello, será necesario la consolidación de la información previamente levantada y desarrollar todos los cálculos y estimaciones relacionados con el financiamiento: cobros y pagos, ventas, costos/gastos, punto de equilibrio, evaluación, etc.

#### **4.4 Plan de organización**

Para tener una dirección de los pasos a seguir y poner en marcha nuestro proyecto se requiere de un Plan Estratégico: “Es un documento que recoge las principales líneas de acción, es decir, la estrategia que una organización se propone seguir en el corto y medio plazo” (Málaga, 2008). Estableceremos y desarrollaremos acciones para que guíen el camino de la empresa al éxito.

##### **4.4.1 Características de la compañía.**

**Razón social:** IDEAS Cía. Ltda.

**Nombre comercial:** “Ta Maki Artesanías”

**Forma jurídica:** sociedad de responsabilidad limitada.

**Actividad:** empresa industrial dedicada a la manufactura.

**Tamaño:** pequeña empresa.

**Capital:** origen privado de los socios.

La sociedad es de responsabilidad limitada por el motivo que frente a terceros (por obligación u otros) se limita a todos los socios de acuerdo con el capital aportado, está dedicada a la transformación de la materia prima por tanto es una empresa del sector secundario, el área geográfica en que se desempeñará la sociedad es en el ámbito local de la ciudad de Guayaquil, con proyecciones de crecimiento nacional e internacional, iniciará sus operaciones con 12 colaboradores caracterizándola como una pequeña empresa, que busca recibir fines de lucro (características, 2017).

##### **4.4.2 Misión.**

Somos una organización dedicada a elaborar y comercializar artesanías de varios diseños, a base de plastilina y baldosas, fomentando el reciclaje de residuos contaminantes, que tardan en ser degradados por la naturaleza, contribuyendo al buen vivir y al desarrollo local.



#### **4.4.3 Visión.**

Al 2023, ser una compañía innovadora, creativa, de responsabilidad ambiental y social, con presencia nacional y proyección internacional.

#### **4.4.4 Objetivos.**

##### ***4.4.4.1 Objetivo general.***

Ser una empresa reconocida a nivel nacional por proponer artesanías innovadoras con responsabilidad social y ambiental.

##### ***4.4.4.2 Objetivos específicos.***

- Obtener la fidelidad del cliente.
- Ganar participación en el mercado.
- Obtener rentabilidad en base a la oportunidad de las actividades para la estabilidad de la asociación.

#### **4.4.5 Ventaja competitiva.**

- Innovación
- Calidad del servicio
- Estilo
- Personalización de recuerdos.

#### **4.4.6 Valores corporativos.**

- Liderazgo
- Puntualidad
- Imagen
- Compromiso y responsabilidad
- Respeto

#### 4.4.7 Organigrama estructural integral.

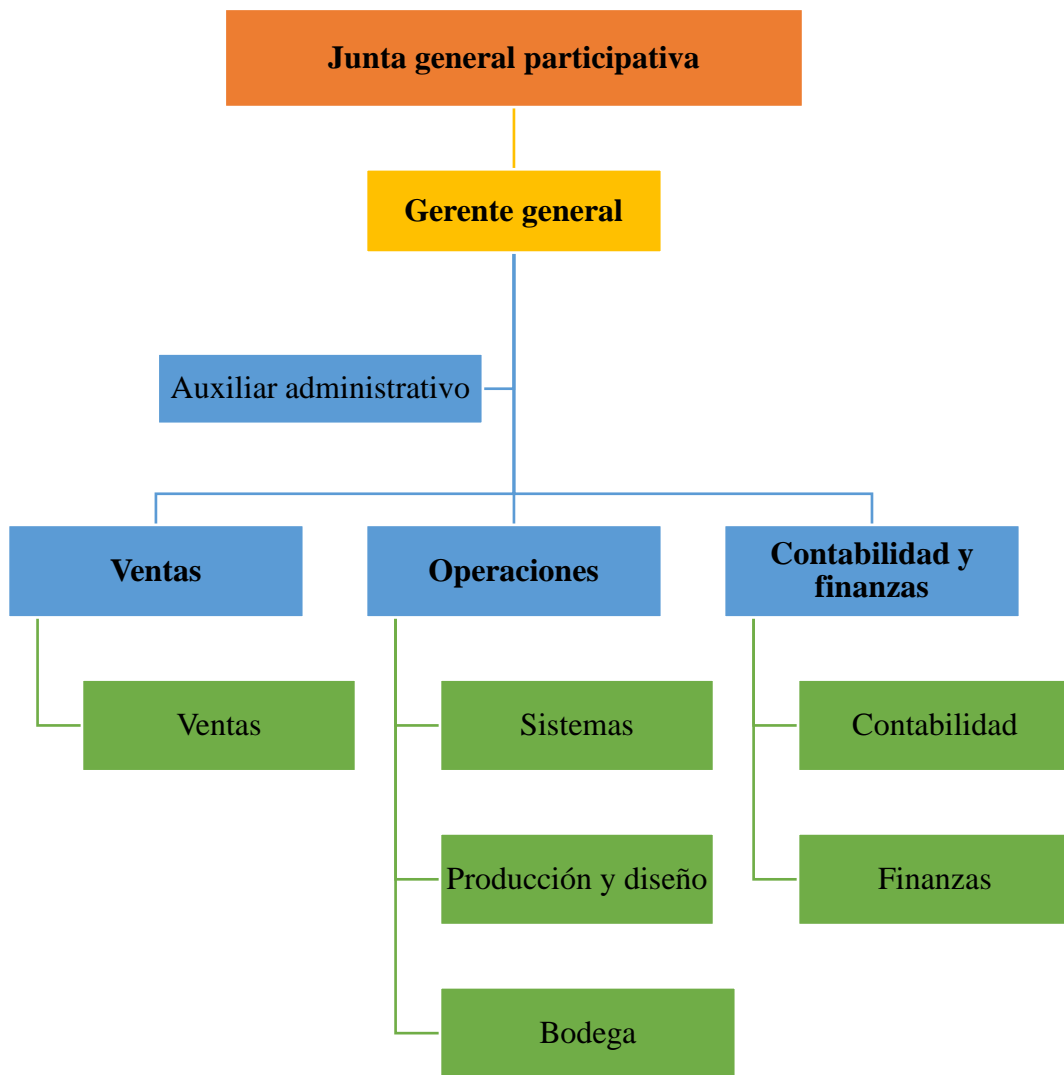


Figura 14 Organigrama general para IDEAS Cía. Ltda.

Representa gráficamente la estructura que tendrá la empresa partiendo del nivel administrativo hasta el nivel operativo, de esta manera se establece la relación y función de cada colaborador dentro de la empresa. *Autores.*

#### 4.4.8 Organigrama funcional.

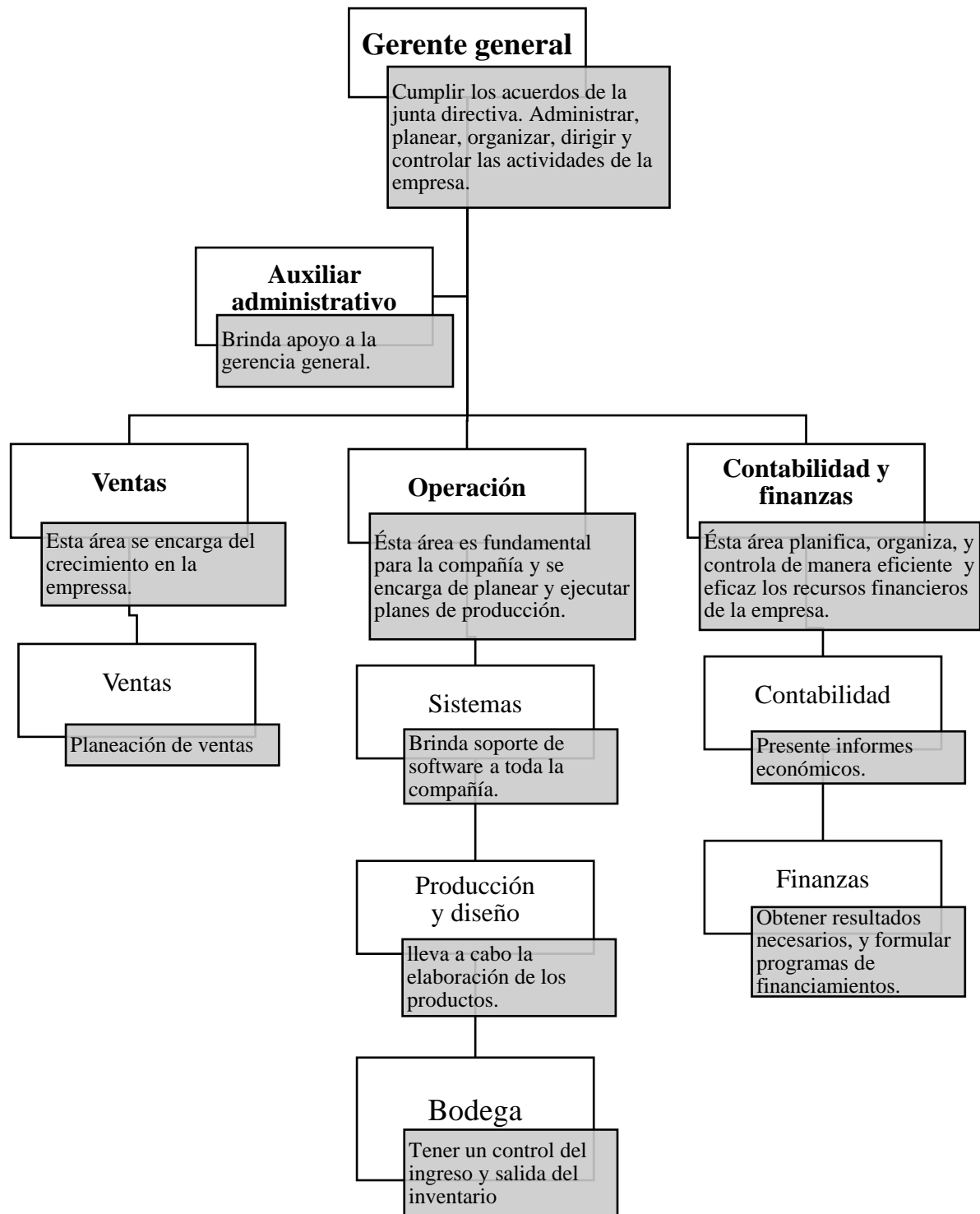


Figura 15 Organigrama Funcional para IDEAS Cía. Ltda.

Representa a la organización de forma general e incluye las principales funciones de cada área de trabajo y sus interrelaciones. *Autores.*

#### 4.4.9 Organigrama de puestos, plazas y unidades.

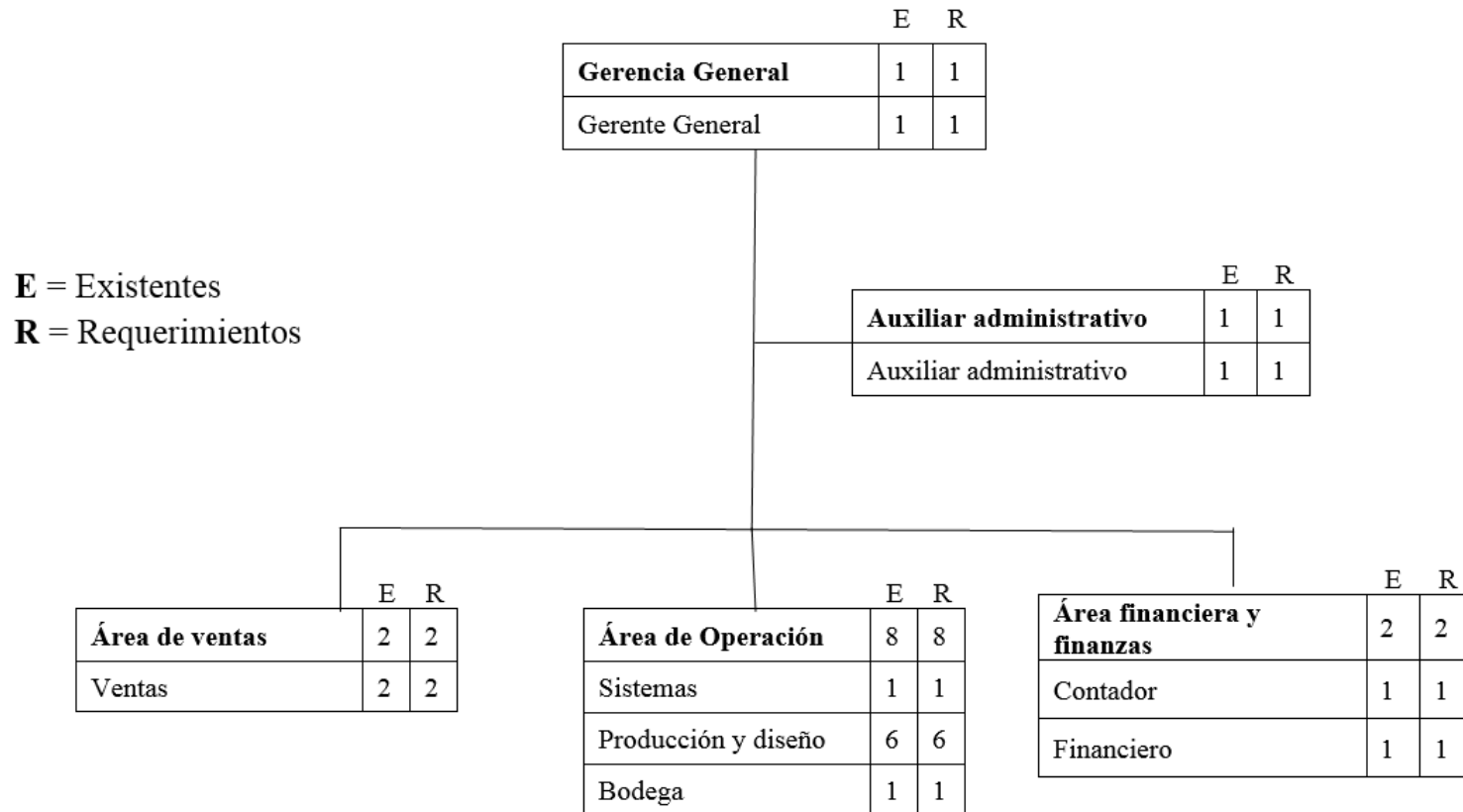


Figura 16 Organigrama de puestos, plazas y unidades para IDEAS Cía. Ltda.

Indica las necesidades de personal en relación con puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada departamento. *Autores.*

#### **4.4.10 Manual de funciones y políticas.**

Es un documento donde se encuentra especificado de manera clara y sencilla las actividades a realizar según el cargo y a las políticas que serán sometido el personal.

##### ***4.4.10.1 Manual de funciones***

**IDEAS Cía. Ltda.**

**Manual de funciones.**

**Código: 00 –1**

**Sigla.: G.G.**

---

#### **Funciones generales del personal.**

##### **Funciones específicas:**

1. Mantener los archivos periféricos y transformación documental según lo establecido por la organización.
  2. Elaborar y presentar un plan anual de trabajo individual.
  3. Elaborar informe de actividades y acciones adelantadas que se relacionen con los procesos a cargo.
  4. Practicar el autocontrol, acatar políticas, normas y disposiciones relacionadas con los procesos a cargo.
  5. Velar por el cuidado y uso adecuado de equipos, elementos e insumos puestos a su disposición.
  6. Utilizar el SI que administre la compañía debida y responsablemente, guardando la información que en este reposa de manera confidencial.
  7. Registrar y almacenar continuamente la información producto de sus obligaciones laborales en los recursos informáticos definidos por la organización para este fin.
  8. Otras funciones asignadas por el jefe inmediato conforme la naturaleza del cargo.
-

IDEAS Cía. Ltda.

Manual de funciones.

Código: 00 –1

Sigla.: G.G.

---

**Funciones que dependen de la gerencia general**

<b>Denominación del cargo:</b>	Gerente General	<b>Nivel:</b>	Directivo
		<b>Ubicación:</b>	Gerencia general
		<b>Jefe inmediato:</b>	J.G.P.

**Función general del cargo:**

Cumplir los acuerdos de la junta directiva. Administrar, planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.

**Funciones específicas:**

1. Desempeñarse como representante legal de la empresa.
2. Direccionar y administrar la compañía.
3. Desarrollar estrategias generales para alcanzar objetivos y metas propuestos.
4. Proponer planes, programas, proyectos, reglamentos y políticas generales y particulares para todos y cada una de las áreas de la empresa aplicable a los clientes internos y externos de la organización.
5. Acompañar la formulación y evaluación de proyectos para inversión, junto con las demás dependencias y tramitar su inclusión en los bancos de proyectos de las organizaciones pertinentes.
6. Diseñar indicadores de desempeño y de gestión que permitan medir y evaluar programas y proyectos, presentando los resultados de la organización.
7. Diseñar e implementar los procesos de selección de personal.

<b>Habilidades y destrezas:</b>	• Ética profesional.
	• Honestidad e integridad.
	• Liderazgo

**Complejidad del cargo:** Implica un alto grado de responsabilidad en la toma de decisiones, compromiso, estrategias y fijación de metas.

IDEAS Cía. Ltda.

Manual de funciones.

Código: 00 -2

Sigla.: A.A.

---

**Funciones que dependen del auxiliar administrativo**

<b>Denominación del cargo:</b>	Auxiliar Administrativo.	<b>Nivel:</b>	Ejecutivo
		<b>Ubicación:</b>	Auxiliar administrativo.
		<b>Jefe inmediato:</b>	Gerente general.

**Función general del cargo:**

Brinda apoyo a la gerencia general.

**Funciones específicas:**

1. Administrar la nómina y demás actividades que de ella se generen.
2. Llevar registro en la base de datos de permisos, incapacidades, cumplimiento de horario laboral de todos los funcionarios de la organización.
3. Apoyar la citación, preparación, elaboración de actas e informes u desarrollo de las reuniones de J.G.P.
4. Redactar cartas, memos, acuerdos, resoluciones, circulares y demás documentos.
5. Asistir en la gestión documental de la recepción, revisión y archivo de los documentos, conforme al sistema de gestión documental.
6. Apoyar en todas las actividades conforme al cargo.

**Habilidades y destrezas:**

- Ética profesional.
- Honestidad e integridad.
- Manejo de software.
- Actitud agradable y disposición cordial en la conducción de las relaciones públicas.

**Complejidad del cargo:** Implica un alto grado de responsabilidad.

---

IDEAS Cía. Ltda.

Manual de funciones.

Código: 00 – 04

Sigla.: V

---

**Funciones que dependen de ventas**

<b>Denominación del cargo:</b>	Ventas	<b>Nivel:</b>	Operativo
		<b>Ubicación:</b>	Ventas
		<b>Jefe inmediato:</b>	Gerente general

**Función general del cargo:**

Crear y ejecutar planes de ventas, vender.

**Funciones específicas:**

1. Establecer contactos comerciales para promover la venta del producto.
2. Cumplir la meta establecida en conjunto con la gerencia.
3. Ejercer el manejo administrativo del puesto de venta asignado.
4. Efectuar la atención directa de clientes.
5. Presentar informes de avance y gestión de ventas.
6. Responder por el inventario asignado para su comercialización.
7. Realizar el cobro respectivo de todas las facturas generadas.
8. Realizar el cobro de cartera respectivo en los plazos establecidos y de acuerdo con los procedimientos internos de la organización.
9. Elaborar las actas y arqueos de caja, acorde con los lineamientos de la organización.
10. Revisar y responder por los movimientos diarios de caja.

**Habilidades y destrezas:**

- Ética profesional.
- Facilidad de comunicación y cortesía.
- Puntualidad
- Capacidad para buscar relaciones armoniosas.

**Complejidad del cargo:** Implica un alto grado de responsabilidad en la atención al público, manejo y cuidado de los inventarios terminados.

---



---

**Funciones que dependen de sistemas**

<b>Denominación del cargo:</b>	Sistema	<b>Nivel:</b>	Operativo
		<b>Ubicación:</b>	Operación
		<b>Jefe inmediato:</b>	Gerente general

**Función general del cargo:**

Brinda soporte de software a toda la compañía.

**Funciones específicas:**

1. Diseñar, planificar y desarrollar estrategias que permitan realizar mejoramiento continuo de los servicios de tecnologías de la información.
2. Proponer y liderar planes de innovación tecnológica apoyando las directrices establecidas por la Gerencia General.
3. Velar por el correcto funcionamiento y disponibilidad de la infraestructura tecnológica y SI de la organización.
4. Garantizar que la plataforma tecnológica corresponda a las necesidades de la organización, y mantenga su misión.
5. Medir y evaluar el desarrollo tecnológico de la organización, y prepararla para su evolución.
6. Elaborar planes de compra, mantenimiento y gestión asociados al desarrollo, disponibilidad, fortalecimiento y seguridad de los recursos tics de la organización.
7. Brindar soporte tecnológico a las operaciones de la organización.
8. Administrar los contenidos en la página web institucional.
9. Liderar, aprobar e implementar los lineamientos y políticas de SI, garantizando la integridad, confiabilidad, disponibilidad y seguridad de la información del sistema.
10. Formular plan de capacitación en tics para el fortalecimiento de la gestión en servicios informáticos.

11. Mantener un inventario actualizado de todos los equipos y bienes de la organización, de la infraestructura tecnológica e informar los cambios o traslados que se presenten en el área respectiva.

**Habilidades y destrezas:**

- Ética profesional.
- Manejo de software.
- Puntualidad
- Liderazgo.
- Generar y promover el trabajo en equipo.

**Complejidad del cargo:** Implica un alto grado de responsabilidad en el manejo de software y funcionamiento tecnológico de la empresa.

---

IDEAS Cía. Ltda.

Manual de funciones.

Código: 00 – 06

Sigla.: P. y D.

---

**Funciones que dependen de Producción y diseño**

<b>Denominación del cargo:</b>	Producción y diseño	<b>Nivel:</b>	Operativo
		<b>Ubicación:</b>	Operación
		<b>Jefe inmediato:</b>	Gerente general

**Función general del cargo:**

Lleva a cabo la elaboración de los productos.

**Funciones específicas:**

1. Realizar y ejecutar un plan de producción, que optimice recursos (humano, físico y económico) y potencialice la producción.
2. Mantener un control del inventario de la materia prima que ingresa a la producción.
3. Inventariar el producto terminado, teniendo cuidado de su manejo y almacenaje.
4. Diseñar las artesanías de acuerdo con la tendencia del mercado y pedido del cliente.
5. Tener cuidado minucioso del producto terminado asegurando que cumpla con la calidad establecida.
6. Demás actividades acorde al puesto.

**Habilidades y destrezas:**

- Disciplina profesional, ética y moralidad.
- Creatividad.
- Puntualidad
- Generar y promover el trabajo en equipo.

**Complejidad del cargo:** Implica un alto grado de responsabilidad en la elaboración del producto.

---

IDEAS Cía. Ltda.

Manual de funciones.

Código: 00 – 07

Sigla.: B

**Funciones que dependen de bodega**

<b>Denominación del cargo:</b>	Bodega	<b>Nivel:</b>	Operativo
		<b>Ubicación:</b>	Operación
		<b>Jefe inmediato:</b>	Producción

**Función general del cargo:**

Tener un control del ingreso y salida del inventario.

**Funciones específicas:**

1. Garantizar las condiciones administrativas y físicas del inventario en bodega.
2. Llevar el control respectivo de entradas, salidas, almacenamiento y embalaje de los productos.
3. Realizar permanentemente el inventario de mercadería y control de calidad.
4. Verificar el manejo correcto del producto durante el embalaje y despacho.
5. Trabajar en conjunto con el área de producción y diseño.

**Habilidades y destrezas:**

- Disciplina profesional, ética y moralidad.
- Manejo de software.
- Responsable y honesto.
- Generar y promover el trabajo en equipo.

**Complejidad del cargo:** Implica un alto grado de responsabilidad en el manejo de bodegas de insumos y materiales.

IDEAS Cía. Ltda.

Manual de funciones.

Código: 00 – 07

Sigla.: C

**Funciones que dependen de contabilidad**

<b>Denominación del cargo:</b>	Contabilidad	<b>Nivel:</b>	Operativo
		<b>Ubicación:</b>	Cont. Y Finanzas
		<b>Jefe inmediato:</b>	Gerencia general

**Función general del cargo:**

Presenta informes económicos.

**Funciones específicas:**

1. Llevar registros contables adecuados de la organización, y presentar informes económicos de acuerdo con las normas y leyes vigentes en el país.
2. Analizar, verificar y generar las liquidaciones de los sueldos y demás prestaciones de los clientes internos.
3. Participar en el control interno de la organización (implementación, diseño y evaluación) y en las auditorías que se realicen, teniendo en cuenta la revisión documental, recolección de la información y reunión de cierre.
4. Cumplir con los principios fundamentales establecidos en el Código de Ética del Contador Ecuatoriano.
5. Ejercer el manejo correcto y adecuado de la caja chica asignada.
6. Proponer manual de políticas contables.
7. Demás actividades acorde al puesto.

**Habilidades y destrezas:**

- Ética profesional.
- Manejo de software.
- Responsable y honesto.
- Generar y promover el trabajo en equipo.

**Complejidad del cargo:** Implica un alto grado de responsabilidad en el manejo y control del recurso económico.

IDEAS Cía. Ltda.

Manual de funciones.

Código: 00 – 07

Sigla.: F

**Funciones que dependen de Finanzas**

<b>Denominación del cargo:</b>	Finanzas	<b>Nivel:</b>	Operativo
		<b>Ubicación:</b>	Cont. Y Finanzas
		<b>Jefe inmediato:</b>	Gerencia general

**Función general del cargo:**

Planear, dirigir, organizar y controlar todas las actividades relacionadas con el manejo de los recursos financieros, y ejecución de presupuesto.

**Funciones específicas:**

1. Llevar un registro y manejo adecuado de las finanzas de la organización, así como los saldos respectivos.
2. Preparar y hacer seguimiento de los recursos empresariales para inventarios, clientes, facturación y compras, garantizando mediante informes periódicos la veracidad de la información.
3. Planear, dirigir, organizar y controlar el desarrollo de las políticas, planes y programas que garanticen una efectiva administración en los procesos de control y recaudo de los ingresos.
4. Participar de las auditorias que se realicen, teniendo en cuenta la revisión documental, recolección de la información y reunión de cierre.
5. Realizar seguimiento a los reportes de producción no conforme.

**Habilidades y destrezas:**

- Ética profesional.
- Manejo de software.
- Responsable y honesto.
- Generar y promover el trabajo en equipo.

**Complejidad del cargo:** Implica un alto grado de responsabilidad en el manejo y control del recurso económico.

#### 4.4.10.2 Manual de políticas.

	<b>Manual de políticas.</b>	<b>Área de administración</b>
<b>IDEAS Cía Ltda.</b>		<b>Pág.: 1 De: 8</b>

---

**Actividad:** Regulación interna

**Propósito:** Mantener un proceso de actualización y mejoramiento permanente de la organización.

**Exposición de la política:**

1. Es política de IDEAS Cía. Ltda. mantener informados a sus colaboradores sobre las Políticas, Reglamentos, Normas, Procesos, Estructura y Procedimientos, de manera que todo el personal tenga plenamente identificado cuál es su rol dentro de la organización, su relación con todas las áreas, y como ejecutar sus funciones.
2. El Gerente es el responsable de que en su área se documenten sus principales actividades y procesos, ya que tienen la autoridad para organizar, controlar, ejecutar y asegurar el cumplimiento de las aplicaciones.
3. El Auxiliar Administrativo debe asegurarse que los Manuales de funciones, políticas y procedimientos sean revisados y actualizados al menos una vez al año.

	<b>Manual de políticas.</b>	<b>Área de administración</b>
<b>IDEAS Cía Ltda.</b>		<b>Pág.: 2 De: 8</b>

---

**Actividad:** **Reclutamiento y selección de personal**

**Propósito:** Establecer actividades de selección y contratación del recurso humano que se ajusten a los requerimientos de los perfiles establecidos por la compañía.

**Exposición de la política:**

1. Todo proceso para reclutamiento de personas iniciará elaborando el respectivo “Requerimiento de Personal”, el mismo que deberá estar firmado por el Gerente. Se aplicará para toda vacante, reemplazo o creación de nuevos cargos. La junta general participativa aprobará dicho requerimiento en base a los documentos que sustenten la decisión.
2. No se podrá contratar a ninguna persona que esté fuera del proceso de reclutamiento y selección.
3. Contratar personas con discapacidades.
4. La elección del candidato a ser contratado constituye responsabilidad exclusiva del Gerente, quién tomará su decisión en base a la información provista por el proceso de selección respectivo.
5. Se incluirá un plan de la recepción para pasantes preprofesionales en algunas áreas de la empresa, para brindarle la oportunidad de aprendizaje.



	<b>Manual de políticas.</b>	<b>Área de administración</b>
<b>IDEAS Cía Ltda.</b>		<b>Pág.: 3 De: 8</b>

---

**Actividad:** Seguridad de la información

**Propósito:** Proteger la información de la organización, en el mayor grado posible.

**Exposición de la política:**

1. Todos los trabajos de mantenimiento preventivo y correctivo que se planifiquen realizar en los sistemas de operación deben ser ejecutados en horarios de menor impacto en el servicio a los clientes y de los demás trabajadores.
2. Se deberán establecer los mecanismos necesarios y la utilización de las herramientas adecuadas que permitan un control y evaluación continuos sobre el grado de servicio y niveles de calidad alcanzados por los sistemas.
3. El uso de los recursos de la compañía debe ser de exclusivo.
4. Las actividades técnicas se deberán programar conforme el plan operativo del área y en su presupuesto anual.

	<b>Manual de políticas.</b>	<b>Área de administración</b>
<b>IDEAS Cía Ltda.</b>		<b>Pág.: 4 De: 8</b>

---

**Actividad:** **Información financiera**

Orientar los procesos de elaboración y entrega de la información financiera y contable asegurando que se cumplan con las normas contables y la ley vigente respecto a su formulación y presentación, de tal forma que la administración cuente con información oportuna, completa y adecuada para la toma de decisiones.

**Propósito:**

**Exposición de la política:**

1. El área de contabilidad y finanzas tiene por responsabilidad la preparación, análisis y presentación de los estados financieros mensuales y anuales (cada vez que la junta general participativa lo requiera).
2. Presentar los estados financieros de imagen fiel a los resultados de la compañía, sin importar que en el periodo contable hubiera pérdida o ganancias.
3. De igual manera el área de contabilidad y finanzas tienen bajo su responsabilidad la presentación oportuna de las declaraciones de impuestos, que se encuentre obligada la empresa, sin hacer excepción de los impuestos municipales o cualquier otro que sea de cumplimiento obligatorio.

	<b>Manual de políticas.</b>	<b>Área de administración</b>
<b>IDEAS Cía Ltda.</b>		<b>Pág.: 5 De: 8</b>

---

**Actividad:** **Atención y servicio al cliente**

**Propósito:** Crear, estructurar e implantar una eficaz y eficiente gestión de Servicio al Cliente, que estimule el desarrollo y crecimiento de la identidad y del servicio dirigido al cliente.

**Exposición de la política:**

1. La atención y servicio al cliente serán acciones de alta prioridad y de carácter estratégico. La Administración deberá asegurarse de que la organización esté orientada a servir con efectividad al cliente sea este interno o externo, con discapacidad o sin discapacidad, utilizando normas de cortesía, respeto, amabilidad y cordialidad.
2. Todas las áreas que brinden atención al público deberán contar con la infraestructura necesaria para todas las personas incluyendo las personas con discapacidades; y tener integrados todos los sistemas de atención, comercialización y recaudación.
3. Los Centros de Atención al cliente serán creados de acuerdo con el desarrollo y crecimiento de la Compañía, tomando en consideración el mercado, la demanda y otros factores.

	<b>Manual de políticas.</b>	<b>Área de administración</b>
<b>IDEAS Cía Ltda.</b>		<b>Pág.: 6 De: 8</b>

---

**Actividad:** **Comercial**  
Establecer políticas para dar a conocer la compañía y estudiar

**Propósito:** el mercado conocer sus preferencias, demandas y necesidades.

**Exposición de la política:**

1. Mantener de manera constante un mejoramiento de los procesos de negocios para adaptarse a los nuevos desarrollos tecnológicos.
2. La administración potenciará el área de marketing y ventas, de tal forma que se constituya en la base sobre la cual se sustentan los actuales y futuros productos y servicios de la Compañía, su posicionamiento e imagen corporativa.
3. El marketing de IDEAS Cía. Ltda., será orientado hacia el fomento del consumo de los diferentes productos se planea ofrecer, mejorar la imagen externa de la compañía y difundir información relevante para los clientes.

	<b>Manual de políticas.</b>	<b>Área de administración</b>
<b>IDEAS Cía Ltda.</b>		<b>Pág.: 7 De: 8</b>

---

**Actividad:** Capacitación

**Propósito:**

Regular un programa de capacitación para el personal de acuerdo con el área, para fortalecer sus conocimientos e incentivar el mejoramiento de la calidad del desempeño y obtener un mejor resultado a favor de la compañía.

**Exposición de la política:**

1. La administración procurará capacitar a sus trabajadores, en un proceso continuo, priorizando los objetivos estratégicos de la compañía. El aprendizaje deberá ser otorgado en consideración a las actividades que realice el trabajador y las necesidades de actualización del área, para que pueda mejorar su desempeño.
2. El trabajador que participe de la capacitación deberá comprometerse a cumplir con el Plan de Estudios y aprobarlo, caso contrario deberá reintegrar el valor cubierto por la compañía, a excepción de caso fortuito o fuerza mayor.

	<b>Manual de políticas.</b>	<b>Área de administración</b>
<b>IDEAS Cía Ltda.</b>		<b>Pág.: 8 De: 8</b>

---

**Actividad:** **Salarios**

**Propósito:** Establecer las políticas que regulen el pago de salario y beneficios al personal en general.

**Exposición de la política:**

1. El sistema de remuneración de la organización obedecerá lo contemplado en el Código de Trabajo, y su valoración estará de acuerdo con lo establecido por el CONADES.
2. Ningún funcionario de IDEAS Cía. Ltda. ganará un salario inferior al Salario Básico Unificado.
3. Las elevaciones salariales se realizarán únicamente como consecuencia de la evaluación de desempeño y la situación financiera de la empresa, se exceptúan las disposiciones gubernamentales y legales aplicables a la compañía.
4. Los colaboradores con discapacidad gozarán de los beneficios establecidos por la ley y en ningún caso se vulnerarán sus derechos.
5. Se pagará a los pasantes los beneficios y sueldo establecido por la ley.
6. Todos los colaboradores gozarán de los derechos establecidos por la ley, de igual manera deberán cumplir con sus obligaciones.
7. Bajo ningún concepto se pagarán horas extras al personal, debido a que se respetarán las ocho horas de laborales diarias, más una hora destinada para el almuerzo, salvo casos extremos que lo amerite.

#### **4.4.11 Aspectos legales y jurídicos.**

##### ***4.4.11.1 Constitución de la compañía.***

- Ingrese al portal web de la superintendencia de compañía ([www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec)), registrar un usuario y contraseña.
- Seleccionar la reserva de denominación aprobada, para la compañía a constituir.
- Llenar el formulario “Solicitud de Constitución de Compañía” en el sistema.
- Adjuntar los documentos habilitantes desmaterializados.
- Seleccione la Notaría de preferencia del listado de notarías activas.
- La superintendencia de compañía notificará, mediante correo electrónico, información de la notaria seleccionada, los valores que debe pagar por servicios notariales y registrales, el número de trámite generado y la institución bancaria donde se debe realizar el pago.
- El notario se encargará de ingresar al sistema, validará la información y asignará fecha y hora para las firmas de la escritura y los nombramientos.
- Una vez firmado los documentos, el sistema enviará automáticamente la información al Registro Mercantil, quien también validará la información y facilitará la razón de inscripción de la escritura y los nombramientos.
- El sistema generará un número de expediente y remitirá la información de este trámite al SRI, quienes de forma inmediata darán el número de RUC para la compañía.
- Finalmente, el sistema notificará que el trámite de constitución ha finalizado.
- El sistema consulta la tabla de aranceles del Sistema Nacional de Registro Mercantil (SNRM) y del Consejo de la Judicatura, para mostrar los valores a pagar por servicios notariales y registrales.
- Cumpliendo con estos pasos, se podrá hacer la constitución de la compañía.

#### ***4.4.11.2 Obtención de permiso del Cuerpo de Bomberos.***

Para el adecuado funcionamiento de la empresa, se requiere el respectivo permiso de funcionamiento de acuerdo con el Cuerpo de bomberos de Guayaquil, (2015).

- Declaración Juramentada bajo formato entregado por la Institución.
- Adjuntar copia de la cédula de ciudadanía; si el trámite lo realiza un tercero se requiere previa autorización.
- Copia completa y actualizada del RUC, adicionalmente adjuntar copia del nombramiento del Representante Legal.
- Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor.
- Adjuntar la copia del pago de Predios Urbanos o Planilla de servicio básico de agua.
- Copia del certificado de uso de suelo otorgado por la Municipalidad de Guayaquil.
- Fotografías del local con la implementación de las normas contra incendios como: extintores, señalética etc.

#### ***4.4.11.3 Obtención de la patente municipal***

Para iniciar un negocio en la ciudad de Guayaquil, un documento obligatorio es el registro de patente municipal, para personas naturales o jurídicas. De acuerdo con la Municipalidad de Guayaquil, (2014)

- Certificado provisional o definitivo del cuerpo de bomberos por cada uno de los establecimientos que posea dentro de la ciudad.
- RUC actualizado.
- Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación.
- Declaración Impuesto a la Renta (no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica).



- Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).
- Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su fotocopia de cédula de ciudadanía y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio.

***4.4.11.4 Permiso de funcionamiento emitido por la Agencia Nacional de Regulación y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).***

Un requisito adicional para iniciar las operaciones comerciales, en la ciudad, es el permiso de funcionamiento sanitario, para el cual se requiere cumplir los siguientes requisitos de acuerdo con la Agencia nacional de regulación control y vigilancia sanitaria, (2014)

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento y planilla de inspección.
- Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria.
- Lista de productos a elaborar.
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio.
- Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes.
- Croquis de la ubicación de la planta.
- Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria.
- Copia de la cédula y certificado de votación del propietario.
- Copia del certificado de salud ocupacional.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos.

#### **4.4.11.5 Tasas de habilitación.**

- Registrarse como usuario en la página web del municipio de Guayaquil.
- Obtener la consulta de uso de suelo (Tasa de Trámite: dos dólares, comprar en las cajas recaudadoras).
- Solicitud de la Tasa de Habilitación (juntar los requisitos que solicite).
- Pago y obtención de la tasa de habilitación.

#### **4.4.11.6 Requisitos sobre la marca.**

El registro de una marca lo puede realizar cualquier persona jurídica o natural, sin considerar la nacionalidad de esta, para ello se requiere los requisitos siguientes de acuerdo con el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, (2014)

- Depositar doscientos ocho dólares en efectivo, a nombre del IEPI.
- Ingresar al sitio web del IEPI, “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.
- Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla y firmarla.
- Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.
- Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.
- Adjuntar seis artes a color en tamaño cinco centímetros de ancho por cinco centímetros de alto impresos en papel adhesivo.
- Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana.

Los beneficios y derechos que se adquieren sobre la marca son: exclusividad, protección de la marca en todo el país, derecho de otorgar licencias a terceros y cobrar regalías, entre otros. Éste registro tiene una vigencia de diez años, pudiendo ser renovado.

## **4.5 Plan de marketing**

En todas las empresas un elemento importante de tener en cuenta es el plan de marketing, que es una herramienta utilizada para que las compañías sean competitivas en el mercado; a través de este medio se puede conocer al cliente, evaluar sus necesidades, competencia de la compañía, acogida del producto y tendencia en el mercado (Canadá Business Ontario, 2017). Siendo IDEAS Cía. Ltda., una empresa nueva, como tal, conseguir clientes y consolidarse en el mercado no es sencillo, pero tampoco es imposible, debido que una vez analizado y escogido una segmentación del mercado en el cual va a participar o dirigirse, se estudian los puntos fuertes y débiles de la empresa en la matriz FODA, el resultado ayuda a establecer estrategias eficiente y eficaz para: el producto, establecer precios, distribución y promoción que resulte llamativa al cliente.

### **4.5.1 Objetivos del plan.**

#### ***4.5.1.1 Objetivo general.***

Realizar una investigación de mercado, para conocer la factibilidad de implementar una empresa de venta de artesanías de plastilinas y baldosas recicladas, en la ciudad de Guayaquil.

#### ***4.5.1.2 Objetivos específicos.***

- Conocer la situación actual del mercado, competencia, clientes, necesidades, y tendencias.
- Conocer la reacción del consumidor ante la introducción de un nuevo tipo de artesanía al mercado.
- Diseñar estrategias para ingresar al mercado establecer precios, distribución y promociones.

#### **4.5.2 Investigación de mercado.**

Es una herramienta que proporciona información relevante para evaluar la oportunidad del negocio que se está planeando, con respecto a las características de clientes potenciales y los problemas del mercado. Ayuda a tomar decisiones efectivas sobre la continuidad del proyecto o la reestructuración de este. Para lanzar al mercado artesanías con plastilina y baldosas recicladas, será necesario una investigación para determinar su factibilidad.

##### ***4.5.2.1 Instrumento de investigación.***

La fuente principal de la investigación de mercado se obtuvo a través de una encuesta piloto en línea, compartida en redes sociales (ver Apéndice B). Una vez analizada toda la información, obtuvimos los siguientes resultados:

- Tipo de encuesta: cerrada / Online (a través del formulario de Google).
- Mes de levantamiento: Julio del 2017
- Cobertura geográfica: parroquias Olmedo, Pedro Carbo, Rocafuerte y Roca, de la ciudad de Guayaquil.
- Población objetivo: Habitantes entre un rango de edad de 15 años en adelante.
- Muestra total: 35 personas.

##### ***4.5.2.2 Análisis general de la Investigación de Mercado.***

Pudimos llegar a la conclusión que las artesanías son muy comerciales debido que a la mayoría de las personas el 83% gustan de ellas, por representar alguna cultura, tradición, y en especial al país. Son muy usadas en el hogar principalmente; las cualidades que impulsan a las personas a comprar una artesanía es el color y precio, los lugares más concurridos para adquirir este producto son principalmente los mercados artesanales, seguido de los lugares turísticos y centros comerciales; los participantes mostraron un gran interés de aceptación hacia el producto y servicio que IDEAS Cía. Ltda., desea ofertar (ver Apéndice D).

### **4.5.3 Análisis de la situación externa.**

Es necesario evaluar el ambiente externo actual y futuro en términos de amenazas y oportunidades. Con ello, se busca facilitar y dinamizar las prácticas de planeación en el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes). Existen diferentes escuelas y métodos para que una empresa aborde un plan de negocio, iniciando con un diagnóstico muy detallado del entorno y del sector en el cual se ubica la empresa, se podrán desarrollar planes, acciones, seguimiento y medición de logros.

#### ***4.5.3.1 Análisis P.E.S.T.A.L.***

El análisis P.E.S.T.A.L. es un instrumento que facilita la investigación y que ayuda a las compañías a definir su entorno, analizando una serie de factores cuyas iniciales son las que le dan el nombre. Se trata de los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales, dando como resultado seis factores importantes a medir.

**Factores Políticos:** Son aquellos elementos relacionados con la intervención del gobierno en la economía del país.

**Económico:** los que afectan al poder adquisitivo de las personas, e indican proyecciones económicas como: tasa de desempleo, PIB, etc.

**Social:** los aspectos sociales de las personas que influyen en la ubicación geográfica de las empresas como las costumbres, estilo de vida, nivel de ingresos, entre otros.

**Tecnológicos:** en la actualidad el crecimiento tecnológico afecta de manera positiva las empresas debido a que agiliza los procesos de producción, cálculos, comunicación y en la prestación de servicios.

**Ambiental:** los factores que afectan o ayudan al medio ambiente, actualmente las empresas están sometidas a políticas ambientales como gestión de residuos, espacios protegidos, etc.

**Legal:** las leyes y reglamentos que intervienen o regulan las actividades económicas.

**Tabla 16***Análisis P.E.S.T.A.L.*

<b>Análisis del entorno</b>					
<b>Político</b>	<b>Económico</b>	<b>Social</b>	<b>Tecnológico</b>	<b>Ambiental</b>	<b>Legal</b>
La generación de conocimiento como eje de cambio para la matriz productiva permite acercar las artesanías de las MiPymes., al mercado externo. El Programa Exporta-fácil del MIPRO., brinda asistencia técnica en varios conceptos para poder exportar.	Las artesanías involucran a 4.5 millones de ecuatorianos, y representa un 32.7% de la población económicamente activa. La generación de empleo significa un 12.3% de la población urbana a nivel nacional.	La escala de Likert es uno de los métodos más efectivos para estudiar de cerca el comportamiento del consumidor, ya que permite trabajar en la satisfacción del cliente y crea un vínculo entre cliente-producto.	El artesano ecuatoriano debe tomar en cuenta las tendencias en moda y decoración, para que de esta forma se desarrollen productos innovadores y competitivos en el mercado de interés.	Existe conciencia ambiental entre los ecuatorianos. El INEC., detalla que en los últimos cinco años se incrementó el porcentaje de hogares que clasifican sus residuos. Del 25,16%, en el 2010, pasó al 38,32% al 2016.	Constitución de la Republica. Ley de Gestión ambiental. Ley de Compañías. LORTI. NIIF., para pymes. Código civil y código de comercio. Reglamento para comprobantes de venta y complementarios.

*Nota:* Para poner en marcha sus operaciones se realiza un análisis del entorno externo en el que se enfrenta la empresa, para tomar medidas correctivas al plan propuesto. Autores.

#### 4.5.3.2 Análisis de las cinco fuerzas de Porter.

Las 5 fuerzas de Michael Porter es una herramienta que nos permite conocer el grado de competencia que existe en la industria donde se desarrollará la empresa, analizando los factores que determinan la competitividad, tales como: clientes, proveedores, rivalidad entre los competidores, competidores y productos sustitutos (Michael E. Porter, 2008, p2).

Este análisis nos permite formular estrategias para hacer frente a las oportunidades y amenazas que podrían afectar la competitividad a la empresa.

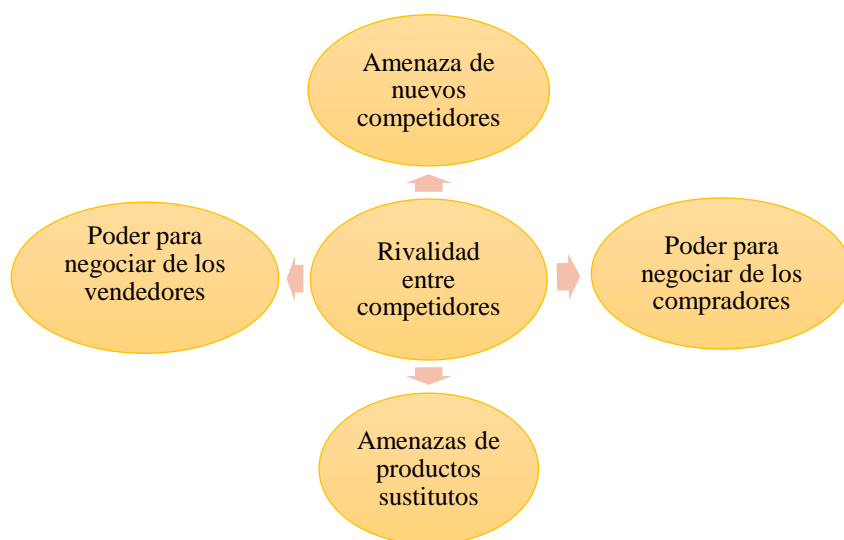


Figura 17 Cinco fuerzas competitivas de Michael E. Porter.

Muestra las áreas de competencias a los que debe estar preparada la empresa. *Adaptado de Michael E. Porter, 2008.*

**Tabla 17**

*Evaluación global de la industria artesanal.*

Competencias	Grado de competitividad
Poder para negociar de los vendedores	Medio-alto
Poder para negociar de los compradores	Medio-alto
Amenaza de nuevos competidores	Alto
Amenaza de ingreso de productos / servicios sustitutos	Medio-alto
Rivalidad entre los competidores	Alto

*Nota:* Muestra el resultado del estudio del mercado al entorno externo competitivo del sector artesanal que se enfrenta la compañía. Autores.

#### *4.5.3.1.2 Poder para negociar: Vendedores.*

El grado de negociación de los proveedores con IDEAS Cía. Ltda., es media-alta, debido a que somos una empresa nueva en el mercado, no contamos con confianza para acceder a créditos y realizar negociaciones de plazos, precios y condiciones. Por otra parte, al ofertar productos innovadores hechos con materiales reciclados contamos con la amenaza de integración hacia atrás por parte de los proveedores, esto quiere decir que el proveedor puede convertirse en competidor, al ver la rentabilidad del negocio, y al no existir barreras de entrada a la industria. En el mercado existe gran variedad de plastilinas y baldosas que varían entre calidades y cualidades, además de poder realizar una integración hacia atrás al elaborar plastilina ecológica nosotros mismos. La iniciativa de negocio produce mayor rentabilidad a los proveedores, debido a que los desechos post consumo (industrial o casero) los convertiremos en materia prima.

#### *4.5.3.2.2 Poder para negociar: Compradores.*

El sector de las artesanías posee gran cantidad de compradores y este producto es nuevo en el mercado guayaquileño, por ende, los clientes tendrán un poder de negociación medio-alto al inicio de las actividades hasta poder posesionarnos en el mercado, ganar la confianza y fidelidad de ellos. “Ta Maki Artesanías” es un producto completamente innovador y único, sin tener altos costos de fabricación por ello su precio de comercialización se ajustará a las condiciones del mercado, además brindará el bienestar que el cliente aspira con este producto, debido a que ayudará a la perduración medio ambiental. La amenaza presente que tenemos es la integración hacia atrás por parte de los clientes, quiere decir que el cliente puede convertirse en competidor directo también, ante ello debemos tener presente el desarrollo de planes estratégicos.



#### *4.5.3.3.2 Amenaza de nuevos competidores.*

La amenaza de nuevos competidores en la ciudad es alta, por motivo que no existen barreras de ingreso al mercado, que limiten la participación de nuevos competidores, la dificultad de acceso a los insumos es muy bajo debido a que se pueden adquirir fácilmente, no se requiere de mucho capital, además que la capacidad de la industria para contratar a los nuevos competidores es baja. Para resguardar la autenticidad del producto se protegerá legalmente por medio de los derechos de propiedad intelectual, avalados por el IEPI.

#### *4.5.3.4.2 Amenaza de ingreso de productos / servicios sustitutos.*

Al ser un producto innovador de materiales reciclados de plastilina y baldosas, no cuenta con un sustituto igual, sólo con productos similares tales como las artesanías hechas de cerámicas, de producción nacional o extranjera de buena calidad, como también hay artesanías de cerámicas de mala calidad a precios bajos, mal diseño y realizados con productos contaminantes, por esta razón la competitividad de amenaza de ingreso de productos sustitutos en medio-alto.

#### *4.5.3.5.2 Rivalidad entre los competidores.*

La industria de las artesanías ecuatoriana cuenta con gran variedad de productos (adornos, joyerías, sombreros, tejidos, etc.) a disposición de todo público y su crecimiento va en aumento día a día, por esta razón el nivel de competitividad de la rivalidad de los competidores es alto. Los consumidores tienen variedad de alternativas en artesanías a su elección, sin embargo, los productos mostrarán diferenciación del resto, por el valor agregado que poseen.

#### **4.5.4 Producto.**

Se introducirá al mercado artesanal guayaquileño artesanías elaboradas a base de plastilina y baldosas recicladas; siendo este producto completamente innovador, atractivo y sin competidores directos, debido que no existe una empresa que oferte el mismo bien. Se brindará atención personalizada enfocada a satisfacer la necesidad del cliente de manera eficiente y eficaz, siempre con respeto y amabilidad; con especial atención a las personas con discapacidad.

##### **4.5.4.1 Modelos.**

La empresa tiene a disposición variedad de modelos estándar y aquellos que se ajusta al requerimiento del cliente. (Apéndices C).

- Estatuillas
- Esculturas
- Adornos
- Otros (servicios de personalización)

Es una opción innovadora que puede ser utilizado en cualquier lugar que se desee embellecer, como en el hogar, oficina, lugares educativos, entre otros.

##### **4.5.4.2 Marca.**

IDEAS Cía. Ltda., comercializará sus productos bajo el nombre comercial “Ta Maki Artesanías” el mismo que se encuentra escrito en lenguaje Quichua ecuatoriano, cuyo significado es “a mano” describiendo así que el producto es completamente elaborado a mano. El nombre lleva un trasfondo importante, debido que Ecuador es un país multiétnico y pluricultural, se ha decidido darle valor a lo nuestro y enaltecer el orgullo lingüístico de nuestro pueblo.

#### 4.5.4.3 Atributos de la marca.

Brindar innovación, calidad, responsabilidad ambiental y social, reflejado en los productos “Ta Maki” ofreciendo servicios de asesoría, atención personalizada e infraestructura adecuado para todas las personas, incluyendo a las personas con discapacidad, estableciendo un vínculo de fidelidad y confianza, para cuando piensen en artesanías únicas, piense en nosotros.

#### 4.5.4.4 Logo

Se representan dos prototipos de logo, uno de la razón social y el otro para el nombre comercial.



Figura 18 Prototipo de logo para la razón social.

Demuestra la razón de ser de la compañía de reciclar y ayudar al medio ambiente. *Autores.*



Figura 19 Prototipo de logo para el nombre comercial.

Representa gráficamente el significado del nombre que es un producto ecuatoriano elaborado a mano. *Autores.*

#### 4.5.4.5 Empaque.

Para posicionar la marca en el mercado se entregarán empaques (cajas / fundas) ecológicos con logo de la empresa para ser distinguida y recordada por el cliente. (ver Apéndice E).

#### **4.5.5 Precio.**

El precio varía dependiendo de la mano de obra empleada y de la cantidad de recursos utilizados. 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 artesanía, los mismos fluctuarán entre los 5 a 20 dólares, donde juega un papel importante el tamaño y diseño del producto. El precio de venta estará definido por las siguientes variables: la sensibilidad de la demanda y el costo de producción.

#### **4.5.6 Plaza.**

Con base en la investigación de mercado, el producto se debe comercializar principalmente en los mercados artesanales, porque son sitios de integración que no sólo facilitan la venta de artesanías, sino también crean plazas laborales y favorecen al turismo local y extranjero. Guayaquil cuenta actualmente con tres mercados artesanales: Machala, ubicado en la Av. Machala entre Pedro Pablo Gómez y Ayacucho; Simón Bolívar, situado al Sur del Malecón 2000; Guayaquil, que es el de mayor concurrencia de compradores, se encuentra ubicado en la Av. Dr. Alfredo Baquerizo Moreno Y Loja (Diario El Universo, 2010). Pero dada las características de los establecimientos comerciales, sus dimensiones no proporcionan el espacio idóneo para instalar tanto el taller de fabricación como el punto de venta, lo que afectará los costos por arrendamiento, y nos obliga a ubicar el negocio en un punto cercano a estos alrededores, que cumpla con los requerimientos mínimos de espacio para la instalación del taller y las oficinas (ver Apéndice F). Por tanto, la ubicación escogida será entre las calles Panamá y Tomás Martínez esquina, será ideal para la promoción y distribución del producto, debido a la concurrencia turística en el sector.



## 4.6 Plan de operaciones

El plan de operaciones permite tener un mejor proceso productivo y mayores rendimientos, debido al ahorro de recursos humanos y material, evitando de igual manera la duplicidad de las tareas. También se establecen los materiales y herramientas necesarios para ser utilizados durante todo el proceso productivo.

### 4.6.1 Objetivos.

#### 4.6.1.1 *Objetivo general.*

Establecer un adecuado proceso productivo para la fabricación de las artesanías.

#### 4.6.1.2 *Objetivos específicos.*

- Determinar el recurso humano, necesario para el proceso productivo.
- Determinar los recursos materiales.
- Establecer la capacidad instalada de la compañía.

### 4.6.2 Producto.

Las artesanías “Ta Maki”, son elaboradas a base de plastilina y baldosas recicladas por lo tanto en el proceso productivo prima la mano de obra, intelecto, destreza y creatividad; sin dejar de lado el uso de otras herramientas necesarias para llevar a cabo el producto final. Se pondrá a disposición del público modelos estándar y además el servicio de personalización de la artesanía de acuerdo con el gusto y necesidad del cliente.

## Tabla 18

### *Modelo de Artesanías*

<b>Modelo</b>	<b>Característica</b>
Estatuillas	Diseño elaborado directamente sobre la pieza de baldosa.
Esculturas	Crear figura.
Adornos	Objeto decorativo.
Servicios de personalización	Plano, adorno o escultura de acuerdo con el cliente.

*Nota:* Modelos propuestos para la venta de artesanías de IDEAS Cía. Ltda. Autores.

**Tabla 19**

*Tamaño estimado de las artesanías.*

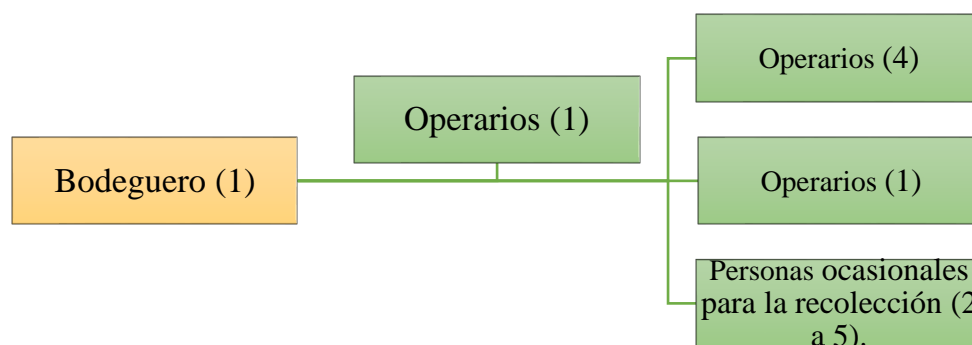
<b>Dimensión</b>	<b>Rectangulares</b>	<b>Cuadrados</b>	<b>Redondos (Diámetro)</b>	<b>Otros</b>
Pequeño	8 cm x 12 cm	10 cm x 10 cm	10 cm	Cualquier otro tipo de recorte de la baldosa se realiza a gusto del cliente.
Mediano	18 cm x 22 cm	20 cm x 20cm	20 cm	
Grande	28 cm x 32 cm	30 cm x 30 cm	30 cm	
Otros	A gusto del cliente.	A gusto del cliente.	A gusto del cliente.	

*Nota:* proyección del tamaño de las artesanías IDEAS Cía. Ltda. Autores.

#### **4.6.3 Requerimiento de mano de obra.**

Al ser un producto donde prima la mano de obra se requerirá de recurso humano que esté capacitado y dispuesto a desarrollar las actividades encomendadas de manera eficiente y eficaz, el sector en el cual la organización desarrollará su actividad es el secundario o industrial, por ende, requiere de mano de obra directa e indirecta que participe del proceso productivo.

Las artesanías estarán hechas a base de plastilina y baldosas recicladas, nuestro trabajo iniciará con la recolección de estos insumos entre las diferentes instituciones y hogares. Se propone el siguiente mapa de organización dentro del taller de producción:



*Figura 21* Mapa de organización interna del departamento de operación.

Demuestra gráficamente como estará distribuido el recurso humano según las actividades.  
*Autores.*

#### ***4.6.3.1 Personal mínimo requerido.***

- Un bodeguero para seguir más de cerca las actividades en el taller.
- Dos operarios para la clasificación, corte y preparación de los insumos.
- Tres operarios para el diseño y elaboración del producto.
- un operario para el embalaje o empaque de los productos terminados.
- Dos a cinco personas contratadas ocasionalmente para recolectar los insumos principales.

#### **4.6.4 Proceso productivo.**

##### ***4.6.4.1 Pasos previos.***

Parte desde el momento que la materia prima se encuentra en el almacén de materiales reciclados, una vez ahí se le da el respectivo tratamiento comenzando con la clasificación, limpieza, secado y ordenado. Una vez realizado esto pasa a preparación de insumos.

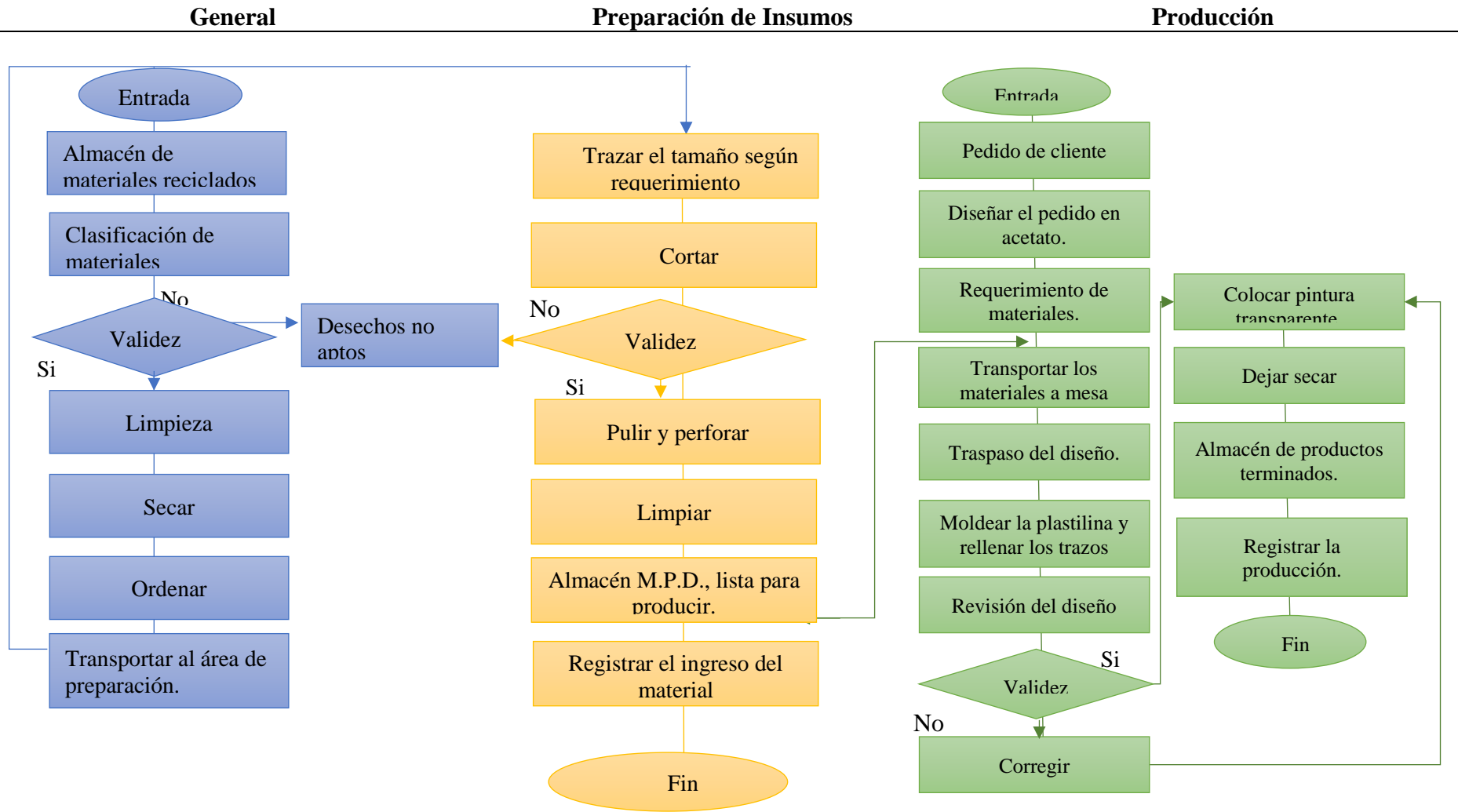
##### ***4.6.4.2 Preparación de insumos.***

Aquí la materia prima en especial las baldosas entran a un procedimiento para dejarlas listas para producir, esto consiste en cortar, lijar, perforar y limpiar de acuerdo con la producción que se elaborará (ver Apéndice G).



**Tabla 20**

*Diagrama de preparación de artesanías.*



*Nota:* Muestra el proceso respectivo que conlleva elaborar este producto, partiendo desde el momento que las baldosas recicladas se encuentran en el almacén. *Autores.*

#### 4.6.5 Capacidad instalada.

Al ser una empresa nueva, la capacidad de producción se encuentra estimada considerando los resultados de la investigación de mercado, reflejando qué de la población considerada (18,514 personas) sólo el 85% ha comprado artesanías ecuatorianas y gusta de ellas (Tabla 7), dando un resultado 15,737 ciudadanos. Todos los participantes mostraron interés por este producto, con una probabilidad media de compra del 60% (Tabla 14), adicionalmente señalaron la frecuencia de adquisición “dos veces al año” coincidiendo con la regularidad de compra de los otros tipos de artesanías (Tabla 15).

“La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse” (Mejía, 2013, p. 1). La producción sería de 17,000 artículos anuales para satisfacer a nuestro mercado potencial, pero al considerar que el primer año siempre es la fase más complicada de las empresas se ha estimado cubrir el 83.31% del mercado en el primer año, con la siguiente estimación de producción:

**Tabla 21**

*Producción estimada para el primer año.*

	<b>Planos 15%</b>	<b>Adornos 35%</b>	<b>Esculturas 40%</b>	<b>Otros 10%</b>	<b>Total</b>
Anual	2,124	4,957	5,665	1,416	14,163
Mensual	177	413	472	118	1,180
Diario	6	14	15	4	39

*Nota:* Demuestra la cantidad estimada que se laborará de artesanías en el primer año, de manera anual, mensual y diaria. Las cantidades pueden variar de acuerdo con la adquisición. Autores.

En el proceso productivo para la elaboración de estas artesanías, prima la mano de obra, razón por el cual se requerirá de seis obreros en el departamento de diseño y producción, laborando ocho horas diarias, es decir 480 minutos, pero, al ser recurso humano se estima que hay un tiempo no efectivo del 15% que no se produce, generalmente se lo utiliza para ir al baño, rascarse la cabeza u otra cosa. Se estima un promedio de 76 minutos por producto.

## **4.7 Plan financiero**

El plan financiero consiste en estudiar a la empresa cuantitativamente, para determinar cómo se encuentra económicamente. “Es la expresión en cifras de lo que se espera de la empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos” (Saavedra, 2006). Al ser una empresa nueva este plan contara con proyecciones y estimaciones de los costos y gastos.

### **4.7.1 Objetivos.**

#### ***4.7.1.1 Objetivo general.***

Determinar e identificar las fuentes financieras que precisen la empresa para realizar sus actividades, asegurando su crecimiento y afianzamiento.

#### ***4.7.1.2 Objetivos específicos.***

- Diagnosticar si la rentabilidad del proyecto es la esperada.
- Evaluar los ingresos y gastos para identificar la rentabilidad del proyecto.
- Calcular los estados financieros que permita tomar las decisiones adecuadas.

### **4.7.2 Sistema de pagos y cobros.**

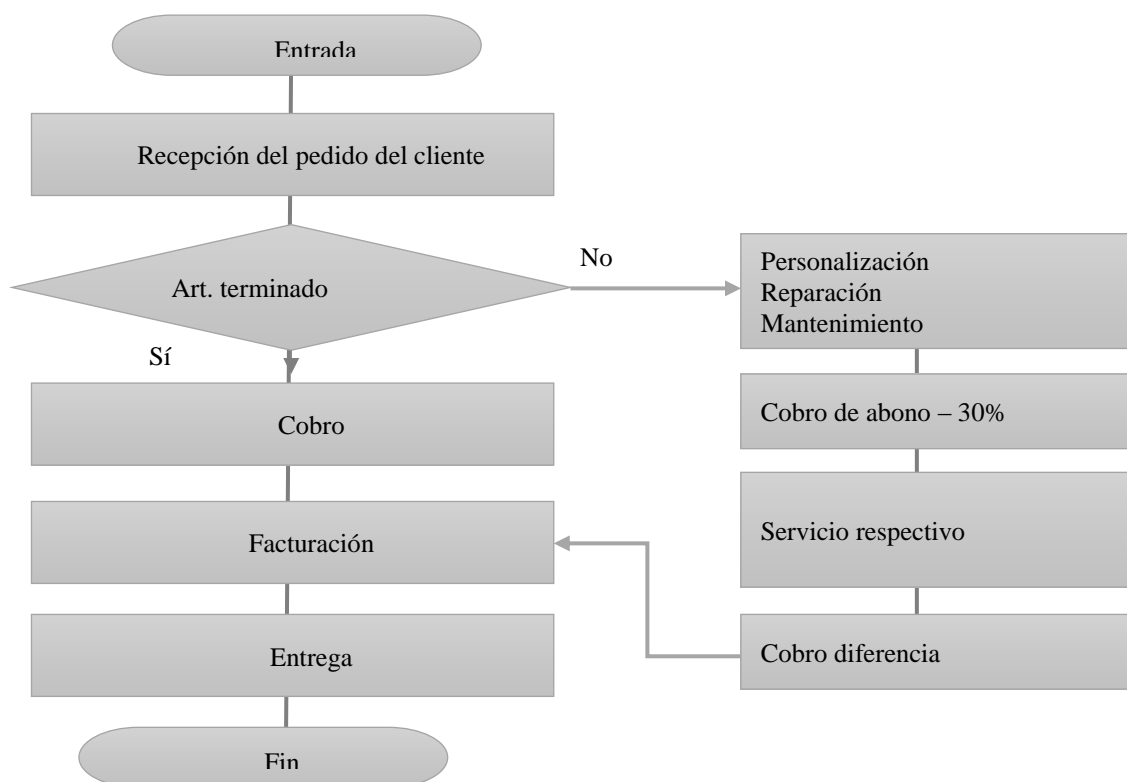
Es importante establecer un sistema de cobros y de pagos a los clientes, proveedores, trabajadores y otras cuentas, para contar con liquidez y ejercer mayor control de este. Se establecerán políticas comerciales para determinar los pagos y cobros respectivos en cada transacción fundando de por medio las condiciones y formas de pagos. Se modificarán conforme las necesidades, manteniendo competitividad en la industria.

**Tabla 22**  
Sistema de pagos.

<b>Tipos de pagos</b>	<b>Motivos</b>	<b>Medios</b>
<b>Anticipados</b>	Inicio de relaciones comerciales. Servicios profesionales.	Efectivo Depósitos
<b>Al contado</b>	Compra directa. Primeras transacciones con proveedores.	Cheques bancarios Transferencias electrónicas
<b>A plazo</b>	En cuotas. En un solo pago a plazo. Financiamiento.	Tarjetas magnéticas Letras de cambios Pagarés

*Nota:* Muestra los tipos de pagos que se realizarán en el proceso de operación. Autores.

Cobro inmediato. - aplicable en todas las ventas sin dejar de transcurrir un lapso. Cuando un cliente requiera una artesanía personalizada, reparación o mantenimiento de esta, se debe dar un abono del 30% por anticipado, luego se procede a realizar el servicio, se procede a cobrar la diferencia y se entrega.



*Figura 22* Sistema de cobro inmediato.

Prepago. - este sistema lo aplicaremos cuando los clientes compren por medio de internet o telefónico, se receptor su pedido, luego se les pedirá que cancelen el valor acordado por medio de tarjeta bancaria, transferencia o depósito; después del tiempo acordado se realizará la entrega de la artesanía a domicilio con un recargo adicional o en el local donde funcionará la empresa, según la preferencia del cliente.

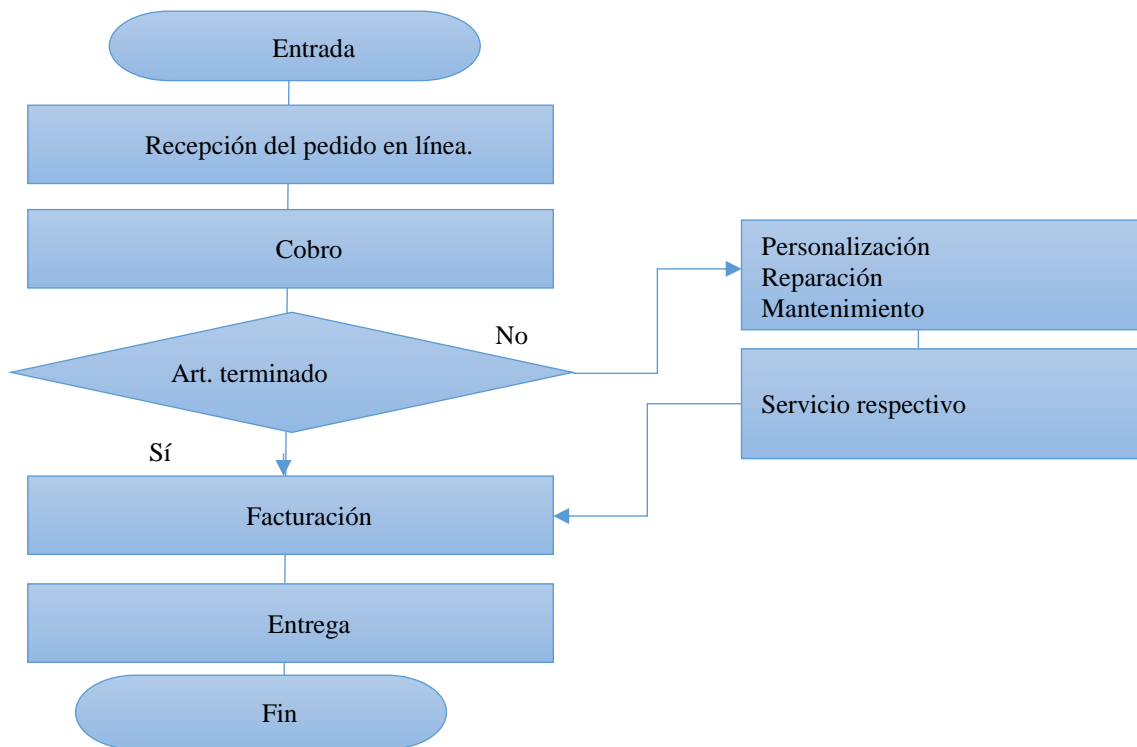


Figura 23 Sistema de cobro prepago.

Ventas a crédito: este medio se aplicará exclusivamente con clientes frecuentes al por mayor y con confianza de créditos, como política se establecerá que el cliente debe cancelar previamente el 50% del pedido, y por el valor restante se le otorgará un crédito con plazos de acuerdo con el monto de compra, pagando en cuotas o un pago completo, en cuyo caso no excederá a 120 días, aplicándole el respectivo interés.

Preventa: estableceremos este sistema para hacer alianzas y negociaciones con futuros clientes potenciales para constituir un acuerdo de ganar-ganar para ambas partes, esto consiste en asignar una persona encargada de negociaciones pactar la venta, y después en el plazo establecido entregar los productos y receptor el cobro.

### 4.7.3 Presupuesto.

#### 4.7.3.1 Programas de producción proyectados.

En las siguientes matrices se definen los programas de producción tanto mensual para el primer año, como anual proyectado a cinco años. Se cubrirá inicialmente la demanda promedio del mercado meta, incrementado la producción un 10% al año posterior.

**Tabla 23**

*Producción mensual proyectado para el primer año.*

<b>Modelos</b>	<b>Estatuillas</b>	<b>Adornos</b>	<b>Esculturas</b>	<b>Otros</b>	<b>Total, al mes</b>
Enero	177	413	472	118	1.180
Febrero	177	413	472	118	1.180
Marzo	177	413	472	118	1.180
Abril	177	413	472	118	1.180
Mayo	177	413	472	118	1.180
Junio	177	413	472	118	1.180
Julio	177	413	472	118	1.180
Agosto	177	413	472	118	1.180
Septiembre	177	413	472	118	1.180
Octubre	177	413	472	118	1.180
Noviembre	177	413	472	118	1.180
Diciembre	177	413	472	118	1.180
<b>Total año 1</b>	<b>2.124</b>	<b>4.957</b>	<b>5.665</b>	<b>1.416</b>	<b>14.163</b>

*Nota:* Muestra la producción constante en el ambiente ideal. Autores.

**Tabla 24**

*Producción anual.*

<b>Modelo</b>	<b>% Prod.</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Total Prod.</b>
Estatuillas	15%	2.124	2.337	2.571	2.828	3.110	<b>12.970</b>
Adornos	35%	4.957	5.453	5.998	6.598	7.258	<b>30.263</b>
Esculturas	40%	5.665	6.232	6.855	7.540	8.294	<b>34.587</b>
Otros	10%	1.416	1.558	1.714	1.885	2.074	<b>8.647</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>14.163</b>	<b>15.579</b>	<b>17.137</b>	<b>18.851</b>	<b>20.736</b>	
Incremento		0%	10%	10%	10%	10%	

*Nota:* Total de artículos producidos anualmente por modelo. Autores.

#### **4.7.3.2 *Ceteris paribus***

Boutilier, C., Brafman, R. I., Domshlak, C., Hoos, H. H., & Poole, D. (2004). *CP-nets: A tool for representing and reasoning with conditional ceteris paribus preference statements*. J. Artif. Intell. Res. (JAIR), 21, 135-191. Es una expresión en latín que significa literalmente *siendo las demás cosas igual* y que se parafrasea en español como *permaneciendo el resto constante*. En ciencias se relaciona con el método en el que se mantienen constantes todas las variables de una situación, menos aquella cuya influencia se desea estudiar. Esto permite simplificar su análisis, ya que en caso contrario sería muy difícil o imposible aclarar el efecto de cada variable individual. Si se aplica reiteradamente el método, variando ordenadamente cada una de las variables y sólo una variable por vez, es posible llegar a comprender fenómenos muy complejos. El método permite el análisis de fenómenos complejos y facilita su descripción. Para el presente análisis financiero, se tomará en cuenta este factor.

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

Los ingresos proyectados a continuación 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 veinticinco 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 clientes internos conforme la hoja de costos por órdenes de producción establecida (ver Apéndice I). Se establece un margen de contribución de más del 65% al precio de venta para cada artículo aproximadamente. Tanto los ingresos como los costos de producción presentarán un incremento porcentual del 10% al siguiente año. Los gastos de operación se estimaron con base en varios factores (ver Apéndice J).

## 4.7.3.1.3 Estado de situación financiera inicial.

IDEAS Cía. Ltda.  
Estado de Situación Financiera Inicial.  
Al 01 de enero del 2019

Activos		Pasivos	
Activos Corrientes		Pasivos No Corrientes	
Efectivo y equivalentes al Efectivo	\$ 50,000.00	Obligaciones a Largo Plazo	\$ 50,000.00
Otros activos No Financieros	\$ 3,690.00	Total Pasivos No Corrientes	\$ 50,000.00
Arrendos pagados por adelantado	\$ 690.00		
Publicidad pagada por adelantada	\$ 3,000.00		
Total Activos Corrientes	\$ 53,690.00		
Activos No Corrientes		Capital	
Propiedad Planta y Equipo	\$ 8,310.00	Capital Social	\$ 16,000.00
Máquinas	\$ 638.00	Total Capital	\$ 16,000.00
Herramientas	\$ 115.00		
Mobiliario	\$ 2,707.00		
Equipos de oficina y cómputo	\$ 4,850.00		
Intangibles	\$ 3,000.00		
Página web	\$ 2,000.00		
Marca	\$ 1,000.00		
Otros activos	\$ 1,000.00		
Gastos de constitución	\$ 1,000.00		
Total Activos No Corrientes	\$ 12,310.00		
Total Activos	\$ 66,000.00	Total Pasivos y Capital	\$ 66,000.00



## 4.7.3.2.3 Estado de situación financiera final – proyectado al año 1.

IDEAS Cía. Ltda.  
Estado de Situación Financiera Proyectado.  
Al 31 de diciembre del 2019

Activos		Pasivos	
Activos Corrientes		Pasivos No Corrientes	
Efectivo y equivalentes al Efectivo	\$ 17,477.64	Obligaciones a Largo Plazo	\$ 36,882.85
Cuentas por Cobrar	\$ 19,345.86	Intereses por Pagar	\$ 4,074.61
Inventarios	\$ 0.00	Part. Trabajadores 15%	\$ 4,029.20
Suministros	\$ 37,572.00	Impuesto a la Renta 22%	\$ 0.00
 Total Activos Corrientes	 \$ 74,395.50	 Total Pasivos No Corrientes	 \$ 44,986.66
Activos No Corrientes		Capital	
Propiedad Planta y Equipo	\$ 8,310.00	Capital Social	\$ 16,000.00
(-) Depreciación	-\$ 1,886.70	Reserva Legal	\$ 1,141.61
		Utilidad	\$ 21,690.53
Intangibles	\$ 3,000.00	Total Capital	\$ 38,832.14
Página web	\$ 2,000.00		
Marca	\$ 1,000.00		
 Total Activos No Corrientes	 \$ 9,423.30		
Total Activos	\$ 83,818.80	Total Pasivos y Capital	\$ 83,818.80

## 4.7.3.3.3 Estado de resultados integral – proyectado.

IDEAS Cía. Ltda.  
Estado de Resultados Integral Proyectado.  
Al 31 de diciembre

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas 14,163uds. x \$13.50.	\$ 191,200.50	\$ 210,320.55	\$ 231,352.61	\$ 254,487.87	\$ 279,936.65
Ventas brutas 14,163uds. x \$15.00.	\$ 212,445.00	\$ 233,689.50	\$ 257,058.45	\$ 282,764.30	\$ 311,040.72
(-) Descuentos en ventas 10% del PVP.	\$ 21,244.50	\$ 23,368.95	\$ 25,705.85	\$ 28,276.43	\$ 31,104.07
(-) Costo de ventas 14,163uds. x \$5.55.	\$ 78,706.38	\$ 86,577.02	\$ 95,234.72	\$ 104,758.19	\$ 115,234.01
Mano de obra directa 49.56%	\$ 39,010.50	\$ 42,911.55	\$ 47,202.71	\$ 51,922.98	\$ 57,115.27
Materia prima directa 47.74%	\$ 37,572.00	\$ 41,329.20	\$ 45,462.12	\$ 50,008.33	\$ 55,009.17
Costos indirectos de fabricación 2.70%	\$ 2,123.88	\$ 2,336.27	\$ 2,569.89	\$ 2,826.88	\$ 3,109.57
Utilidad Bruta	\$ 112,494.12	\$ 123,743.53	\$ 136,117.89	\$ 149,729.67	\$ 164,702.64
(-) Gastos de Operación	\$ 85,632.79	\$ 85,299.98	\$ 84,933.29	\$ 82,900.91	\$ 82,478.46
Gastos de depreciación	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 270.70	\$ 270.70
Gasto de mantenimiento	\$ 600.00	\$ 660.00	\$ 726.00	\$ 798.60	\$ 878.46
Gastos de publicidad	\$ 3,000.00	\$ 3,300.00	\$ 3,630.00	\$ 3,993.00	\$ 4,392.30
Sueldos y salarios	\$ 60,750.00	\$ 60,750.00	\$ 60,750.00	\$ 60,750.00	\$ 60,750.00
Beneficios sociales	\$ 11,836.13	\$ 11,836.13	\$ 11,836.13	\$ 11,836.13	\$ 11,836.13
Servicios básicos	\$ 887.04	\$ 975.74	\$ 1,073.32	\$ 1,180.65	\$ 1,298.72
Gastos de alquiler	\$ 1,542.84	\$ 1,697.12	\$ 1,866.84	\$ 2,053.52	\$ 2,258.87
Intereses bancarios	\$ 4,983.99	\$ 4,074.61	\$ 3,074.02	\$ 1,960.72	\$ 772.07
Gastos financieros	\$ 146.09	\$ 119.68	\$ 90.29	\$ 57.59	\$ 21.22
Utilidad antes de Part. de trabajadores e Imp. Rta.	\$ 26,861.34	\$ 38,443.55	\$ 51,184.60	\$ 66,828.77	\$ 82,224.18
(-) Part. de trab. 15%	\$ 4,029.20	\$ 5,766.53	\$ 7,677.69	\$ 10,024.32	\$ 12,333.63
Utilidad antes de Imp. Rta.	\$ 22,832.13	\$ 32,677.02	\$ 43,506.91	\$ 56,804.45	\$ 69,890.55
(-) Imp. a la renta 25%				\$ 14,201.11	\$ 17,472.64
Utilidad antes de reserva legal	\$ 22,832.13	\$ 32,677.02	\$ 43,506.91	\$ 42,603.34	\$ 52,417.91
(-) Reserva legal	\$ 1,141.61	\$ 1,633.85	\$ 2,175.35	\$ 2,130.17	\$ 2,620.90
Utilidad o pérdida del ejercicio	\$ 21,690.53	\$ 31,043.17	\$ 41,331.56	\$ 40,473.17	\$ 49,797.02

(ver Apéndice H)

#### 4.7.3.4 Análisis del punto de equilibrio.

Por medio del análisis del punto de equilibrio, se puede estimar razonablemente el requerimiento de artículos mínimos para obtener utilidad. En la tabla presentada a continuación, se mostrará el cálculo de los valores, para realizar el respectivo gráfico, utilizando la fórmula:

$$P.E. (en uds.) = \frac{\text{Costos fijo (en USD.)}}{(\text{precio de venta } \times \text{ art.} - \text{costo variable unitario})}$$

$$P.E (en Uds) = \frac{\$ 87,756.58}{(\$ 15.00 - \$ 5.07)} = 8.837.52 \text{ unidades.}$$

El siguiente resultado nos indica que, para cubrir totalmente las necesidades, no debemos vender menos de 8.837.52 unidades. (ver Apéndice H)

**Tabla 25**

*Punto de equilibrio de producción.*

Unidades	Ventas	Costos variables	Costos fijos	Costos totales	Margen
7.000	\$ 105,000	\$ 35,490	\$ 87,611	\$ 123,101	(\$ 18,101)
7.500	\$ 112,500	\$ 38,025	\$ 87,611	\$ 125,636	(\$ 13,136)
8.000	\$ 120,000	\$ 40,560	\$ 87,611	\$ 128,171	(\$ 8,171)
8.500	\$ 127,500	\$ 43,095	\$ 87,611	\$ 130,706	(\$ 3,206)
9.000	\$ 135,000	\$ 45,630	\$ 87,611	\$ 133,241	1,759
9.500	\$ 142,500	\$ 48,165	\$ 87,611	\$ 135,776	6,724
10.000	\$ 150,000	\$ 50,700	\$ 87,611	\$ 138,311	11,689

**\*Valores antes de considerar impuestos.**

*Nota:* muestra la cantidad ideal que se debe producir para no caer en pérdida. Autores.

#### 4.7.4 Financiamiento.

##### 4.7.4.1 Inversiones y capital de trabajo.

Para poner en marcha el negocio, se deben tomar en cuenta las inversiones que debemos realizar en activos. El capital de trabajo (*k/t*) es el dinero necesario para adquirir los materiales que se requieren para elaborar el producto (ver Apéndices K, L y P). En la siguiente tabla, detallan los valores correspondientes para cada ítem.

**Tabla 26**

*Inversión de capital de trabajo.*

Descripción	Cant.	Valor unitario	Total (USD.)	%
<b>Capital de trabajo</b>				
Efectivo y Equivalente de efectivo	1	\$ 50,000	\$ 50,000	75.76%
<b>Inversión inicial</b>				
Alquiler inicial (Apéndice M)	1	\$ 690	\$ 690	1.05%
Máquinas (Apéndice N)	1	\$ 638	\$ 638	0.97%
Herramientas (Apéndice O)	1	\$ 115	\$ 115	0.17%
Mobiliario (Apéndice Q)	1	\$ 2,707	\$ 2,707	4.10%
Eq. de oficina y cómputo (Apéndice R)	1	\$ 4,850	\$ 4,850	7.35%
Gastos de constitución	1	\$ 1,000	\$ 1,000	1.52%
Página web	1	\$ 2,000	\$ 2,000	3.03%
Publicidad	1	\$ 3,000	\$ 3,000	4.55%
Marca	1	\$ 1,000	\$ 1,000	1.52%
<b>Total inversión fija</b>			<b>\$ 66,000.00</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Resumen de la inversión fija que se realizará para ejecutar el proceso productivo. Autores.

#### 4.7.4.3 Opciones de financiamiento.

Se consideran varios escenarios para la financiación del proyecto. Actualmente no contamos con fondos propios suficientes para cubrir los valores de la inversión, por esta razón el negocio se financiará con recursos externos, acordando cancelarlo a largo plazo y en su totalidad, a una tasa y periodo pactados. De acuerdo con los valores de la siguiente tabla, IDEAS Cía. Ltda., requiere financiar el 76% de la inversión, por lo que se debe analizar los diferentes escenarios en los cuales podemos participar.

**Tabla 27**

*Inversión.*

<b>Detalle</b>	<b>Valor (en USD.)</b>	<b>%</b>
Capital propio	\$ 16,000.00	24
Financiamiento externo	\$ 50,000.00	76
<b>Total</b>	<b>\$ 66,000.00</b>	<b>100</b>

*Nota:* muestra la cantidad de dinero propio y externo que se necesita para desarrollar el proyecto. Autores.

Existen varias instituciones financieras públicas y privadas que ofrecen una gama variable de línea de créditos tales como: comercial, consumo, hipoteca, emprendedor entre otros, con el objetivo de sujetarse a la necesidad del cliente, ganar utilidades e impulsar el desarrollo económico del país.

Mediante la resolución No. 358-2017-F de la Norma para la calificación de activos de riesgo por parte de las organizaciones de los sectores financiero público y privado bajo el control de la superintendencia de bancos, numeral uno, se establece que “Los créditos comerciales ordinarios deberán mantener, al menos, una garantía real equivalente al 150% del monto de la deuda”.

Se consultó entre distintas instituciones financieras acerca de las tasas de interés, requisitos, plazo y seguros adicionales que ofertan con el objetivo de elegir la mejor opción que se ajuste a las necesidades y capacidades de pago de la empresa.

Luego del estudio realizado optamos por un crédito comercial de emprendimiento, ofertado por el banco BanEcuador, debido a que las otras organizaciones financieras por el crédito de emprendimiento otorgan como límite \$20,000.00 dólares, máximo a tres años plazo; y por un crédito mayor solicitan más requisitos (uno de ellos que la empresa esté en funcionamiento más de dos años en el mercado). Requisitos de BanEcuador:

- Copia de planilla de servicio básico no mayor a dos meses.
- Copia de carta de impuesto predial, escritura de inmueble.
- RUC o RISE de quien solicite.
- Cédula de ciudadanía o id organización y del certificado de sufragio.
- Copia de escrituras, contrato o certificado de arrendamiento.

El crédito comercial que aplicaremos es “Emprendimiento” debido a que se ajusta a los requisitos, plazo y monto, que se necesita para financiar el proyecto valorado por \$66,000.00 dólares, en su totalidad y, del cual sólo requerimos un financiamiento del 76 % es decir \$ 50,000.00 dólares.

Monto de la deuda:	\$ 50,000.00
Tasa nominal:	11.26%
Tasa efectiva:	11.86%
Plazo (años):	5
Forma de pago:	Mensual
Garantía 150%:	\$ 75,000.00

El banco oferta los métodos de amortización francés y alemán (ver Apéndices S y T), cada uno con sus ventajas y desventajas en el crédito. El método de amortización que se elige depende de la capacidad de pago que considere que tendrá en el tiempo el prestatario, en el método francés la primera cuota a pagar es baja mientras que la última ha aumentado su valor, en comparación del método alemán en el que la primera cuota es elevada (20% más que el francés) y la última es la más baja (menos 22%).

**Tabla 28***Comparación entre métodos de amortización.*

<b>Amortización</b>	<b>Método francés</b>	<b>Método alemán</b>
Deuda	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
Interés	\$ 14,815,41	\$ 14,309.58
Seguro de desgravamen	\$ 434.87	\$ 400.21
<b>Deuda total</b>	<b>\$ 65,250.28</b>	<b>\$ 64,709.79</b>

*Nota:* Resumen y comparación de la deuda por el método de amortización. Autores.

**Tabla 29***Diferencia entre los métodos de amortización anual.*

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Alemán	\$ 15,256.94	\$ 14,099.46	\$ 12,941.74	\$ 11,782.94	\$ 10,626.98
Francés	\$ 13,117.15	\$ 13,080.76	\$ 13,051.40	\$ 13,018.68	\$ 12,982.28
Diferencia	\$ 2,139.79	\$ 1,018.70	(\$ 109.66)	(\$ 1,235.74)	(\$ 2,355.30)

*Nota:* El método alemán la primera cuota es mayor y va disminuyendo en el tiempo, mientras que el método francés mantiene un valor casi constante durante el período. Autores.

Optaremos por el método francés debido a que permite tener mayor liquidez durante el primer año, que justamente es uno de los momentos más complicados de la empresa; este método puede parecer más caro pero no es así en total, debido a que hay una diferencia de \$ 2,139.79 durante el pago de la cuotas del primer año, que en cuyo caso ese valor en el tiempo generará más ingresos y la empresa obtendrá mayor beneficio económico, la diferencia de la deuda al finalizar el plazo es por \$ 540.49 dólares, que quedará cubierto si se trabaja los \$ 2,139.79 dólares durante los cuatro años siguiente.

#### 4.7.4.4 Flujos de caja anuales proyectados

IDEAS Cía. Ltda.  
Flujos de Caja Proyectados.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 191,200.50	\$ 210,320.55	\$ 231,352.61	\$ 254,487.87	\$ 279,936.65
(-) Costo de ventas	\$ 78,746.28	\$ 86,620.91	\$ 95,283.00	\$ 104,811.30	\$ 115,292.43
Utilidad bruta en ventas	\$ 112,454.22	\$ 123,699.64	\$ 136,069.61	\$ 149,676.57	\$ 164,644.22
(-) Gastos operacionales	\$ 85,632.79	\$ 85,299.98	\$ 84,933.29	\$ 82,900.91	\$ 82,478.46
Utilidad operacional	\$ 26,821.44	\$ 38,399.66	\$ 51,136.32	\$ 66,775.66	\$ 82,165.76
(-) Depreciación	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 270.70	\$ 270.70
Utilidad antes de impuestos	\$ 28,708.14	\$ 40,286.36	\$ 53,023.02	\$ 67,046.36	\$ 82,436.46
(-) Impuestos				\$ 23,830.70	\$ 28,385.13
Utilidad después de impuestos	\$ 28,708.14	\$ 40,286.36	\$ 53,023.02	\$ 50,284.77	\$ 61,827.35
Flujos de efectivo					
Utilidad antes de impuestos	\$ 28,708.14	\$ 40,286.36	\$ 53,023.02	\$ 67,046.36	\$ 82,436.46
(+) Depreciación	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 270.70	\$ 270.70
(-) Impuestos	-	-	-	\$ 23,830.70	\$ 28,385.13
Flujo de efectivo operacional	\$ 30,594.84	\$ 42,173.06	\$ 54,909.72	\$ 50,555.47	\$ 62,098.05
(-) Inversión inicial		\$ 16,000.00			
(-) Capital de trabajo		\$ 50,000.00			
Amortización del capital	\$ 7,987.11	\$ 8,886.46	\$ 9,887.07	\$ 11,000.36	\$ 12,239.00
Amortización del interés	\$ 4,983.99	\$ 4,074.61	\$ 3,074.02	\$ 1,960.72	\$ 722.07
Pago de gastos financieros	\$ 146.09	\$ 119.68	\$ 90.29	\$ 57.59	\$ 21.22
Flujo neto	(\$ 66,000.00)	\$ 17,477.64	\$ 29,092.31	\$ 37,536.80	\$ 49,115.76



#### 4.7.5 Estudio de factibilidad

##### 4.7.5.1 Tasa de descuento (TMAR).

Todo proyecto requiere inversión, y cualquier persona o institución que quiera ser inversionista demanda que su inversión crezca en el tiempo, superando la inflación del país, debido a que si ganará un rendimiento igual a la inflación el dinero no crece, sino que se mantiene. Por lo tanto, el inversionista necesita de una tasa de referencia sobre el cual basar su inversión. Para el proyecto de elaboración y comercialización de artesanías “Ta Maki”, la tasa mínima aceptable de rendimiento es 10.02%, teniendo en cuenta un capital propio del 24%, un crédito del 76%, una tasa de interés bancaria de 11.26% y un porcentaje de inflación promedio anual 3.01% estimada por valores de inflación de los últimos cinco años.

##### 4.7.5.2 Tasa interna de retorno (TIR).

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

$$TIR = 32.99\%$$

La tasa interna de retorno de la inversión es importante calcular debido a que es un indicador de rentabilidad del proyecto, el cual demuestra una tasa del 32.99% que al ser comparada con la TMAR del 10.02% indica que la rentabilidad de la empresa supera la rentabilidad mínima aceptable. El plan recuperará su inversión en el transcurso del tiempo y ha generado utilidades para los accionistas.

Parámetros:

- TIR = TMAR el proyecto es indiferente no hay ganancia ni perdidas.
- TIR > TMAR el proyecto es rentable y se acepta.
- TIR < TMAR el proyecto no es rentable y se rechaza.

#### 4.7.5.3 Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

$$VAN = \$ 55,231.66$$

Es la razón de inversión mediante el cual se actualiza los flujos de caja del proyecto, dando como resultado cuanto será el valor monetario que pierda o gane de la inversión, siempre se recomienda aceptar el proyecto si el resultado del VAN es positivo.

#### 4.7.5.4 Payback (retorno de la inversión).

El payback mide el tiempo en el que se recupera la inversión del proyecto, el mismo que se podrá recuperar aproximadamente en 2 años.

**Tabla 30**

*Payback.*

Año	Inversión	Flujo de caja proyectado	Flujo de caja Acumulado	Inversión por recuperar	% Recuperado
0	(\$ 66,000.00)			(\$ 66,000.00)	0%
1		\$ 13,744.14	\$ 13,744.14	(\$ 52,255.86)	(45%)
2		\$ 25,362.80	\$ 39,106.95	(\$ 13,148.91)	(20%)
3		\$ 38,133.21	\$ 77,240.16	\$ 64,091.25	97%
4		\$ 39,608.99	\$ 116,849.14	\$ 180,940.39	274%
5		\$ 51,769.25	\$ 168,618.40	\$ 349,558.79	530%

Nota: Muestra el tiempo de retorno de la inversión. Autores.

$$\text{Payback} = [\text{Período último con flujo acumulado negativo}]$$

$$+ \left[ \frac{\text{Valor absoluto del último flujo acumulado negativo}}{\text{Valor del flujo de caja del siguiente período}} \right]$$

$$\text{Payback} = 2 + \frac{\$ 13,148.91}{\$ 64,091.25} = 2.17 \text{ años}$$

#### 4.7.5.5 Análisis de sensibilidad.

El análisis de sensibilidad es un instrumento que facilita tomar una decisión, debido a que permite diseñar varios escenarios, para evaluar los posibles resultados del proyecto, considerando las variables financieras que afectan el resultado final. Tomando como referencia VAN de \$ 55,231.66; unas ventas de \$ 191,200.50 dólares que van aumentando a razón del \$ 25,000.00 al año anterior, y el costo de venta que varía según los montos de ventas, un VAN positivo requiere que las ventas sean de \$ 175,000.00 dólares anuales y a su vez los costos de ventas sean de \$60,830.00 dólares. De esta manera el negocio sería rentable y se obtendría utilidad; de manera contraria, unas ventas menores, el proyecto no resultaría rentable.

Nos permite plantear el proyecto en tres tipos de escenario; probable, pesimista, y optimista, el escenario probable es aquel donde se muestran los resultados reales del proyecto. El pesimista es aquel donde se ve afectado de manera negativa del proyecto que refleja la peor posibilidad de éste. Optimista en cambio muestra cómo sería la situación de la inversión en el mejor de los casos. Para el análisis hemos considerado que de las ventas probables del primer año variaran el 30% tanto para el escenario optimista y pesimista, para tener una situación más clara del negocio si no se llegase a la meta esperada de ventas.

**Tabla 31**

*Análisis de escenarios.*

	<b>Probable</b>	<b>Pesimista</b>	<b>Optimista</b>
<b>Cantidad vendidas</b>	14.163	9.914	18.4112
<b>Precio de venta unitario</b>	15.00	20.00	14.00
<b>Costo Unitario estimado</b>	5.56	9.85	5.31
<b>Ventas</b>	\$ 212,445.00	\$ 198,282.00	\$ 257,766.60
<b>Costo de Ventas</b>	\$ 78,746.28	\$ 97,653.89	\$ 97,767.19
<b>VAN</b>	\$ 64,345.94	\$ 15,028.85	\$ 262,618.33
<b>TIR</b>	36.54%	15.94%	111.64%
<b>TMAR</b>	9.26%	10.02%	10.02%

*Nota:* Situación de la empresa de acuerdo con tres escenarios. Autores.

## 4.7.5.1.5 Escenario pesimista.

IDEAS Cía. Ltda.  
Flujos de efectivos - proyección anual

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 198,282.00	\$ 218,110.20	\$ 239,921.22	\$ 263,913.34	\$ 290,304.68
(-) Costo de ventas	\$ 97,653.89	\$ 107,419.27	\$ 118,161.20	\$ 129,977.32	\$ 142,975.05
Utilidad bruta en ventas	\$ 100,628.12	\$ 110,690.93	\$ 121,760.02	\$ 133,936.02	\$ 147,329.62
(-) Gastos operacionales	\$ 85,632.79	\$ 85,299.98	\$ 84,933.29	\$ 82,900.91	\$ 82,478.46
Utilidad operacional	\$ 14,995.33	\$ 25,390.94	\$ 36,826.73	\$ 51,035.12	\$ 64,851.16
(-) Depreciación	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 270.70	\$ 270.70
Utilidad antes de impuestos	\$ 16,882.03	\$ 27,277.64	\$ 38,713.43	\$ 51,305.82	\$ 65,121.86
(-) Impuestos	-	-	-	\$ 12,826.45	\$ 16,280.47
Utilidad después de impuestos	\$ 16,882.03	\$ 27,277.64	\$ 38,713.43	\$ 38,479.36	\$ 48,841.40
Flujos de efectivo					
Utilidad antes de impuestos	\$ 16,882.03	\$ 27,277.64	\$ 38,713.43	\$ 51,305.82	\$ 65,121.86
(+) Depreciación	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 270.70	\$ 270.70
(-) Impuestos				\$ 12,826.45	\$ 16,280.47
Flujo de efectivo operacional	\$ 18,768.73	\$ 29,164.34	\$ 40,600.13	\$ 38,750.06	\$ 49,112.10
(-) Inversión inicial		\$ 16.000,00			
(-) Capital de trabajo		\$ 50.000,00			
Amortización del capital	\$ 7,987.11	\$ 8,886.46	\$ 9,887.07	\$ 11,000.36	\$ 12,239.00
Amortización del interés	\$ 4,983.99	\$ 4,074.61	\$ 3,074.02	\$ 1,960.72	\$ 722.07
Pago de gastos financieros	\$ 146.09	\$ 119.68	\$ 90.29	\$ 57.59	\$ 21.22
Flujo neto	(\$ 66.000,00)	\$ 5,651.54	\$ 16,083.59	\$ 25,731.39	\$ 36,129.81

## 4.7.5.2.5 Escenario optimista

IDEAS Cía. Ltda.  
Flujos de efectivos - proyección anual

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 257,766.60	\$ 283,543.26	\$ 311,897.59	\$ 343,087.34	\$ 377,396.08
(-) Costo de ventas	\$ 97,767.19	\$ 107,543.91	\$ 118,298.30	\$ 130,128.13	\$ 143,140.94
Utilidad bruta en ventas	\$ 159,999.41	\$ 175,999.35	\$ 193,599.29	\$ 212,959.22	\$ 234,255.14
(-) Gastos operacionales	\$ 85,632.79	\$ 85,299.98	\$ 84,933.29	\$ 82,900.91	\$ 82,478.46
Utilidad operacional	\$ 74,366.63	\$ 90,699.37	\$ 108,666.00	\$ 130,058.31	\$ 151,776.68
(-) Depreciación	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 270.70	\$ 270.70
Utilidad antes de impuestos	\$ 76,253.33	\$ 92,586.07	\$ 110,552.70	\$ 130,329.01	\$ 152,047.38
(-) Impuestos	-	-	-	\$ 32,582.25	\$ 38,011.84
Utilidad después de impuestos	\$ 76,253.33	\$ 92,586.07	\$ 110,552.70	\$ 97,746.76	\$ 114,035.53
Flujos de efectivo					
Utilidad antes de impuestos	\$ 76,253.33	\$ 92,586.07	\$ 110,552.70	\$ 130,329.01	\$ 152,047.38
(+) Depreciación	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 270.70	\$ 270.70
(-) Impuestos				\$ 32,582.25	\$ 38,011.84
Flujo de efectivo operacional	\$ 78,140.03	\$ 94,472.77	\$ 112,439.40	\$ 98,017.46	\$ 114,306.23
(-) Inversión inicial		\$ 16,000.00			
(-) Capital de trabajo		\$ 50,000.00			
Amortización del capital	\$ 7,987.11	\$ 8,886.46	\$ 9,887.07	\$ 11,000.36	\$ 12,239.00
Amortización del interés	\$ 4,983.99	\$ 4,074.61	\$ 3,074.02	\$ 1,960.72	\$ 722.07
Pago de gastos financieros	\$ 146.09	\$ 119.68	\$ 90.29	\$ 57.59	\$ 21.22
Flujo neto	(\$ 66,000.00)	\$ 81,392.02	\$ 99,388.01	\$ 84,998.79	\$ 101,323.94

#### 4.7.5.6 Análisis de sensibilidad

		Van	Costo de ventas				
Ventas	\$ 55,231.66	\$ 43,450.00	\$ 52,140,00	\$ 60.830,00	\$ 66.330,42	\$ 78.210,00	\$ 86.900,00
	\$ 125,000.00	(\$ 140,202.13)	(\$ 179,681.24)	(\$ 219,160.34)	(\$ 244,149.04)	(\$ 298,118.56)	(\$ 337,597.67)
	\$ 150,000.00	(\$ 26,625.87)	(\$ 66,104.98)	(\$105,584.09)	(\$ 130,572.78)	(\$ 184,542.30)	(\$ 224,021.41)
	\$ 175,000.00	\$ 86,950.39	\$ 47,471.28	\$ 7,992.17	(\$ 16,996.52)	(\$ 70,966.04)	(\$110,445.15)
	\$ 190,824.00	\$ 158,839.62	\$ 119,360.51	\$ 79,881.40	\$ 54,892.71	\$ 923.19	(\$ 38,555.92)
	\$ 225,000,00	\$ 314,102.91	\$ 274,623.80	\$ 235,144.69	\$ 210,155.99	\$ 156,186.48	\$ 116,707.37
	\$ 250,000.00	\$ 427,679.16	\$ 388,200.06	\$ 348,720.95	\$ 323,732.25	\$ 269,762.73	\$ 230,283.63

Una vez evaluada la propuesta desde el punto de vista financiero, con todas las proyecciones posibles, se determina como factible, obteniéndose una TIR = 36.54%, un VAN = \$ 64,345.94 y una TMAR = 10.02%.

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

Una vez finalizado el estudio de campo en el cual se pudo conocer, analizar, evaluar y plantear una posible solución ante la problemática que afecta a la ciudad de Guayaquil (las parroquias, Olmedo, Pedro Carbo, Roca y Rocafuerte), se puede concluir que:

1. La alta demanda de baldosas de cerámicas por parte de los ciudadanos, genera de igual manera mayores desechos de estos materiales de construcción, el costo y trámite que se requiere por desalojo del material, ocasiona que los mismos sean manejados inadecuadamente, botándolos en lugares indebidos o botaderos clandestinos, afectando negativamente a la situación social, económica y ambiental de la ciudad.

2. El estudio de mercado demostró que la elaboración y comercialización de artesanías (adornos, estatuillas, entre otros) a base de baldosas recicladas y plastilinas, presenta una gran acogida por parte de los ciudadanos de las parroquias Pedro Carbo, Olmedo, Roca, y Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil, con un mercado potencial comprendido por hombre y mujeres entre las edades de 15 a 45 años, que gustan de las artesanías ecológicas e innovadoras; el lugar preferente de adquisición de las artesanías es los mercados artesanales, pero la capacidad físicas de estos locales no permiten que se puede instalar la compañía.

3. El tiempo que conlleva poner en marcha el plan de negocio es de un año, considerando las diferentes gestiones que se deben realizar para su funcionamiento, estructurando a la empresa en cuatro áreas principales: Administración, Marketing, Operaciones y financiamiento. Estableciendo estrategias, planes de acciones, manuales de políticas y funciones. Se define el periodo para iniciar las operaciones es el año 2019.

4. La aplicación de este plan de negocio, de elaboración y comercialización de artesanías (adornos, estatuillas, entre otros) a base de baldosas recicladas y plastilinas, es una buena opción según el estudio de mercado realizado, en las parroquias Olmedo, Pedro Carbo, Roca y Rocafuerte. La fuente de financiamiento para la ejecución del proyecto será mediante recursos propios y obtención de un crédito emprendedor del banco BanEcuador institución financiera pública. Además, el análisis de factibilidad dio como consecuencia que es posible invertir en esta propuesta, porque proporciona resultados positivos, debido que las baldosas de cerámicas que es materia prima de estas artesanías serán recicladas de manera proporcional, representado reducción de costos de producción, a su vez se ayuda al medio ambiente y se obtiene ingresos económicos.

### **Recomendaciones**

1. Poner en marcha un negocio de elaboración y comercialización de artesanías (adornos, estatuillas, entre otros) a base de baldosas recicladas y plastilinas es viable entre las parroquias: Olmedo, Pedro Carbo, Roca, y Rocafuerte, debido a la gran aceptación que existe entre las personas por artesanías ecológicas e innovadoras, debido a la implementación de materiales alternativos, convierte a estas artesanías en algo novedoso, que reducirá progresivamente el impacto ambiental y generara ingresos económicos.

2. Además de los canales directos de venta, se recomienda el e-commerce, debido a que los clientes tendrán más facilidad de adquirir su producto en línea, y además podrán definir sus requerimientos adicionales. Se deberá realizar convenios con empresas privadas dedicadas a la actividad de supermercados para la promoción y distribución del producto de manera masiva, adicionalmente se recomienda tomar contacto con el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Industrias y Productividad, para la promoción del producto en ferias y ruedas de negocios, que sirven como escenarios para las industrias artesanales.



3. Se debe tomar en cuenta todas las áreas importantes de la empresa 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 artesanías Ta Maki. Ejecutar controles para verificar el adecuado manejo de inventarios de materia prima directa e indirecta, desarrollo del personal en sus labores, así como la capacitación y motivación del recurso humano.

4. Que exista un estudio periódico del mercado, que permita conocer cómo se están desarrollando las actividades de la empresa, la demanda del mercado y los ingresos de competidores, además de saber la respuesta de los clientes ante el servicio y producto, 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.

### Referencias bibliográficas

- Agencia nacional de regulación control y vigilancia sanitaria. (2014). *Permiso de funcionamiento*. Obtenido de [http://instituciones.msp.gob.ec/documentos/ac\\_00004712\\_2014\\_11\\_feb.pdf](http://instituciones.msp.gob.ec/documentos/ac_00004712_2014_11_feb.pdf)
- Aisling, T. (mayo de 2015). *Prevención de Riesgos Laborales*. Obtenido de <http://comonoliarlaencurro.blogspot.com/2015/05/2-principales-riesgos-laborales.html>
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica*. (sexta ed.). Venezuela: Episteme, C.A. Recuperado el Enero de 2018, de <http://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Artesanías de Colombia. (2013). La artesanía y el derecho de autor. *Artesanías de Colombia*. Recuperado el Enero de 2018, de Artesanías de Colombia: <http://www.artesantiasdecolombia.com.co/propiedadintelectual/artesania-derecho-autor.pdf>
- Artesanos, M. a. (s.f.). *Definición y concepto de artesanía*. Obtenido de <https://eet651produccionartesanaltm.wordpress.com/definicion-y-conceptos-de-artesantias/>
- BanEcuador. (2017). *Crédito a pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiara/credito-a-pequenas-y-medianas-empresas-pymes/>
- Canadá Business Ontario. (noviembre de 2017). *Visión general del plan de marketing*. Obtenido de <http://www.infoentrepreneurs.org/fr/apercu-de-plan-de-marketing/>
- Castillo-Tumbaco. (Julio de 2015). *Creación de una pequeña empresa situada en atacames (esmeraldas) para la fabricación de joyas artesanales de coco y concha perla, combinada con plata para exportar al mercado canadiense*. Obtenido de [repositorio.ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec): <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10680/1/TESIS%20FINAL%20JOYAS%20ARTESANALES.pdf>

- Cocapch, C. d. (noviembre de 2014). *Manual de políticas generales de Pacifictel*.  
Obtenido de slideshare.net: <https://www.slideshare.net/MarielaHaro/manual-politicas-pacifictel>
- Cocha, E. (08 de febrero de 2017). *Informes unificados*. Obtenido de slideshare.net:  
<https://www.slideshare.net/EdwinCocha/informes-unificados>
- Código Civil. (Octubre de 2005). Obtenido de UTPL Asesoría Jurídica Online:  
[https://asesoriajuridica.utpl.edu.ec/sites/default/files/CODIGO-CIVIL\\_0.pdf](https://asesoriajuridica.utpl.edu.ec/sites/default/files/CODIGO-CIVIL_0.pdf)
- Código Organico de la Producción Comercio e Incentivos - COPCI. (22 de Diciembre de 2010). Obtenido de Servicio de Rentas Internas:  
<file:///C:/Users/user/Desktop/GENESIS/TESIS/aaa%20terminacion%20de%20tesis/AYUDA/190416%20COPCI.pdf>
- Constitución Nacional de la República del Ecuador*. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de  
<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/CONSTITUCI%C3%93N-DE-LA-REP%C3%9ABLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Cuerpo de bomberos de Guayaquil. (2015). *Obtención de la tasa de servicios contra incendios con declaración juramentada para establecimientos calificados de menor riesgo*. Obtenido de  
<https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/index.php/servicios/permisos>
- D'Onofrio, P. (2008). *Las teorías de la contabilidad social y su relación con la responsabilidad social empresaria*. Obtenido de Documentos de Trabajo de Contabilidad Social, (1).:  
[http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/contsoc/contsoc\\_v1\\_n1\\_02.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/contsoc/contsoc_v1_n1_02.pdf)
- Definista. (Agosto de 2017). *Concepto de definición de*. Obtenido de Definición de plastilina: <http://conceptodefinicion.de/plastilina/>
- Diario El Universo. (6 de Octubre de 2010). Gran Guayaquil. *Mercados artesanales para el turista*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2010/10/06/1/1445/3-mercados-artesanales-turista.html>
- E.S.PO.L. (2013). *Guía para elaborar un plan de negocio*. Obtenido de Emprende Ecuador:  
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../Proyecto%20Emprende%20Ecuador.doc>
- El Marco conceptual para la información financiera. (Septiembre de 2010). *IASB - Internacional Accounting Standards Board*. Obtenido de

- [https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_publ/con\\_nor\\_co/vigentes/niif/marco\\_conceptual\\_financiera2014.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/niif/marco_conceptual_financiera2014.pdf)
- El-Comercio. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de [revistalideres.ec](http://www.revistalideres.ec): <http://www.revistalideres.ec/lideres/empresas-integran-responsabilidad-social-corporativa.html>
- Enciclopedia de características. (2017). *Empresa*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/empresa/>
- Financiera., J. d. (Mayo de 2017). *Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera*. Obtenido de [https://www.juntamonetariafinanciera.gob.ec/resolucion\\_F.html?dl=0](https://www.juntamonetariafinanciera.gob.ec/resolucion_F.html?dl=0)
- Foros, E. (2014). *¿Como registrar una marca o logotipo en el IEPI?* Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/7880-como-registrar-una-marca-o-logotipo-en-el-iepi>
- Gómez, L. (2012). *Teorías del emprendimiento*. . Obtenido de <http://uniajc.pbworks.com/w/file/54060386/TEORIASDELEMPRENDIMIENTO.pdf> capacidad emprendedora total y sus factores (p> 0.05).
- Google Maps. (Enero de 2018). *Centro de la ciudad de Guayaquil* . Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/search/centro+de+guayaquil+centenario+/@-2.1923532,-79.8885429,15.5z>
- Google Maps. (Enero de 2018). *Panamá y Tomás Martínez*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Tom%C3%A1s+Mart%C3%ADnez+%26+Panam%C3%A1,+Guayaquil+090313/@-2.1873368,-79.8805274,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902d6dd5b9e09b93:0xdcc1a7b1c009e63b!8m2!3d-2.1873368!4d-79.8783387>
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). México: MCGraw-Hill. Recuperado el Enero de 2018, de [https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis\\_sampieri\\_unidad\\_1-1.pdf](https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis_sampieri_unidad_1-1.pdf)
- Inforeciclaje. (2012). *Reciclaje del plástico*. Obtenido de <http://www.inforeciclaje.com/que-es-reciclaje.php>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, I. (Marzo de 2016). *Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo\\_0316.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf)

- Kerlinger, F. N. (2002). *Investigación del comportamiento* (Cuarta ed., Vol. 8). México: McGraw-Hill Interamericana de México. Recuperado el Enero de 2018, de [http://psicologiauv.com/portal/RMIPE/vol\\_8\\_num\\_2\\_may\\_2017/documentos/investigacion\\_del\\_comportamiento.pdf](http://psicologiauv.com/portal/RMIPE/vol_8_num_2_may_2017/documentos/investigacion_del_comportamiento.pdf)
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2012). *Administración: Una perspectiva global*. Editorial McGraw-Hill.
- Ley de compañías. (20 de mayo de 2014). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Obtenido de <http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Ley de Gestión Ambiental. (10 de Septiembre de 2004). *Ministerio de Ambiente*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Ley-de-Gestio%C2%81n-Ambiental.pdf>
- Ley de Régimen Tributario Interno. (Mayo de 2017). *Servicio de Rentas Internas del Ecuador*. Obtenido de [file:///C:/Users/user/Desktop/GENESIS/TESIS/aaa%20terminacion%20de%20tesis/AYUDA/LEY%20DE%20R%C3%89GIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO\\_abril%202017.pdf](file:///C:/Users/user/Desktop/GENESIS/TESIS/aaa%20terminacion%20de%20tesis/AYUDA/LEY%20DE%20R%C3%89GIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO_abril%202017.pdf)
- Ley Organica de Régimen Tributario Interno, L. (2015). *Servicio de Rentas Internas, S.R.I.* Obtenido de [www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/cbac1cfa-7546.../20151228+LRTI.pdf](http://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/cbac1cfa-7546.../20151228+LRTI.pdf)
- Málaga, U. d. (2008). *Plan estratégico*. Obtenido de <http://www.infouma.uma.es/planestrategico/que.htm>
- Martín, J. (15 de Mayo de 2017). *Estudia tu entorno con un PEST-EL*. Obtenido de Internacional Business School: <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Mejía, C. C. (Julio de 2013). *El concepto de la capacidad instalada*. Obtenido de Planning.com.co: [http://www.planning.com.co/bd/valor\\_agregado/Julio2013.pdf](http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf)
- Michael E. Porter. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*, 2. Obtenido de [https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las\\_5\\_fuerzas\\_competitivas-\\_michael\\_porter-libre.pdf](https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf)

- Montesdeoca-Zambrano. (Mayo de 2013). *Diseño de un plan de exportación de artesanías elaboradas con fibra de tallo de banano (el oro)*. Obtenido de dspace.ups.edu.ec:  
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1894/14/UPS-GT000286.pdf>
- Municipalidad de Guayaquil. (2014). Obtenido de Requisitos únicos para la obtención de registro de patente municipal: <http://www.guayaquil.gob.ec/c%C3%B3mo-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>
- Municipalidad de Guayaquil. (2014). *Tasa de habilitación*. Obtenido de <http://www.guayaquil.gob.ec/inicio-tasa-habilitacion>
- NIIIF para las PYMES, N. I. (Abril de 2016). *NIC NIIIF*. Obtenido de <http://www.nicniif.org/home/normas/niif-para-las-pymes.html>
- Porter, M., & Perez, M. (2013). *Ventaja competitiva*. Compañía Editorial Continental.
- Reglamento de Comprobantes de Venta Retención y Documentos Complementarios. (Febrero de 2015). *Servicio de Rentas Internas* . Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/147>
- Romero Santana, I. M. (2013). *Proyecto de creación de una empresa comercializadora y exportadora de bisutería y adornos artesanales ecuatorianos, promoviendo el comercio equitativo*. Obtenido de dspace.espol.edu.ec:  
<http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/10279>
- Saavedra, A. (Noviembre de 2006). *Plan Financiero* . Obtenido de Wikidot.com:  
<http://mask.wikidot.com/plan-financiero>
- Sabino, C. (1992). *Proceso de investigación*. Caracas, Venezuela: Panapo. Recuperado el 31 de Enero de 2018, de [http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso\\_investigacion.pdf](http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso_investigacion.pdf)
- Santos, M. (2013). *Producción y comercialización de artesanías con materias primas del mar en el cantón rioverde (esmeraldas)*. Obtenido de repositorio.iaen.edu.ec:  
<http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/2597/1/MONOGRAF%C3%8DA%20DANIELA%20SANTOS%20ESTUPI%C3%91%C3%81N.pdf>
- seguros., S. d. (2017). *Constituir una compañía*. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Taringa.net. (Noviembre de 2007). Obtenido de ¿Qué es una baldosa?, : <https://www.taringa.net/posts/info/951217/Que-es-una-baldosa.html>
- Ucha, F. (12 de Abril de 2012). *Propuesta*. Obtenido de Definición ABC:  
<https://www.definicionabc.com/social/propuesta.php>

- Ucha, F. (10 de 12 de 2013). *Proceso productivo*. Obtenido de Defición ABC:  
<https://www.definicionabc.com/economia/proceso-productivo.php>
- Weinberger Villarán, K. (2009). *Plan de Negocios, Herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú. Obtenido de [http://creceahora.com/wp-content/uploads/2016/12/LIBRO\\_PLAN\\_DE\\_NEGOCIOS.pdf](http://creceahora.com/wp-content/uploads/2016/12/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIOS.pdf)
- William Jiménez Lemus. (2010). *Contabilidad de Costo*. Bogotá, Colombia: Funación para la educación Superioir san Mateo. Obtenido de <http://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-contabilidad-costos.pdf>
- Zamora, J. (2013). *Creación de una empresa de bísuteria artesanal elaboradas en tagua para la ciudad de guayaquil*. Obtenido de [repositorio.ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec):  
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/1376>

## Apéndices

### Apéndice A Encuesta general on-line.



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA: CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**

#### "TA MAKI Artesanías"

Ecuador es un país que brinda al mundo una amplia variedad de artesanías, elaboradas en diferentes materiales típicos de cada zona, las mismas reflejan la creatividad y riqueza cultural que cuenta este mágico país.

Las artesanías se las encuentran en las calles, mercados, plazas y también en tiendas especializadas que ofertan artesanías muy bonitas.

\*Obligatorio



<http://youtube.com/watch?v=0x6w8P25dY0>

**1. Género \***

Selecciona todos los que correspondan.

- Masculino  
 Femenino

**2. Edad \***

Marca solo un óvalo.

- 15 - 25 años  
 26 - 35 años  
 36 - 45 años  
 46 - 55 años  
 56 - 65 años  
 66 - en adelante

**5. ¿Qué busca cuándo va a comprar una artesanía? \***

Puedes escoger varias alternativas.  
 Selecciona todos los que correspondan.

- |        |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|        | Economía                 | Diseño                   | Color                    | Innovación               | Antigüedad               | Calidad                  |
| Opción | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**6. De una escala de 1 a 5 como considera usted las artesanías ecuatorianas \***

Donde 1 es el valor más bajo y 5 el valor más alto.  
 Marca solo un óvalo.

- |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**7. ¿Qué opina sobre las artesanías hechas de plastilinas y baldosas recicladas? \***



Marca solo un óvalo.

- Muy interesante  
 Interesante  
 Neutro  
 Poco interesante  
 Nada interesante

**8. ¿Considera usted que al reciclar plastilina y baldosas se está ayudando a la preservación del medio ambiente? \***

Marca solo un óvalo.

- Sí  
 No

**9. ¿Por qué razón le gustaría adquirir artesanías ecológicas? \***

Selecciona todos los que correspondan.

- Mantiene viva la cultura y tradiciones.  
 Compras productos únicos y originales.  
 Te sientes bien contigo mismo.  
 Respetas al medio ambiente.  
 Otra (especifique) \_\_\_\_\_

**10. ¿Dónde le gustaría adquirir estas artesanías? \***

Selecciona todos los que correspondan.

- Mercados artesanales  
 Ferias artesanales  
 Tiendas especializadas  
 Internet  
 Otro (especifique cuál) \_\_\_\_\_

**11. ¿Cuál es la probabilidad de que usted compre este producto? \***

Marca solo un óvalo.

- Extremadamente probable.  
 Probable.  
 Poco probable.  
 Nada probable.

**12. ¿Con regularidad le gustaría adquirir este producto? \***

Marca solo un óvalo.

- Una vez al año.  
 Dos veces en el año.  
 Varias veces en el año.  
 Nunca.  
 Otro (especifique) \_\_\_\_\_



## Apéndice B Encuesta piloto para la investigación de mercado.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA



### Encuesta para lanzar un nuevo producto artesanal en la ciudad de Guayaquil.

Conocer más de cerca la reacción del consumidor frente a la introducción de una nueva línea artesanal en el mercado.

\*Obligatorio

#### 1. Edad

Marca solo un óvalo.

- 10 a 17 años  
 18 a 40 años  
 40 a 65 años  
 Mayor a 65 años

#### 2. ¿Te gustan las artesanías? \*

Marca solo un óvalo.

- Sí  
 No *Después de la última pregunta de esta sección, deja de rellenar el formulario.*

#### 3. ¿Dónde las utilizas?

Marca solo un óvalo.

- Hogar  
 Oficina  
 Centro de estudios  
 Otro sitio

#### 4. ¿En qué te fijas primero, al momento de comprar una artesanía?

Marca solo un óvalo.

- Tamaño  
 Colores  
 Precio  
 Disponibilidad  
 Me es indiferente

#### 5. Preferencia en la combinación de colores:

Marca solo un óvalo.

- Me gustan los colores primarios  
 Me gustan los colores secundarios  
 Prefiero muchos colores  
 Me es indiferente

#### 6. Generalmente, ¿dónde las adquieres con frecuencia?

Marca solo un óvalo.

- Centros comerciales  
 Supermercados  
 Mercados artesanales  
 Lugares turísticos  
 Otros

#### 7. ¿Cuáles son tus modelos favoritos?

Marca solo un óvalo.

- Planas  
 Esculturas  
 Colgantes  
 Adornos  
 Otro: \_\_\_\_\_

#### 8. ¿De qué tamaño los prefieres?

Marca solo un óvalo.

- Personales (de 5 cm a 10 cm promedio)  
 Normales (15 cm x 20 cm promedio)  
 Grandes (30 cm x 30 cm aproximadamente)  
 Otro: \_\_\_\_\_

#### 9. ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por aquello?

Marca solo un óvalo.

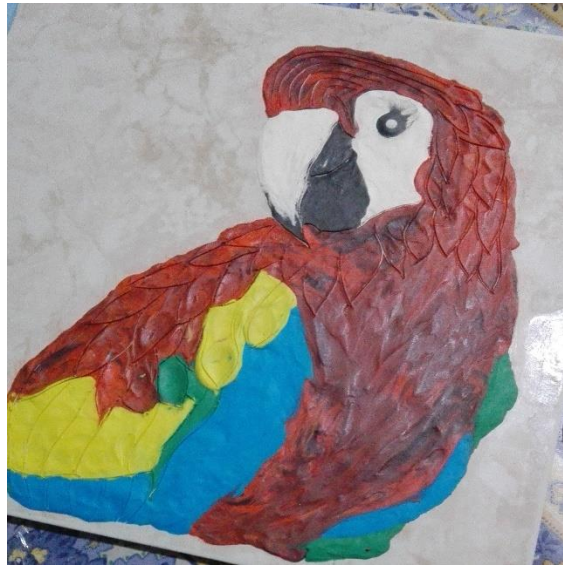
- Entre \$1 y \$5  
 Entre \$5 y \$10  
 Entre \$10 y \$20  
 Más de \$20

#### 10. ¿Estás dispuesto a probar una nueva línea? \*

Marca solo un óvalo.

- Sí  
 No

Apéndice C Línea de productos de “Ta Maki Artesanías”.



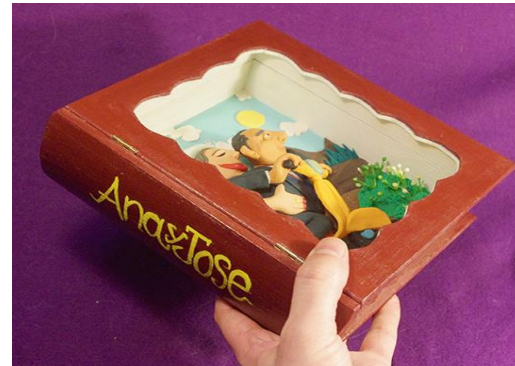
figuras planas



esculturas



adornos



otros

*Apéndice D* Análisis de resultados de la investigación de mercado.

Pregunta 1.- ¿Edad?

De las 35 personas encuestadas de la ciudad de Guayaquil, por medio de internet, el 54% (19 personas) son hombres, de los cuales el 68% (13 personas) comprende entre los 18 a 40 años, el 21% (4 personas) comprende entre 40 a 65 años y 11% (2 personas) mayores de 65 años.



*Figura 24* Encuestados según edad, género masculino.

Muestra los años de participación de los participantes. Datos de la encuesta piloto de la investigación de mercado. *Autores.*

El 46% (16 encuestados) restante corresponde a mujeres, de las cuales el 74% (12 personas) tienen de 18 a 40 años, el 13% (2 personas) tiene de 40 a 65 años, y el 13% (2 personas) restante tiene más de 65 años.



*Figura 25* Encuestados según edad, género femenino.

Muestra los años de participación de las participantes. Datos de la encuesta piloto de la investigación de mercado. *Autores.*

Pregunta 2.- ¿Te gustan las artesanías?

La siguiente fase de la encuesta fue determinante debido a que el 83% (29 personas) de los encuestados gusta de las artesanías, frente al 17% (6 personas) que mencionó lo contrario.



Figura 26 Preferencias por las artesanías.

Muestra la preferencia por las artesanías de las participantes. Datos de la encuesta piloto de la investigación de mercado. *Autores.*

Pregunta 3.- ¿Dónde las utilizas?

El 72% de los mismos utilizan las artesanías en el hogar, el 14% lo hace en otro sitio, el 10% las tienen en la oficina y el 3% restante las usan en centros de estudio.

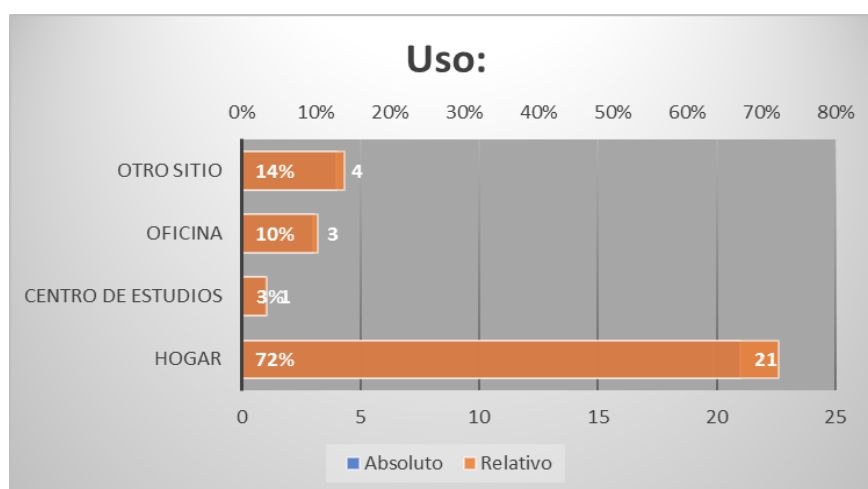


Figura 27 Uso de las artesanías.

Muestra el lugar de uso preferente para los participantes. Datos de la encuesta piloto de la investigación de mercado. *Autores.*

Pregunta 4.- ¿En qué te fijas primero, al momento de comprar una artesanía?

El 38% de quienes compran artesanías, se fija primero en los colores, el 34% se interesa por el precio, el 14% se fija en el tamaño, mientras que para el 10% le es indiferente estos detalles.

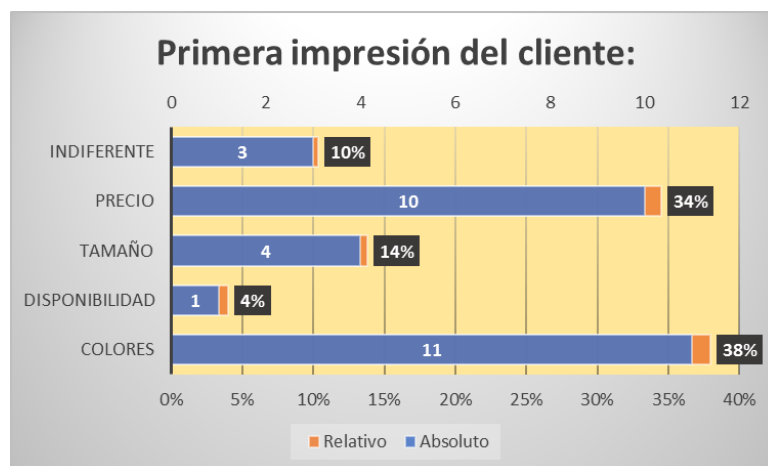


Figura 28 Primera impresión del cliente.

Primera cualidad que ve el participante al escoger una artesanía. Datos de la encuesta piloto de la investigación de mercado. *Autores.*

Pregunta 5.- Generalmente, ¿Dónde adquieres artesanías con frecuencia?

El 41% de quienes afirman su gusto por las artesanías las adquieren en los mercados artesanales, frente al 28% que lo hace en sitios turísticos. Un 24% lo hace en centros comerciales.

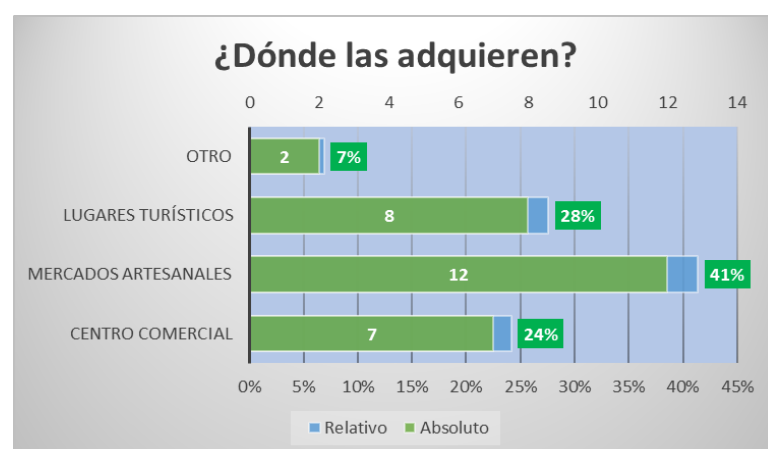


Figura 29 Lugar de adquisición.

Datos de la encuesta piloto de la investigación de mercado. *Autores.*

Pregunta 6.- ¿Cuáles son tus modelos favoritos?

En cuanto a modelos se refiere, del 83% que afirmó su gusto por las artesanías, el 38% prefiere las estatuillas, frente a un 34% que las prefieren como adornos.

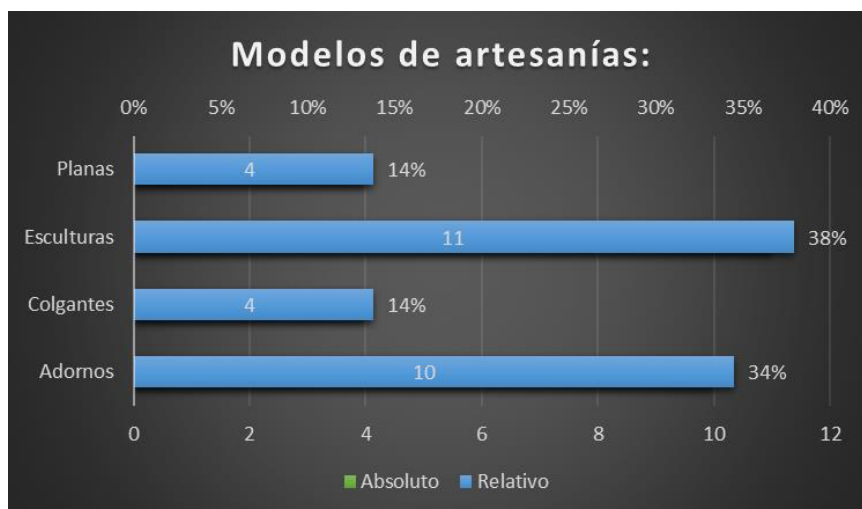


Figura 30 Modelos de artesanías favoritos.

Demuestra cual es la preferencia del modelo de artesanías. Datos de la encuesta piloto de la investigación de mercado. *Autores.*

Pregunta 7.- ¿De qué tamaño prefieres las artesanías?

El 59% prefiere que el tamaño de la artesanía sea normal (de 15x20cm aproximadamente), mientras que el 31% los desea personal (entre 5 y 10cm de alto).

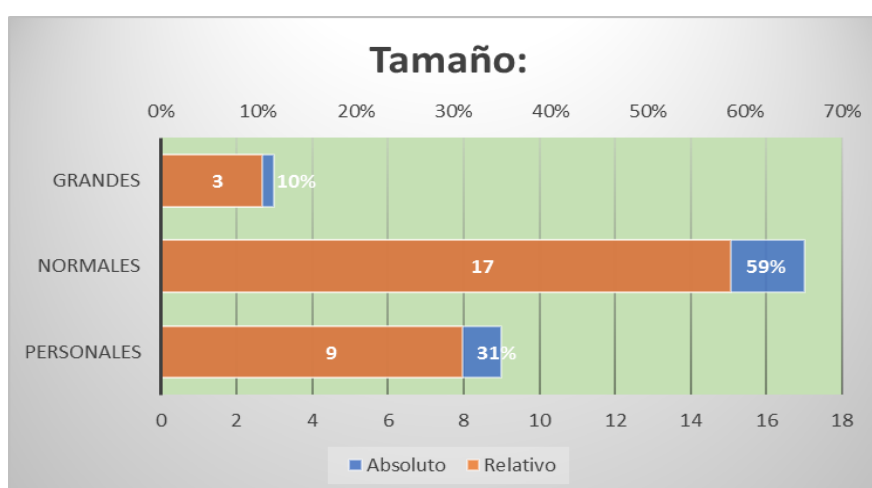


Figura 31 Tamaño.

Demuestra cual es la preferencia del tamaño de artesanías. Datos de la encuesta piloto de la investigación de mercado. *Autores.*

Pregunta 8.- ¿Cuánto estás dispuesto a pagar?

Un 45% está dispuesto a pagar entre \$10 y \$20 por una artesanía, mientras que el 41% pagaría entre \$5 y \$10. Para el 7% dependerá del tamaño y presentación del producto.

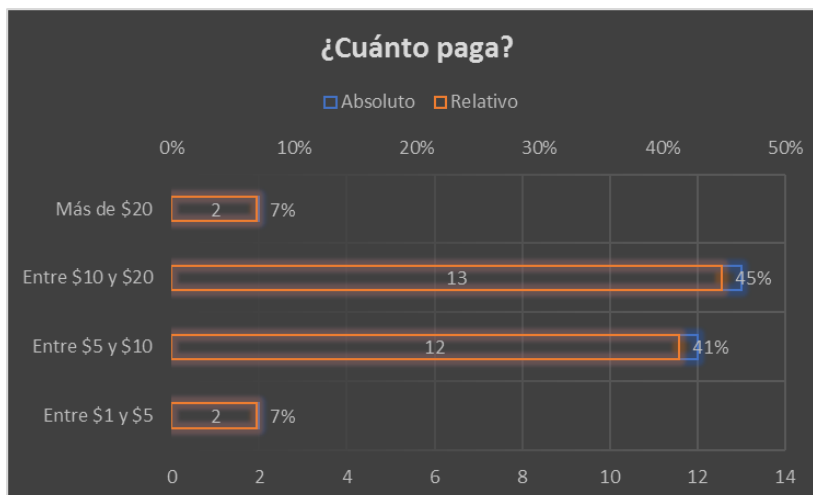


Figura 32 Monto dispuesto a pagar por artesanías.

Datos de la encuesta piloto de la investigación de mercado. *Autores.*

Pregunta 9.- ¿Estás dispuesto a probar una nueva línea?

Las 29 de 35 personas encuestadas, que afirmaron su inclinación por las artesanías, se muestran ansiosas ante el lanzamiento de un nuevo producto en el mercado y están dispuestas a probarlo.

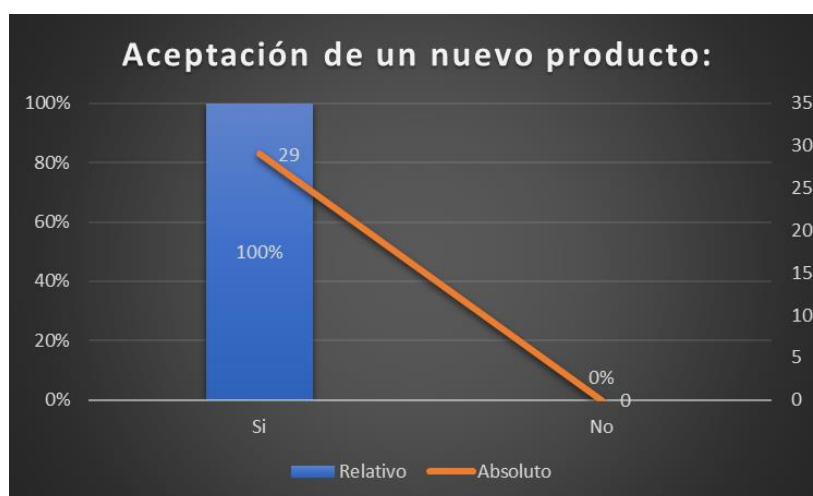


Figura 33 Aceptación de nuevo producto.

Datos de la encuesta piloto de la investigación de mercado. *Autores.*



Apéndice E Materiales necesarios para embalaje.

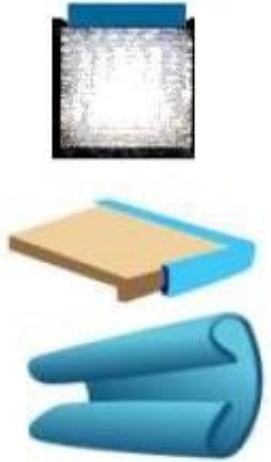


**MATERIALES**

Cojines - 1 (cushion comb), 2 - laminas de foam y 3 - esquineros



Burbopack con barrera Aircap



Burbopack



Espuma de polipropileno



Papel Kraft

Marcadores



Caja de cartón doble corrugada protegida por esquineros



Caja de cartón doble corrugado



Pictogramas Manipuleo y precaución

Cinta adhesiva

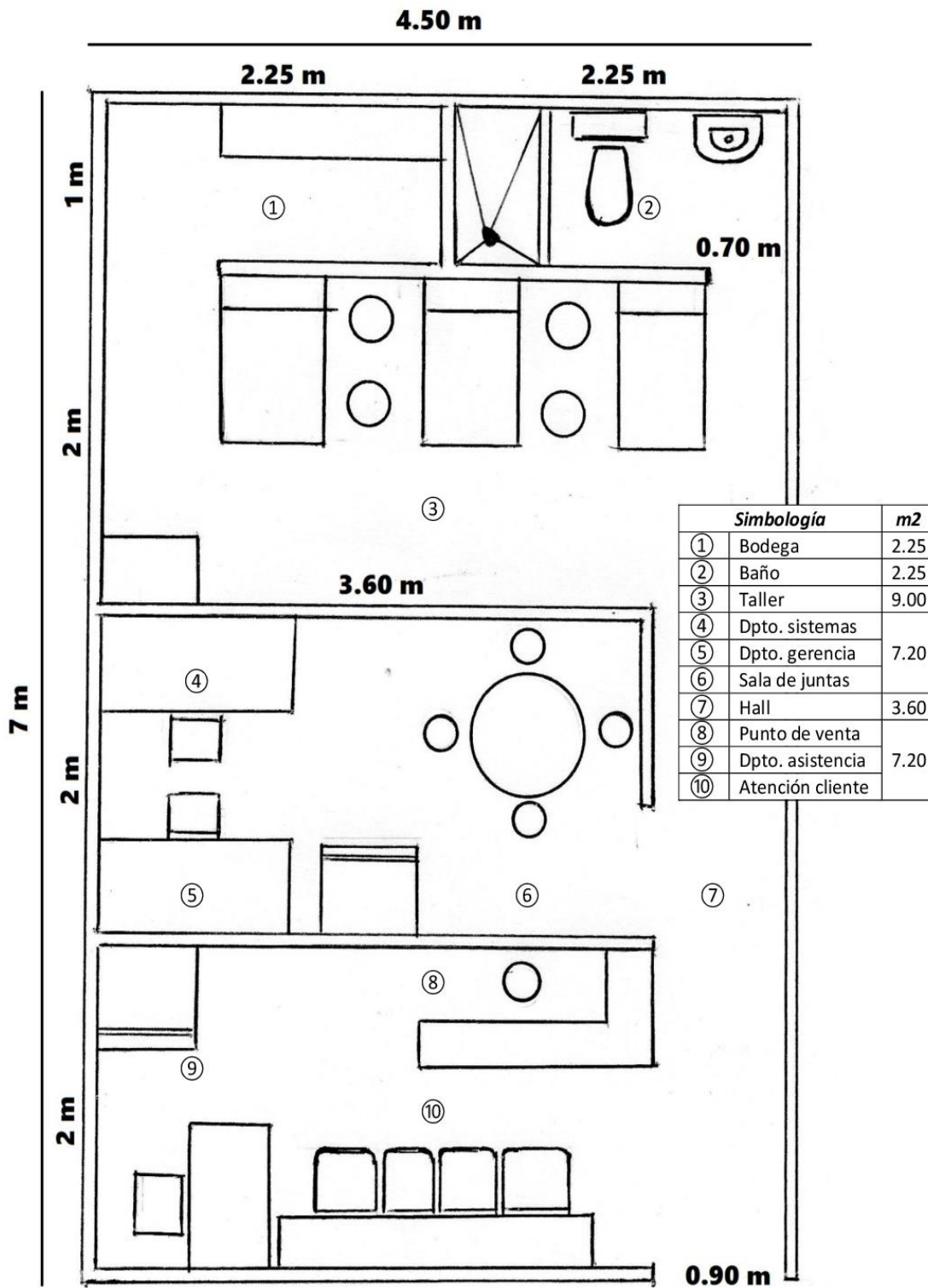


Tipos de Pelets





Apéndice F Plano para distribución de planta.



### DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

TAMAKI ARTESANÍAS

ESCALA 1:40

*Apéndice G* Normativa de Seguridad industrial.

De conformidad con el Reglamento vigente en nuestra legislación, la empresa debe tener por objeto promover la seguridad y la salud ocupacional aplicando medidas y realizando actividades necesarias para prevenir riesgos que se deriven del trabajo. Particularmente en el sector artesanal, una gran parte de los accidentes engloba los golpes con objetos y herramientas, así como la proyección de partículas, siendo las partes más afectadas las extremidades superiores y los órganos de la vista. Entre los principales riesgos de trabajo que engloban los talleres se encuentran:

- Caídas al mismo y distinto nivel
- Golpes contra objetos
- Caída de objetos
- Golpes y/o cortes con herramientas
- Proyección de partículas.

Entre las medidas de prevención que se adoptarán están las siguientes:

1. El suelo del área de trabajo debe ser estables y no resbaladizo, sin irregularidades ni pendientes peligrosas. Debe mantenerse limpio, eliminando suciedad y restos de insumos.
2. Conservar las zonas de tránsito despejadas.
3. Concientizar a los trabajadores el orden y la limpieza de sus lugares de trabajo.
4. Ordenar las herramientas y los materiales necesarios para trabajar.
5. Trazar y señalar los estorbos que no puedan ser depurados.
6. Las escaleras deben subirse con precaución, siempre de frente, agarrándose con ambas manos, debiendo superar su longitud al menos un metro el punto de desembarco.

7. Proporcionar el acceso a estantes de almacenaje elevados mediante escaleras fijas o móviles bien aseguradas.
8. Sujetar de forma segura los materiales y herramientas en el lugar de trabajo.
9. Asegurar las cargas que transportan para que no puedan deslizarse o caer.
10. Garantizar la estabilidad de los objetos apilados, sujetar con firmeza los estantes a elementos sólidos, colocando las cargas más pesadas en los niveles bajos.
11. Cumplir las normas de seguridad de los equipos, tal y como lo indica el fabricante.
12. Colocar interruptores de emergencia accesibles que permitan parar la máquina en condiciones seguras.
13. Utilizar las maquinas responsablemente, previa formación e información de riesgos.
14. Guardar las herramientas cortantes en fundas o soportes adecuados.
15. Mantener las herramientas de trabajo en buen estado.
16. Utilizar equipos de protección individual.
17. Se debe elegir el artefacto de abrasión apropiado para el trabajo a realizar.
18. La máquina de accionamiento por abrasión deberá estar dotada de cubierta protectora para disminuir riesgos de accidentes.
19. Informar al trabajador de la correcta manipulación manual de cargas.
20. Respetar los límites de carga máxima de acuerdo con el sexo y/o edad.
21. Las instalaciones eléctricas dispondrán de protección magnetotérmica, diferencial y toma a tierra.
22. En caso de avería, comunicar los daños inmediatamente para su reparación efectuada por personal especializado.
23. Realizar un mantenimiento periódico de las instalaciones eléctricas.
24. Dividir el cableado eléctrico de otras fuentes de calor.
25. Cerrar y señalizar debidamente los paneles eléctricos.

26. Ventilación adecuada del local, ya sea natural o artificial.
27. Realizar controles ambientales periódicos.
28. Existencia de extintores contra incendios adecuados a la clase de fuego.
29. Realizar mantenimiento de extintores y otros equipos contra incendios periódicamente.
30. Se prohíbe fumar en las zonas de almacenamiento de productos inflamables.
31. Almacenar los productos inflamables en locales distintos a los insumos.
32. Las salidas de emergencia deben estar señalizadas y totalmente libres.
33. Realizar planes de emergencia, e implantarlos.
34. Utilizar ropa de trabajo ajustada.
35. Adecuar la intensidad de la iluminación a las exigencias visuales de las tareas.
36. Mantenimiento adecuado de la iluminación.
37. Si se dispone de cabinas para pintura se utilizarán éstas preferentemente. Si no se dispone de ellas, se utilizarán las pinturas en espacios abiertos.
38. Informar completamente al trabajador sobre la totalidad del proceso que está realizando.
39. Alternar tareas o realizar pausas para evitar trabajo monótono.
40. En lugares bien visibles del trabajo, debe colocarse toda la información necesaria para la actuación en caso de accidente.
41. Ante cualquier accidente siempre se debe activar el sistema de emergencia y recordar las iniciales de tres actuaciones: proteger, avisar y socorrer.

*Apéndice H* Determinación de costos fijos, variables y ventas

**Costos fijos**

Arriendo	\$ 1,542.84
Arriendo del taller	\$ 857.16
Beneficios sociales	\$ 11,836.13
Publicidad	\$ 3,000.00
Depreciación	\$ 1,886.70
Depreciación del taller	\$ 75.36
Intereses	\$ 4,983.99
Mantenimiento	\$ 600.00
Mantenimiento del taller	\$ 600.00
Servicios básicos	\$ 887.04
Servicios básicos del taller	\$ 591.36
Sueldos	<u>\$ 60,750.00</u>
Total de Costos fijos	\$ 87,610.58

**Costos variables**

Mano de obra directa	\$ 39,010.50
Materia prima	<u>\$ 37,572.00</u>
Total de costos variables	\$ 76,582.50

**Ventas**

	Porcentaje producción.	Cantidad de Art. Prod.	P.V.P. (Promedio)	Ventas brutas	Costo de ventas
Estatuillas	15%	2.124	15	31.867	7.871
Adornos	35%	4.957	15	74.356	11.806
Esculturas	40%	5.665	15	84.978	27.547
Otros	10%	1.416	15	21.245	31.483
			15	212.445	78,706

Ventas netas	\$ 191,200.50
Ventas brutas	\$ 212,445.00
14,163uds. x \$15.00.	
(-) Descuentos en ventas	\$ 21,244.50
10% del PVP.	
(-) Costo de ventas	\$ 78,706.38
14,163uds. x \$5.55.	
Mano de obra directa	\$ 39,010.50
49.56%	
Materia prima directa	\$ 37,572.00
47.74%	
Costos indirectos de fabricación	\$ 2,123.88
2.70%	
Utilidad Bruta	\$ 112,494.12

*Apéndice I* Costos de producción - proyección anual

Materia Prima Directa	Cantidad	Mensual		Anual	
		Precio Unitario	Total	cantidad	Total
Plastilina					
Barras de 150g c/u	800	\$ 1.70	\$ 1,366.00	9.600	\$16,392.00
Baldosas					
Cajas por m2.	120	\$ 13.00	\$1,560.00	1.440	\$ 18,720.00
20% Recicladadas cajas m2	25	\$ 3.00	\$ 75.00	300	\$ 900.00
Suministros varios			\$ 130.00		\$ 1,560.00
<b>Total</b>			<b>3.131,00</b>		<b>\$ 37,572.00</b>

Mano de Obra Directa	cantidad	Sueldo base	Mensual	Anual
Operarios	6	\$ 375.00	\$ 2,250.00	\$ 27,000.00
Bodeguero	1	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 4,500.00
Beneficios sociales				
Aporte patronal 11,15%		\$ 41.81	\$ 250.88	\$ 3,010.50
Décimo tercero		\$ 31.25	\$ 187.50	\$ 2,250.00
Décimo cuarto		\$ 31.25	\$ 187.50	\$ 2,250.00
<b>Total</b>			<b>\$ 2,625,00</b>	<b>\$ 39,010.50</b>

Costos Indirectos de Fabricación	Mensual	Anual
Arriendo	\$ 71.43	\$ 857.16
Servicios básicos	\$ 49.28	\$ 591.36
Mantenimiento	\$ 50.00	\$ 600.00
Depreciación	\$ 6.28	\$ 75.36
Maquinas	638.0	
Herramientas	11.5	
<b>Total</b>	<b>\$ 176.99</b>	<b>\$ 2,123.88</b>

**Costo de producción**

Materia prima directa	37.572,00
(+) Mano de obra directa	39.010,50
(=) Costo primo	<u>76.582,50</u>
(+) Costos indirectos de fabricación	2.123,88
(=) Costos de producción	<u>78.706,38</u>

Apéndice J Gastos operacionales - proyección anual.

	Mensual	Año 1	Año2	Año3	Año 4	Año 5
Gastos operacionales		\$ 85,632.79	\$85,299.98	\$ 84,933.29	\$ 82,900.91	\$ 82,478.46
Gastos de depreciación		\$1,886.70	\$1,886.70	\$ 1,886.70	\$ 270.70	\$ 270.70
Depreciación de equipo de computo	\$ 134.67					
Depreciación de mobiliario	\$ 22.56					
Gasto de mantenimiento		\$ 600.00	\$ 660.00	\$ 726.00	\$ 798.60	\$ 878.46
Gastos de publicidad		\$3,000.00	\$ 3,300.00	\$ 3,630.00	\$ 3,993.00	\$ 4,392.30
Sueldos y salarios		\$60,750.00	\$60,750.00	\$60,750.00	\$ 60,750.00	\$ 60,750.00
Beneficios sociales		\$11,836.13	\$11,836.13	\$11,836.13	\$ 11,836.13	\$ 11,836.13
Servicios básicos	\$ 73.92	\$ 887.04	\$ 975.74	\$ 1,073.32	\$ 1,180.65	\$ 1,298.72
Gastos de alquiler	\$ 128.57	\$ 1,542.84	\$ 1,697.12	\$ 1,866.84	\$ 2,053.52	\$ 2,258.87
intereses bancarios		\$ 4,983.99	\$ 4,074.61	\$ 3,074.02	\$ 1,960.72	\$ 772,07
Gastos financieros		\$ 146.09	\$ 119.68	\$ 90.29	\$ 57.59	\$ 21.22

Nota:

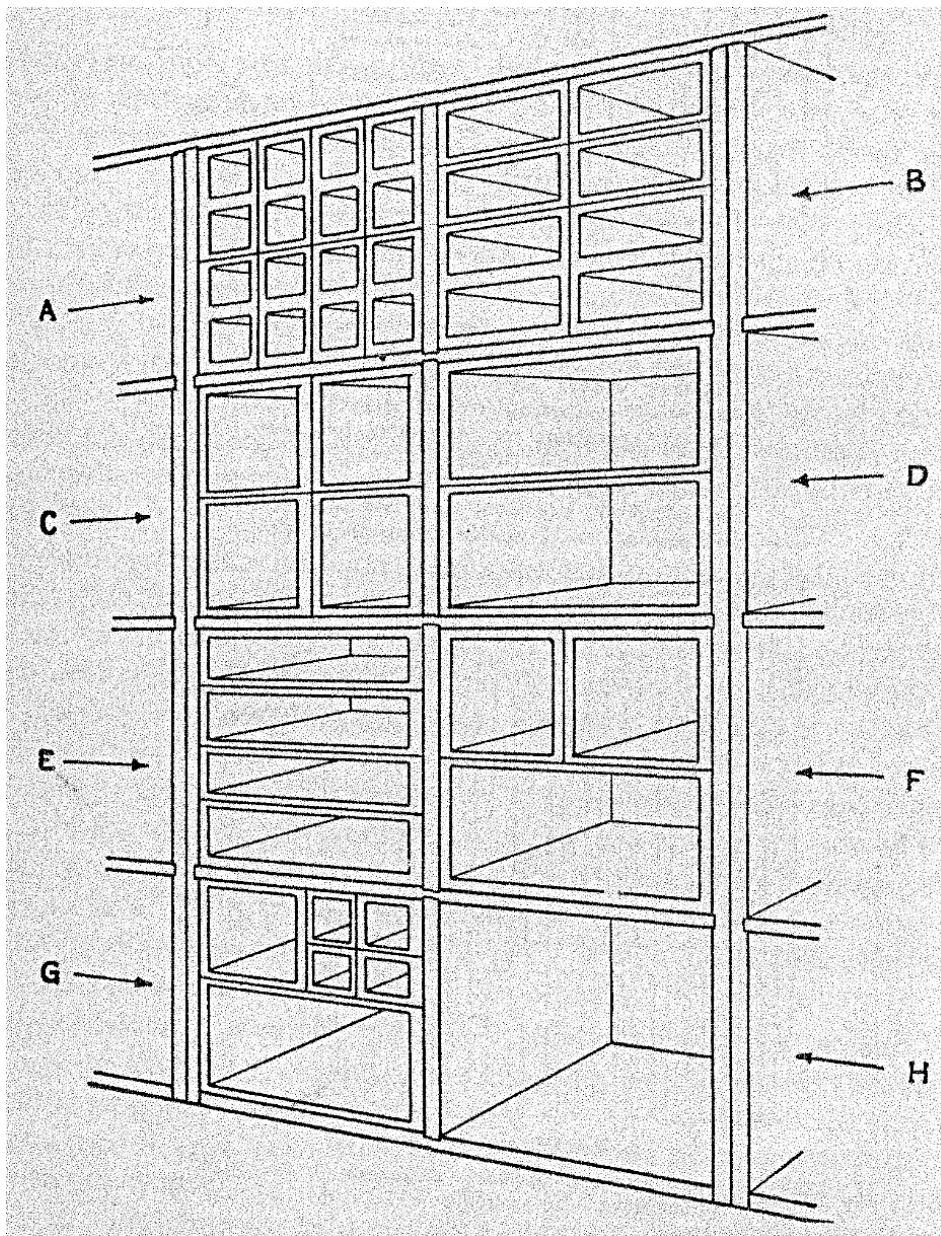
Depreciación realizada bajo el método legal.

Los intereses bancarios y gastos financieros corresponden al monto real de la deuda, no incrementa el 10%.

El sueldo y salario y beneficios sociales no incrementa el 10% porque se considera que no se contratará más recurso humano.



Apéndice K Organización de la bodega por secciones.



Secciones A – D: producto terminado

Sección A.- artesanías planas.

Sección B.- adornos.

Sección C.- otros.

Sección D.- estatuillas.

Secciones E – H: producción en proceso



Apéndice L Proyección anual de sueldos del personal.






<b>Cargo</b>	<b>Base</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b># personas</b>	<b>Gasto bruto</b>	<b>Gasto anual</b>
<b>Personal administrativo y ventas</b>					
Gerente	\$375 x 3	\$ 1,125.00	1	\$ 1,125.00	\$ 13,500.00
Auxiliar de sistemas	\$375 x 2	\$ 750.00	1	\$ 750.00	\$ 9,000.00
Auxiliar contable	\$375 x 2	\$ 750.00	1	\$ 750.00	\$ 9,000.00
Auxiliar financiero	\$375 x 2	\$ 750.00	1	\$ 750.00	\$ 9,000.00
Auxiliar administrativo	\$375 x 1.5	\$ 562.50	1	\$ 562.50	\$ 6,750.00
*Vendedor	\$375 x 1.5	\$ 562.50	2	\$ 1,125.00	\$ 13,500.00
			<b>7</b>	<b>\$ 5,062.50</b>	<b>\$ 60,750.00</b>
<b>Personal fabricante</b>					
Bodeguero	\$375 x 1	\$ 375.00	1	\$ 375.00	\$ 4,500.00
Operario	\$375 x 1	\$ 375.00	6	\$ 2,250.00	\$ 27,000.00
			<b>7</b>	<b>\$ 2,625.00</b>	<b>\$ 31,500.00</b>
<b>Resumen global</b>			<b>14</b>	<b>\$ 7,687.50</b>	<b>\$ 92,250.00</b>
<b>Beneficios sociales</b>					
Aporte patronal 12.15%					\$ 11,208.38
13° remuneración					\$ 7,687.50
14 remuneración					\$ 5,250.00
				<b>Total</b>	<b>\$ 116,395.88</b>

**\* Valores no incluyen comisiones por ventas.**

Apéndice M Infraestructura física y proforma mensual de servicios básicos.








Producto	Condición / Periodo	Especificaciones técnicas	Costo unitario	Costo total
<b>Planta física</b>				
Local o establecimiento comercial.	Arrendamiento / mensual	Mínimo de 31.50m2 (7m largo por 4.50m ancho).	\$ 6.35	\$ 200.00
<b>Distribución</b>				
Hall.		Mínimo de 3.60m2 (0.90m largo por 4m ancho)	\$ 6.35	\$ 22.85
Baño.		Mínimo de 2.25m2 (2.25m largo por 1m ancho).	\$ 6.35	\$ 14.28
Bodega.		Mínimo de 2.25m2 (2.25m largo por 1m ancho).	\$ 6.35	\$ 14.28
Taller.	Arrendamiento	Mínimo de 9m2 (4.50m largo por 2m ancho).	\$ 6.35	\$ 57.15
Área de administración, atención al cliente y punto de venta.	/ mensual	Mínimo de 7.20m2 (3.60m largo por 2m ancho).	\$ 6.35	\$ 45.72
Gerencia, sistemas y sala de reuniones.		Mínimo de 7.20m2 (3.60m largo por 2m ancho).	\$ 6.35	\$ 45.72
<b>Servicios básicos</b>				
AA.PP.		Suministro proporcionado por Interagua.		\$ 15.00
AA.SS.		Suministro proporcionado por Interagua.		\$ 3.00
Electricidad	Mensual	Suministro proporcionado por CNEL.		\$ 20.00
Teléfono		Suministro proporcionado por CNT.		\$ 26.00
Internet		Suministro proporcionado por CNT.		\$ 15.00
Tv por cable		Suministro proporcionado por CNT.		\$ 21.00
			<b>Subtotal</b>	<b>\$ 300.00</b>
<b>* Precios incluyen IVA.</b>				

Apéndice N Proforma de inversión - máquinas para taller.











Producto	Imagen	Cantida d	Costo unitario	Costo total
<b>Máquinas</b>				
Cortadora manual de baldosas.		3 U d.	\$ 60.00	\$ 180.00
Base, guía y soportes elaborados en acero y aluminio. Incluye un tope lateral y escuadra a cuarenta y cinco grados para realizar cortes con precisión.				
Aspiradora de mano.		3 U d.	\$ 20.00	\$ 60.00
Con batería recargable, portable, de fácil manejo y transportación, ideal para polvo y demás residuos.				
Taladro eléctrico.		3 U d.	\$ 50.00	\$ 150.00
110 o 220v. potencia de 320w. frecuencia 50Hz. rotación 10mm. ideal para pequeños trabajos y refacciones.				
Lijadora de mano.		2	\$ 99.00	\$ 198.00
Marcas Dewalt o Black and Decker, 110 o 220v, potencia de 400w. ideal para pequeños trabajos y refacciones.				
Balanza electrónica		1	\$ 50.00	\$ 50.00
Balanza de mesa tipo electrónica hasta 30 kg marca Camry.				
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 638.00</b>

**\* Precios incluyen IVA.**

Apéndice O Proforma de inversión - herramientas para taller.

Producto	Imagen	Cantidad	Especificaciones técnicas	Costo unitario	Costo total
<b>Herramientas</b>					
Paletas para modelar		6	Juegos	Todos los modelos existentes.	\$ 5.00 \$ 30.00
Pinceles		24	Uds.	Todos los modelos existentes.	\$ 1.00 \$ 24.00
Alicate		4	Uds.	Pequeño para cortes de alambre.	\$ 4.00 \$ 16.00
Estilete		6	Uds.	Grande, con bordes de caucho para realizar cortes.	\$ 1.00 \$ 6.00
Rodillo		4	Uds.	De goma o caucho, para extender o aplanar la plastilina.	\$ 5.00 \$ 20.00
Cinta métrica		5	Uds.	De tres metros de extensión, para marcar los cortes.	\$ 3.00 \$ 15.00
Regla		4	Uds.	De treinta cm. de ancho para referencias.	\$ 1.00 \$ 4.00
				<b>Subtotal</b>	<b>\$ 115.00</b>
<b>* Precios incluyen IVA.</b>					

Apéndice P Proforma mensual de suministros para taller.

Producto	Imagen	Cantidad	Especificaciones técnicas		Costo unitario	Costo total
<b>Suministros</b>						
Palillos de bambú		10	Cajas	Palillos de bambú para brochetas, que servirán definiendo pequeños detalles.	\$ 0.50	\$ 5.00
Lápiz		1	Docena.	HB o 2B, para definir los trazos planos.	\$ 0.25	\$ 3.00
Borrador		6	Uds.	Blanco y de goma.	\$ 0.25	\$ 1.50
Nylon		2	Mazos	Transparente.	\$ 2.00	\$ 4.00
Pernos		3	Cajitas	De 1 ½ a 2" máximo.	\$ 10.00	\$ 30.00
Silicón		10	Frascos	Pequeño.	\$ 0.75	\$ 7.50
Cola blanca		5	Frascos	Grandes	\$ 3.00	\$ 15.00
Super glue		10	Tubos	Pequeños.	\$ 0.30	\$ 3.00
Laca		5	Frascos	Normal.	\$ 5.00	\$ 25.00
Lijas		36	Pliegos.	De tres espesores: #60, #120 y #360.	\$ 1.00	\$ 36.00
					<b>Subtotal</b>	<b>\$ 130.00</b>













**\* Precios incluyen IVA.**

Apéndice Q Proforma de inversión - mobiliario total de la empresa.

Mobiliario	Imagen	Cantidad	Especificaciones técnicas	Costo unitario	Costo total
Mesas de trabajo		3	Madera o acero inoxidable.	\$ 100.00	\$ 300.00
Mesa para reuniones		1	Madera, rectangular.	\$ 150.00	\$ 150.00
Estantes		3	Metálicos, cuatro divisiones	\$ 70.00	\$ 210.00
Vitrinas de exhibición		2	Vidrio	\$ 200.00	\$ 400.00
Asientos ejecutivos		8	Giratorio, tamaño estándar, brazos cromados.	\$ 80.00	\$ 640.00
Asientos para taller		3	Giratoria, tipo estándar.	\$ 25.00	\$ 75.00
Asientos para espera		1	Asiento unificado para tres / cuatro personas.	\$ 60.00	\$ 60.00
Escritorios		5	Convencionales	\$ 30.00	\$ 150.00
Archivadores		5	Madera o metal, cuatro niveles.	\$ 70.00	\$ 350.00
Lamparas fluorescentes		6	De dos o tres tubos.	\$ 40.00	\$ 240.00
Focos		2	Bombillos tipo led.	\$ 3.00	\$ 6.00
Lamparas de emergencia		5	Tipo led, recargables	\$ 25.00	\$ 125.00
				<b>Subtotal</b>	<b>\$ 2,706.00</b>

**\* Precios incluyen IVA.**

Apéndice R Proforma de inversión - equipos y otros de la empresa.

Equipos y otros	Imagen	Cantidad	Especificaciones técnicas	Costo unitario	Costo total
Computador central		1	Intel DualCore G4400 / 3.3 GHz / HD 500Gb /	\$ 400.00	\$ 400.00
Computadores de escritorio		4	memoria DDR4 4Gb / DVD-RW sata / teclado, mouse y parlantes Genius km-130 USB / monitor 20'' led Samsung LS20d300 VGA.	\$ 400.00	\$ 1,600.00
Impresora/copiadora		1	Marca Epson Wf2630 similar a la L575 con wifi.	\$ 195.00	\$ 195.00
Impresora para PDV		1	Estándar, USB, de rollo para facturas.	\$ 150.00	\$ 150.00
Cajón monedero		1	Tamaño reducido.	\$ 60.00	\$ 60.00
Teléfono		1	Central telefónica inalámbrica dos líneas/hasta once extensiones.	\$ 160.00	\$ 160.00
Televisión		1	32'' marca Riviera, tipo Smart - led.	\$ 380.00	\$ 380.00
Dispensador de agua		1	Purificador, filtrado, tres etapas, ahorro.	\$ 25.00	\$ 25.00
Extractor		1	15w de potencia, tamaño 4", hasta cinco m2.	\$ 25.00	\$ 25.00
Aire/Acondicionado		2	Marca Electrolux, tipo Split de 18,000 BTU c/u.	\$ 600.00	\$ 1,200.00
Sistema contra incendios		1	Costo por m2 (incluidos los equipos).	\$ 12.00	\$ 378.00
Sistema de CCTV		1	Tres cámaras tipo domo + una cámara tipo tubo + DVR grabador.	\$ 275.00	\$ 275.00
				<b>Subtotal</b>	<b>\$ 4,848.00</b>

**\* Precios incluyen IVA.**

Apéndice S Cálculo del préstamo - método francés.



**Preparado para:**

Datos del calculo de crédito

**Tipo de Crédito:** Emprendimiento

**Destino:** Activo Fijo / Produccion

**Forma de Pago:** Mensual

**Tasa:** 11.26 %

**Tasa Efectiva:** 11.86 %

**Monto Deseado:** \$ 50,000.00

**Plazo:** 5 años

**Sistema de Amortización:** Capital fijo

**Fecha de emisión:** 29/10/2017

**NOTA:** "Recuerda, esta información es una simulación de crédito, para que te familiarices con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito"

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	\$ 50,000.00	\$ 833.33	\$ 469.17	\$ 13.12	\$ 1,315.62
2	\$ 49,166.67	\$ 833.33	\$ 461.35	\$ 12.90	\$ 1,307.58
3	\$ 48,333.33	\$ 833.33	\$ 453.53	\$ 12.68	\$ 1,299.55
4	\$ 47,500.00	\$ 833.33	\$ 445.71	\$ 12.47	\$ 1,291.51
5	\$ 46,666.67	\$ 833.33	\$ 437.89	\$ 12.25	\$ 1,283.47
6	\$ 45,833.33	\$ 833.33	\$ 430.07	\$ 12.03	\$ 1,275.43
7	\$ 45,000.00	\$ 833.33	\$ 422.25	\$ 11.81	\$ 1,267.39
8	\$ 44,166.67	\$ 833.33	\$ 414.43	\$ 11.59	\$ 1,259.35
9	\$ 43,333.33	\$ 833.33	\$ 406.61	\$ 11.37	\$ 1,251.32
10	\$ 42,500.00	\$ 833.33	\$ 398.79	\$ 11.15	\$ 1,243.28
11	\$ 41,666.67	\$ 833.33	\$ 390.97	\$ 10.93	\$ 1,235.24
12	\$ 40,833.33	\$ 833.33	\$ 383.15	\$ 10.72	\$ 1,227.20
13	\$ 40,000.00	\$ 833.33	\$ 375.33	\$ 10.50	\$ 1,219.16
14	\$ 39,166.67	\$ 833.33	\$ 367.51	\$ 10.28	\$ 1,211.13
15	\$ 38,333.33	\$ 833.33	\$ 359.69	\$ 10.06	\$ 1,203.09
16	\$ 37,500.00	\$ 833.33	\$ 351.88	\$ 9.84	\$ 1,195.05
17	\$ 36,666.67	\$ 833.33	\$ 344.06	\$ 9.62	\$ 1,187.01
18	\$ 35,833.33	\$ 833.33	\$ 336.24	\$ 9.40	\$ 1,178.97
19	\$ 35,000.00	\$ 833.33	\$ 328.42	\$ 9.19	\$ 1,170.94
20	\$ 34,166.67	\$ 833.33	\$ 320.60	\$ 8.97	\$ 1,162.90
21	\$ 33,333.33	\$ 833.33	\$ 312.78	\$ 8.75	\$ 1,154.86
22	\$ 32,500.00	\$ 833.33	\$ 304.96	\$ 8.53	\$ 1,146.82
23	\$ 31,666.67	\$ 833.33	\$ 297.14	\$ 8.31	\$ 1,138.78
24	\$ 30,833.33	\$ 833.33	\$ 289.32	\$ 8.09	\$ 1,130.74
25	\$ 30,000.00	\$ 833.33	\$ 281.50	\$ 7.87	\$ 1,122.71



26	\$ 29,166.67	\$ 833.33	\$ 273.68	\$ 7.65	\$ 1,114.67
27	\$ 28,333.33	\$ 833.33	\$ 265.86	\$ 7.44	\$ 1,106.63
28	\$ 27,500.00	\$ 833.33	\$ 258.04	\$ 7.22	\$ 1,098.59
29	\$ 26,666.67	\$ 833.33	\$ 250.22	\$ 7.00	\$ 1,090.55
30	\$ 25,833.33	\$ 833.33	\$ 242.40	\$ 6.78	\$ 1,082.52
31	\$ 25,000.00	\$ 833.33	\$ 234.58	\$ 6.56	\$ 1,074.48
32	\$ 24,166.67	\$ 833.33	\$ 226.76	\$ 6.34	\$ 1,066.44
33	\$ 23,333.33	\$ 833.33	\$ 218.94	\$ 6.12	\$ 1,058.40
34	\$ 22,500.00	\$ 833.33	\$ 211.13	\$ 5.90	\$ 1,050.36
35	\$ 21,666.67	\$ 833.33	\$ 203.31	\$ 5.69	\$ 1,042.33
36	\$ 20,833.33	\$ 833.33	\$ 195.49	\$ 5.47	\$ 1,034.29
37	\$ 20,000.00	\$ 833.33	\$ 187.67	\$ 5.25	\$ 1,026.25
38	\$ 19,166.67	\$ 833.33	\$ 179.85	\$ 5.03	\$ 1,018.21
39	\$ 18,333.33	\$ 833.33	\$ 172.03	\$ 4.81	\$ 1,010.17
40	\$ 17,500.00	\$ 833.33	\$ 164.21	\$ 4.59	\$ 1,002.13
41	\$ 16,666.67	\$ 833.33	\$ 156.39	\$ 4.37	\$ 994.10
42	\$ 15,833.33	\$ 833.33	\$ 148.57	\$ 4.16	\$ 986.06
43	\$ 15,000.00	\$ 833.33	\$ 140.75	\$ 3.94	\$ 978.02
44	\$ 14,166.67	\$ 833.33	\$ 132.93	\$ 3.72	\$ 969.98
45	\$ 13,333.33	\$ 833.33	\$ 125.11	\$ 3.50	\$ 961.94
46	\$ 12,500.00	\$ 833.33	\$ 117.29	\$ 3.28	\$ 953.91
47	\$ 11,666.67	\$ 833.33	\$ 109.47	\$ 3.06	\$ 945.87
48	\$ 10,833.33	\$ 833.33	\$ 101.65	\$ 2.84	\$ 937.83
49	\$ 10,000.00	\$ 833.33	\$ 93.83	\$ 2.62	\$ 929.79
50	\$ 9,166.67	\$ 833.33	\$ 86.01	\$ 2.41	\$ 921.75
51	\$ 8,333.33	\$ 833.33	\$ 78.19	\$ 2.19	\$ 913.71
52	\$ 7,500.00	\$ 833.33	\$ 70.37	\$ 1.97	\$ 905.68
53	\$ 6,666.67	\$ 833.33	\$ 62.56	\$ 1.75	\$ 897.64
54	\$ 5,833.33	\$ 833.33	\$ 54.74	\$ 1.53	\$ 889.60
55	\$ 5,000.00	\$ 833.33	\$ 46.92	\$ 1.31	\$ 881.56
56	\$ 4,166.67	\$ 833.33	\$ 39.10	\$ 1.09	\$ 873.52
57	\$ 3,333.33	\$ 833.33	\$ 31.28	\$ 0.87	\$ 865.49
58	\$ 2,500.00	\$ 833.33	\$ 23.46	\$ 0.66	\$ 857.45

Matriz Quevedo: Av. 7 de Octubre  
entre la calle Cuarta y Quinta N° 216  
Telf.: (593) 5 750 446  
Sucursal mayor Quito: Antonio Ante  
Oe 1-15 y Av. 10 de Agosto  
Telf.: (593) 2 294 6500  
Ecuador

[www.banecuador.fin.ec](http://www.banecuador.fin.ec)

Adaptado de: Página web - BanEcuador

## Apéndice T Cálculo del préstamo - método alemán.



### Preparado para:

Datos del calculo de crédito

**Tipo de Crédito:** Emprendimiento

**Destino:** Activo Fijo / Produccion

**Forma de Pago:** Mensual

**Tasa:** 11.26 %

**Tasa Efectiva:** 11.86 %

**Monto Deseado:** \$ 50,000.00

**Plazo:** 5 años

**Sistema de Amortización:** Couta fija

**Fecha de emisión:** 29/10/2017

**NOTA:** "Recuerda, esta información es una simulación de crédito, para que te familiarices con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito"

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	\$ 50,000.00	\$ 633.53	\$ 446.56	\$ 13.12	\$ 1,093.21
2	\$ 49,366.47	\$ 639.19	\$ 440.91	\$ 12.95	\$ 1,093.04
3	\$ 48,727.29	\$ 644.89	\$ 435.20	\$ 12.78	\$ 1,092.87
4	\$ 48,082.39	\$ 650.65	\$ 429.44	\$ 12.61	\$ 1,092.70
5	\$ 47,431.74	\$ 656.46	\$ 423.63	\$ 12.44	\$ 1,092.53
6	\$ 46,775.28	\$ 662.33	\$ 417.76	\$ 12.27	\$ 1,092.36
7	\$ 46,112.95	\$ 668.24	\$ 411.85	\$ 12.10	\$ 1,092.19
8	\$ 45,444.70	\$ 674.21	\$ 405.88	\$ 11.92	\$ 1,092.01
9	\$ 44,770.49	\$ 680.23	\$ 399.86	\$ 11.74	\$ 1,091.84
10	\$ 44,090.26	\$ 686.31	\$ 393.78	\$ 11.57	\$ 1,091.66
11	\$ 43,403.95	\$ 692.44	\$ 387.65	\$ 11.39	\$ 1,091.48
12	\$ 42,711.51	\$ 698.62	\$ 381.47	\$ 11.20	\$ 1,091.30
13	\$ 42,012.89	\$ 704.86	\$ 375.23	\$ 11.02	\$ 1,091.11
14	\$ 41,308.03	\$ 711.16	\$ 368.93	\$ 10.84	\$ 1,090.93
15	\$ 40,596.87	\$ 717.51	\$ 362.58	\$ 10.65	\$ 1,090.74
16	\$ 39,879.36	\$ 723.92	\$ 356.17	\$ 10.46	\$ 1,090.55
17	\$ 39,155.44	\$ 730.38	\$ 349.71	\$ 10.27	\$ 1,090.36
18	\$ 38,425.06	\$ 736.91	\$ 343.19	\$ 10.08	\$ 1,090.17
19	\$ 37,688.16	\$ 743.49	\$ 336.60	\$ 9.89	\$ 1,089.98
20	\$ 36,944.67	\$ 750.13	\$ 329.96	\$ 9.69	\$ 1,089.78
21	\$ 36,194.54	\$ 756.83	\$ 323.26	\$ 9.49	\$ 1,089.59
22	\$ 35,437.71	\$ 763.59	\$ 316.50	\$ 9.30	\$ 1,089.39
23	\$ 34,674.13	\$ 770.41	\$ 309.68	\$ 9.10	\$ 1,089.19
24	\$ 33,903.72	\$ 777.29	\$ 302.80	\$ 8.89	\$ 1,088.98
25	\$ 33,126.43	\$ 784.23	\$ 295.86	\$ 8.69	\$ 1,088.78

26	\$ 32,342.20	\$ 791.23	\$ 288.86	\$ 8.48	\$ 1,088.58
27	\$ 31,550.97	\$ 798.30	\$ 281.79	\$ 8.28	\$ 1,088.37
28	\$ 30,752.67	\$ 805.43	\$ 274.66	\$ 8.07	\$ 1,088.16
29	\$ 29,947.24	\$ 812.62	\$ 267.47	\$ 7.86	\$ 1,087.95
30	\$ 29,134.61	\$ 819.88	\$ 260.21	\$ 7.64	\$ 1,087.73
31	\$ 28,314.73	\$ 827.20	\$ 252.89	\$ 7.43	\$ 1,087.52
32	\$ 27,487.53	\$ 834.59	\$ 245.50	\$ 7.21	\$ 1,087.30
33	\$ 26,652.93	\$ 842.05	\$ 238.04	\$ 6.99	\$ 1,087.08
34	\$ 25,810.89	\$ 849.57	\$ 230.52	\$ 6.77	\$ 1,086.86
35	\$ 24,961.32	\$ 857.15	\$ 222.94	\$ 6.55	\$ 1,086.64
36	\$ 24,104.17	\$ 864.81	\$ 215.28	\$ 6.32	\$ 1,086.41
37	\$ 23,239.36	\$ 872.53	\$ 207.56	\$ 6.10	\$ 1,086.19
38	\$ 22,366.82	\$ 880.33	\$ 199.76	\$ 5.87	\$ 1,085.96
39	\$ 21,486.50	\$ 888.19	\$ 191.90	\$ 5.64	\$ 1,085.73
40	\$ 20,598.31	\$ 896.12	\$ 183.97	\$ 5.40	\$ 1,085.49
41	\$ 19,702.19	\$ 904.13	\$ 175.97	\$ 5.17	\$ 1,085.26
42	\$ 18,798.06	\$ 912.20	\$ 167.89	\$ 4.93	\$ 1,085.02
43	\$ 17,885.86	\$ 920.35	\$ 159.74	\$ 4.69	\$ 1,084.78
44	\$ 16,965.51	\$ 928.57	\$ 151.52	\$ 4.45	\$ 1,084.54
45	\$ 16,036.95	\$ 936.86	\$ 143.23	\$ 4.21	\$ 1,084.30
46	\$ 15,100.08	\$ 945.23	\$ 134.86	\$ 3.96	\$ 1,084.05
47	\$ 14,154.86	\$ 953.67	\$ 126.42	\$ 3.71	\$ 1,083.80
48	\$ 13,201.19	\$ 962.19	\$ 117.90	\$ 3.46	\$ 1,083.55
49	\$ 12,239.00	\$ 970.78	\$ 109.31	\$ 3.21	\$ 1,083.30
50	\$ 11,268.22	\$ 979.45	\$ 100.64	\$ 2.96	\$ 1,083.05
51	\$ 10,288.77	\$ 988.20	\$ 91.89	\$ 2.70	\$ 1,082.79
52	\$ 9,300.57	\$ 997.03	\$ 83.07	\$ 2.44	\$ 1,082.53
53	\$ 8,303.54	\$ 1,005.93	\$ 74.16	\$ 2.18	\$ 1,082.27
54	\$ 7,297.61	\$ 1,014.91	\$ 65.18	\$ 1.91	\$ 1,082.01
55	\$ 6,282.70	\$ 1,023.98	\$ 56.11	\$ 1.65	\$ 1,081.74
56	\$ 5,258.72	\$ 1,033.12	\$ 46.97	\$ 1.38	\$ 1,081.47
57	\$ 4,225.60	\$ 1,042.35	\$ 37.74	\$ 1.11	\$ 1,081.20
58	\$ 3,183.24	\$ 1,051.66	\$ 28.43	\$ 0.84	\$ 1,080.93

Matriz Quevedo: Av. 7 de Octubre  
entre la calle Cuarta y Quinta N° 216  
Telf.: (593) 5 750 448  
Sucursal mayor Quito: Antonio Ante  
Oe 1-15 y Av. 10 de Agosto  
Telf.: (593) 2 294 6500  
Ecuador

[www.banecuador.fin.ec](http://www.banecuador.fin.ec)

Adaptado de: Página web – BanEcuador.