



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:**

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE ARETESANÍAS DE  
TAGUA EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE LOS BANCOS**

**AUTOR: Alex Darwin Carrera Vaca**

**TUTOR METODOLOGICO: Mg. Eduardo Ramiro Pastás Gutiérrez**

**TUTOR TÉCNICO: PhD. Erika Sofía Escobar Redín**

**QUITO- ECUADOR**

**AÑO: 2019**

## **Aprobación del Tutor**

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación del Proyecto: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE ARTESANÍAS DE TAGUA EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE LOS BANCOS, presentado por el ciudadano Alex Darwin Carrera Vaca estudiante del programa de Ingeniería en ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la Universidad Tecnológica Israel considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, febrero de 2019

EL TUTOR

Mg. Eduardo Ramiro Pastás Gutiérrez

## **Declaración de autenticidad**

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Alex Darwin Carrera Vaca.

C.I. 1714676564

## **Aprobación del tribunal de grado**

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Tecnológica Israel.

Quito, febrero de 2019

Para constancia firman.

**TRIBUNAL DE GRADO**

**PRESIDENTE**

**VOCAL**

**VOCAL**

## **Dedicatoria**

**A Dios**, por haberme dado la vida, la salud y la fortaleza para terminar este trabajo, etapa tan importante de mi formación profesional que ha sido para mí como un reto inalcanzable, pero con el esfuerzo y las ganas que se nos impartió lo he logrado.

**A mis Padres**, por confiar en mí y apoyarme, por haber creído que podía ser un excelente profesional. Gracias por su comprensión incondicional, porque cuando estaba desmotivado, ellos me daban el coraje y el empuje para seguir siempre adelante.

**A mis hermanos**, por su apoyo y ánimo que me brindan día a día para alcanzar nuevas metas, tanto profesionales como personales siempre están conmigo dándome una mano cuando más los necesito, que tan solo un gesto de respaldo de ellos, hace que mi vida tenga un valor muy emotivo en mi vida.

**A mis sobrinos**, Ariel, y kaelyn, que son el motivo y razón que me ha llevado a seguir superándome para alcanzar mis más apreciados ideales de superación, ellos fueron quienes en sus pensamientos tan infantiles hacen que en mis momentos más difíciles pongan ese sentimiento tan especial que es su ternura, de ellos que para mí fue el empuje más fuerte de superación.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Tecnológica Israel, por haber sido el gestor del espacio de formación y estudio, por haberme permitido obtener el aprendizaje con Tutores de excelencia que supieron guiarme por el sendero del aprendizaje y el conocimiento y en especial a quienes nos guiaron en mi informe de tesis.

De la misma manera agradezco a todos mis compañeros de fórmula de la Bodega del Gobierno Autónomo Descentralizado provincia de pichincha de la Zona Cuatro Los Bancos Sr. Héctor Hugo Cusme Solorzano, JEFE DEL DEPARTAMENTO DE BODEGA, a los Señores Wilman Jumbo y David Martínez REGISTRADORES DE MATERIALES de la misma dependencia, quienes supieron brindarme su apoyo incondicional tanto de amistad como profesional dándome las facilidades para desarrollar esta tesis lo mejor posible.

## **Resumen**

La tagua es una palma de nombre científico, MICROCARPHAS PHITILELEPHAS, que en Ecuador se le conoce “mococho o marfil vegetal esta semilla se parece mucho al marfil a pesar de sus propiedades distintas que posee, crece en los bosques húmedos de tropicales de la región del pacífico, especialmente en Panamá Colombia y Ecuador. Y lo más novedoso es que se halla en el noroccidente de Pichincha, como es la parroquia de Mindo, el Chipal, La 11 de Junio, y en los recintos de La 23 de Junio, Amanecer Campesino, El Mulaute y otros sectores aledaños.

La tagua es un tipo de palma cuya apariencia física es muy cónica y atrofiada y alargada, se utiliza y se comercializa internacionalmente, principalmente para hacer botones y también figuras artísticas o decorativas y adornos. Es importante mencionar que para comercializar la tagua se necesita de una clasificación efectiva teniendo en cuenta el tamaño y el peso de la tagua, estas pueden ser, Extra grandes, Grandes, Medianas, Pequeñas.

Diseñar un plan de negocios para la fabricación de adornos de semilla de palma de tagua en el Cantón San Miguel de Los Bancos, implementando herramientas técnicas para promover el desarrollo económico del país.

Es necesario que los habitantes del Cantón Los Bancos mejoren su desempeño de ventas en tagua, de manera que brinden grandes expectativas de negocios, además de recuperar la dedicación y entusiasmo en sus labores a través de nuevos conocimientos, e incorporando estrategias competitivas para incrementar el comercio de la tagua en la región.

### **Palabras clave**

Producción

Rentabilidad

Artesanías

Inversión

## **Abstract**

Tagua is a palm of scientific name, MICROCARPHAS PHITILELEPHAS, which in Ecuador is known as "mococho or vegetable ivory. This seed is very similar to ivory, despite its different properties, it grows in the humid tropical forests of the region of the peaceful, especially in Panama, Colombia and Ecuador. And the most novel thing is that it is located in the northwest of Pichincha, such as the parish of Mindo, el Chipal, on June 11, and in the precincts of La 23 de Junio, Campesino Dawn, El Mulaute and other surrounding areas.

The tagua is a type of palm whose physical appearance is very conical and atrophied and elongated, it is used and marketed internationally, mainly to make buttons and also artistic or decorative figures and ornaments. It is important to mention that in order to market the tagua, an effective classification is needed taking into account the size and weight of the tagua, these can be Extra Large, Large, Medium, Small.

Design a business plan for the manufacture of tagua palm seed ornaments in the San Miguel de Los Bancos Canton, implementing technical tools to promote the country's economic development..

It is necessary that the residents of Cantón Los Bancos improve their sales performance in tagua, in a way that provides great business expectations, in addition to recovering the dedication and enthusiasm in their work through new knowledge, and incorporating competitive strategies to increase trade. of the tagua in the region.

### **Keywords**

Production

Cost effectiveness

handicrafts

Investment



## Índice

APROBACIÓN DEL TUTOR .....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
RESUMEN .....	VII
ÍNDICE.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS .....	XII
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XIV
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	7
MARCO TEÓRICO .....	7
1.1 Contextualización espacio temporal del problema.....	7
1.1.1 Macro entorno.....	7
1.1.2 Meso entorno .....	7
1.1.3 Micro entorno .....	8
1.2 Investigaciones previas.....	9
1.3 Cuerpo teórico conceptual .....	12
1.3.1 Plan de negocios .....	12
1.3.2 Investigación de mercado .....	13
1.3.3 Estudio técnico-operativo .....	15
1.3.4 Estudio económico .....	17
CAPÍTULO II.....	19
MARCO METODOLÓGICO .....	19
2.1 Contextualización espacio temporal del problema.....	19
2.1.1 Tipo de investigación.....	19
2.2 Población, unidades de estudio y muestra .....	20
2.3 Métodos empíricos y técnicas empleadas para la recolección de la información ...	21
2.4 Análisis estadístico de las encuestas aplicadas a los moradores y turistas del sector ...	22
2.5 Análisis de la entrevista a expertos.....	26
2.6 Análisis general de la investigación .....	27

CAPÍTULO III .....	28
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE ADORNOS DE TAGUA EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE LOS BANCOS .....	28
3.1 Investigación de mercado .....	28
3.1.1 Objetivo de la investigación .....	28
3.1.2 Resultados de la investigación.....	28
3.1.3 Análisis de la oferta .....	29
3.1.4 Análisis de la demanda .....	31
3.1.5 Análisis de la competencia .....	32
3.1.6 FODA .....	33
3.1.7 Plan de marketing y ventas .....	35
3.2 Organización.....	42
3.2.1 Nombre de la empresa .....	42
3.2.2 Logotipo.....	43
3.2.3 Generalidades del negocio .....	44
3.2.4 Conformación legal de la empresa .....	44
3.2.5 Direccionamiento estratégico de la empresa .....	46
3.2.6 Estructura organizacional .....	49
3.3 Estudio Técnico .....	53
3.3.1 Localización del proyecto.....	53
3.3.2 Capacidad de producción.....	58
3.3.3 Proceso de fabricación.....	58
3.3.4 Proveedores .....	61
3.3.5 Maquinaria y herramientas .....	61
3.4 Estudio Financiero .....	62
3.4.1 Inversión total del proyecto .....	62
3.4.1.1 <i>Inversión fija</i> .....	63
3.4.1.2 <i>Activos diferidos</i> .....	65
3.4.1.3 <i>Capital de trabajo</i> .....	65
3.4.2 Financiamiento .....	66
3.4.3 Presupuesto de costos y gastos .....	66
3.4.4 Presupuesto de ingresos.....	68
3.4.5 Estado de pérdidas y ganancias .....	69

3.4.6 Estado de situación financiera Inicial .....	70
3.4.7 Flujo neto de caja.....	71
3.5 Evaluación Financiera .....	74
3.5.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR.....	74
3.5.2 VAN.....	74
3.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	75
3.5.4 PRI.....	76
3.5.5 Punto de equilibrio.....	76
3.5.6 Indicadores financieros .....	77
CONCLUSIONES.....	78
RECOMENDACIONES .....	79
BIBLIOGRAFÍA .....	80
ANEXOS .....	82

## Índice de tablas

Tabla 1: Adquisición de artesanías .....	22
Tabla 2: Artesanías de preferencia .....	22
Tabla 3: Adquisición de artesanías .....	23
Tabla 4: Locales de expendio .....	23
Tabla 5: Comercialización y productos .....	24
Tabla 6: Ubicación de ventas.....	24
Tabla 7: Precios de las artesanías .....	25
Tabla 8: Compra de artesanías.....	25
Tabla 9: Adquisición de artesanías .....	26
Tabla 10: Artesanías del Sector .....	311
Tabla 11: Matriz de Macroambiente .....	313
Tabla 12: FODA .....	333
Tabla 13: FODA cruzado .....	344
Tabla 14: Estrategias de marketing mix .....	355
Tabla 15: Política de precios .....	377
Tabla 16: Matriz de evaluación logo tipo .....	43
Tabla 17: Descripción de funciones de gerente general .....	500
Tabla 18: Descripción de funciones del departamento de ventas.....	511
Tabla 19: Descripción de funciones del departamento de ventas.....	522
Tabla 20: Matriz macrolocalización .....	54
Tabla 21: Matriz microlocalización.....	55
Tabla 22: Maquinaria y herramientas .....	611
Tabla 23: Inversión total del proyecto .....	62
Tabla 24: Inversión fija.....	623
Tabla 25: Depreciación activos fijos .....	634
Tabla 26: Activos diferidos .....	665
Tabla 27: Amortización de activos diferidos.....	675
Tabla 28: Capital de trabajo.....	685
Tabla 29: Aporte Socios .....	696
Tabla 30: Presupuesto de costos y gastos .....	707

Tabla 31: Presupuesto de ingresos.....	728
Tabla 32: Estado de Perdidas y ganancias.....	<b>¡Error! Marcador no definido.9</b>
Tabla 33: Balance inicial .....	70
Tabla 34: Flujo de caja .....	72
Tabla 35: TMAR .....	74
Tabla 36: VAN .....	74
Tabla 37: TIR .....	75
Tabla 38: PRI.....	76
Tabla 39: Punto de equilibrio .....	76
Tabla 40: Indicadores financieros.....	77

## Índice de Figuras

Figura 1: Publicidad y promoción .....	38
Figura 2: Productos.....	39
Figura 3: Publicidad y promoción .....	39
Figura 4: Tríptico información empresa.....	40
Figura 5: Página web de la empresa .....	41
Figura 6: Estrategia operativa.....	41
Figura 7: Logotipo de la empresa.....	43
Figura 8: Estructura organizacional de la empresa.....	49
Figura 9: Macro localización de la empresa.....	55
Figura 10: Planta.....	57
Figura 11: Proceso de fabricación .....	58

## **Introducción**

### **Situación problemática**

La semilla de tagua en el Ecuador tiene mucha importancia económica y de atractivo turístico por ser un producto que se obtiene en abundancia, las personas encargadas del tratamiento de la semilla de tagua utilizan diferentes técnicas que dan como resultado artesanías tales como dijes, pulseras, cadenas, adornos entre otros, y productos de consumo citando como ejemplo los dulces de tagua. (Salazar & Castillo, 2002)

En estos últimos tiempos las artesanías a base de semillas tagua son incluidas como parte del impulso económico de los sectores del noroccidente de pichincha, las regiones encargadas de su producción, sin embargo en el ejercicio de esta actividad muy poco se involucra a la comunidades como actores principales o beneficiarios directos, por lo que muchas veces este mejoramiento económico no se refleja en las ventas realizadas de los ciudadanos locales. (Reyes, 2017)

Durante los últimos tiempos en la mayoría de los pueblos del Ecuador se ha venido desarrollando lo que es el Turismo Comunitario, con la finalidad de obtener mayores beneficios para la zona a través de esta actividad; pero, en muchas ocasiones esto no resulta así, ya sea por la falta de promoción que tiene un determinado destino o el poco cuidado que se le ha dado a sus atractivos por parte de sus pobladores, debido a que estos en innumerables ocasiones no han sido capacitados correctamente para el uso adecuado de sus recursos tanto naturales como culturales. (Salazar & Castillo, 2002)

El impulso de la tesis, está dirigida particularmente al Cantón San Miguel de Los Bancos más conocido como el Cantón del amor, perteneciente a la provincia de pichincha, En este sector, bajo una simple observación, análisis y diagnóstico, determinamos claramente que existe una considerable escasez de recursos estratégicos que bien se aplican a las artesanías a base de semillas de tagua.

El propósito es hacer conocerla propuesta de un “Plan de comercialización para la línea de productos a base de tagua en el Cantón los Bancos, noroccidente de pichincha, para demostrar que esta la población se dirige hacia un nuevo sistema de vida, donde este

emprendimiento mejorara y nos llevara hacia una mejor calidad de vida, con esta actividad económica que a su vez forma parte del desarrollo a nivel provincial.

Este adorno es un objeto que se usa con el fin de adornar, o sea, embellecer una cosa con fines estéticos. Muchos objetos pueden servir con este fin, dependiendo lo que se pretenda embellecer. Un firulete es un adorno de gusto dudoso y superfluo. Desde la más remota antigüedad el ser humano trató de embellecer su cuerpo, colgándose cosas, pintándose, o incluso insertándose en la nariz u orejas, a modo de adorno. Así surgieron los aros, los collares, los maquillajes, las pulseras, los tatuajes, etcétera. Por extensión se dice que las cualidades de una persona contribuyen a adornarla.

Para adornar o decorar las casas se utilizan cuadros, floreros, tapices, platos, existiendo una carrera específica para saber hacerlo con estilo y refinamiento que es la de decoración de interiores. La repostería cuenta con una sección especial que enseña a decorar platos y tortas, colocándoles adornos, para hacer de la presentación de los manjares, una atracción visual.

Las fiestas navideñas son una ocasión especial para colocar adornos en el tradicional arbolito, y volverlo colorido e iluminado, con bolas de diferentes colores y tamaños, y otros formatos más novedosos.

La revisión bibliográfica ha permitido identificar el papel que le incumbe a la educación en beneficio de una identidad proveniente de la elaboración de los objetos artesanales de la costa ecuatoriana, por tanto, resulta importante analizar la influencia y el rol de la educación como factor de la sociedad en el logro del fin del proyecto y proponer algunas formas de educación no formal a través de la capacitación, para contribuir al fortalecimiento de la producción artesanal como una vía de lograr el posicionamiento de las artesanías elaboradas en la provincia de Santa Elena (Reyes, 2017).

Son múltiples los usos que se dan a la planta, se utiliza casi todas las partes de la planta, así tenemos sus raíces que son medicinales, (curan, dolores musculares), los tallos sirven para pisos de pistas asientos etc. Las hojas sirven para cubiertas de casas. Las semillas de la taguase usan como preferencia para la fabricación, y comercialización tagua.



El polvo que sale al momento de perfeccionar el producto es mezclado con otros componentes y sirven como balanceados para animales. Las partes huecas de la corteza sirven para la fabricación de ladrillos.

La tagua es una palma de nombre científico, *MICROCARPHAS PHITILELEPHAS*, que en Ecuador se le conoce “mococho o marfil vegetal esta semilla se parece mucho al marfil a pesar de sus propiedades distintas que posee, crece en los bosques húmedos de tropicales de la región del pacífico, especialmente en Panamá Colombia y Ecuador. Y lo más novedoso es que se halla en el noroccidente de Pichincha, como es la parroquia de Mindo, el Chipal, La 11 de Junio, y en los recintos de La 23 de Junio, Amanecer Campesino, El Mulaute y otros sectores aledaños.

La tagua es un tipo de palma cuya apariencia física es muy cónica y atrofiada y alargada, se utiliza y se comercializa internacionalmente, principalmente para hacer botones y también figuras artísticas o decorativas y adornos.

Es importante mencionar que para comercializar la tagua se necesita de una clasificación efectiva teniendo en cuenta el tamaño y el peso de la tagua, estas pueden ser, Extra grandes, Grandes, Medianas, Pequeñas.

La tagua o marfil vegetal se obtiene del endosperma blanco y duro, de las semillas de la palmera *Phytelephas* sp, de la familia *Arecaceae*. La especie se distribuye en el noroeste de Sur América. El endosperma pulido de la semilla se parece muchísimo al marfil, a pesar de sus propiedades completamente distintas. En Ecuador, la especie utilizada para la obtención de tagua es *Phytelephas aequatorialis*, que existe en la zona subtropical entre los Andes y la Costa especialmente en la provincia de Manabí hasta una altitud de aproximadamente 1.500 metros, sobre todo en la ciudad de Montecristi donde muchos extranjeros y ecuatorianos pasean en busca de figuras bonitas y baratas elaboradas con tagua. La tagua (harina de tagua) sirve como alimento para animales (ganado, cerdos, aves).

El producto ha tenido mucha demanda en los países del hemisferio norte hasta inicios de este siglo principalmente para producción de botones. Se estima que, en 1920, un 20% de los botones producidos en los Estados Unidos eran hechos de tagua, procedentes principalmente de Ecuador, Colombia y Panamá. La industria ha tenido un gran retroceso

después de la segunda guerra mundial, cuando el plástico reemplazó casi totalmente el uso de la tagua.

La tagua, también conocida como nuez de marfil o marfil vegetal, es la semilla de la palma *Phitelephas macro carpa*, que crece en los bosques húmedos tropicales de la región del Pacífico, especialmente en Panamá, Colombia y Ecuador. Se utiliza y se comercializa internacionalmente, principalmente para hacer botones y también figuras artísticas o decorativas y adornos. En Ecuador, la especie utilizada para la obtención de tagua es *Phitelephas aequatorialis*, que existe en la zona subtropical entre los Andes y la Costa especialmente en la provincia de Manabí hasta una altitud de aproximadamente 1.500 metros, sobre todo en la ciudad de Montecristi donde muchos extranjeros y ecuatorianos pasean en busca de figuras bonitas elaboradas con tagua.

### **Formulación del problema.**

En la actualidad se evidencia la subutilización de la tagua en el noroccidente de pichincha Cantón los Bancos.

### **Objetivo general.**

Diseñar un plan de negocios para la fabricación de artesanías de tagua en el Cantón San Miguel de Los Bancos, implementando herramientas técnicas para promover el desarrollo económico del país.

### **Objetivos Específicos.**

- Realizar una fundamentación teórica mediante la revisión bibliográfica para sustentar el proyecto.
- Analizar el mercado para conocer la situación actual del sector artesanal.
- Desarrollar estrategias técnicas para el proceso de diseño, creando nuevos modelos implementando herramientas técnicas para el desarrollo económico del país.

## **Idea a defender**

Mediante un Plan de negocios eficiente permitirá que la subutilización de la semilla de tagua sea utilizada, para promover el desarrollo económico del Cantón Los Bancos, Noroccidente de Pichincha

## **Variable dependiente**

Plan de negocios.

## **Variable independiente**

Subutilización de la semilla de tagua.

## **Justificación**

Desarrollar un plan de comercialización en el Cantón Los Bancos es fundamental por ser un aporte a la artesanía del país, tal es así que el cantón será reconocido como artesano en el noroccidente de pichincha. Por ende, la mejora económica de los habitantes del cantón, y la atracción turística sería más factible.

El principal aporte sería enseñar a la colectividad a ser emprendedores, y solventar sus problemas en unión familiar, por ser ya empresarios de sus propios negocios.

Su elaboración es muy representativa ya que existe en disponibilidad mucha materia prima, que es lo principal y a muy bajo costo.

Es necesario que los habitantes del Cantón Los Bancos mejoren su desempeño de ventas en tagua, de manera que brinden grandes expectativas de negocios, además de recuperar la dedicación y entusiasmo en sus labores a través de nuevos conocimientos, e incorporando estrategias competitivas para incrementar el comercio de la tagua en la región.

Sus habitantes requieren de manera oportuna dirigirse hacia otros clientes y ofertando nuevas formas de productos a base de tagua con la implementación de objetivos de comercialización.

Son varios los sectores aledaños a la zona del Cantón Los Bancos que requieren de materia prima procesada y lista para ser trabajada, los proveedores que facilitan este insumo

se encuentran en sectores más alejados. Con el debido estudio incluido en la propuesta de un plan de comercialización identificamos a clientes potenciales, introducimos el producto procesado bajo sus diferentes formas y así captamos el mercado, a esto se suma buscar estrategias para reducir costos cuando se compra las semillas de tagua ya endurecidas desde otros lugares.

La observación siendo el elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del conjunto de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación

Se mantuvo contacto visual con el entorno de la comuna y de los sectores clave donde se identificó los sucesos que están afectando directa e indirectamente a la planificación comercial y aplicación de nuevas estrategias para mantenerse en el mercado competitivo. Esta técnica que consistió en observar atentamente el fenómeno o problemática en el Cantón Los Bancos tomar información y registrarla para su análisis respectivo y toma de decisiones que servirán de aporte para su implementación de estrategia

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1 Contextualización espacio temporal del problema**

##### **1.1.1 Macro entorno**

La tagua es un recurso forestal con enorme potencial que actualmente se está comercializando para los diferentes países del mundo, representando fuentes de ingresos para el país y los artesanos. Es importante señalar que este producto es elaborado por los artesanos de las diferentes regiones del Ecuador donde se cultivan la tagua, destacando su precio y los originales productos elaborados con la tagua desde botones hasta bisuterías. Predominando siempre la diversidad de modelos y colores que hacen que cada pieza sea de calidad. La característica de los nuevos productos o los ya existentes se basan en los emprendimientos, en los cuales permiten aparición de nuevas empresas o negocio, es por eso que la creación de este negocio se basa en los resultados de los estudios y aplicación de estrategias de E-marketing realizadas para la comercialización de productos de tagua en la ciudad Guayaquil, debido que es donde hay mayor accesibilidad para vender los productos y mayor tasa de desempleo

##### **1.1.2 Meso entorno**

En la actualidad tenemos algunos inconvenientes en lo que es la mejor calidad de vida por la falta de empleos por ende la falta de fuentes de empleo, es así como el presente trabajo de investigación que tiene por tema “Plan de comercialización de adornos de tagua en san miguel de los bancos, noroccidente de pichincha” este plan realizó con la finalidad de conocer la situación actual del sector del artesano de tagua en la Provincia de pichincha, además que el artesano conozca el proceso y los beneficios que brinda su comercialización.

A nivel del país se llevó a cabo este trabajo investigativo se tomó en consideración la metodología de la investigación descriptiva, mediante la cual se logró obtener las variables positivas y negativas de los artesanos de tagua de la provincia de Esmeraldas, determinar qué factores se convierten en barreras para el crecimiento de las microempresas.

### 1.1.3 Micro entorno

El impulso de la tesis, está dirigida particularmente al Cantón San Miguel de Los Bancos más conocido como el Cantón del amor, perteneciente a la provincia de Pichincha, En este sector, bajo una simple observación, análisis y diagnóstico, determinamos claramente que existe una considerable escasez de recursos estratégicos que bien se aplican a las artesanías a base de semillas de tagua.

Mindo es una parroquia que se encuentra albergando el mayor número de bosques naturales, con diversa de flora y fauna, una gran parte de su territorio se encuentran ocupadas por pastizales ya que es una actividad El impulso de la tesis está dirigida particularmente al Cantón San Miguel de Los Bancos más conocido como el Cantón del amor provincia de Pichincha, en este sector bajo una simple observación de análisis y diagnóstico determinamos claramente que existe una escases de recursos estratégicos, y herramientas técnicas para aplicar a este producto artesano tan ansiado por los amantes del arte, que les atrae tener un recuerdo especial de tan hermoso ejemplar como el marfil vegetal.

Este Cantón se encuentra ubicado a 94 kilómetros de la ciudad de Quito, noroccidente d Pichincha su clima se caracteriza por ser bastante lluvioso y de una neblina muy densa, su geografía montañosa hace que su humedad sea del 95% de promedio se encuentra de 550 a 1800m sobre nivel del mar.

Toda su población está conformada por colonos orenses, lojanos, y manabitas su población es de 17573 habitantes (proyección al 2010. Fuente: INEC) el Cantón se encuentra en la cordillera de Los Andes ubicado en una vegetación extensa con bosques muy húmedos dentro del ramal occidental, dentro de la subcuenca hidrográfica del RIO Blanco y del rio Guayllabamba, su mayor porcentaje de bosques primarios se encuentran en la parroquia de Mindo, además se encuentran 52 centros poblados entre comunidades y recintos distribuidas en toda su geografía cantonal.

Su territorio cantonal más importante como recurso natural es el del bosque protector Mindo Nambillo, con una superficie de 19200 hectáreas de las cuales 8596 hectáreas se encuentran en principal actividad del Cantón es la ganadería, y su otra parte está ocupada por cultivos de palmito, caña de azúcar, plátano, naranjilla entre otras en pequeñas proporciones.

Esta zona es visitada por muchos turistas debidos a sus cascadas, sus ríos, y biodiversidad, entre estos se destacan los ríos Cristal, Nambillo y Mindo que conforman el Rio Blanco, dentro de estos valles de nuestra zonas se encuentran las plantas de tagua las cuales están desarrolladas a las riveras de estos ríos como en las zonas de siembra de pastos, en los sectores del Rio Blanco, Amanecer Campesino, El Mulaute, La 23 de Junio entre otros esto hace de que nuestra población, tenga en mente un nuevo ingreso, produciendo artesanías de tagua para hacer de ella su profesión habitual.

## **1.2 Investigaciones previas**

El plan de negocios de producción se aplicó por su fundamentación y aporte para ampliar teorías que contribuyen a la investigación, siendo de aporte fundamental para tomar decisiones y medidas correctivas ante la aplicación de este negocio.

### **a. Investigación negocios para la creación de una empresa exportadora de figuras y bisutería de tagua**

En la tesis de (Andrango & Taipe, 2014) titulada *Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de figuras y bisutería de tagua al mercado de Bélgica*. Universidad de las fuerzas armadas – ESPE carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y negociación internacional. Afirma que:

El arancel para las exportaciones de figuras y bisutería de tagua en el Ecuador corresponden a la partida 9602.00.90.00, mientras que para la Unión Europea incluyendo Bélgica su sistema armonizado denominado TARIC clasifica a las figuras y bisutería en tagua con la partida arancelaria 9602.90.00.00. Por lo mencionado la competencia internacional de la nueva empresa exportadora “DU PURE IVOIRE VEGETALE” estaría dada por las exportaciones que realicen los diferentes países productores-exportadores de tagua bajo el arancel anteriormente indicado y sus homólogos internacionales, en especial las importaciones realizadas desde Bélgica. Los principales países desde los que importa Bélgica en referencia a la clasificación TRADEMAP 9602.0000 durante los últimos cinco años son: Francia 52%, Estados Unidos 17%, China 14% en promedio. Nótese que ninguno de estos países son productores de tagua. El detalle de todos los países desde los que importa Bélgica en referencia a la mencionada clasificación se los puede observar en el Anexo 1. Países

desde los que importa Bélgica TRADEMAP 9602.000 lustro 2007-2011. (Andrango & Taipe, 2014, pág. 24 . 25)

Se identifica que las exportaciones al exterior son muy beneficiosas para las empresas, en especial para las de Ecuador que al momento tiene algunos países que son nuestros principales consumidores como, Estados Unidos y China considerando que nuestra producción se caracteriza por ser, innovadores y diseñadores de productos con la más alta calidad lo que nos hace ser los principales productores de Sur América.

**b) Investigación del Modelo de negocio: producción y comercialización de juguetes didácticos para niños.**

De acuerdo a (Aragundy & Tubon, 2017), en su tesis de grado *Modelo de negocio: producción y comercialización de juguetes didácticos para niños de 0 a 5 años a base de tagua y su futura exportación hacia el mercado italiano*. Universidad de Guayaquil. Afirma que:

El sector juguetero en el Ecuador brinda empleo a más de 2000 personas en el país, dicha industria dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes de plástico PVC se ve incentivada gracias a una población de 4,31 millones de niños y niñas de entre 0 – 9 años de edad según Ecuador en cifras. Existen aproximadamente 598 establecimientos económicos dedicados a esta actividad, sin embargo, todos ellos ofrecen un producto de similares características, ofrecen un juguete elaborado a base de plástico PVC el cual puede resultar extremadamente tóxico sino recibe el tratamiento adecuado. Es por esto que Soer Children´s Toys ofrece un producto diferente, un producto original en el mercado local y podemos decir que llegara a ser muy apetecido y apreciado por su materia prima en el mercado internacional (pág. 14).

Para nuestra producción es necesario recalcar que las producciones de artesanías de tagua también se enfocan hacia los más pequeños, dándoles satisfacciones en relación a juguetes de plástico con juguetes de tagua, cobra mucha similitud gracias a su resistencia al momento de golpearse, ya que no son fáciles de destruir y sus acabados son muy satisfactorios ya que no causan daños para los requerimientos infantiles.



**b. Investigación de un plan de negocios para producir y comercializar diseños de calidad.**

En la tesis de (Luque, 2009), titulada *Plan de negocios para producir y comercializar confecciones con excelente nivel de diseño y calidad*. Pontificia universidad javeriana facultad de ciencias económicas y administrativas Bogotá D.C. Afirma que:

Las confecciones tienen una relación muy estrecha con el sector textil, y esto se convierte en una cadena estratégica que genera buena cantidad de dividendos a la economía del país, y su respectivo aporte al PIB y en especial a la balanza comercial, ya que gran parte de la producción tiene como destino países del exterior. El crecimiento en la actividad económica de éste sector nos indica que existe un aumento en la oferta de productos confeccionados, ya sea en un ámbito local o internacional, además que siempre y cuando exista un proceso de eficiencia y búsqueda constante de competitividad, la reputación de las confecciones colombianas seguirá teniendo una gran acogida en el cliente. Esa preocupación en las organizaciones ha permitido un mejoramiento, al igual que los apoyos de diferentes entidades gubernamentales. Lo que podemos corroborar mediante la siguiente tabla que nos muestra el comportamiento general del sector. (pág. 63)

Cuando hablamos de negocio nos referimos directamente al incremento de ingresos, y que la relación del crecimiento de las ventas hace que nuestro plan de negocios sea muy rentable, porque al momento de incrementar las ventas, también nosotros abriremos más fuentes de trabajo y así sacar adelante a nuestro Cantón y por ende a nuestro país.

**c. Análisis del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa**

De acuerdo a (Vaca, 2013) en su tesis de *Factibilidad para la creación de una microempresa de artesanías en tagua “Manos Libres” en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura*. Universidad técnica del norte facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, afirma que:

Al analizar la oferta o competencia actual del año 2011 se establece que no existe una empresa de producción y comercialización de artesanías de tagua en la ciudad de Ibarra. Actualmente en la provincia de Imbabura existe una empresa que se puede

considerar como competidor directo y es el Taller Fibras del Paraíso, que se encuentra ubicada en la parroquia García Moreno del cantón Cotacachi la cual se dedica a la elaboración y comercialización de artesanías en tagua como: collares pulseras, aretes, anillos, llaveros y masajeadores, al igual que realiza artesanías con paja toquilla, semillas del bosque y cepa de plátano. De acuerdo a información secundaria obtenida de CORPEI se establece que existen microempresas a nivel del Ecuador que elaboran y comercializan artesanías de tagua como: Boto Tagua Internacional, Artesanías Palitagua, Artemundo, Kamila´s, Vivi Artesanía, Keny y 82 Tropical Tag, entre otras dedicadas a la fabricación de artesanías en tagua. (pág. 81. 82)

Este trabajo de titulación se vincula perfectamente al negocio de producción de artesanías de tagua, gracias a que también considera la maquinaria técnica de punta como una buena forma de incrementar la producción, para poder alcanzar satisfacciones para nuestras familias y así poder ser reconocidos no solo a nivel nacional, sino también internacional.

### **1.3 Cuerpo teórico conceptual**

#### **1.3.1 Plan de negocios**

Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad, y desarrolla las estrategias y procedimientos para convertir dicha oportunidad en un proyecto empresarial concreto. Refleja el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha, y abarca desde la definición de la idea, hasta la forma concreta de llevarla a la práctica, y seguir su desarrollo (Zorita Lloreda, 2015).

El plan de negocios es una herramienta necesaria para toda empresa, pues parte del análisis de la oportunidad, plantea estrategias para hacer de ella un proyecto de empresa y ponerlo en marcha hasta llegar a su desarrollo. Es comprobado que las empresas que no poseen un plan de negocios, demoran más tiempo en alcanzar sus objetivos o que cierran en periodos cortos de tiempo.

### **1.3.2 Investigación de mercado**

Proporciona información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúan en él. Por tanto, su finalidad es la obtención de información útil para la toma de decisiones. De hecho, no se debe considerar a la investigación como la solución a problemas empresariales sino un instrumento más que permita minimizar riesgos y, en consecuencia, las decisiones puedan ser más acertadas (Pintado Blanco , Sánchez Herrera, Grande Esteban, & Estévez Muñoz, 2010).

La investigación de mercado es un estudio necesario previo a la toma de decisiones sobre la puesta en el mercado de un nuevo producto, sobre cambios en la empresa, prestación de nuevos servicios o más. De esta manera, las decisiones serán dirigidas de manera eficiente y no habrá peligro de pérdidas.

#### **Estructura del estudio de mercado**

De acuerdo al Taller de la Elaboración y Gestión de Proyectos de Desarrollo Agrícola Integral, la presentación del estudio de mercado, debe tener los siguientes elementos:

1. Producto seleccionado.
  - Producto principal y subproductos
  - Productos sustitutivos o similares.
  - Productos complementarios.
2. Ámbito del mercado.
  - Población.
  - Ingreso.
3. Análisis de la demanda.
  - Situación actual.
  - Características teóricas de la demanda.
  - Situación futura.
4. Análisis de la oferta.
  - Situación actual.
  - Situación futura.
5. Precios
  - Mecanismos de formación de los precios del producto.

- Acotamiento del precio probable y su efecto sobre la demanda.
6. Comercialización.
- Factores limitativos de la comercialización.
  - Análisis del régimen de mercado (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 1982).

El Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social propone la siguiente estructura:

- El producto en el mercado.
- El área del mercado.
- Comportamiento de la demanda.
- Comportamiento de la oferta.
- Determinación de los precios del producto.
- Posibilidades del proyecto (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 2001).

Ambas estructuras son similares en su propuesta y abarcan todos los ámbitos externos a los cuáles estarán expuestos nuestros productos en el mercado. Estos ítems son necesarios de analizar para encontrar las maneras de competir, innovar y alcanzar las metas propuestas.

### **Componentes a analizar del estudio de mercados**

El Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social propone el análisis de los siguientes componentes:

- a) Identificar los usos que pueden tener los bienes que se pretende producir y las posibilidades de sustitución por otros bienes actualmente en uso, o por otros bienes cuya producción ya está programada.
- b) Caracterizar el mercado para el cual se produce —su estructura y las tendencias de su evolución—teniendo en cuenta elementos como el tamaño de la población, el área geográfica considerada, el sistema de comercialización existente, la legislación en vigor y demás factores institucionales.

- c) Analizar las tendencias históricas de la demanda actual y proyectada, teniendo en cuenta las características de la oferta del consumo de productos similares a los que se pretende producir.
- d) Analizar la tendencia histórica y las características de la oferta de los bienes que se quiere producir y de sus posibles sustitutos.

Determinar las posibilidades del proyecto en el mercado, considerando el nivel de los precios prevalecientes y los costos a que se podrá producir esos mismos bienes o servicios (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 2001).

Todas estas áreas son importantes para la colocación de un producto o servicio en el mercado. Nos brindan toda la información necesaria para conocer el mercado, la competencia, las tendencias y los precios. Estos estudios son importantes para llegar al éxito.

### **1.3.3 Estudio técnico-operativo**

El Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura, en el análisis del proyecto, separa este concepto en dos análisis diferentes:

En el análisis técnico se confirma si las posibles alternativas han sido consideradas adecuadamente y si han sido propuestas soluciones técnicamente correctas y tecnológicamente aplicables. La misión propone los ajustes que pueden ser necesarios. [...] (Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura, 1981).

El análisis operativo tiene el propósito de evaluar la forma en que se ha planificado la ejecución del proyecto. Se analiza la programación, coordinación y realización de las diversas acciones que deben ser desarrolladas bajo la responsabilidad de diferentes unidades ejecutoras (Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura, 1981).

Con este estudio se evalúan los ámbitos operativo, técnico y tecnológico ante los problemas o situaciones que sucedan durante el camino y las soluciones propuestas, de acuerdo a la planificación. Es útil y necesario en áreas administrativas para conocer el desempeño y eficiencia de las áreas operativas.

## **Objetivos del estudio técnico-operativo**

Según el blog de Jorge Cuevas y Consuelo Martínez, el objetivo general del estudio técnico operativo es:

Conocer, aprender y aplicar las partes técnicas que se emplean al realizar un estudio técnico dentro de la evaluación de un proyecto. Los objetivos del análisis Técnico-operativo de un proyecto es verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto, así como analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos (Cuevas Landero & Martínez Ruiz, 2008).

Este estudio, además de lo mencionado en el punto anterior, permite identificar la capacidad de respuesta de las áreas técnicas y operativas, no solo en la fabricación del producto, sino en las instalaciones, equipos, personal, entre otros.

## **Componentes del estudio técnico-operativo**

Según los consultores de E-técnico, el estudio técnico-operativo consta de tres partes:

### **a) Tamaño del proyecto. Variables:**

- Demanda insatisfecha.
- Capacidad financiera.
- Tecnología.
- Disponibilidad de insumos.
- Localización geográfica.
- Estacionalidad de la demanda.
- Proyecciones de inflación, devaluación y tasas de interés.
- Valoración del riesgo.

**b) Localización del proyecto. Variables:**

- Macrolocalización.
- Microlocalización.

**c) Proceso productivo.**

- Transformación de materia prima e insumos.
- Identificación y presentación de requerimientos de bienes y servicios. (E-Técnico consultores)

En este punto se despliegan todas las áreas que son analizadas con el estudio presentado. Se evalúa el proyecto como tal, tanto en su tamaño y capacidades empresariales, la localización del proyecto, a nivel macro y micro; y el proceso de producción. Este estudio es necesario para conocer la organización interna, su capacidad y eficacia.

### **1.3.4 Estudio económico**

Según Oriol Amat, “El análisis de estados financieros, también conocido como análisis económico-financiero, análisis de balances o análisis contable, es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas” (Amat, 2008).

Gracias a este estudio, se abarca el ámbito financiero, necesario para poder abarcar todas las perspectivas antes de poner un producto o servicio en el mercado. Aquí se analizan las inversiones, cuánto se requiere de financiamiento, los costos y gastos de la implementación y valoración de posibles ingresos (OBS Business School).

Con el uso de este estudio, sumado a los anteriores, se tendrá un diagnóstico clave de todos los aspectos y la delimitación estratégica, adecuadamente planteada, para poder emprender un proyecto bien elaborado. Este último estudio es de suma importancia; sin él, ninguno de los pasos anteriores sería posible.

#### **Componentes del estudio económico**

1. Estudio de viabilidad.

- Presupuesto de inversiones.
  - Presupuesto de financiación.
  - Cuentas provisionales de resultados (Ingresos y Gastos).
  - Plan financiero (presupuesto de tesorería).
2. Previsión de ingresos.
  3. Previsión de Compras de mercaderías / materias primas.
  4. Previsión de Gastos.
  5. Cuenta de resultados.
  6. Tesorería.
  7. Balance.
  8. Ratios.
  9. Cuadro de amortización (Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife).

Este es un completo estudio económico que analiza las situaciones externas e internas, tanto para ingresos o egresos, que deben explicarse detalladamente para evitar problemas que perjudiquen al resto de la organización. Este, al igual que el resto de estudios, es necesario en los pasos previos y durante la implementación de la empresa.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **2.1 Contextualización espacio temporal del problema**

El presente plan de negocio se enfocará directamente a la aceptación de nuestro producto en el mercado, aplicando métodos de trabajo tanto cualitativamente como cuantitativamente. El método cualitativo nos ayudará a saber nuestra aceptación de producción de artesanías en el Cantón Los Bancos. El resultado cuantitativo se realizará con la información receptada por la información recabada por las encuestas y entrevistas. Estas serán tabuladas en gráficos para poder facilitar una propuesta con mayor fundamentación para su viabilidad.

##### **2.1.1 Tipo de investigación**

La investigación de este presente trabajo está basada directamente en la problemática de la subutilización de la tagua en el Cantón Los Bancos, para lo cual se aplicará dos tipos de diagnósticos:

###### **Descriptivo**

Este estudio se dirige principalmente a la población para conocer la causa y efecto del porqué de la poca utilización de la tagua para producción de artesanías. Los datos serán recogidos mediante encuesta y entrevista, para después aplicar mejoras de manera más técnica.

###### **De campo**

Cuando utilizamos esta investigación, obtendremos resultados de forma cuantitativa y cualitativa de toda la población del Cantón Los Bancos, las cuales estarán enfocadas directamente a la manera de utilizar nuestra producción como otra manera de subsistir, creando nuevas fuentes de trabajo.

## 2.2 Población, unidades de estudio y muestra

Para precisar esta investigación es necesario establecer el tamaño de la muestra. Para ello se tomará en cuenta el número de habitantes del Cantón San Miguel de Los Bancos provincia de Pichincha, de acuerdo al último registro oficial del INEC del año 2017 que fue de 8749 habitantes.

### Muestra.

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

### DONDE:

**n** = El tamaño de la muestra.

**Z** = Valor obtenido mediante niveles de confianza 95% de confianza equivale a 1,96

**N** = Tamaño de la población es de 8749

**E** = Límite aceptable de error muestral 5% (0, 05).

**P** = 50% de éxito (0, 50)

**q** = (1-p) 50% de fracaso (0,50).

$$n = \frac{(1,96)^2 * 8749 * 0,50 * 0,50}{(0,05^2) * (8749 - 1) + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{(3,84) * 8749 * 0,25}{(0,0025) * (8748) + (3,84) * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{(3,84) * 2187,25}{(0,0025 * 8748) + (3,84 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{8399,04}{21,87 + 0,96}$$

$$n = \frac{8399.04}{22.83}$$

$$n = 367.89 \quad n = 368$$

### **2.3 Métodos empíricos y técnicas empleadas para la recolección de la información**

Para esta investigación en la población de San Miguel de los Bancos se aplicará el método descriptivo, el cual nos permitirá conocer la aceptación de la colectividad para el desarrollo de la producción de las artesanías de tagua. Por tal motivo será tomada parte de la población como base del proyecto, ya que toda la población tiene las mismas oportunidades.

#### **Encuestas.**

Estas encuestas están realizadas mediante preguntas cerradas las cuales nos van a servir para tener una base de datos recopilados, para saber en realidad la necesidad de aplicar este plan de negocios para la producción de artesanías, y así poder sacar adelante el Cantón, ya no solo por su producción ganadera y agrícola, sino también con sus artesanías.

#### **Entrevista.**

La entrevista en sí se la realizó a la Junta Parroquial de Mindo, con su representante la Lcda. Lilian Salazar Presidenta del GAD. Parroquial de Mindo, como digna representante del medio ambiente en el principal bosque protector Mindo-Mindo, en base a una plantilla de preguntas que servirá de guía para el entrevistador, para tener esa acogida favorable para nuestra propuesta de producción artesanal.

## 2.4 Análisis estadístico de las encuestas aplicadas a los moradores y turistas del sector

### 1. ¿Adquiere usted con frecuencia las artesanías de tagua?

**Tabla 1:** *Adquisición de artesanías*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Si	310	84,47%
No	57	15,53%
<b>TOTAL</b>	<b>367</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborado por:** Alex Carrera

**Fuente:** Encuestas (367 unidades de observación)

#### **Análisis:**

El 84,47 % de los encuestados afirman que adquieren artesanías realizadas en tagua independientemente del valor de la compra o el tamaño del producto. Solamente el 15,5 % (57 personas) señalaron que no adquieren productos artesanales de tagua.

### 2. ¿Qué tipo de artesanías en tagua son de su preferencia?

**Tabla 2:** *Artesanías de preferencia*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Adornos	115	31,34%
Pulseras	75	20,44%
Aretes	67	18,26%
Collares	60	16,35%
Anillos	50	13,62%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborado por:** Alex Carrera

**Fuente:** Encuestas (367 unidades de observación)

#### **Análisis:**

De acuerdo a la encuesta realizada se observa que de todos los productos artesanales elaborados en tagua los adornos son los más preferidos por los compradores con el 31,34%. Seguido por las pulseras con (20,44 %) y los aretes (18,26 %). Los anillos de tagua son los productos menos buscados con un 13,62% de preferencia.

### 3. ¿Dónde generalmente adquiere estas artesanías?

**Tabla 3:** *Adquisición de Artesanías*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Locales comerciales	85	23,16%
Mercados locales	70	19,07%
Ferias artesanales	212	57,77%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborado por:** Alex Carrera

**Fuente:** Encuestas (367 unidades de observación)

#### **Análisis:**

Las ferias artesanales son los lugares de mayor preferencia (57,77 %) para la adquisición de productos de tagua, seguido por los locales comerciales con el 23,16 % y finalmente los mercados locales con el 19,07 %.

### 4. ¿Las artesanías de tagua que se comercializan actualmente en los diferentes locales de expendio cumplen con sus expectativas?

**Tabla 4:** *Locales de Expendio*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Si	122	33,24%
No	245	66,76%
Total	367	100,00%

**Elaborado por:** Alex Carrera

**Fuente:** Encuestas (367 unidades de observación)

#### **Análisis:**

El 66,76 % de encuestados no se sienten conformes con la oferta de productos artesanales de tagua o si existen no se cumplen las expectativas que se comercializan en los diferentes locales.

**5. ¿Está de acuerdo que en el Cantón Los Bancos se implemente la comercialización y producción de artesanías de tagua?**

**Tabla 5: Comercialización y Producción**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Si	289	78,75%
No	78	21,25%
Total	367	100,00%

**Elaborado por:** Alex Carrera

**Fuente:** Encuestas (367 unidades de observación)

**Análisis:**

Más del 75% de la población manifiesta que les gustaría la implementación de casa de comercialización de artesanías de tagua porque esto permitiría dinamizar la economía porque genera fuentes de empleo e ingresos debido a esta actividad económica

**6. ¿En qué sector de la ciudad usted le gustaría que se ubique sus ventas?**

**Tabla 6: Ubicación de Ventas**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Av. 6 de Diciembre	100	27,25%
Av. 17 de Julio	194	52,86%
Calle Camilo Ponce	73	19,89%
Total	367	100,00%

**Elaborado por:** Alex Carrera

**Fuente:** Encuestas (367 unidades de observación)

**Análisis:**

La mayoría de personas manifiestan que el sector ideal para comercializar sería la Av. 17 de Julio con una ponderación del 52,86%, la Av. 6 de Diciembre es la segunda en preferencia con un 27,25 % y solamente el 19,89 % prefiere la calle Camilo Ponce.

**7. ¿Considera que los precios de las artesanías en tagua al ofertarse deben ser?**

**Tabla 7: Precios de las artesanías**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Menor que la competencia</b>	<b>169</b>	<b>46,05%</b>
<b>Igual que la competencia</b>	<b>130</b>	<b>35,42%</b>
<b>Mayor que la competencia</b>	<b>68</b>	<b>18,53%</b>
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborado por:** Alex Carrera

**Fuente:** Encuestas (367 unidades de observación)

### **Análisis:**

La mayoría de encuestados con una ponderación del 45,05 % afirman que los precios de mercado deben ser un poco más bajos que la competencia existente en otras regiones, sin embargo un porcentaje significativo del 35,42 señala que los precios deben ser iguales.

### **8. ¿Qué posibilidades existen que usted realice compras de artesanías de tagua?**

**Tabla 8: Compra de artesanías**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Alta	130	35,42%
Media	202	55,04%
Baja	35	9,54%
Total	367	100,00%

**Elaborado por:** Alex Carrera

**Fuente:** Encuestas (367 unidades de observación)

### **Análisis:**

A pesar de que en la pregunta 1 los encuestados respondieron mayoritariamente (84,47 %) que adquieren artesanías de tagua, el 35,42 % respondió como alta la posibilidad de comprar una artesanía en tagua, mientras que la mayoría señaló que la posibilidad es media (55,04 %).

## 9. ¿Qué tipo de publicidad le gustaría que realice nuestra empresa de artesanías de tagua?

**Tabla 9:** *Adquisición de artesanías*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Televisión	163	44,41%
Afiches	70	19,07%
Prensa escrita	64	17,44%
Internet	48	13,08%
Vallas publicitarias	22	5,99%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborado por:** Alex Carrera

**Fuente:** Encuestas (367 unidades de observación)

### **Análisis:**

La mayoría de los encuestados manifiestan que la mejor manera de realizar publicidad para productos artesanales de tagua es a través de televisión con un 44,41%, mientras que el internet no es considerado como un canal importante de publicidad para este sector porque ocupa el penúltimo (13,08 %) puesto de preferencia de las cinco opciones de respuesta aplicadas en este estudio.

### **2.5 Análisis de la entrevista a expertos**

La entrevista en si se la realizo a la Junta Parroquial de Mindo, con su representante la Lcda. Lilian Salazar Presidenta del GAD. Parroquial de Mindo.

#### **Pregunta 1. ¿Considera que la producción de tagua en el cantón es de beneficio para la comunidad?**

Al momento de producir este tipo de artesanías, en nuestro Cantón y principalmente en Mindo la aceptación de los turistas tanto nacionales como extranjeros, será de mucha satisfacción para todo el Cantón ya que gracias a ello se abrirán nuevas fuentes de trabajo.



**Pregunta 2. Considera que establecer alianzas con las diferentes agencias de turismo del país ayudaría a fortalecer la negociación de nuestros productos.**

Para nuestra localidad es muy beneficiosa ya que contamos con muchas agencias de turismo y al momento de publicarlos estaríamos haciéndonos conocer a nivel nacional e internacional.

**Pregunta 3. ¿Para que la producción de artesanías sea reconocida, que considera como alternativa?**

Como una alternativa sería nuestras diversas competencias en el sector turístico, por ende, la parroquia de Mindo es muy reconocida a nivel mundial, por sus atractivos.

**Pregunta 4. ¿Cuál sería el requerimiento principal para este tipo de producción de artesanías?**

Para esta propuesta la producción de tagua es muy satisfactoria, gracias a su pureza de la materia prima, ya que en esta zona es muy fácil de encontrar y producir porque esta planta no tiene temporada de siembra.

## **2.6 Análisis general de la investigación**

De acuerdo a los resultados obtenidos con la encuesta realizada, tanto a los moradores como turistas del Cantón San Miguel de Los Bancos, la comercialización y producción de artesanías de tagua es muy factible y por ende va hacer muy favorable para la población gracias a que se abren nuevas fuentes de trabajo en esta localidad, y de esta manera ser reconocidos como artesanos de este producto tan especial como es el marfil blanco de tagua.

En la presente entrevista desarrollada a la Licda. Lilian Salazar Presidenta del GAD. Parroquial de Mindo, manifiesta que la producción de artesanías en el Cantón es muy favorable, porque la principal atracción de San Miguel de Los Bancos es su turismo, y por ende esta propuesta es muy beneficiosa para el progreso del cantón.

## **CAPÍTULO III**

### **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE ADORNOS DE TAGUA EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE LOS BANCOS**

#### **3.1 Investigación de mercado**

##### **3.1.1 Objetivo de la investigación**

Identificar la factibilidad del mercado a través de un estudio que permita conocer la oferta, la demanda con sus respectivas proyecciones, el precio y las estrategias de comercialización para la producción de artesanías de tagua en el Cantón San Miguel de Los Bancos.

##### **3.1.2 Resultados de la investigación**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, se percibe alta demanda de artesanías de tagua, pues el 84% de los encuestados afirmaron adquirir con frecuencia este tipo de productos. De la misma manera, el 55.04% tiene una media en probabilidad de compra.

Por otro lado, la oferta más importante sería en adornos con el 31.34%, seguido por pulseras con el 20.44% y aretes con el 18.26%.

El 46.05% de los encuestados consideran que el precio debe ser menor que los de la competencia.

En cuanto a los locales, el 57.77% prefiere visitar ferias artesanales para adquirir productos, frente al 23.16% que lo hace en locales comerciales. Sin embargo, el 66.76% considera que los locales no cumplen sus expectativas. Por tanto, se implementará un local comercial que tendrá atención personalizada permanente y que cumpla los requerimientos del cliente.

Por lo tanto, el producir y comercializar artesanías de tagua es un negocio factible, lo cual se complementa con la entrevista realizada a Lilian Salazar, representante de la Junta Parroquial de Mindo quien considera que este mercado abrirá nuevas fuentes de trabajo y

tendrá alta rentabilidad porque San Miguel de los Bancos es un lugar turístico. Además, el 78.25% de encuestados está de acuerdo con la comercialización de tagua en el sector.

Por último, para impactar en los clientes directos y potenciales se establecerán estrategias de publicidad en televisión, afiches e Internet.

Los beneficiarios directos de este negocio serán el dueño y los empleados de la misma empresa quienes obtienen beneficios por la comercialización del producto. Se incluyen todas las familias del Cantón San Miguel de los Bancos (estimado de familias que comprarán los productos). Además, se considera a beneficiarios indirectos a los lugareños proveedores de tagua que laboran en zonas agrícolas del noroccidente de Pichincha, quienes tendrán la oportunidad de nuevas fuentes de trabajo, y a la comunidad en general porque este proyecto mejorará la economía local.

Se tomó la decisión de elaborar un producto innovador, de bajo costo, útil para el cliente, con la perspectiva de ayudar a reducir sus gastos en el hogar al adquirir algo natural y elegante. Este emprendimiento es factible también porque en la localidad solo hay dos tiendas que elaboran adornos de tagua.

### **3.1.3 Análisis de la oferta**

#### **Oferta actual**

En San Miguel de los Bancos hay dos negocios que estarían en competencia con lo que se pretende ofrecer. Se trata de dos tiendas de artesanías que elaboran adornos y bisutería de tagua. A continuación, se presenta el análisis en cada una de ellas:

#### **Artesanías Pablito**

El local está ubicado en una zona periférica de San Miguel de los Bancos. Es un lugar pequeño con tres mesas en las cuáles se exponen cerca de diez tipos de productos elaborados en tagua. Los principales son:

- Collares
- Aretes

- Pulseras
- Anillos
- Adornos
- Masajeadores
- Colgantes

De acuerdo a la investigación realizada, los propios dueños de la tienda son quienes elaboran los productos y los comercializan dentro de su local y en locales ubicados en la zona turística de Mindo.

Los precios varían desde un dólar por un anillo, hasta adornos grandes que cuestan cerca de \$20. Pese a tener visitas de turistas nacionales y extranjeros, no es una tienda con reconocimiento en el mercado.

En el taller de elaboración, cuentan con una sierra, torno, pulidora, área de tinturado, tambor de abrillantado, sala de empaque y una máquina para grabado láser.

### **Artesanías Mindo**

Es una pequeña tienda en una zona alejada del centro de la ciudad. Consta de dos mostradores de vidrio para exponer los productos y una vitrina. Se oferta una cantidad similar de productos elaborados en tagua que el anterior y de ropa tejida en lana. Los principales productos son:

- Aretes
- Pulseras
- Collares
- Adornos
- Juguetes
- Colgantes

Según la investigación, en esta local se fabrica artesanías y se las vende únicamente en su tienda, por tanto, no tienen un buen posicionamiento en el mercado.

Para la producción, cuentan con una sierra, taladro, torno, tambor para pulir y abrillantar. En el local se empaquetan los productos y el servicio de grabado es a mano.

Bajo este aspecto, se considera una oferta oligopólica, pues solo dos tiendas dominan el mercado del sector y son ellos quienes fijan los detalles de calidad, presentación o precios. Ambas son tiendas pequeñas que no tienen planes de expansión; sin embargo, ambas han propuesto nuevos tipos de adornos, con más detalles, mejores acabados o con piezas adicionales.

**Tabla 10:** *Artesanías del sector*

Artesanías	Artesanías Pablito		Artesanías Mindo		Artesanías Lesly	
	Cant.	Días	Cant.	Días	Cant.	Días
<b>Collares</b>	10	5	10	7	10	5
<b>Aretes</b>	20	5	20	5	20	4
<b>Pulseras</b>	5	5	5	7	5	4
<b>Anillos</b>	2	1	2	2	2	1
<b>Adornos</b>	1	1	1	2	2	1
<b>Masajeadores</b>	1	1	-	-	1	1
<b>Juguetes</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Colgantes</b>	10	5	10	7	10	4

Elaborado por: Alex Carrera

### 3.1.4 Análisis de la demanda

#### **Demanda actual**

Tomamos como referencia la encuesta aplicada. El 84% menciona que adquiere con frecuencia artesanías elaboradas con tagua, es un número elevado por el cual se considera una alta demanda en la zona. Sin embargo, la mayoría menciona que las adquiere en ferias (57%) y solo el 23% en locales, por tanto, se debe analizar el método para atraer más personas a la tienda. El siguiente punto es que el 66% de encuestados, considera que los productos que están a disposición por la competencia, no cumplen sus expectativas, por tanto, cabe el punto de desarrollar un negocio que ofrezca productos personalizados con atención eficaz al cliente. Por último, el 78% está de acuerdo en la comercialización de artesanías elaboradas con tagua.

Las cifras explicadas, respaldan el planteamiento presentado, pues los números más corroboran la demanda que se tiene por productos de tagua, pese a no satisfacer sus necesidades completas.

### **3.1.5 Análisis de la competencia**

En el cantón San Miguel de los Bancos tenemos poca competencia de venta de adornos de tagua, lo que hace que la competencia solo exponga sus productos en ferias artesanales, por lo tanto, son minoristas, lo cual hace más factible para nosotros llegar a superarlos con nuestro proyecto, y poder llegar de esta manera a los clientes potenciales del Cantón San Miguel de Los Bancos, y así disminuir los costos y ser líderes del noroccidente de Pichincha.

#### **Principales competidores**

En el Cantón Los Bancos existen pocos competidores en la elaboración de adornos y bisutería de tagua y estos son.

- ✓ Artesanías Mindo (12%)
- ✓ Artesanías Pablito (30%)

Estos competidores no tienen un posicionamiento del mercado ni siquiera del 50 % lo que hace más fácil para nosotros entrar en el negocio con productos innovadores y con muy bajos costos. Esto nos va a ayudar a posesionarnos en el mercado y este nuevo producto también va a ayudar a mejorar la economía local de nuestro Cantón.

En el Cantón de San Miguel de los Bancos se puede observar de una manera directa, la falencia de la competencia que hace que este producto no tenga la acogida esperada, por eso es que nuestra empresa se va a encargar de que el producto sea reconocido no solo a nivel cantonal sino también provincial, y con valores que no afecten a la economía del cliente.

En conclusión, la competencia está mal dirigida, lo que hace que nosotros inmediatamente nos posesionemos como los líderes en este mercado de San Miguel de Los Bancos.

**Tabla 11: Matriz de macro ambiente**

Criterios	MACRO AMBIENTE				Total
	Descriptivo	Atractivo	Claro y significativo	Agradable	
Microempresas					
Santo Domingo	Mucha congestión	5	3	5	13
Mindo	Difícil acceso	3	5	4	12
Los Bancos	Fácil acceso	5	5	4	14

Elaborado por: Alex Carrera

### 3.1.6 FODA

**Tabla 12: FODA**

#### **FORTALEZAS.**

- F1.** La tagua ha obedecido siempre a los dictados de la moda en los últimos 20 años
- F2.** No necesita de cultivos porque se da silvestremente
- F3.** Producto renovable- Ecológico- Reduce el impacto ambiental
- F4.** Ayuda a la conservación de los bosques tropicales
- F5.** Los residuos de la tagua no producen contaminación.

#### **AMENAZAS**

- A1.** Los adornos sintéticos
- A2.** Que los clientes dejen de adquirir el producto
- A3.** Surgimiento de nuevos competidores dedicadas a la producción de adornos de tagua como consecuencia la baja del precio

#### **OPORTUNIDADES**

- O1.** Que los modistas decidan lanzar una colección solo con bisutería de tagua
- O2.** Que el mercado mundial abra nuevas alternativas
- O3.** Que el gobierno apoye al sector

#### **DEBILIDADES**

- D1.** Puede ser atacada por un parásito que carcome la pulpa y desaparece por completo la semilla
- D2.** No tiene apoyo del gobierno
- D3.** La planta de tagua tarda de 14 a 15 años en dar sus primeros frutos

Elaborado por: Alex Carrera

## FODA Cruzado

Tabla 13: FODA cruzado

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<b>FO (estrategias ofensivas)</b>	<b>DO (estrategias de reorientación)</b>
	-Presentar las ideas de bisutería de tagua a modistas para que la tomen en cuenta en alguna presentación.	-Buscar el apoyo del gobierno en el caso que las plantas puedan ser atacadas por parásitos.
<b>Oportunidades</b>	-Presentar la propuesta a organismos del gobierno para que apoyen al sector, considerando la baja contaminación de los residuos, la no necesidad de cultivos y la protección de bosques naturales.	-Promover el cultivo de tagua en la zona del noroccidente de Pichincha como una inversión a futuro, pues tarda en crecer un tiempo considerable, pero a futuro se pueden presentar oportunidades con la moda.
	<b>FA (estrategias defensivas)</b>	<b>DA (estrategias de supervivencia)</b>
	-Darle más valor a los adornos y bisutería de tagua a través de publicidad sobre sus beneficios, para poder competir con los adornos sintéticos.	-Buscar el apoyo del gobierno para seguir cultivando tagua en más sembríos, con las precauciones que eviten la infección por plagas para mantener precios bajos y producción en caso de competir con más empresas o materiales.
<b>Amenazas</b>	-Establecer estrategias de marketing y de seguimiento para que el cliente siga consumiendo los productos de tagua por conservación del ambiente.	-Establecer más cultivos de tagua para seguir produciendo en los próximos años y caminar junto a los avances de la moda.
	-Innovar constantemente los productos para que, si hay competencia, poder incorporar estos artículos según la moda.	

Elaborado por: Alex Carrera



### 3.1.7 Plan de marketing y ventas

#### Estrategias de marketing mix

#### PRODUCTO

Esta empresa pretende llegar, de manera directa, con un producto de calidad que cubra las necesidades de los clientes, para así poder tener un posicionamiento en el mercado y que este gasto no afecte a la economía de los hogares. Se presentarán productos pequeños como anillos o aretes hasta adornos medianos y pequeños. Tendrán las siguientes características:

**Tabla 14:** *Estrategias de marketing mix*

Artesanías	Variedad	Características
<b>Adornos</b>	-Más de 30 diseños	-Adornos grandes y pequeños -Adornos de una pieza o más -Tableros de ajedrez -Figuras de animales -Figuras que unen tagua y madera. -Adornos muy elaborados en miniatura -Adornos en fechas especiales.
<b>Pulseras</b>	Más de 20 tipos de pulseras.	-Pulseras gruesas -Pulseras angostas -Pulseras de hilo con cuentas de tagua. -Pulseras tejidas con mullos de varios tamaños, formas y colores. -Pulseras que unen cuentas y adornos tejidos. -Pulseras que unen cuentas y abalorios. -Pulseras de una a diez hileras de cuentas.
<b>Aretes</b>	Más de 20 tipos de aretes.	-Aretes largos -Aretes pequeños -Juegos de aretes en diversos colores. -Aretes con formas específicas (corazones, círculos, yin yang, etc.) -Aretes de uno o más colores.
<b>Collares</b>	Más de 10 tipos de collares.	-Collares de hilo con cuentas de tagua. -Collares tejidos con colgantes de varios tamaños, formas y colores. -Collares mezclados entre cuentas y adornos tejidos. -Collares que unen cuentas y abalorios. -Collares con cuentas y colgantes.

---

		-Collares de una a diez hileras de cuentas. -Anillos para cualquier medida. -Anillos gruesos -Anillos angostos -Anillos de colores -Anillos con el nombre grabado. -Anillos en formas especiales. -Anillos para parejas.
<b>Anillos</b>	Más de 50 tipos de anillos.	
<b>Masajeadores</b>	1 solo tipo	-Diferentes tamaños. -Distintas figuras y tamaños. -Con imágenes grabadas o caladas.
<b>Colgantes</b>	-Más de 50 diseños	-Diversidad de colores y formas. -Diseños específicos como formas o letras -Colgantes en formas o figuras.

---

**Elaborado por:** Alex Carrera

### **Garantía de satisfacción.**

Este producto tiene garantía de por varios años de durabilidad y calidad, que ayudará a que no se afecte la economía del cliente, ni tampoco el ambiente del hogar, con nuevas decoraciones hechas de esta célula de marfil de tagua.

Como organización se busca satisfacer las más altas expectativas del consumidor con un producto de calidad.

### **PRECIOS**

La política de precios está orientada en una sola línea de producción: la elaboración de adornos de tagua. El precio será fijado de acuerdo al tamaño de la célula y al diseño del mismo, procurando que no sea un valor elevado que sea accesible a la economía de los hogares.

**Tabla 15:** *Política de precios*

	Aretes	\$2,60
<b>Artesanías pequeñas</b>	Anillos	\$2,70
	Pulseras	\$3,70
	Masajeadores	\$4,50
<b>Artesanías medianas</b>	Collares	\$9,40
	Adorno	\$10
<b>Artesanías grandes</b>	Adornos	A partir de \$14,30

Elaborado por: Alex Carrera

## **PRODUCCIÓN**

Se plantean estrategias de producción basadas en los siguientes principios:

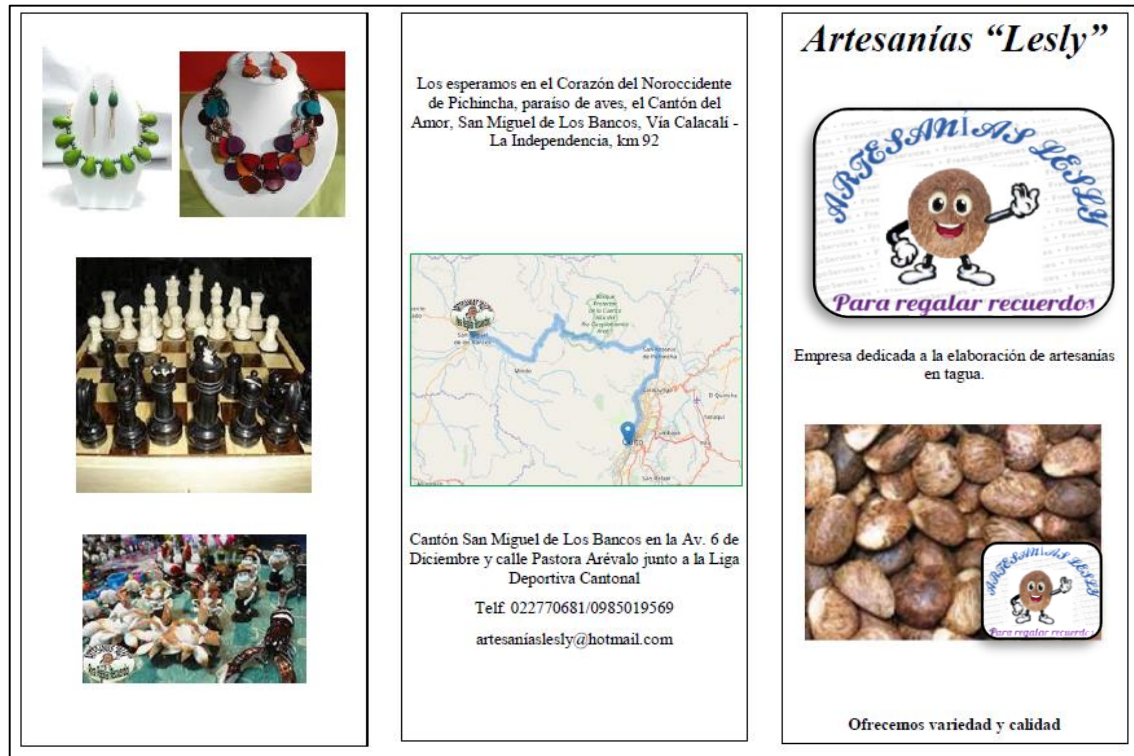
- ✓ Calidad y durabilidad de los productos.
- ✓ Variedad de productos, tamaños, formas, colores, características y personalización.
- ✓ Costos accesibles.
- ✓ Empresa emprendedora con características únicas de artesanías que demuestren las habilidades del personal en el sector.
- ✓ Instalaciones adecuadas para la elaboración del producto.
- ✓ Personal necesario y capacitado para cumplir con las metas.
- ✓ Productos amigables con el ambiente.

## **PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

El enfoque está directamente en la publicidad y en promociones directas, por medio de tres líneas importantes:

**Canal Local.**- Crear un spot publicitario para difundirlo en el canal de la localidad durante los cortes comerciales, para promocionar los productos en la comunidad.

**Marketing Directo.-** Permite una mejor comunicación con los clientes actuales y futuros, a través de trípticos.



**Gráfico 1:** Publicidad y promoción  
**Elaborado por:** Alex Carrera

**Prensa.-** Al estar situada en el noroccidente de Pichincha, se publicitaría directamente con la Radio RTU. Asimismo, se publicará un artículo en la revista del noroccidente, para de esta manera lograr llegar hasta los sitios más aledaños del Cantón San Miguel de los Bancos, y el resto de la Provincia.

## Tríptico de productos:

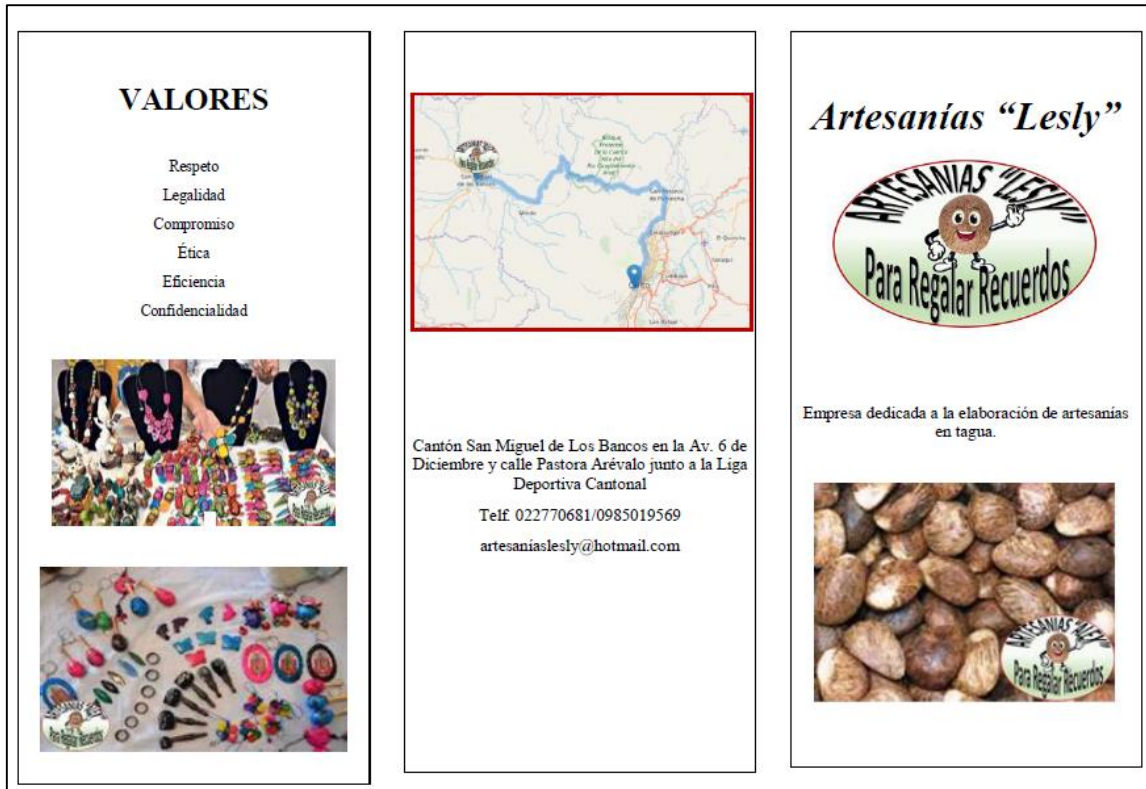
 <p>Gargantillas, aretes, manillas, llaveros, pipas, entre otros... además una infinidad de adornos para su sala, comedor, cocina, dormitorio y oficina.</p>  	<p>Nuestro compromiso, calidad, puntualidad y garantía.</p> <p><b>BIZUTERIA EN TAGUA</b></p>  <p>Recibimos pedidos especiales, para ocasiones especiales...</p> <p><b>FIGURAS EN TAGUA</b></p> 	<p><i>Como dice nuestro lema Para regalar recuerdos...</i></p>  <p>Satisfacemos sus necesidades y gustos...</p> 
---	---	--

**Figura 2: Productos**  
Elaborado por: Alex Carrera

## Tríptico de empresa

<p><b>MISIÓN</b></p> <p>Generar, impulsar y promover el consumo de adornos de tagua en el cantón San Miguel de Los Bancos, generando ingresos para la Empresa.</p>  <p><b>VISIÓN</b></p> <p>Nuestra empresa está enfocada en ser la única distribuidora de adornos de tagua para todo el Noroccidente de Pichincha y ser reconocidos a nivel Nacional hasta el año 2018.</p> 	<p><b>OBJETIVOS</b></p> <p>Brindar una excelente atención al cliente para la captación de su fidelización.</p> <p>Defender los valores de la honradez y honestidad con el cliente para que estos sean parte de la cultura organizacional.</p> <p>Brindar capacitación a los artesanos en cuanto a creación de nuevos adornos para poder innovar constantemente el mercado.</p> <p>Invitar a los clientes a la compra de productores artesanales para la generación de mayores ingresos en la comunidad.</p> 	<p><b>PRINCIPIOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Responsabilidad</li> <li>Puntualidad</li> <li>Calidad</li> <li>Trabajo en equipo</li> <li>Objetividad</li> <li>Efectividad</li> </ul> 
---	---	---

**Figura 3: Publicidad y promoción**  
Elaborado por: Alex Carrera



**Figura 4:** Tríptico información empresa  
**Elaborado por:** Alex Carrera

**Internet.-** En la actualidad la mayoría de negocios se manejan por medio de la web, y al ser una empresa nueva también se pretende utilizar este medio, mediante:

**Página web.-** Una página web con imágenes a manera de galería de productos como el siguiente ejemplo:

La imagen es la referencia de una página web a manera de galería de fotos de los productos que ofrece la empresa. En otra página se establecen los datos de la empresa, mismos que se expresan en el tríptico y los datos de contacto.

**Redes Sociales.-** Crear un perfil en Facebook de la organización, demostrando la visión, valores y objetivos. También se detallarán los procesos productivos, incluso una guía de cómo utilizar el producto.

- b) Relaciones públicas directas

Desplegar una amplia actividad en relaciones públicas en el sector del Cantón Los Bancos para que los clientes sean quienes difundan la existencia de la empresa y así poder atraer a más personas interesadas en adquirir los productos.



Figura 5: Página web de la empresa  
Elaborado por: Alex Carrera

### ESTRATEGIA DE VENTAS:

Esta se basará en las siguientes estrategias de mercado:

a.- Estrategia operativa.

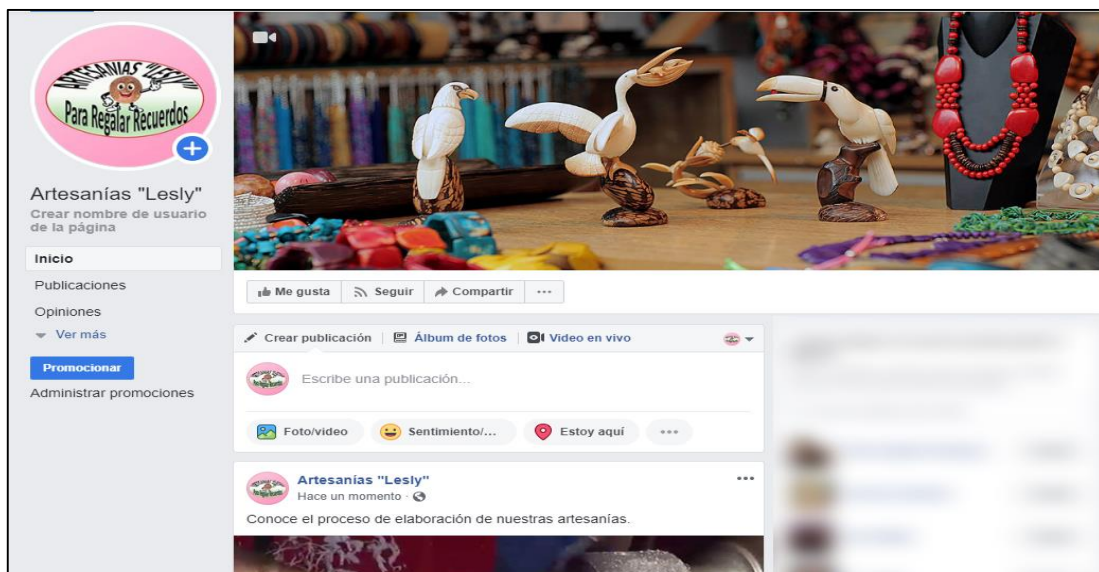


Figura 6: Estrategia operativa  
Elaborado por: Alex Carrera

Esta se ejecutará de las relaciones que se adquiriera de los medios antes mencionados.

Estas relaciones serán tomadas como clientes potenciales. El área de ventas se encargará del seguimiento y de la atención a cada uno de ellos, para lo cual se contará con vendedores con experiencia.

#### b.- Estrategia de captación de clientes.

El departamento de ventas es el encargado de mantener una relación directa con los clientes y será la encargada de que, en primera instancia, el cliente visualice el producto, y en segundo lugar, lograr que el cliente lo compre.

El vendedor será el encargado de demostrar la calidad del producto y los beneficios que el cliente obtendrá al comprar en esta empresa.

#### c.- Fidelización de los clientes.

Esta es una etapa decisiva en el negocio. Aquí es donde el cliente toma las decisiones de seguir con la empresa pues la modalidad será que el cliente siempre tiene la razón. Es así como la cartera de clientes deberá ser atendida frecuentemente para que se sientan cómodos con la atención personalizada y sigan consumiendo el producto.

Por tanto, se propone la creación de una campaña durante el primer mes de apertura. Esta consistirá en ofrecer al cliente la posibilidad de escoger entre un collar, un juego de aretes o una pulsera por la compra de dos adornos grandes. Con el tiempo, se propone también la campaña que, por la compra de 5 productos similares, el sexto es gratis.

Y, considerando que la atención es personalizada y que los acabados de los productos son de acuerdo a los gustos y direcciones del cliente, el diseño será uno de los puntos más fuertes para captar y fidelizar compradores.

## **3.2 Organización**

### **3.2.1 Nombre de la empresa**



**Tabla16:** Matriz de evaluación logo tipo

Atributo	Descriptivo y descriptivo	Atractivo	Claro y significativo	Agradable	Total
Artesanías la Innovación	Lo mejor para su hogar	2	3	2	7
Artesanías Lesly	Para regalar recuerdos	5	5	5	15
Artesanías Tagualoma	Garantiza tus sueños	3	3	4	10

**Elaborado por:** Alex Carrera

El nombre seleccionado para microempresa es Artesanías “Lesly”

El nombre se puso en honor a mi hija y esposa.

### 3.2.2 Logotipo



**Figura 7:** Logotipo de la empresa

**Elaborado por:** Alex Carrera

**Personaje:** Es un dibujo basado en una animela de tagua. Este va al centro de la imagen.

**Tipografía:** Alrededor del personaje se plasma el nombre de la tienda (artesanías “Lesly”) y el slogan (para regalar recuerdos). La tipografía utilizada es Sans Serif, sin serifas, ideal para logotipos de negocios con línea comercial.

**Forma circular:** Refleja amistad, unidad y comunidad.

### **3.2.3 Generalidades del negocio**

Este proyecto plantea la creación de una microempresa de dirección unipersonal, la cual, formada con un capital propio. La microempresa contará con su domicilio en el cantón San Miguel de Los Bancos en la Av. 6 de Diciembre y calle Pastora Arévalo junto a la Liga Deportiva Cantonal.

#### **Dirección de la empresa**

En esta empresa se cuenta con una dirección simple, ya que como propietario estará Sr. Alex Carrera, quien a su vez realizará las funciones de gerente.

### **3.2.4 Conformación legal de la empresa**

#### **Requisitos de funcionamiento**

Para el inicio de labores se debe obtener el permiso del municipio y del cuerpo de bomberos para comenzar la producción.

#### **Obligaciones tributarias**

Al ser una empresa nueva en un mercado saturado, se acoge a la ley de emprendimientos para la exoneración de pago de impuestos de acuerdo a la siguiente norma:

- ✓ Cien por ciento (100%) para el primer año de operación;
- ✓ Setenta y cinco por ciento (75%) para el segundo año de operación;
- ✓ Cincuenta por ciento (50%) para el tercer año de operación; y
- ✓ Veinticinco por ciento (25%) para el cuarto año de operación.
- ✓ A partir del quinto año no tendrán ninguna exoneración.

#### **Obligaciones laborales**

Las obligaciones laborales se originan a partir de un contrato de trabajo y se reconocen como un pasivo. Estas obligaciones laborales serán:

- ✓ Pago de un salario justo.

- ✓ Pago de indemnizaciones (de ser necesario).
- ✓ Aseguramiento social.
- ✓ Vacaciones.
- ✓ Pago de horas extras.
- ✓ Proporcionar seguridad en las áreas de trabajo.
- ✓ Proporcionar los útiles y materiales de trabajo adecuados.

### **Requisitos de constitución**

Para la constitución de la empresa se siguen los siguientes pasos:

- ✓ Registrar el nombre en la Superintendencia de Compañías y corroborar que no exista otra empresa con el mismo nombre.
- ✓ Se elaboran estatutos sociales con la compañía de un abogado para la elaboración del contrato social que regirá la empresa.
- ✓ Abrir una cuenta de integración de capital en un banco.
- ✓ Llevar los documentos anteriores ante un notario público quien eleve a escritura pública.
- ✓ Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías donde se revisará y aprobará mediante resolución.
- ✓ Las copias de resolución emitidas por la Superintendencia de Compañías serán publicadas en un diario de circulación nacional.
- ✓ Obtener permisos municipales y cancelar el valor de la patente municipal. Asimismo, se solicitará el certificado de cumplimiento de obligaciones.
- ✓ Inscribir la compañía en el Registro Mercantil con todos los documentos.
- ✓ En Junta General de Accionistas, se nombra a los representantes de la empresa como presidente, gerente y más de acuerdo a los estatutos.

- ✓ Obtener documentos habilitantes para abrir el RUC de la empresa.
- ✓ Hasta treinta días después de la designación, acercarse al Registro Mercantil e inscribir el nombramiento del administrador de la empresa designado en Junta de Accionistas.
- ✓ Obtener el Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- ✓ Por último, se obtiene una carta que será entregada en el banco para disponer del dinero depositado.

### **3.2.5 Direccionamiento estratégico de la empresa**

#### **Misión**

Generar, impulsar y promover el consumo de adornos de tagua en San Miguel de los Bancos, generando ingresos para la empresa.

#### **Visión**

Ser la única distribuidora de adornos de tagua para todo el noroccidente de Pichincha y ser reconocidos a nivel nacional hasta el año 2018.

#### **Objetivos**

- Brindar una excelente atención al cliente para la captación de su fidelización.
- Defender los valores de la honradez y honestidad con el cliente para que estos sean parte de la cultura organizacional.
- Brindar capacitación a los artesanos en cuanto a creación de nuevos adornos para poder innovar constantemente el mercado.
- Invitar a los clientes a la compra de productores artesanales para la generación de mayores ingresos en la comunidad.

## **Principios**

- **Responsabilidad**

Exigencia del cumplimiento de los deberes y atribuciones asignados.

- **Puntualidad**

En el cumplimiento de sus obligaciones

- **Calidad**

Patrocinar que todo se desarrolle en las condiciones más óptimas.

- **Trabajo en equipo**

Propiciar la integración de esfuerzos para la consecución de los objetivos.

- **Objetividad**

Decisiones tomadas en función de las metas y objetivos. Organizacionales.

- **Efectividad**

En el cumplimiento de las metas.

## **Valores**

- **Lealtad**

Fidelidad de los principios éticos y morales que demanda la sociedad.

- **Respeto**

Consideración del criterio de los distintos actores de los procesos de supervisión y control.

- **Legalidad**

- Desempeño ajustado al marco legal vigente, manteniendo de manera indeclinable una actitud personal y laboral encuadrada en el estricto marco de la ley.

- **Compromiso**

Desempeño orientado al cabal cumplimiento de los objetivos, en el marco de un constante y solidario ánimo de superación personal y profesional.

- **Ética**

Ejercicios de sus funciones con respecto a las normas morales en procura de lograr eficaz y transparente.

- **Eficiencia**

Desempeño de las funciones con profesionalismo, independencia, disciplina, oportunidad y diligencia, asegurando así un accionar ejecutivo y de óptimos resultados.

- **Confidencialidad**

Mantener en reserva la información de carácter restringido a la que tenga acceso con motivo de sus funciones y en general todo lo que estuviera prohibida de ser divulgada.

### **Perspectivas del sector**

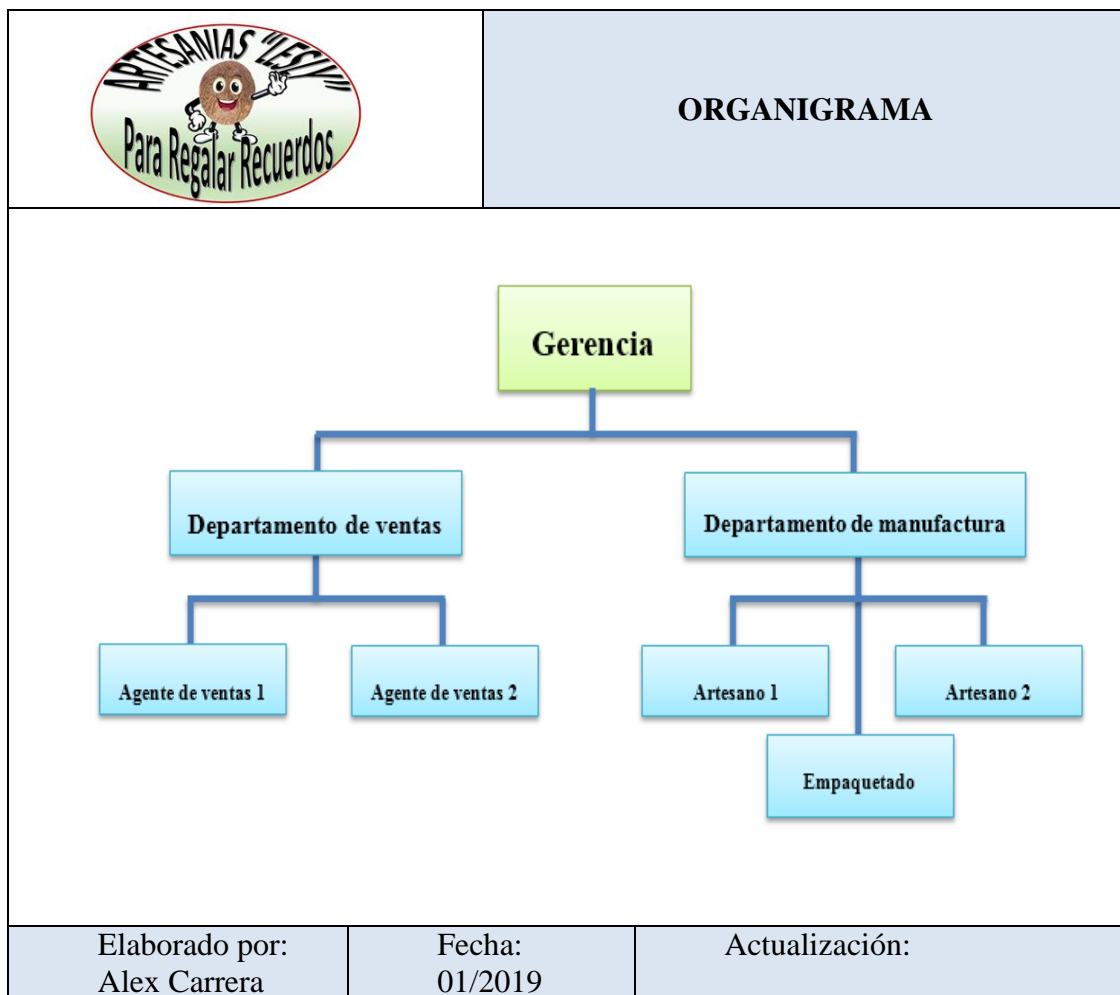
San Miguel de los bancos es un sector netamente dedicado a la agricultura y ganadería, sus habitantes utilizan estos terrenos siempre para la siembra de hierba, que es el alimento del ganado vacuno, sin saber que al momento de talar sus bosques para siembra, están derivando preciosas joyas de marfil natural, como es la destrucción de las matas primarias de tagua que son netamente silvestre, sin saber que es un material totalmente innovador y de un buen valor monetario, haciéndola una nueva fuente de trabajo.

En la actualidad existen muchos empresarios dedicados al negocio de bisutería de tagua a nivel nacional que se enfocan en atraer al cliente con publicidad exhaustiva, siendo esta la principal manera de ganar posicionamiento en el mercado nacional.

Con el producto, lo que se espera es llegar de manera directa al consumidor final sin intermediación alguna, lo que ha provocado directamente el sobreprecio en todos los diseños de adornos de tagua.

Lo que se espera es el posicionamiento en el mercado al presentar un producto realizado en la localidad a precios bajos y de excelente calidad, para tener un beneficio cliente-empresa.

### 3.2.6 Estructura organizacional



**Figura 8:** Estructura organizacional de la empresa

**Elaborado por:** Alex Carrera

**Administrador:** Verificar que todos los procesos se cumplan adecuadamente y calificar la calidad y elaboración.

**Departamento de ventas: Agente de Ventas 1:** El encargado de la distribución (almacenaje) de todos los productos terminados. **Agente de Ventas 2:** El encargado de la distribución (ventas) de todos los productos terminados.

**Departamento de manufactura: Artesano 1 y 2:** Elaboración los productos en tagua y ellos se encargan del empaquetado.

**Tabla17:** Descripción de funciones de gerente general


	Nombre de la organización	Fecha:	01/2019
	“ARTESANÍAS LESLY”	Página	1
	DESCRIPCIÓN DE PUESTO Gerente General	Sustituye a	-
		Página	-
	De Fecha	-	
<b>IDENTIFICACIÓN</b> Nombre del puesto: Gerente general Número de plazas: 1 Ubicación: Oficina administrativa			
<b>RELACIONES DE AUTORIDAD</b> Jefe inmediato: Subordinados directos: Ventas			
<b>PROPÓSITO DEL PUESTO</b> <b>Planificar, Verificar, y direccionar que todos los procesos se cumplan adecuadamente.</b>			
<b>FUNCIONES GENERALES</b> Planificar objetivos empresariales generales y específicos a corto, mediano y largo plazo. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar, y ser un líder. Decidir sobre las contrataciones, seleccionar, capacitar y ubicar el personal.			
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS</b> Coordinar con el ejecutivo de ventas y la secretaria las reuniones, aumentar el número de calidad de clientes.			



Analizar los problemas de la empresa en aspectos financieros, administrativos, personal, contable entre otros.		
<b>ESPECIFICACIONES DEL PUESTO</b>		
Dominio del idioma inglés.		
Estudios Superiores en ingeniería comercial o administración de empresas.		
Estudios en informática, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas		
Al menos dos años de experiencia en cargos similares.		
<b>Elaboró:</b> Alex Carrera	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó</b>

Elaborado por: Alex Carrera

**Tabla 18:** Descripción de funciones del departamento de ventas

	Nombre de la organización	Fecha:	01/2019
	“ARTESANÍAS LESLY”	Página	1
	DESCRIPCIÓN DE PUESTO Departamento de Ventas	Sustituye a	-
		Página	-
	De Fecha	-	
<b>IDENTIFICACIÓN</b>			
Nombre del puesto: Departamento de Ventas			
Número de plazas: 2			
Ubicación: Agente de ventas			
<b>RELACIONES DE AUTORIDAD</b>			
Jefe inmediato: Gerente			
Subordinados directos: Artesanos			
<b>PROPÓSITO DEL PUESTO</b>			
<b>Vender los productos terminados</b>			

<p><b>FUNCIONES GENERALES</b></p> <p>Verificar el correcto funcionamiento de las ventas</p> <p>Coordinar las entregas directas e indirectas de los clientes tanto internos como externos.</p> <p><b>FUNCIONES ESPECÍFICAS</b></p> <p>Encargado de la distribución, almacenaje, de todos los productos terminados</p> <p>Se encarga de la distribución de las ventas de todos los productos terminados.</p>		
<p><b>ESPECIFICACIONES DEL PUESTO</b></p> <p>Dominio Básico del idioma inglés.</p> <p>Estudios en informática, administración de empresas, contabilidad, comercialización y ventas</p> <p>Al menos dos años de experiencia en cargos similares.</p>		
<p><b>Elaboró:</b></p> <p>Alex Carrera</p>	<p><b>Revisó</b></p>	<p><b>Autorizó</b></p>

Elaborado por: Alex Carrera

**Tabla 19:** Descripción de funciones del departamento de ventas

	Nombre de la organización	Fecha:	01/2019
	“ARTESANÍAS LESLY”	Página	1
	DESCRIPCIÓN DE PUESTO Departamento de Manufactura	Sustituye a	-
		Página	-
	De Fecha	-	
<p><b>IDENTIFICACIÓN</b></p> <p>Nombre del puesto: Departamento de Manufactura</p> <p>Número de plazas: 2</p> <p>Ubicación: Área artesanal</p>			
<p><b>RELACIONES DE AUTORIDAD</b></p> <p>Jefe inmediato: Ventas</p> <p>Subordinados directos:</p>			
<p><b>PROPÓSITO DEL PUESTO</b></p>			

<b>Diseñar e implementar nuevos modelos de artesanías</b>		
<b>FUNCIONES GENERALES</b>		
Verificar el correcto desarrollo y transformación de las artesanías		
Observar que los procesos de producción sean los adecuados.		
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>		
Se encarga de ubicar por secciones los diferentes artículos transformados de acuerdo a su tamaño.		
Se encarga de darle la apariencia más parecida a los requerimientos del cliente.		
Darle a la materia prima un toque sutil para que sea más especial en todos sus diseños e innovaciones.		
<b>ESPECIFICACIONES DEL PUESTO</b>		
Dominio Básico del idioma inglés.		
Estudios en informática, administración de empresas, contabilidad, comercialización y ventas, diseño gráfico.		
Al menos dos años de experiencia en cargos similares.		
<b>Elaboró:</b> Alex Carrera	<b>Revisó</b>	<b>Autorizó</b>

**Elaborado por:** Alex Carrera

En el caso de esta organización, todos los empleados son segmentos fundamentales para el buen funcionamiento de la misma. En caso que alguno de ellos faltará, se hace imposible cumplir a cabalidad con la producción en general, lo que indirectamente afectará a los ideales.

Las condiciones son normales para el trabajo ya que se trabajará las horas normales de trabajo, sea en planta o en ventas, se tendrá un trabajo justo y sin explotación laboral, se cumplirá con todos los beneficios de ley.

### **3.3 Estudio Técnico**

#### **3.3.1 Localización del proyecto**

##### **Macro localización**

Según los datos de la encuesta aplicada, se sugiere la instalación en la avenida 17 de junio, donde va a haber más demanda por parte de los consumidores. Esta vía es importante

porque se encuentra al nororiente de San Miguel de los Bancos, en una de las salidas más utilizadas y con gran flujo de personas. Lo mejor es que sí existen lugares disponibles donde ubicar Artesanías Lesly.

Al estar en esa zona periférica, los gastos en transporte también son menos al evitar ingresar, a diario, al centro de la urbe y gastar en combustibles o repuestos.

En el caso de mano de obra e insumos, se prevé la contratación de más personal para elaborar productos a gran escala, sin embargo, no es posible de momento en las etapas de inicio.

La materia prima es recibida de parte de los proveedores de la tagua a un nivel económico más conveniente que otros y de buena calidad. Esta materia es llevada al taller donde se tienen herramientas para comenzar a trabajar; el resto se irá dotando de más insumos conforme avance el proyecto.

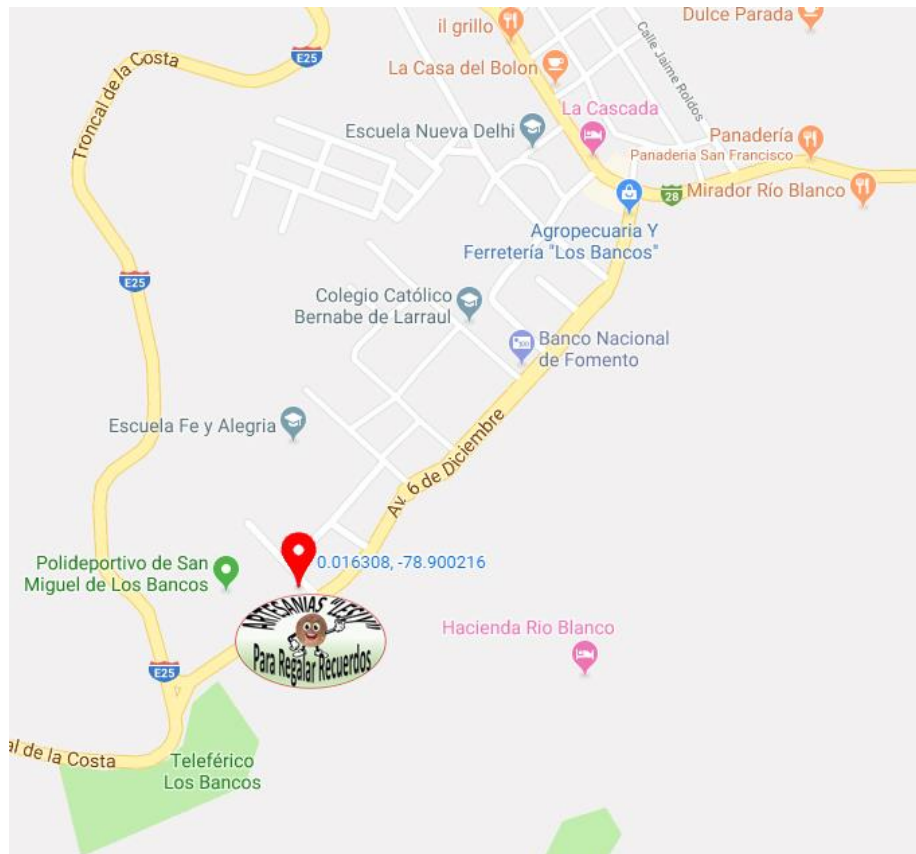
Se debe tener el enfoque sobre los modelos de distribución del producto dentro de la ciudad. Asimismo, el tener un canal de comunicación que sea más serio y con validación de recepción para evitar inconvenientes futuros.

Por último, este material, la tagua, es amigable con el ambiente, pues es una alternativa al marfil, con la misma calidad y con mayor versatilidad y acabados. Esto serpa del agrado de los clientes.

**Tabla 20: Matriz Macrolocalización**

<b>MACRO LOCALIZACIÓN</b>					
Criterios Sector	Descripción	Turístico	transporte	Agradable	Total
Vía Los Bancos Nanegalito	Vías alternas	4	5	4	13
Vía las Mercedes	Vías de primer orden	5	4	5	14
Vía Puerto Quito Independencia	Ubicación de Señalética	5	5	4	14

**Elaborado por:** Alex Carrera



**Figura 9:** Macro localización de la empresa  
**Elaborado por:** Alex Carrera

**Micro localización**

**Tabla 21:** Matriz de micro localización

Criterios Sector	Descriptivo y descriptivo	MICRO LOCALIZACIÓN			Total
		Atractivo	Claro y significativo	Agradable	
Zona Urbana	Av. 6 de Diciembre	5	5	4	14
Zona comercial	Av. 17 de Julio	5	5	5	15
Zona de recreación	Barrio Camilo Ponce	5	5	4	14

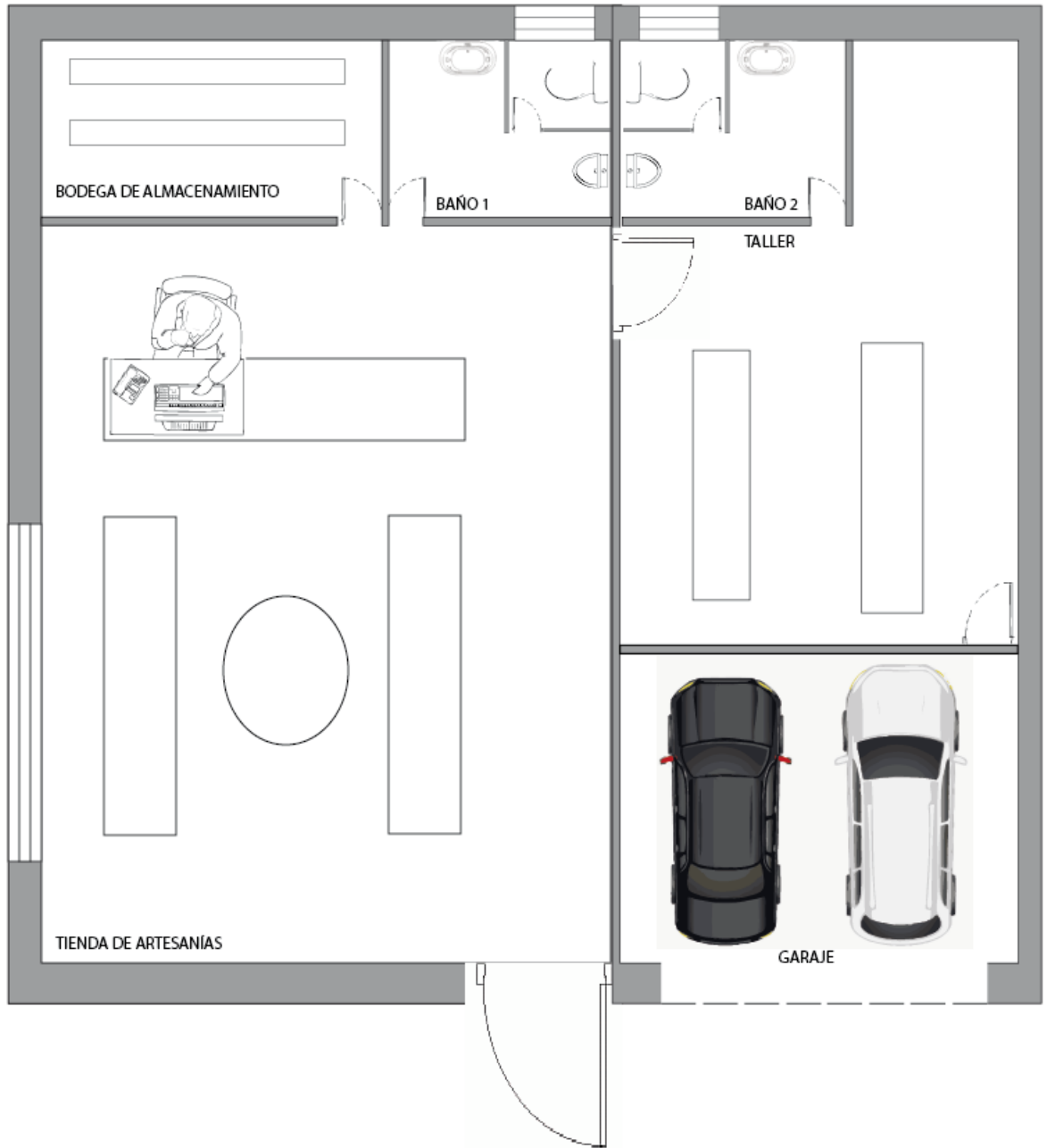
**Elaborado por:** Alex Carrera

Será ubicada en la zona urbana del Cantón San Miguel de los Bancos, una zona de fácil acceso vehicular, tanto de turistas, como de transportes interprovinciales. Por tanto, el personal tiene las facilidades del caso para llegar al lugar en cualquier medio de transporte.

El cuerpo de bomberos y la estación de policía están cerca del lugar pensado y de esta manera también, tener más seguridad al realizar las funciones.

En esta zona, los servicios básicos están garantizados y se cuenta con agua, luz eléctrica, gas, servicio de celular e Internet y recolección de basura y desechos. Sin embargo, se debe realizar controles y supervisiones de los drenajes.

### **Tamaño y distribución de la planta**



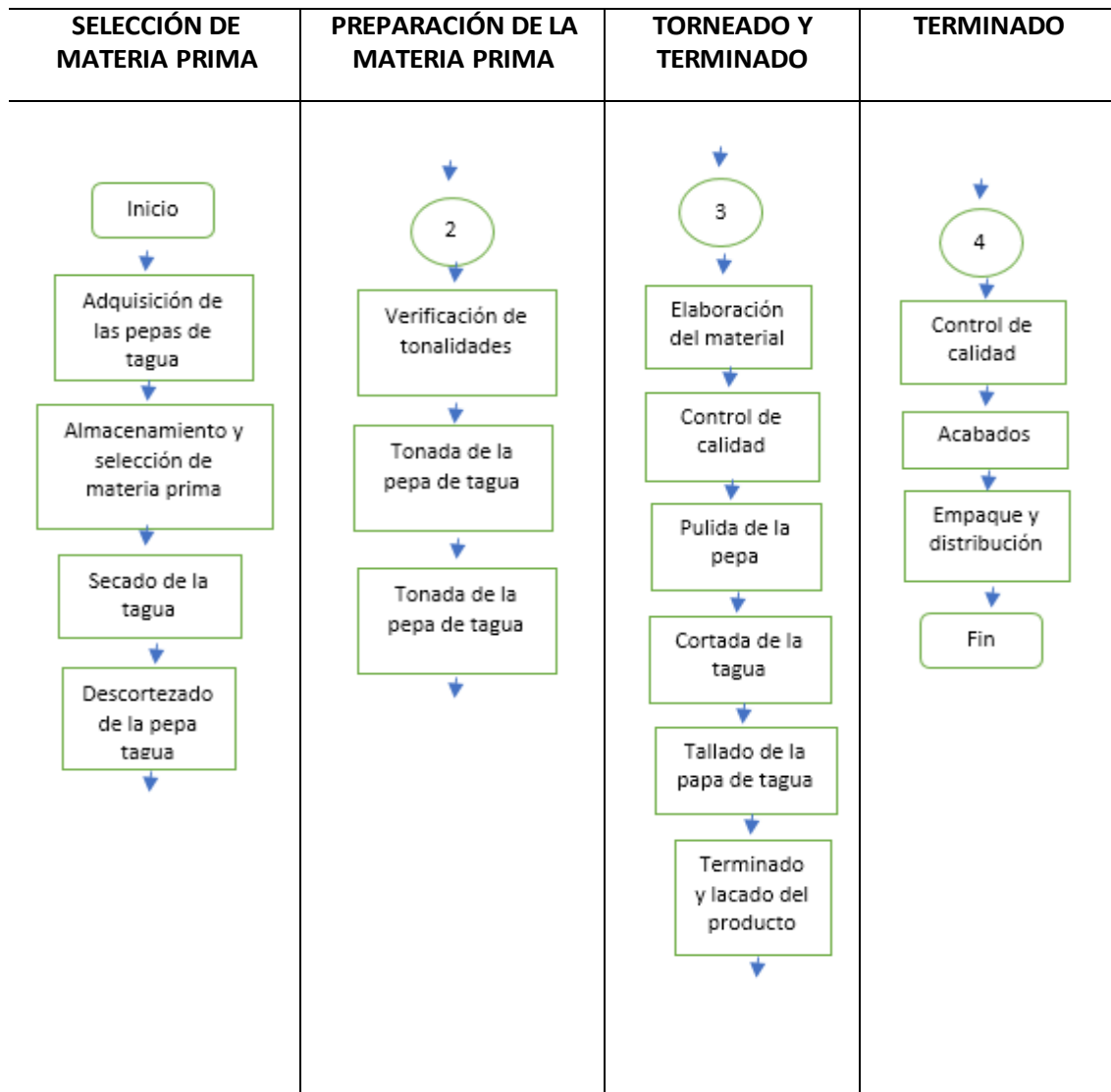
**Figura 10:** Planta  
**Elaborado por:** Alex Carrera

### 3.3.2 Capacidad de producción

Este proyecto servirá para cubrir las necesidades de la ciudadanía de San Miguel de los Bancos, alrededor de 100 familias. En inicios se realizarán los procesos artesanalmente para después adquirir las máquinas necesarias mejorar el proceso productivo y aumentar la calidad a costos bajos.

Las instalaciones serán optimizadas para realizar los procesos desde la llegada de los insumos hasta su producción y almacenaje del producto terminado para su posterior distribución.

### 3.3.3 Proceso de fabricación



**Figura 11:** Proceso de fabricación  
**Elaborado por:** Alex Carrera



### **Adquisición de pepas de tagua**

Una vez que se encuentran en los centros de acopio, las empresas dedicadas a la elaboración de discos de tagua compran dicho producto que es llevado en camiones hasta los tendales de la empresa.

### **Almacenamiento y selección de Materia Prima**

Cuando la semilla es recibida en las bodegas de la empresa se las comienza a separar para clasificarlas de acuerdo a su tamaño, para luego ser distribuidas a su respectiva área.

### **Secado de la tagua**

El tiempo de secado de las pepas de tagua varía de acuerdo al estado en que viene el fruto, es decir, la pepa puede venir casi seca, en este caso pasa aproximadamente de 25 a 30 días en los tendales de la empresa; o en pulpa (llamada también mococho) que es cuando requiere de un poco más de tiempo expuesta al sol en los tendales, aproximadamente 45 días. Durante su permanencia en los tendales la pepa requiere de ligeros movimientos.

### **Descortezado de la pepa de tagua**

Debidamente secado el producto se lo lleva hasta las máquinas peladoras que proceden a retirar la cáscara o envoltura de las pepas. La tagua contiene 3 cáscaras y en caso de tener residuos, se procede manualmente a retirarlos con un machete hasta que la pepa quede totalmente limpia y lisa.

### **Cortada de la tagua**

Luego de que son peladas, las pepas entran al departamento de corte donde las obreras cortan las pepas en tajadas utilizando sierras circulares. Por cada pepa se obtiene dos caras o tajadas, el porte de las tajadas depende del tamaño de la pepa a cortar. Una obrera corta tres quintales de pepas diarios que corresponden de 60 a 70 gruesas de tajadas.

### **Elaboración del material.**

En esta área nos encargamos de administrarle líquidos de conservación para el color no se vaya a degradar, para luego proceder a su transformación.

### **Verificación de las tonalidades de la pepa de tagua.**

Al culminar la etapa anterior, se procede a la verificación del color de la tajada. Las tonalidades van desde blanco, que es la óptima, hasta un color verdoso el mismo que significa que no ha recibido el sol suficiente, de manera que deberán ser ingresadas a un horno donde reciben la temperatura necesaria para obtener el color deseado.

### **Tornada de la pepa de tagua**

A continuación de la verificación, las tajadas son recogidas y seleccionadas y pasan donde la tornera que es quien realiza las anímelas o discos de tagua.

### **Selección de la pepa de tagua**

En esta etapa, las anímelas son seleccionadas por calidad, tamaño y color. En casos de defectos como cejas o quebradas en los costados ingresan nuevamente al torno donde se reduce de tamaño al disco a fin de obtener el máximo provecho de estas. Si son anímelas estrelladas que es cuando el torno las ha apretado demasiado se las rechaza y se cataloga como desperdicio. Los discos de tagua son puestos en mallas metálicas con agujeros que los seleccionan de acuerdo a su tamaño; esta clasificación puede realizársela manualmente. En cuanto al color, el blanco es el más cotizado ya que de esta manera se puede tinturar los discos fácilmente.

### **Elaboración de materiales**

En este proceso, y con la ayuda de máquinas, se forman los abalorios y las cuentas que serán los materiales con los cuales se realizarán anillos, collares o aretes. Asimismo, se forman diversos adornos y elementos.

### **Pulido de la pepa de tagua**

En este caso las semillas de tagua una vez que han sido ya cortadas pasan a la parte de abrillantamiento y terminado naturales para luego ser tonificados y acabados

### **Control de calidad**

De manera manual, se revisan los materiales, seleccionando los mejores para cumplir con el objetivo de la calidad del producto y desechar las piezas que no sirven.

## Acabados

En esta etapa se pulen las piezas, se realizan correcciones, se les pinta del color indicado, tras un periodo de doce horas de secado. Por último, el brillo, según los requerimientos del cliente.

## Empaque y distribución

Tras los controles de calidad, se guardan las piezas de bisutería en fundas pequeñas para facilitar su transporte.

### 3.3.4 Proveedores

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algún aporte, ya sea este de manera personal o contribuir de alguna manera para que la empresa no decaiga y logre su propósito.

Para este caso se cuenta con proveedores directos que son los mismos moradores de la zona. Ellos abastecerán con la célula vegetal para la elaboración de adornos de tagua, que será entregado directamente a la empresa, y evitar a los intermediarios.

### 3.3.5 Maquinaria y herramientas

**Tabla 22:** *Maquinaria y herramientas*

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>
Máquina peladora de tagua	2
Zarandas para selección de tagua	5
Sierras	3
Cuchillos	4
Torno	1
Tambor para pulir	1
Tintes por colores	10 de cada uno
	10
Recipientes para pintar	1
Tambor para abrillantar	

**Elaborado por:** Alex Carrera

### 3.4 Estudio Financiero

#### 3.4.1 Inversión total del proyecto

La inversión para la puesta en marcha de la empresa Lesly, será por medio de dos accionistas los cuales invertirán su dinero en efectivo, es decir el 100% del valor total, lo cual da un monto de \$50000,00 dólares americanos, la cual requerimos para el inicio de sus operaciones.

**Tabla 23:** *Inversión total del proyecto*

<b>INVERSIONES</b>	<b>DÓLARES</b>	<b>%</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>42.325,85</b>	
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>715,00</b>	<b>1,43%</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>	<b>2.020,00</b>	<b>4,04%</b>
<b>EQUIPOS ELECTRÓNICOS</b>	<b>874,00</b>	<b>1,75%</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>38.716,85</b>	<b>77,43%</b>
<b>Subtotal</b>	<b>2.800,00</b>	<b>84,65%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.800,00</b>	
<b>Gastos de constitución</b>	<b>700</b>	<b>1,40%</b>
<b>Permisos de funcionamiento</b>	<b>300</b>	<b>0,60%</b>
<b>Gastos de puesta en marcha</b>	<b>200</b>	<b>0,40%</b>
<b>CONSTRUCCIONES</b>	<b>1.600,00</b>	<b>3,20%</b>
		<b>0,00%</b>
		<b>5,60%</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>Efectivo</b>	<b>4.874,15</b>	<b>9,75%</b>
<b>Subtotal</b>	<b>4.874,15</b>	<b>9,75%</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>50.000,00</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Alex Carrera

### 3.4.1.1 Inversión fija

**Tabla 24: Inversión fija**

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Estación de trabajo (oficina)	2	110,00	220,00
Archivadores	1	65,00	65,00
Silla de espera tripersonal	4	35,00	140,00
Estanteria	2	105,00	210,00
Mesa de trabajo	1	80,00	80,00
<b>Total</b>			<b>715,00</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	2	750,00	1.500,00
Impresora multifunción	1	430,00	430,00
Regulador de voltaje	2	45,00	90,00
<b>Total</b>			<b>2.020,00</b>
<b>Fuente: Investigación propia</b>			
<b>EQUIPOS ELECTRÓNICOS</b>			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	1	38,00	38,00
Calculadora sumadora	1	17,00	17,00
Plasma 43"	1	630,00	630,00
Ventiladores 3 velocidades empotrados	3	63,00	189,00
<b>Total</b>			<b>874,00</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquina cortadors de tagua	2	1.500,00	3.000,00
Tambor de pulimiento	10	450,00	4.500,00

<b>Zarandas de selección de tagua</b>	<b>5</b>	<b>55,00</b>	<b>275,00</b>
<b>Moladora</b>	<b>3</b>	<b>150,00</b>	<b>450,00</b>
<b>Caadora</b>	<b>3</b>	<b>120,00</b>	<b>360,00</b>
<b>Lijadora</b>	<b>3</b>	<b>85,00</b>	<b>255,00</b>
<b>Compresor</b>	<b>2</b>	<b>250,00</b>	<b>500,00</b>
<b>Total</b>			<b>9.340,00</b>
<b>CONSTRUCCIONES</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Adecuación de instalaciones</b>	<b>1</b>	<b>1.600,00</b>	<b>1.600,00</b>
<b>Total</b>			<b>1.600,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>14.549,00</b>

Elaborado por: Alex Carrera

## Depreciación de activos fijos

**Tabla 25:** Depreciación de activos fijos

<b>Muebles y Enseres</b>								
Escritorios	220	0,00	10	22	22	22	22	22
Sillas tripersonal	140	0,00	10	14	14	14	14	14
Archivadores Aéreos	65	0,00	10	7	7	7	7	7
Mesa de trabajo	80	0,00	10	8	8	8	8	8
Estantería	210	0,00	10	21	21	21	21	21
<b>Equipos de Cómputo y Oficina</b>								
Computadora e impresora	1.500	0	3	500	500	500		
Impresora Multifuncional	430	0	3	143	143	143		
Regulador de voltaje	90	0	3	30	30	30		
<b>Maquinaria</b>								
Maquina cortadora de Tagua	3.000	0	10	300	300	300	300	300
Tambor para pulir	4.500	0	10	450	450	450	450	450
Zarandas para selección de tagua	275	0	10	28	28	28	28	28
Moladora	450,00	0	10	45	45	45	45	45
Caladora	360,00	0	10	36	36	36	36	36

Lijadora	255,00	0	10	26	26	26	26	26
Compresor	500,00	0	10	50	50	50	50	50

Elaborado por: Alex Carrera

### 3.4.1.2 Activos diferidos

**Tabla 26:** *Activos diferidos*

Activo diferido	Valor
Gastos de constitución	700,00
Permisos de funcionamiento	300,00
Gastos de puesta en marcha	200,00
<b>TOTAL DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>1.200,00</b>

Elaborado por: Alex Carrera

### Amortización de activos diferidos

**Tabla 27:** *Amortización de activos diferidos*

ACTIVO	VALOR	TIEMPO	Amortización 1 año	Amortización 2 año
Gastos de constitución	700	2	350	350
Permisos de funcionamiento	300	2	150	150
Gastos de puesta en marcha	200	2	100	100
<b>TOTAL</b>	<b>1.200,00</b>		<b>600</b>	<b>600</b>

Elaborado por: Alex Carrera

### 3.4.1.3 Capital de trabajo

**Tabla 28:** *Capital de trabajo*

Concepto	Valor
<b>COSTO DEL SERVICIO</b>	<b>24.660,35</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	
Sueldos y salarios	16.622,27

<b>MP</b>	<b>6.609,60</b>	
<b>CIF</b>	<b>0,00</b>	
<b>Energía Eléctrica (0,80%)</b>	<b>1.428,48</b>	
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>28.069,44</b>	<b>28.069,44</b>
<b>Sueldos administrativos</b>	<b>23.276,92</b>	
<b>Viáticos</b>	<b>0,00</b>	
<b>Energía Eléctrica (0,20%)</b>	<b>357,12</b>	
<b>Internet</b>	<b>384,00</b>	
<b>Telefono</b>	<b>360,00</b>	
<b>Suministros de oficina</b>	<b>91,40</b>	
<b>Arriendo</b>	<b>3.600,00</b>	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>5.760,00</b>	<b>5.760,00</b>
<b>Publicidad</b>	<b>5.760,00</b>	
<b>0</b>	<b>0,00</b>	
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL</b>		<b>58.489,79</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL</b>		<b>4.874,15</b>

Elaborado por: Alex Carrera

### 3.4.2 Financiamiento

Para el financiamiento de la empresa artesanías Lesly se va a contar con el aporte inicial de dos socios con una participación igual del 50 % cada uno dando un total de \$50000,00 dólares para su respectivo funcionamiento.

**Tabla 29:** *Aporte socios*

<b>RUBROS DE INVERSION</b>	<b>USOS DE FONDOS</b>	<b>Recursos propios</b>	
		<b>Socio 1</b>	<b>Socio 2</b>
Inversión propia	50.000,00	25.000,00	25.000,00
<b>TOTAL INVERSION</b>			<b>50.000,00</b>

Elaborado por: Alex Carrera

### 3.4.3 Presupuesto de costos y gastos



Mediante el presupuesto de costos y gastos es posible conocer los costos directos de la producción del servicio, así como los gastos administrativos, de ventas y financieros en los que incurrirá el proyecto para sus operaciones.

**Tabla 30:** *Presupuesto de costos y gastos*

Costos y Gastos	Años				
	1	2	3	4	5
Tasa de inflación promedio	0,397%	0,397%	0,397%	0,397%	0,397%
<b><u>COSTOS DIRECTOS</u></b>					
Sueldos y salarios	16.622,27	16.688,20	16.754,40	16.820,86	16.887,58
MP	6.609,60	6.635,82	6.662,14	6.663,97	6.690,41
CIF	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Energía Eléctrica (0,80%)	1.428,48	1.434,15	1.439,84	1.445,55	1.451,28
Agua potable (0,80%)	7,68	7,71	7,74	7,77	7,80
<b>SUBTOTAL</b>	<b>24.668,03</b>	<b>24.765,88</b>	<b>24.864,12</b>	<b>24.938,15</b>	<b>25.037,07</b>
<b><u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u></b>					
Sueldos administrativos	23.276,92	23.369,25	23.461,95	23.555,02	23.648,45
Viaticos	-	-	-	-	-
Amortizaciones	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Depreciaciones	847,35	847,35	847,35	847,35	847,35
Mantenimiento	1.250,16	1.255,12	1.260,10	1.265,10	1.270,11
Energía Eléctrica (0,20%)	357,12	358,54	359,96	361,39	362,82
Agua potable	1,92	1,93	1,94	1,94	1,95
Internet	384,00	385,52	387,05	388,59	390,13
Telefono	360,00	361,43	362,86	364,30	365,75
Suministros de oficina	91,40	91,76	92,13	92,49	92,86
Arriendo	3.600,00	3.614,28	3.628,62	3.643,01	3.657,46
<b>SUBTOTAL</b>	<b>30.288,87</b>	<b>30.405,18</b>	<b>30.521,95</b>	<b>30.639,19</b>	<b>30.756,88</b>
<b><u>GASTOS DE VENTAS</u></b>					
Publicidad	5.760,00	1.445,71	1.451,45	1.457,20	1.462,98
<b>SUBTOTAL</b>	<b>5.760,00</b>	<b>1.445,71</b>	<b>1.451,45</b>	<b>1.457,20</b>	<b>1.462,98</b>
<b><u>GASTOS DE FINANCIEROS</u></b>					

<b>Gasto Intereses</b>	-	-	-	-	-
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>60.716,90</b>	<b>56.616,77</b>	<b>56.837,52</b>	<b>57.034,54</b>	<b>57.256,94</b>

Elaborado por: Alex Carrera

### 3.4.4 Presupuesto de ingresos

Para la proyección de ingresos del proyecto, se toma en consideración de la venta de artesanías tales como la venta de adornos de tagua de 5920 unidades a \$ 9,30, pulseras 1950 unidades a \$ 3,70, aretes 4500 a 2,60, collares 1050 unidades a \$ 3,00, anillo 1200 unidades a \$ 1,50, dando un total de 14620 unidades al año, a la vez este presupuesto se proyecta a 5 años para estimar las ventas futuras.

**Tabla 31: Presupuesto de ingresos**

<b>Producción de adornos</b>						
		0,40%	0,003967	0,003966667	0,003966667	0,003966667
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Adornos	5920	6275	6652	7051	7474	7922
Valor	9,3	9,34	9,37	9,41	9,45	9,49
<b>Tota Anual</b>	<b>55.056</b>	<b>58591</b>	<b>62353</b>	<b>66356</b>	<b>70616</b>	<b>75150</b>
<b>Producción de pulseras</b>						
		0,003966667	0,003966667	0,003966667	0,003966667	0,003966667
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pulseras	1950	2067	2191	2322	2462	2610
Valor	3,7	3,71	3,73	3,74	3,76	3,77
<b>Tota Anual</b>	<b>7215</b>	<b>7678</b>	<b>8171</b>	<b>8696</b>	<b>9254</b>	<b>9848</b>
<b>Producción de aretes</b>						
		0,003966667	0,003966667	0,003966667	0,003966667	0,003966667
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aretes	4500	4770	5056	5360	5681	6022
Valor	2,6	2,61	2,62	2,63	2,64	2,65
<b>Tota Anual</b>	<b>11700</b>	<b>12451</b>	<b>13251</b>	<b>14101</b>	<b>15007</b>	<b>15970</b>
<b>Producción de collares</b>						
		0,003966667	0,003966667	0,003966667	0,003966667	0,003966667
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Collares	1050	1113	1180	1251	1326	1405
Valor	3	3,01	3,02	3,04	3,05	3,06

<b>Tota Anual</b>	<b>3150</b>	<b>3352</b>	<b>3567</b>	<b>3797</b>	<b>4040</b>	<b>4300</b>
<b>Producción de anillos</b>						
		<b>0,003966667</b>	<b>0,003966667</b>	<b>0,003966667</b>	<b>0,003966667</b>	<b>0,003966667</b>
<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Anillos</b>	<b>1200</b>	<b>1272</b>	<b>1348</b>	<b>1429</b>	<b>1515</b>	<b>1606</b>
<b>Valor</b>	<b>1,5</b>	<b>1,51</b>	<b>1,51</b>	<b>1,52</b>	<b>1,52</b>	<b>1,53</b>
<b>Tota Anual</b>	<b>1800</b>	<b>1916</b>	<b>2039</b>	<b>2169</b>	<b>2309</b>	<b>2457</b>
<b>TOTALES DE PRODUCCION</b>	<b>78921</b>	<b>83988</b>	<b>89381</b>	<b>95119</b>	<b>101226</b>	<b>107725</b>

Elaborado por: Alex Carrera

Se prevé un total de 83988 en ventas para el primer año.

### 3.4.5 Estado de pérdidas y ganancias

En el estado de pérdidas y ganancias se detalla los ingresos, gastos de operación, ganancias y pérdidas registradas en el periodo, el siguiente estado se encuentra proyectado a cinco años con el fin de conocer la utilidad inicial y futura.

**Tabla 32:** Estado de pérdidas y ganancias

<b><u>INGRESOS</u></b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Tasa de inflación promedio</b>	<b>0,397%</b>	<b>0,397%</b>	<b>0,397%</b>	<b>0,397%</b>	<b>0,397%</b>
<b>Ventas Totales</b>	<b>83988,10</b>	<b>89380,52</b>	<b>95119,17</b>	<b>101226,27</b>	<b>107725,46</b>
<b>(-) Costos de Producción</b>	<b>24668,03</b>	<b>24765,88</b>	<b>24864,12</b>	<b>24938,15</b>	<b>25037,07</b>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>59320,07</b>	<b>64614,65</b>	<b>70255,05</b>	<b>76288,11</b>	<b>82688,39</b>
<b><u>GASTOS DE OPERACIÓN</u></b>					
<b>Gastos de Administración</b>	<b>30288,87</b>	<b>30405,18</b>	<b>30521,95</b>	<b>30639,19</b>	<b>30756,88</b>
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>5760,00</b>	<b>1445,71</b>	<b>1451,45</b>	<b>1457,20</b>	<b>1462,98</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>23271,19</b>	<b>32763,75</b>	<b>38281,65</b>	<b>44191,72</b>	<b>50468,52</b>
<b>Gasto Financiero</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>23271,19</b>	<b>32763,75</b>	<b>38281,65</b>	<b>44191,72</b>	<b>50468,52</b>
<b>15 % Participación Laboral</b>	<b>3490,68</b>	<b>4914,56</b>	<b>5742,25</b>	<b>6628,76</b>	<b>7570,28</b>
<b>UTILIDAD DESPUÉS DE PART. LABORAL</b>	<b>19780,51</b>	<b>27849,19</b>	<b>32539,41</b>	<b>37562,97</b>	<b>42898,24</b>
<b>22% Impuesto a la Renta</b>	<b>4351,71</b>	<b>6126,82</b>	<b>7158,67</b>	<b>8263,85</b>	<b>9437,61</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 15.428,80</b>	<b>\$ 21.722,37</b>	<b>\$ 25.380,74</b>	<b>\$ 29.299,11</b>	<b>\$ 33.460,63</b>

Elaborado por: Alex Carrera

El estado de resultados proyectado a 5 años muestra una utilidad de \$ 15428,80 para el primer año y en los años consiguientes se considera la tasa de inflación vigente del 0,40%

### 3.4.6 Estado de situación financiera Inicial

Tabla 33: Balance Inicial

<b>BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b><u>ACTIVO CORRIENTE</u></b>		<b><u>PASIVO CORRIENTE</u></b>	
Caja y Bancos	\$ 45.191,00	Participación trabajadores utilidades	-
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>45.191,00</b>	Impuesto Renta	-
		<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>-</b>
<b><u>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</u></b>		<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	
MUEBLES Y ENSERES	715,00		-
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.020,00	<b><u>PATRIMONIO</u></b>	
EQUIPOS ELECTRÓNICOS	874,00	Capital social pagado	50.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	-	Reserva Legal	-
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>	<b>3.609,00</b>	Utilidad Retenida	-
(-) Depreciaciones	-	Utilidad Retenida del Periodo	-
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS</b>	<b>3.609,00</b>	Utilidad (pérdida) neta	-
			-
<b><u>ACTIVOS DIFERIDOS</u></b>		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	
Gastos de constitución	700		50.000,00
Permisos de funcionamiento	300		
Gastos de puesta en marcha	200		

<b>0</b>	<b>0</b>		
<b>0</b>	<b>0</b>		
<b>(-)Amortizaciones</b>	<b>-</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1.200,00</b>		
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>50.000,00</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>50.000,00</b>

**Elaborado por:** Alex Carrera

### 3.4.7 Flujo neto de caja

El flujo neto de caja se observa las entradas y salidas de caja en periodos anuales, proyectado a cinco años.

**Tabla 34:** *Flujo de caja*

	0	1	2	3	4	5
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Recuperación por ventas		83.988,10	89.380,52	95.119,17	101.226,27	107.725,46
Parcial		\$ 83.988,10	\$ 89.380,52	\$ 95.119,17	\$ 101.226,27	\$ 107.725,46
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Costos del Servicio		24.668,03	24.765,88	24.864,12	24.938,15	25.037,07
Gastos de Administración		30.288,87	30.405,18	30.521,95	30.639,19	30.756,88
Gastos de Ventas		5.760,00	1.445,71	1.451,45	1.457,20	1.462,98
(-) Depreciaciones		847,35	847,35	847,35	847,35	847,35
(-) Amortizaciones		120,24	120,24	120,24	120,24	120,24
Parcial		\$ 59.749,31	\$ 55.649,18	\$ 55.869,92	\$ 56.066,95	\$ 56.289,35
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>		\$ 24.238,79	\$ 33.731,34	\$ 39.249,25	\$ 45.159,32	\$ 51.436,12
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Credito	0,00					
Capital Social	50.000,00					
Parcial	\$ 50.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Pago intereses		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago principal (capital) de los pasivos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago participación trabajadores			3.490,68	4.914,56	5.742,25	6.628,76
Pago de impuesto a la renta			4.351,71	6.126,82	7.158,67	8.263,85
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>						
MUEBLES Y ENSERES	715,00					
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2020,00					
EQUIPOS ELECTRÓNICOS	874,00					
MAQUINARIA Y EQUIPO	-					

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1.200,00</b>					
<b>Parcial</b>	<b>\$ 4.809,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 7.842,39</b>	<b>\$ 11.041,38</b>	<b>\$ 12.900,92</b>	<b>\$ 14.892,61</b>
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>	<b>\$ 45.191,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>(\$ 7.842,39)</b>	<b>(\$ 11.041,38)</b>	<b>(\$ 12.900,92)</b>	<b>(\$ 14.892,61)</b>
<b>G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)</b>	<b>\$ 45.191,00</b>	<b>\$ 24.238,79</b>	<b>\$ 25.888,95</b>	<b>\$ 28.207,86</b>	<b>\$ 32.258,40</b>	<b>\$ 36.543,51</b>
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 45.191,00</b>	<b>\$ 69.429,79</b>	<b>\$ 95.318,74</b>	<b>\$ 123.526,60</b>	<b>\$ 155.785,00</b>
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)</b>	<b>\$ 45.191,00</b>	<b>\$ 69.429,79</b>	<b>\$ 95.318,74</b>	<b>\$ 123.526,60</b>	<b>\$ 155.785,00</b>	<b>\$ 192.328,51</b>

Elaborado por: Alex Carrera

De acuerdo al flujo neto de caja, el saldo final de caja es de \$ 69429,79 partiendo del año uno.

### 3.5 Evaluación Financiera

#### 3.5.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR

La TMAR es el premio al riesgo que recibe el inversionista por la inversión de su capital, el proyecto tendrá una tasa de descuento del 12,90% de acuerdo a la siguiente tabla

**Tabla 35: TMAR**

DETALLE	VALOR	%	COSTO	CPPC
Recursos propios	50.000,00	100%	7,50%	7,50%
<b>TOTAL</b>	<b>50.000,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>7,50%</b>	<b>7,50%</b>
	CPPC	7,50%		
	Premio al riesgo	5,00%		
	Inflación	0,40%		
	<b>Tasa de descuento</b>	<b>12,90%</b>		

Elaborado por: Alex Carrera

Se determina el promedio de costo ponderado del capital que es de 7,50, es decir que lo que le cuesta a la empresa la finalización del proyecto con recursos propios.

#### 3.5.2 VAN

$$VAN = \sum \frac{Flujos}{(1 + Tmar)^n}$$

**Tabla 11: VAN**

$\frac{VAN}{=}$	F0	+	F1	+	F2	+	F3	+	F4	+	F5
	$(1+i)^0$		$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
$\frac{VAN}{=}$	-50.000,00	+	24.238,79	+	25.888,95	+	28.207,86	+	32.258,40	+	36.543,51
	$(0,750)^0$		$(0,750)^1$		$(0,750)^2$		$(0,750)^3$		$(0,750)^4$		$(0,750)^5$
$\frac{VAN}{=}$	-50.000,00	+	24.238,79	+	25.888,95	+	28.207,86	+	32.258,40	+	36.543,51
	1		1,075		1,155625		1,24229688		1,33546914		1,435629326
$\frac{VAN}{=}$	-50.000,00	+	22.547,71	+	22.402,55	+	22.706,22	+	24.155,11	+	25.454,69

Elaborado por: Alex Carrera

Se considera un proyecto aceptable debido a que el VAN: 67266,28 ES  $\geq 0$ ; el valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida



generara beneficios al inversionista, es decir que este proyecto es económicamente conveniente.

### 3.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno mide la rentabilidad que está en capacidad de generar el proyecto, en la siguiente tabla se presenta el cálculo de la tasa interna de retorno.

**Tabla 37: TIR**

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT. 46,50%	VAN Menor	FACTOR ACT. 46,00%	VAN MAYOR
0	- 50.000,00		- 50.000,00		- 50.000,00
1	24.238,79	0,6825939	16.545,25	0,6849315	16.601,91
2	25.888,95	0,4659344	12.062,55	0,4691312	12.145,31
3	28.207,86	0,3180439	8.971,34	0,3213227	9.063,83
4	32.258,40	0,2170948	7.003,13	0,2200841	7.099,56
5	36.543,51	0,1481876	5.415,29	0,1507425	5.508,66
			- 2,43		419,27

Elaborado por: Alex Carrera

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

**TIR = 46,50%**

Una vez obtenido los resultados de los cálculos correspondientes al TIR y al VAN, se puede determinar que el proyecto es viable y favorable con una tasa Interna de Retorno del  $46,50\% \geq 12,90\%$  de la TMAR.

### 3.5.4 PRI

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

**Tabla 38: PRI**

Inversión		<b>-50.000,00</b>		
Años	Flujo de caja		Flujos de caja actualizados	Flujos de caja acumulados
1		24.238,79	22.547,71	22.547,71
2		25.888,95	22.402,55	44.950,26
3		28.207,86	22.706,22	67.656,48
4		32.258,40	24.155,11	91.811,59
5		36.543,51	25.454,69	117.266,28
PRI		2,571137021		2
Meses		0,571137021	6,853644252	1
Días		5,853644252	175,6093276	2
AÑOS, MESES, DIAS				

**Elaborado por:** Alex Carrera

De acuerdo al PRI, la inversión será recuperada en 2 años, 1 mes, y 2 días considerando que los factores internos y de mercado son los previstos.

### 3.5.5 Punto de equilibrio

Considerando que los siguientes productos artesanales tendrán los precios de 9,30, los adornos, \$ 3,70 las pulseras, \$ 2,60 los aretes, \$ 3.00 los collares, \$ 1,5 los anillos, se establece un precio unitario promedio de \$4,02, el punto de equilibrio se calcula en la siguiente tabla.

**Tabla 39: Punto de equilibrio**

PERIODO	PRECIO UNITARIO	VENTAS	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	PEQ \$	PEQ PRODUCTOS
1	4,02	83.988,10	24.668,03	36.048,87	51.040	12.696
2	4,02	58.590,85	24.765,88	31.850,90	55.171	13.724
3	4,02	62.352,66	24.864,12	31.973,40	53.180	13.229
4	4,02	101.226,27	24.938,15	32.096,39	42.589	10.594
5	4,02	107.725,46	25.037,07	32.219,87	41.976	10.442

<b>TOTAL</b>	<b>82.776,67</b>	<b>24.854,65</b>	<b>32.837,89</b>	<b>48.790,97</b>	<b>12.137,06</b>
--------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Elaborado por: Alex Carrera

De acuerdo al cálculo, el punto de equilibrio en dólares es de \$ 48790,97 para el año 1, esto indica que es el valor que la microempresa debe vender al año para no perder ni ganar. El punto de equilibrio en unidades es de 12137.

### 3.5.6 Indicadores financieros

**Tabla 40:** *Indicadores financieros*

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>LIQUIDEZ</b>							
<b>1. Liquidez corriente</b>	<b>Activo corriente / Pasivo Corriente</b>	<b>dóla res</b>	<b>0,00</b>	<b>8,85</b>	<b>8,63</b>	<b>9,58</b>	<b>10,46</b>
<b>ENDEUDAMIENTO</b>							
<b>2. Endeudamiento largo plazo</b>	<b>Pasivo largo plazo / Activo total</b>		<b>0,00 %</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,00 %</b>
<b>RENTABILIDAD</b>							
<b>3. Rendimiento Activo Total</b>	<b>Utilidad neta / Activo Promedio</b>		<b>30,86 %</b>	<b>29,65%</b>	<b>25,85 %</b>	<b>23,36 %</b>	<b>21,35 %</b>
<b>4. Rendimiento del Patrimonio</b>	<b>Utilidad neta / Patrimonio promedio</b>		<b>30,86 %</b>	<b>33,20%</b>	<b>29,12 %</b>	<b>26,04 %</b>	<b>23,59 %</b>
<b>5. Margen Utilidad Bruta</b>	<b>Ventas - Costo de Ventas / Ventas</b>		<b>70,63 %</b>	<b>72,29%</b>	<b>73,86 %</b>	<b>75,36 %</b>	<b>76,76 %</b>
<b>6. Margen Utilidad neta.</b>	<b>Utilidad neta / Ventas</b>		<b>59,53 %</b>	<b>73,20%</b>	<b>91,62 %</b>	<b>111,1 %</b>	<b>131,6 %</b>

Elaborado por: Alex Carrera

## Conclusiones

- Nuestro proyecto artesanías servirá para cubrir las necesidades tanto del macro entorno como el micro entorno de la ciudadanía de San Miguel de los Bancos, arrastrando a nuestros pobladores hacia un nuevo estilo de vida tomando en cuenta que hoy en día hay barreras que debemos cruzar para alcanzar nuestros ideales, como es creando las microempresas.
- Gracias a la investigación realizada directamente con la población especialmente a la zona urbana pudimos darnos cuenta que la propuesta entablada por nuestros socios capitalistas cumplió las expectativas gracias a una encuesta y entrevista realizada a esta comunidad.
- Dentro de la investigación descriptiva que realizamos nos enfocamos directamente a la capacidad que tiene cada morador de esta zona, observando su destreza y arte para desarrollar técnicas especiales que ya los tienen, pero que hay que saberlas encaminar para un mejor futuro.
- De acuerdo a resultados obtenidos en la investigación se percibe una alta demanda de artesanías de tagua, que manifiestan nuestros encuestados adquirirlas con frecuencia, aduciendo que nuestro producto es de una alta innovación y que cubrirá todas las expectativas de nuestros consumidores.
- En el Cantón Los Bancos la poca competitividad hace que nuestra producción sea la más observada y vendida dentro de este mercado, y de esta manera nosotros llegar a tener un alto nivel de aceptación, y de esta manera llegar a nuestros clientes más potenciales, y así reducir un poco más los costos y llegar hacer los líderes en el mercado.
- Con este producto lo que se espera es llegar de manera directa al consumidor final sin intermediarios, para que no haya ese sobreprecio en las artesanías, lo que esperamos al posicionarnos en el mercado es que nuestro producto sea de calidad y a precios muy bajos, para tener un beneficio mutuo cliente-empresa.

## **Recomendaciones**

- Tomando en cuenta que la aceptación de cambio de vida está basada en tomar decisiones de forma apresuradas, para nuestra empresa sería fantástico que ustedes como clientes tomen la iniciativa de convertirse en unos expertos artesanos y cambiar su estilo de vida.
- Es prescindible que la actitud de usted como persona adulta, de su opinión siempre tomando en cuenta que la superación de todas las cosas siempre está dirigida principalmente a nosotros como clientes.
- Cuando nosotros como personas tenemos un don o una forma de ver mejor las cosas, no debemos dejar la oportunidad de hacerla surgir, porque ahí es cuando nuestros talentos se van a expresar a lo máximo, y esto nos va a cambiar nuestra vida.
- En cuando a la adquisición de estos magníficos ejemplares de tagua siempre tenemos que tomar en cuenta que un recuerdo de este material es para toda la vida y que siempre va a tener un motivo especial para adquirirlo.
- Nuestro Cantón en si está considerado uno de los más diversos en flora y fauna, de esta misma manera tenemos que canalizarnos a una nueva forma de vida como hoy en día se la conoce como la de ser artesano, no dejemos pasar esta oportunidad y creamos en nosotros mismos.
- Para nuestro Cantón es motivo de orgullo saber que nuestros turistas y amigos se sientan bien en nuestro clima laboral y artesanal, porque gracias a ellos nos vamos hacer más conocidos a nivel nacional tomando en cuenta nuestra calidad de trabajo y precios siempre al alcance de nuestras manos.

## Bibliografía

- Amat, O. (2008). *Análisis Económico Financiero*. Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000.
- Andrango, D., & Taipe, J. (Enero de 2014). Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de figuras y bisutería de tagua al mercado de Bélgica. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Aragundy, E., & Tubon, S. (marzo de 2017). Modelo de negocio: producción y comercialización de juguetes didácticos para niños de 0 a 5 años a base de tagua y su futura exportación hacia el mercado italiano. guayaquil, Ecuador.
- Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife. (s.f.). *Plan Económico y Financiero*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2018, de Servicio de creación de empresas: <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>
- Cuevas Landero, J., & Martínez Ruiz, C. (18 de Noviembre de 2008). *Estudio técnico operativo*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2018, de Formulación de proyectos en el área de Alimentos: <http://formulacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2008/11/estudio-tecnico-operativo.html>
- E-Técnico consultores. (s.f.). *Estudio técnico*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2018, de E-Técnico consultores: <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Flores, J. (2014). *Derecho Ecuador*. Recuperado el 05 de 01 de 2019, de <https://www.derechoecuador.com/microempresa>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura. (1981). *Notas sobre la presentación de proyectos de financiamiento externo*. San José, Costa Rica: IICA.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (1982). *Curso - Taller de la Elaboración y Gestión de Proyectos de Desarrollo Agrícola Integral*. (J. L. Bareiro, Ed.) Arquipa, Perú: IICA-Perú.

- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2001). *Guía para la presentación de proyectos*. México D.F., México: Siglo XXI editores.
- Luque, N. (2009). Plan de negocios para producir y comercializar confecciones con un excelente nivel de diseño y calidad, siñiendonos al cumplimiento cabal que exige el marco de la responsabilidad social empresarial, con énfasis en el capital humano. Bogota, Colombia.
- María, C. C. (2002). *Turismo comunitario en las zona de dos mangas y*. Guayas.
- OBS Business School. (s.f.). *Elementos claves en el estudio económico de un proyecto*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2018, de OBS Business School: <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/etapas-de-un-proyecto/elementos-claves-en-el-estudio-economico-de-un-proyecto>
- Pintado Blanco , T., Sánchez Herrera, J., Grande Esteban, I., & Estévez Muñoz, M. (2010). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Sloan, E. (25 de 04 de 2013). *É Alimentación*. Obtenido de <http://www.alimentacion.enfasis.com/articulos/66687-tendencias-alimentos>
- Vaca, J. (n de 2013). Análisis del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de artesanías en tagua “manos libres” en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura. *Ingeniería en contabilidad y auditoría cpa*. noviembre, Ibarra, Ecuador.
- William. (2017). *La educacion comunitaria, una opcion para promover los saberes ancestrales en los artesanos de Santa Elena Ecuador* . Santa Elena: Revista caribeña de Ciencias Sociales.
- Zorita Lloreda, E. (2015). *Plan de negocio*. Madrid, España: ESIC Editorial.

## Anexos

### CUESTIONARIO DE ENCUESTA



La presente encuesta tiene por objetivo conocer si existe mercado en el Cantón San Miguel de Los Bancos para la creación de una microempresa productora y comercializadora de artesanías de tagua

**Por favor seleccione el ítem colocando una X dentro del paréntesis.**

**1. ¿Adquiere usted con frecuencia las artesanías de tagua?**

a) SI ..... ( )

b) NO ..... ( )

**2. ¿Qué tipo de artesanías en tagua son de su preferencia?**

a) Aretes .....( )

b) Pulseras .....( )

c) Anillos ..... ( )

d) Collares .... ( )

e) Adornos .... ( )

**3. ¿Dónde generalmente adquiere estas artesanías?**

a) Locales comerciales ....( )

b) Mercados locales .....( )

c) Ferias artesanales .....( )

**4. ¿Las artesanías de tagua que se comercializan actualmente en los diferentes locales de expendio cumplen con sus expectativas?**

a) SI .....( )

b) NO .....( )

¿Porqué?.....



5. **¿Está de acuerdo que en el Cantón Los Bancos se implemente la comercialización y producción de artesanías de tagua?**
- a) SI .....( )
  - b) NO .....( )
6. **¿En qué sector de la ciudad usted le gustaría que se ubique sus ventas?**
- a) Av. 6 de Diciembre .....( )
  - b) Av. 17 de Julio .....( )
  - c) Calle Camilo Ponce .....( )
7. **¿Qué posibilidades existen que usted realice compras de artesanías de tagua?**
- a) Alta .....( )
  - b) Media .....( )
  - c) Baja .....( )
8. **¿Qué tipo de publicidad le gustaría que realice nuestra empresa de artesanías de tagua?**
- a) Afiches .....( )
  - b) Vallas publicitarias .....( )
  - c) Televisión .....( )
  - d) Internet .....( )
  - e) Prensa escrita .....( )

*GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.*

## CUESTIONARIO DE ENTREVISTA

La entrevista en si se la realizo a la Junta Parroquial de Mindo, con su representante la Lcda. Lilian Salazar Presidenta del GAD. Parroquial de Mindo.



### DATOS INFORMATIVOS

**Fecha:**

**Nombre de entrevistado:**

.....

**Establecimiento:**

.....

**Ubicación:**

.....

**Pregunta 1. ¿Considera que la producción de tagua en el cantón es de beneficio para la comunidad?**

.....  
.....

**Pregunta 2. Considera que establecer alianzas con las diferentes agencias de turismo del país ayudaría a fortalecer la negociación de nuestros productos.**

.....  
.....

**Pregunta 3. ¿Para que la producción de artesanías sea reconocida, que considera como alternativa?**

.....  
.....

**Pregunta 4. ¿Cuál sería el requerimiento principal para este tipo de producción de artesanías?**

.....  
.....

*GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.*

## PROCESO DE PRODUCCION DE ARTESANIAS DE TAGUA



PLANTA DE TAGUA



RECOLECCIÓN DE SE SEMILLAS



SELECCIÓN DE CELULAS



SEPARADOR DE CELULAS



SECADO DE CELULAS



CLASIFICACIÓN DE CELULAS



DESTRONCAR LAS CELULAS



CORTADA DE LAS CELULAS



CORTADA DE LAS CELULAS



TALLAR LAS CELULAS



TALLAR LAS CELULAS



TALLAR LAS CELULAS



PULIMIENTO DE LAS CELULAS



PULIMIENTO DE LAS CELULAS

### PODUCTOS TERMINADOS



LLAVEROS



ADORNOS



ADORNOS



PULSERAS



ANILLOS



PULSERAS



VISUTERIA



VISUTERIA



VISUTERIA



VISUTERIA