

**UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL**

**SEDE QUITO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS DE LA CULTURA AFRO  
ELABORADAS POR MUJERES AFROECUATORIANAS**

**AUTOR: GISELLE CONNIE VIVERO REASCOS**

**TUTOR: ING. EDGAR FERNANDO RAZO CAJAS M.I**

**QUITO, 2020**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En calidad de tutor designado por la Comisión de Titulación de la carrera de Gestión Empresarial, informo que la señora Giselle Connie Vivero Reascos con C.I. 171292426-3, ha culminado la elaboración del trabajo de titulación cuyo temas es: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS DE LA CULTURA AFRO ELABORADAS POR MUJERES AFROECUATORIANAS, el mismo que cumple con los requisitos establecidos en la Guía Metodológica de Elaboración de Trabajos de Titulación de la Universidad Metropolitana del Ecuador (UMET), por lo tanto, puede continuar con la lectoría.

Tutor

---

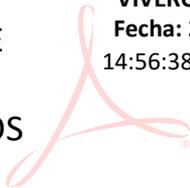
Ing. Edgar Fernando Razo Cajas  
1716151335

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Giselle Connie Vivero Reascos, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador “UMET”, de la carrera Gestión Empresarial, declaro en forma libre y voluntaria que el presente (trabajo de investigación) que versa sobre: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS DE LA CULTURA AFRO ELABORADAS POR MUJERES AFROECUATORIANAS y las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, las cuales se han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al referirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,<sup>1</sup> Firmado digitalmente  
por GISELLE CONNIE  
VIVERO REASCOS  
Fecha: 2020.11.19  
14:56:38 -05'00'



**Giselle Connie Vivero Reascos**

**1712924266**

**AUTOR**

## CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR

Yo, Giselle Connie Vivero Reascos, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS DE LA CULTURA AFRO ELABORADAS POR MUJERES AFROECUATORIANAS, modalidad (Proyecto de Investigación) de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Atentamente,

GISELLE  
CONNIE  
VIVERO  
REASCOS



Firmado digitalmente por

GISELLE CONNIE

VIVERO REASCO

Fecha: 2020.11.19

14:56:38 -05'00'

**Giselle Connie Vivero Reascos**

**1712924263**

**AUTOR**

## DEDICATORIA

*Siempre existirán varias personas en mi vida a quienes realizar esta dedicatoria, pero siempre serás el primero Dios todo poderoso quien es mi principal soporte,*

*A mis padres, que durante toda mi vida han formado parte de cada paso dado, de cada meta alcanzada, son mi apoyo en todo momento gracias por los consejos y el ejemplo sembrado en mi persona,*

*A mi hermana Aracely Vivero, junto a mi sobrina Suani Rodríguez quienes son mi fortaleza y mi fuerza son las que me motivan a ser mejor cada día y siempre me extienden sus manos para levantarme, gracias por animarme a seguir.*

## AGRADECIMIENTO

*De manera especial a Dios porque sin su voluntad nada se hace posible.*

*Al Ing. Fernando Razo Cajas, tutor de esta investigación, quien con rigurosidad académica me orientó en la realización de este trabajo, Compartió conmigo sus conocimientos y expresó sus acertadas críticas.*

*A la Universidad Metropolitana en especialmente a todos y cada uno de mis profesores a lo largo de la carrera en la Facultad de Gestión Empresarial por acogerme durante mi periodo estudiantil de la presente investigación.*

*Extiendo mi gratitud al pueblo Afroecuatoriano a través de todas las personas que compartieron conmigo sus conocimientos, sus reflexiones, sus visiones, sus sueños y esperanzas sobre todo me otorgaron su fraternal amistad y cariño, a través de estas páginas retorno su sabiduría*

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....</b>	<b>2</b>
<b>CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR.....</b>	<b>IV</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>V</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS .....</b>	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>XI</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS .....</b>	<b>XIV</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>XVI</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>XVII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>3</b>
<b>Formulación del problema.....</b>	<b>6</b>
<b>Delimitación del Problema.....</b>	<b>6</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>27</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO.....</b>	<b>27</b>
1.1 Descripción del contexto (macro y micro entorno) .....	27

1.2	Estudio de Mercado .....	30
<b>1.2.1</b>	<b>Población y la muestra seleccionada .....</b>	<b>31</b>
	Segmentación Geográfica .....	31
1.3	Encuesta y resultados .....	33
1.4	Fuerzas de mercado y demanda insatisfecha .....	39
<b>CAPÍTULO II ESTUDIO TÉCNICO .....</b>		<b>41</b>
2.1.	Introducción.....	41
2.2.	Declaración de misión, visión y filosofía empresarial .....	41
	Misión .....	41
	Visión.....	43
2.3.	Localización óptima .....	44
	Datos generales provincia de Pichincha .....	44
	Datos generales provincia de Esmeraldas.....	45
	Datos generales provincia de Imbabura.....	45
	Localización por centroide.....	46
2.4.	Determinación de la capacidad instalada .....	49
2.5.	Proceso productivo .....	50
2.6.	Selección de equipo y mano de obra requerida .....	55
	Selección de equipo .....	55
	Mano de obra requerida .....	58

2.7. Distribución de la planta y determinación de áreas de trabajo requeridas .....	60
Distribución de planta.....	60
2.8. Organización del recurso humano.....	61
Estructura organizacional.....	61
Descripción de perfiles de cargos.....	62
2.9. Estrategias de marketing .....	64
Estrategia de posicionamiento.....	64
Segmentación de mercado .....	65
Estrategia de producto .....	66
Estrategia del precio .....	69
Estrategia de distribución y canales .....	69
Estrategia promocional .....	70
Presupuesto de marketing .....	71
2.10. Aspectos legales y ambientales de la organización.....	72
Aspectos legales .....	72
Aspectos ambientales .....	73
<b>CAPÍTULO III ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>75</b>
3.1. Análisis financiero del proyecto .....	75
3.2. Proyección de ventas y política de inventarios .....	75
3.3. Proyección de sueldos .....	77

3.4. Proyección de inversiones y depreciaciones.....	78
3.5. Proyección de costos de producción .....	79
3.6. Proyección de gastos .....	80
3.7. Estimación del capital de trabajo .....	80
3.8. Estructura de capital y deuda .....	81
3.8. Punto de equilibrio .....	84
3.9. Análisis financiero.....	85
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>90</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>91</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>92</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Alfa de Cronbach.....	26
Tabla 2. Segmentación Geografía.....	31
Tabla 3. Nivel socioeconómico .....	32
Tabla 4. Tabla mercado meta.....	32
Tabla 5. Datos de Muestreo .....	33
Tabla 6. Información relevante del estudio de mercado .....	38
Tabla 7. Demanda anual .....	39
Tabla 8. Demanda anual .....	39
Tabla 9. Oferta anual.....	40
Tabla 10. Proyección oferta anual .....	40
Tabla 11 Declaración de misión .....	43
Tabla 12 Localización por puntos ponderados .....	46
Tabla 13 Coordenadas centroide.....	47
Tabla 14 Volumen de producción por localización .....	48
Tabla 15 Solución de localización .....	49
Tabla 16 Determinación DPI.....	50
Tabla 17 DPI proyectado.....	50

Tabla 18 Descripción del proceso productivo .....	52
Tabla 19 Cursograma analítico del proceso productivo.....	54
Tabla 20 Requisitos de equipos, materiales y herramientas.....	55
Tabla 21 Proveedores del proyecto.....	56
Tabla 22 Requisitos de materiales en el proceso productivo .....	56
Tabla 23 Descripción de materiales requeridos.....	57
Tabla 24 Cálculo M.O. Requerida por día .....	59
Tabla 25 Requisitos de mano de obra del proyecto .....	60
Tabla 26 Estructura de precio costos y márgenes.....	69
Tabla 27 Presupuesto estrategias de marketing del proyecto .....	71
Tabla 28 Requisitos y aspectos legales .....	72
Tabla 29 Proyección de ventas .....	75
Tabla 30 Costo de producción materias primas.....	76
Tabla 31 Inventario MP directa .....	76
Tabla 32 Inventario MI .....	76
Tabla 33 Análisis de sueldos proyectados.....	77
Tabla 34 Inversiones y depreciaciones.....	78
Tabla 35 Inversión en activos intangibles .....	79
Tabla 36 Sistema de costeo de producción.....	79
Tabla 37 Proyección gastos de administración.....	80

Tabla 38 Proyección gasto de ventas .....	80
Tabla 39 Cálculo capital de trabajo.....	81
Tabla 40 Monto de inversiones.....	81
Tabla 41 Amortización del financiamiento .....	82
Tabla 42 Amortización de deuda .....	83
Tabla 43 Punto de equilibrio en cantidades.....	84
Tabla 44 Estado de pérdidas y ganancias .....	85
Tabla 45 Flujos de caja del proyecto e inversionista .....	86
Tabla 46 Cálculo tasas de descuento.....	87
Tabla 47 Flujos del proyecto y del inversionista .....	87
Tabla 48 Evaluación de flujos .....	87
Tabla 49 Escenario propuesto.....	88
Tabla 50 Análisis sensibilidad de costos.....	88
Tabla 51 Análisis de sensibilidad de precios.....	89
Tabla 52 Análisis de sensibilidad producción .....	89
Tabla 53 Resumen de escenarios .....	89

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Justificación .....	3
Gráfico 2. Árbol de problemas .....	5
Gráfico 3. Fuerzas de Porter .....	29
Gráfico 4. Población de acuerdo al Censo Nacional de Población y Vivienda.....	31
Gráfico 5. Pregunta 1 .....	34
Gráfico 6. Pregunta 2 .....	35
Gráfico 7. Pregunta 3 .....	35
Gráfico 8. Pregunta 4 .....	36
Gráfico 9. Pregunta 5 .....	36
Gráfico 10. Pregunta 6 .....	37
Gráfico 11 Descripción del negocio.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Gráfico 12 Valores institucionales .....	44
Gráfico 13 Mapa Político Provincia de Pichincha .....	47
Gráfico 14 Plano de coordenadas .....	48
Gráfico 15 Solución de localización .....	49
Gráfico 16 Proceso productivo Arte Afro .....	51
Gráfico 17 Interrelación de procesos .....	55

Gráfico 18 Distribución de la planta .....	60
Gráfico 19 Organigrama posicional .....	61
Gráfico 20 Perfil de cargo Gerente General .....	62
Gráfico 21 Perfil de cargo Administrador .....	63
Gráfico 22 Plan de posicionamiento comercial .....	64
Gráfico 23 Leyenda de figuras del plan de posicionamiento comercial .....	65
Gráfico 24 Segmento de clientes Arte Afro .....	65
Gráfico 25 Logotipo Arte Afro .....	66
Gráfico 26 Modelo aretes de corteza de coco .....	67
Gráfico 27 Modelo pulseras de corteza de coco .....	67
Gráfico 28 Modelo collar de corteza de coco .....	68
Gráfico 29 Soporte del producto, tarjeta de presentación .....	68
Gráfico 30 Prototipo landing page .....	69
Gráfico 31 Distribución y canales .....	70
Gráfico 32 Estructura de canales de comunicación .....	70
Gráfico 33 Canales de comunicación .....	71

## RESUMEN

**TÍTULO:** Plan de negocios para la creación de una microempresa de artesanías de la cultura afro elaboradas por mujeres Afro ecuatorianas en el distrito metropolitano de Quito (DMQ)

**AUTOR:** Giselle Connie Vivero Reascos.

**TUTOR:** Ing. Fernando Razo Cajas.

El presente plan de negocios desarrolla los componentes necesarios que permitan la creación de la empresa “Arte Afro”, la misma que se dedica a la producción y comercialización de artesanías Afro ecuatorianas realizadas por mujeres Afro ecuatorianas. El objetivo general se basa en la realización de un plan de negocios que justifique la creación de una microempresa dedicada a la producción de artículos de joyería artesanal, empleando como materia prima los desechos de la corteza de coco, en el DMQ., la metodología de investigación que se utiliza se encuentra basada en el método cualitativo y como tipos de investigación el descriptivo y exploratorio.

El plan inicia con la identificación del problema mediante la herramienta del árbol de problemas, en base al problema identificado se realiza la descripción del contexto, tanto del micro como del macro entorno, utilizando como herramientas el análisis PEST y las 5 fuerzas de Porter, de donde se obtiene que los factores externos son favorables para la creación de la empresa, en el mismo capítulo se realiza el estudio de mercado de donde se obtiene la demanda insatisfecha de artesanías anuales, la misma que se sitúa en 19.841 unidades para el año 2020, con una proyección basada en el crecimiento poblacional (1.52%). En el segundo capítulo se identifica la ubicación adecuada para la empresa, además del proceso de producción y el número de personas todas mujeres Afro ecuatorianas que necesita la empresa, además de un análisis ambiental. Finalmente, se realiza un análisis financiero donde se determina la inversión inicial, además se proyecta ingresos y costos para la realización del flujo de caja y verificar la viabilidad del proyecto mediante los indicadores económicos, se obtiene un VAN de 44.274.53 dólares, un TIR de 49.39% y un costo beneficio del 2.38.

**PALABRAS CLAVE:** Plan de negocios, afroecuatoriana, artesanías, bisutería, corteza de coco

## ABSTRACT

**TITLE:** Business plan for the creation of a micro-enterprise of crafts of the Afro culture made by Afro-Ecuadorian women in the metropolitan district of Quito (DMQ)

**AUTHOR:** Giselle Connie Vivero Reascos.

**TUTOR:** Ing. Fernando Razo Cajas

This business plan develops methodologies that allow the creation of the company "Arte Afro", the same one dedicated to the production and marketing of Afro-Ecuadorian handicrafts made by Afro-Ecuadorian women. The plan begins with the identification of the problem using the problem tree tool, based on the problem identified, the context is described, both in the micro and macro environment, using the PEST analysis and Porter's 5 forces, from where it is obtained that the external factors are favorable for the creation of the company, in the same chapter the market study is carried out where the unsatisfied demand for annual handicrafts is obtained, which stands at 19,841 units by 2020, with a projection based on population growth (1.52%). The second chapter identifies the appropriate location for the company, in addition to the production process and the number of people, all Afro-Ecuadorian women that the company needs, in addition to an environmental analysis. Finally, a financial analysis is carried out where the initial investment is determined, in addition, income and costs are projected to carry out the cash flow and verify the viability of the project using economic indicators, a NPV of \$ 44,274.53, an IRR, is obtained. Of 49.39% and a cost benefit of 2.38.

**KEY WORDS:** Business plan, Afro-Ecuadorian, crafts, jewelry, coconut bark

## INTRODUCCIÓN

El Ecuador, es uno de los 17 países mega diversos, con 9,2 especies por kilómetro cuadrado ocupa el primer lugar de biodiversidad (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2014), con tres regiones naturales continentales y una insular como Galápagos, el Ecuador posee gran variedad de fauna y flora entre estas se encuentra frutos tropicales y uno de ellos es el coco, este fruto a nivel de la costa ecuatoriana es muy utilizado en la alimentación con recetas exquisitas y en la elaboración de artesanías y objetos de uso diario.

Con el planteamiento de este trabajo se quiere mejorar el manejo de la producción artesanal, además permitir que se aproveche las habilidades con las que cuentan la etnia afroecuatoriana que siempre ha estado llena de mucha creatividad sobre todo en lo que respecta a la artesanía donde siempre se ha podido ver sus raíces expresadas en todo lo que realizan, y que han sido transmitidas de generación en generación formando parte de la herencia cultural.

El Ecuador, de acuerdo a la Constitución del 2008 es multiétnico y pluricultural, con 14 nacionalidades y 18 pueblos, dentro de estas se encuentra el pueblo afro ecuatoriano, dicho pueblo en su mayor parte ubicado en la provincia de Esmeraldas, dicho pueblo utiliza al coco como base para su alimentación, este fruto redondo, de corteza color café claro, muy duro, con muchos vellos conocidos como “estopa”, en su interior tiene un jugo dulce y su pulpa es blanca y fibrosa.

Además de su variada y deliciosa gastronomía, el pueblo afro ecuatoriano es conocido por sus hábiles manos para convertir al coco en piezas artesanales que son reconocidas por turistas nacionales y extranjeros, dichas artesanías buscan el reconocimiento y revalorización de las tradiciones y cultura del pueblo afro ecuatoriano. Estas artesanías, duran décadas sin perder su brillo y estructura original gracias a un proceso con lacas, resinas y aceites a las que son sometidas tanto las cáscaras como las fibras “estopa”. La materia prima utilizada es corteza de coco, lo cual aporta al desarrollo sustentable del país ya que, comúnmente esta materia prima es desechada.

En términos generales, las actividades productivas relacionadas con las artesanías representa el 1% del PIB, sin embargo se aspira llegar al 10% del PIB en el año 2030 de acuerdo a la Junta

Nacional de la Defensa del Artesano (JNDA), gracias a esto 77.000 personas se han calificado como artesanos, la mayor parte de estos artesanos son mujeres, un grupo social marginado y de esta manera han encontrado un modo de obtener un ingreso extra para sus hogares, es por ello la importancia de generar un plan de negocios para la creación de una microempresa dedicada a la creación de artesanías utilizando como materia prima la corteza del coco e incluyendo a las mujeres dentro de la economía; este plan de negocios se divide en tres capítulos, el primero el diagnóstico y estudio de mercado, el segundo la elaboración de un estudio técnico – administrativo y finalmente, el análisis financiero para evaluar la factibilidad del presente plan de negocios.

## **JUSTIFICACIÓN**

El presente plan de negocios se fundamenta y se justifica desde que el Ecuador adopta como tipo de economía a la Economía Popular y Solidaria, dentro de esta se ubican 6 de cada 10 personas de la población económicamente activa, anclada a que las artesanías se producen en la mayor parte de las provincias, siendo una de las más importantes Esmeraldas por el abastecimiento de materia prima y la mano de obra calificada.

Además, de la Ley Orgánica de Desarrollo Artesanal, donde se incluye reformas para que los 300.000 artesanos informales sean ahora formales gracias a que dentro del país existen 250 centros de formación artesanal lo que evidencia el impulso que se pretende dar al sector artesanal desde el gobierno central con un incremento cercano del 10% en el PIB durante los próximos diez años, esta oportunidad debe ser aprovechada por el presente plan de negocios.

Es así, que el presente plan de negocios contribuye a las líneas de investigación dentro de la Universidad Metropolitana (UMET), específicamente con el de “Emprendimiento, productividad y competitividad”, por otro lado tributa a la carrera de Gestión Empresarial con el proyecto de investigación “Propuesta de un modelo de gestión empresarial con base a la situación actual de las PYMES del Distrito Metropolitano de Quito”, que permite la transformación de la matriz productiva, además hace parte del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 de los Objetivos N° 2 y 5.

<p><b>Teniendo el proyecto por objetivo difundir las artesanías trabajadas con la corteza de coco e incentivar al mejoramiento económico del sector de las mujeres Afro ecuatorianas, es importante destacar que el presente proyecto genera ideas innovadoras con la finalidad de dinamizar el capital local</b></p>	<p><b>Proyectos de investigación</b></p>	<p><b>Línea de investigación</b></p>	<p><b>Programa investigación</b></p>	<p><b>Zona de impacto</b></p>	<p><b>Fundamentación legal</b></p>
<p><b>Plan de negocios para la creación de una microempresa de artesanías de la cultura afro elaboradas por mujeres Afro ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)</b></p>	<p>Propuesta de un modelo de gestión empresarial con base a la situación actual de las PYMES del Distrito Metropolitano de Quito</p>	<p>Emprendimiento Productividad Competitividad</p>	<p>Programa de investigación científica y formación de PYMES</p>	<p>Zona 1 Zona 2 Zona 9</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Constitución de la República del Ecuador</li> <li>- Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021;</li> <li>- Ley Orgánica de Desarrollo Artesanal</li> </ul>

**Gráfico 1 Justificación**

Elaborado por: Giselle Vivero

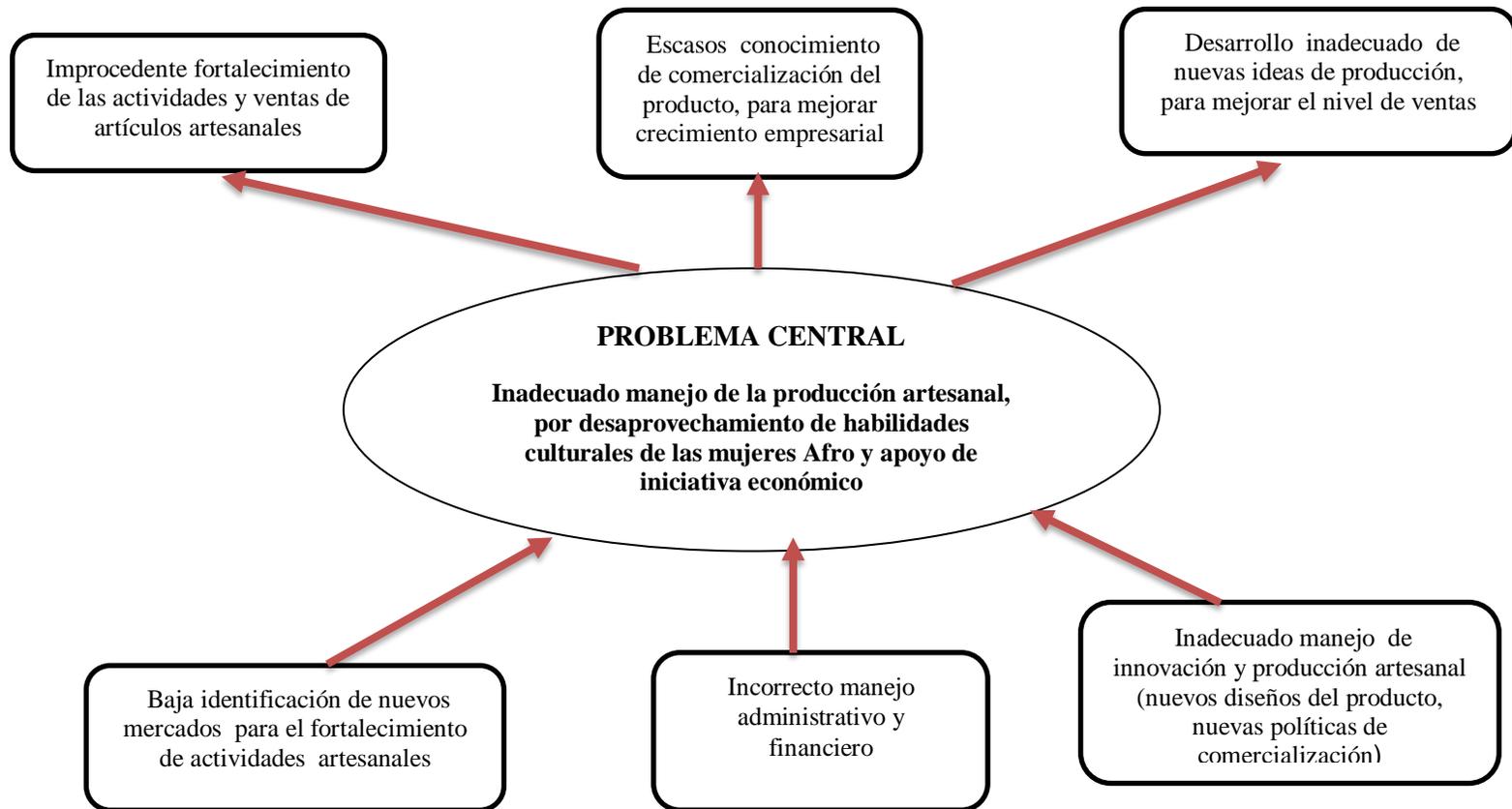
## **SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

La baja identificación de nuevo mercado para el fortalecimiento de actividades artesanales y, por el insuficiente interés de las autoridades por la inestabilidad laboral, tomando en cuenta el inadecuado manejo de la producción artesanal entre las comunidades Afro ecuatoriana, ha

ocasionado que no exista emprendimiento por parte de la sociedad y, no se busca mejorar la situación económica y social de esta población.

Es importante recalcar que el alto desaprovechamiento de las habilidades culturales artesanales de las mujeres Afro descendientes, está enmarcado a la falta de apoyo social y económico, también por falta de conocimiento administrativo, productivo y de comercialización de sus artesanías, lo que ocasiona que no se vendan los productos a un precio adecuado, mismos que les permita generar una rentabilidad para su sustento y mejora de los pequeños negocios que emprenden las mujeres Afro ecuatoriana.

La problemática también se enmarca al no utilizar nuevas formas para realizar artesanías o buscar nuevas ideas de utilización de materia prima, que sean atractivas para el cliente o consumidor final, por esta circunstancia se plantea realizar un plan de negocios que permita crear una microempresa de artesanías de la cultura afro ecuatoriana.



**Gráfico 2. Árbol de problemas**  
Elaborado por: Giselle Vivero

## **Formulación del problema**

¿Cómo resaltar la cultura y la participación de la mujer afro ecuatoriana que mejore la producción artesanal, mediante la utilización de la corteza del coco para la creación de artesanías que permita el desarrollo económico y social de las mujeres en sus propias comunidades?

## **Delimitación del Problema**

### **Delimitación Espacial**

El presente plan de negocios tiene su delimitación espacial en el en el Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha (Zona 9).

### **Delimitación Temporal**

El horizonte del proyecto es a partir del segundo semestre del año 2020 y culmina en el año 2025, es decir una expectativa de 5 años, en los cuales se diseña e implementa una estructura técnica, administrativa y financiera.

### **Objetivo general**

Realizar un plan de negocios para la creación de una microempresa de artesanías de la cultura afro elaboradas por mujeres Afro ecuatorianas, en el DMQ., que permita el mejoramiento de la situación social y económica.

### **Objetivos específicos**

- Realizar un análisis del macro y micro entorno del sector artesanal, para de esta manera conocer la expectativa dentro de un mercado competitivo
- Definir el estudio técnico y administrativo, mediante los resultados obtenidos en el análisis de lo macro y micro entorno, de esta manera se determina los equipos necesarios en la puesta en marcha para la creación de una microempresa de artesanías de la cultura Afro.
- Determinar la factibilidad económica del proyecto mediante un estudio financiero, y la utilización de indicadores financieros (VAN, TIR, costo beneficio).

## MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante el conocimiento de la sustentación teórica el autor presenta un panorama más claro sobre la creación de un plan de negocios.

### **Antecedentes de investigación**

El primer plan de negocios que se reviso fue de (Vaca & Veloz , 2018) los autores, con el título “Propuesta de plan de negocio para la elaboración y comercialización de artesanías.”, donde menciona como objetivo general “Establecer un plan de negocio de elaboración y comercialización de artesanías, con baldosas recicladas y plastilinas, promoviendo el cuidado del medio ambiente y la generación de ingresos”, se toma este proyecto por cuanto es un tema innovador, y se aprovecha la alta demanda de materia prima, apoyando al medio ambiente y a la vez generando un producto derivado de algo que se desecha como es la cáscara de coco y se concluye:

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

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

El tiempo que conlleva poner en marcha el plan de negocio es de un año, considerando las diferentes gestiones que se deben realizar para su funcionamiento, estructurando a la empresa en cuatro áreas principales: Administración, Marketing, Operaciones y financiamiento.

Estableciendo estrategias, planes de acciones, manuales de políticas y funciones. Se define el periodo para iniciar las operaciones es el año 2019.

La aplicación de este plan de negocio, de elaboración y comercialización de artesanías (adornos, estatuillas, entre otros) a base de baldosas recicladas y plastilinas, es una buena opción según el estudio de mercado realizado, en las parroquias Olmedo, Pedro Carbo, Roca y Rocafuerte. La fuente de financiamiento para la ejecución del proyecto será mediante recursos propios y obtención de un crédito emprendedor del banco BanEcuador institución financiera pública. Además, el análisis de factibilidad dio como consecuencia que es posible invertir en esta propuesta, porque proporciona resultados positivos, debido que las baldosas de cerámicas que es materia prima de estas artesanías serán recicladas de manera proporcional, representado reducción de costos de producción, a su vez se ayuda al medio ambiente y se obtiene ingresos económicos (Vaca & Veloz , 2018)

El segundo plan de negocios escogido es el perteneciente al autor (Zapata, 2012), donde menciona que el objetivo principal es “Ejecutar las Estrategias de introducción y operación de la Compañía Comercializadora de Artesanías en la venta al detalle en Weston- Florida”, este plan de negocios se escoge debido a que muestra las excelentes artesanías que se produce en el Ecuador y la posibilidad de crecimiento hacia mercados no solo locales sino internacionales como es del Estados Unidos, esto se ve reflejado en las conclusiones como se describen a continuación:

Mediante este Plan de Negocio se ha podido determinar una estrategia de comercialización rentable, dado los cálculos obtenidos y planteados en este estudio, para venta de artesanías ecuatorianas en Weston Florida especialmente sombreros de paja toquilla, vajillas pintadas a mano y joyas de plata. Entonces es factible abrir un punto de venta para venta directa de artesanías de alta calidad en Weston

El plan de negocios ha permitido identificar que el modelo de negocio es factible en función del VAN y el TIR obtenidos. Estos son de valores muy aceptables a pesar que las proyecciones de mercado. Los valores de probabilidad de compra por contagio en innovación escogidos fueron muy conservadores de probabilidades de una en 1000 y de crecimientos en dichas probabilidades en la misma tasa. Eso es debido a que el mercado potencial es muy grande.

Después del estudio de mercado y la condición de dichos productos artesanales se ha encontrado que la estrategia de focalización es la adecuada para instaurar un negocio de artesanías en Weston dentro de Florida, para lo cual los productos a ser vendidos deben ser comercializados directamente, lo que obliga a que sean de alta calidad y diseños. De igual manera el punto de venta debe cumplir con los estándares de venta y presentación de este tipo de tiendas. Se ha identificado a los compradores en lo que se refiere a Estados Unidos de América. Lo que hacen con las artesanías especialmente vajillas, sombreros y joyas de plata, es identificarse con el diseño. No compran por marcas. Y tampoco son leales a las mismas. Debido a esto la razón para comercializarlos directamente gana más peso.

Dado que una de las metas es pagar un margen adecuado al productor de la artesanía, la estructura de costos para operar esa idea de comercialización directa requiere una inversión grande y una infraestructura especializada. Los altos costos tienen su relación al tipo de negocio y mercado enfocado, por lo cual, si bien las cifras son altas, los rendimientos conseguidos de acuerdo con el modo son igualmente altos.

Es un negocio especializado por lo que el éxito estará en la experiencia de las personas que lo administren. Al ser un negocio especializado no puede ser realizado por emprendedores iniciales. El estudio también permite observar que se pueden hacer variantes relacionadas a costos, como, por ejemplo, lograr un arriendo menor al proyectado para tener menor necesidad de liquidez y resolver también estos problemas que sin un estudio no serían visibles.

Al ser un producto de venta especializado se pueden pensar alternativas de venta como ventas por internet, pero ese tipo de herramienta no funciona si no tiene una estructura sólida de venta basado en tecnología, relaciones públicas y alta publicidad. Además, ya existen mucha competencia en el mercado en ese sentido por lo cual si se piensa hacer esto es necesario involucrar un estudio parecido.

De todo este estudio también se desprende que no todo lo que es artesanía en sí misma es factible de ser vendida si no cumple con los gustos y preferencias del mercado de Estados Unidos, al menos, para conseguir ser una fuente importante de ingresos. Si las artesanías no tienen calidad, diseños destacados y no podrán alcanzar los precios esperados.

No es factible ingresar con productos de menor calidad y menor precio con un simple punto de venta debido a las economías de escala de la competencia de China e India que abarrotan el

mercado estadounidense, y esto se pudo evidenciar a través del estudio de mercado. O al menos la introducción, el crecimiento y la rentabilidad del negocio serán mucho menores

El modelo creado permite observar que es preferible usar endeudamiento externo para el Capital de Trabajo. Y demuestra que es factible usar un crédito externo que es la tercera parte del capital de trabajo y el resto de capital lo ponen los inversionistas. Dadas las condiciones del mercado, sin un adecuado plan de medios y su presupuesto respectivo, es muy difícil generar contagio en los consumidores potenciales por lo que es imprescindible tener definido un presupuesto y un plan en este sentido.

El modelo demostró que el impacto con la eliminación del ATPDA no tiene impacto en estos productos de alta calidad. Son en esencia cinco dólares con ochenta centavos por cada cien dólares de valor FOB. Y esto no tiene impacto debido a que le margen que se permite y mercado en cuanto al precio es de casi el 100% sobre el valor FOB.

El modelo se hizo utilizando la figura de una sola empresa como Corporación. Se usa los impuestos más grandes, es decir, el 25% de impuesto a la renta en Ecuador. Sin embargo, la rentabilidad puede ser mucho mayor si se tiene en cuenta que en Florida los impuestos son solo del 5,5%. Lo cual es aún más beneficioso. Los costos variables de igual manera no son sino alrededor de diez y siete por ciento del total de los costos por lo que tampoco es un riesgo muy alto (Zapata, 2012)

Finalmente, el tercer plan de negocios identificado es de la autora (Girón, 2015), que pretende elaborar e implementar un plan de negocios para demostrar que es posible la masificación de productos artesanales decorativos de madera en una federación de artesanos, es importante para el presente plan de negocios porque se comprueba la factibilidad en la venta de artesanías que vende una federación lo que beneficia al proyecto en conocer que es posible implementar procesos para la factibilidad de artesanías y esto se ve reflejada en las conclusiones:

Se determina una evaluación de los aspectos que intervienen en el impulso artesanal, mismo que conlleva a la sostenibilidad de los talleres o pequeños negocios en la Provincia de Chimborazo.

La evaluación se concertó en una investigación y observación de causas externas e internas, que restringen el proceso artesanal en el ámbito económico social, como son: el financiamiento, la comercialización, el marco legal, el nivel educativo del artesano, la producción y productividad y, su incidencia económica social.

Se recopiló datos mediante encuestas a la ciudadanía, negocios y artesanos, en las mismas que se alcanzó información beneficiosa en el ámbito de productividad y social de los artesanos/emprendedores (Girón, 2015).

### **Fundamentación contextual**

Es importante detallar que las microempresas relacionadas con las artesanías dentro de Ecuador se han convertido en un aspecto fundamental para el desarrollo social y económico, y han sido parte de la matriz productiva del país, como se menciona en (Diario El Telégrafo, 2017).

Más de un millón de personas vinculadas al sector artesanal piden la aprobación de la Ley Orgánica de Desarrollo Artesanal. Luis Quisphi, presidente de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano (JNDA), dijo que han solicitado a la Comisión Legislativa de Desarrollo Económico Productivo y de la Microempresa que incluya dentro de las reformas a cerca de 300 mil artesanos informales que realizan esta actividad y se considere a 184 especialidades del sector. “La nueva ley va a dar oportunidad a que los artesanos se inserten dentro de la matriz social, productiva, cultural, entremos en un proceso renovador y que la Junta Nacional de Defensa del Artesano se convierta en la entidad rectora de este sector productivo”, reconoció Quisphi.

El dirigente explicó que el pedido fundamental a la Asamblea Nacional es que se revisen las aportaciones a la seguridad social y que se distingan los aportes personales de los patronales. El candidato a la vicepresidencia, Jorge Glas, señaló en una reunión con este sector, que los artesanos son los que “crean y dan valor a las cosas con sus manos”. Se comprometió a fortalecer los centros de formación, como un paso importante para ir a la industrialización. La actividad artesanal, según la JNDA, representa el 1% del PIB y se aspira llegar, con los nuevos procesos, al 5 o 6 % del PIB. Quisphi indicó que entre el 2013 y el 2016 calificaron a 77 mil personas a nivel nacional y el proceso continúa. La recalificación del artesano se realiza cada 3 años. Con los cursos por práctica profesional se han titulado 20.000 personas y se han refrendado 73.957 títulos.

Existen 250 centros de formación artesanal a nivel nacional y cuentan con alrededor de 15 mil alumnos que se especializan en 184 actividades. La artesanía tiene una gran diversidad etno-cultural que genera empleo y en pequeña escala se dedica a la exportación de productos de calidad.

Como segunda parte contextual, se determina la infinidad de materias primas que son utilizadas para la creación de verdaderas obras de arte, gracias a la diversidad de frutos y semillas que

forman parte de cada región natural del Ecuador y principalmente en la provincia de Esmeraldas, como lo menciona el (Diario El Telegrafo, 2015) donde se menciona lo siguiente;

Las manos de muchos esmeraldeños dan forma a un sinnúmero de artesanías elaboradas con materiales propios de la provincia verde, como coco, tagua, semillas, madera, mate, calabaza, damagua, chonta, fibras naturales, las cuales son obtenidas, principalmente, en los bosques de la provincia. Según la página web Terra Verde, la base fundamental de la producción de la artesanía afro esmeraldeña, es revalorar la tradición. De ahí nacen también los utensilios de caza y pesca del pueblo afro. De hecho, hay varios instrumentos que se utilizan en las comunidades rurales del norte de la provincia como el mate, una herramienta utensilio empleada para tomar agua e incluso para servirse los alimentos. La catanga para la captura de peces y camarones de río, canoas pequeñas, los bototos (tipo de cantimplora) para tomar agua fresca, bateas, cagüinga para mover la cocada, bateas, banquetas, entre otras artesanías. Además, se elaboran collares, aretes, billeteras, zapatillas. Los artesanos procuran utilizar siempre sus manos para crear todo tipo de productos. Consideran que cuando recurren a las máquinas los objetos pierden el valor. Para la elaboración de instrumentos musicales, los esmeraldeños primero necesitan conocer la música. Por ejemplo, las maracas aparentemente son iguales, pero por milímetros son desiguales, es porque una es macho y la otra hembra y los sonidos son diferentes”, dicen quienes conocen sobre los instrumentos

El contexto general también señala que la identidad de Esmeraldas y de la cultura afro está relacionada con las artesanías elaboradas a base de la corteza de coco seco y su estopa, además se verifica la durabilidad y lo laborioso del trabajo, tal como lo señala (Diario El Universo, 2019), a continuación.

Esta actividad la realiza desde hace unos quince años, luego de su trabajo profesional o en días de descanso. Cuenta que, una vez seleccionado el coco para esculpir, se trata la cáscara y las fibras con resina y aceites para su conservación.

Sus esculturas pueden durar décadas sin perder sus estructuras, afirma. Primero se endurece la fibra con lacas, de manera que se les pueda dar forma, cuyo resultado final será la artesanía, indica Gutiérrez.

Para obtener el trabajo perfecto se requiere mucha paciencia, talento y años de práctica. Son diversas piezas de arte que ha elaborado con el tallado del coco como rostros, figuras, letras, marimba y paisajes.

No es difícil, sino laborioso y (hay que tener) paciencia para hacer los cortes, que son sesgados en la estructura del coco, afirma. Tras pegar las piezas espera su secado y continúa al día siguiente. Solo usa cuchillos de cocina o de mesa, que los ha adaptado como si fuesen bisturís. En otros casos se las ha ingeniado para hacer los cortes y detalles, pues no hay herramientas en el mercado para este tipo de arte, asegura (Diario El Universo, 2019)

Finalmente, se determina que las artesanías elaboradas son atractivas en mercados internacionales como lo señala (Diario La Hora, 2019).

En Esmeraldas son incontables quienes se dedican al rescate cultural mediante el arte. Pero solo en la playa de Las Palmas están 10 artesanos exponiendo sus trabajos en mesas llenas de cadenas, aretes, pulseras, réplicas de marimbas o de tortugas bien trabajadas. Medardo Caicedo, de actitud jovial y de hablar rápido, destaca el amor e importancia que los extranjeros le dan al trabajo artesanal esmeraldeño, pero lamenta que el lugareño, incluso, pida descuentos en piezas de 50 centavos, como una pulsera tejida con piolas.

Desde pequeño escuchaba en el barrio el sonido de la marimba, pero más del bombo y el cununo en los chigualos (ceremonia fúnebre o de velación del cadáver de un niño menor de 7 años). Desde allí creo que me enamoré de la marimba y luego de todo lo que es artesanía, recuerda.

En los centros artesanales de la ‘provincia verde’ también se hacen con macillas réplicas del hombre y de la mujer negra en diferentes momentos. Asimismo, está la elaboración de instrumentos musicales tradicionales, como el bombo y el cununo, hechos con madera, cuero de vaca y amarrado con cabuya. Para las réplicas de marimba se utilizan la caña guadúa, el pambil y la madera.

### **Fundamentación legal**

La fundamentación legal, se construye a partir de lo mencionado en la Constitución del Ecuador, con el artículo 33 que menciona que el estado garantiza el trabajo en conjunto con el artículo 275 que menciona el régimen de desarrollo como se muestra a continuación.

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respecto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art.275.-El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, político, socio cultural y ambientales que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay (Ecuador, Asamblea Constituyente, 2008).

Además, señala que el Estado protege y promueve la diversidad cultural, así como todo lo que requerirán las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades para el goce de sus derechos, y de esta manera ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad y del respeto a sus diversidades, y de las convivencias armónicas con la naturaleza, poniendo énfasis en la igualdad y la no discriminación en especial con las mujeres, de esta manera se promueve todo tipo de expresiones culturales, donde se encuentra precisamente las artesanías como un medio de valorar las diferentes manifestaciones culturales, en especial en el pueblo afro.

Art.276.- ítem 7.- Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural

Art.334.- El estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

Ítem 1. Evitar la concentración o y recursos productivos, promover sin redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ello.

Ítem 2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.

Ítem 3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.

Art. 337.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural, Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales (Ecuador, Asamblea Constituyente, 2008)

A continuación, se investiga al Plan Nacional del Buen Vivir “Todo una Vida”, en el mismo se encuentra concordancia con el objetivo 2 que menciona “Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas”, con las siguientes tres políticas:

2.2. Garantizar la plurinacionalidad en la organización estatal, el ejercicio del pluralismo jurídico y el goce efectivo de los derechos colectivos de los pueblos y nacionalidades.

2.3. Promover el rescate, reconocimiento, investigación y protección del patrimonio cultural, saberes ancestrales, cosmovisiones y dinámicas culturales.

2.4. Impulsar el ejercicio pleno de los derechos culturales junto con la apertura y fortalecimiento de espacios de encuentro común que promuevan el reconocimiento, valorización y desarrollo de las identidades diversas, la creatividad, libertad estética y expresiones individuales y colectivas (Ecuador, Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

Además, con el objetivo 5 que señala “Impulsar la Productividad y Competitividad para el Crecimiento Económico Sustentable de Manera Redistributiva y Solidaria”, con las siguientes tres políticas:

5.2. Diversificar la producción nacional, a fin de aprovechar nuestras ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y ex-terno, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable.

5.3. Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, en articulación con las necesidades sociales, para impulsar el cambio de la matriz productiva.

5.4. Fortalecer y fomentar la asociatividad, los circuitos alternativos de comercialización, las cadenas productivas y el comercio justo, priorizando la Economía Popular y Solidaria, para consolidar de manera redistributiva y solidaria la estructura productiva del país (Ecuador, Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

Como se observa tanto en la constitución como en el Plan Nacional de Desarrollo, apoya la creación de nuevos emprendimientos de artesanías que promuevan el empleo entorno a la integración de los saberes y conocimientos ancestrales.

Siguiendo con la fundamentación legal, se investiga la ley de defensa del artesano como también la ley de fomento del artesano con sus artículos 1 y 2 respectivamente.

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieron posteriormente (Ecuador, Congreso Nacional, 1997)

Art. 2.- Para gozar de los beneficios que otorga la presente Ley, se considera: a) Artesano Maestro de Taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público; b) Artesano Autónomo, aquél que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos (Ecuador, Congreso Nacional, 1986)

De acuerdo con, (Ecuador, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018), el proceso de constitución de empresas tiene la siguiente esquematización:

Escoger tipo de compañía

- Reservar nombre
- Abrir cuenta bancaria
- Obtener RUC
- Legalizar estatutos
- Presentar documentos en Supercias
- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones
- Publicar en periódico
- Designar representantes
- Presentar documentos en Supercias
- Obtener permisos de funcionamiento (Ecuador, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018)

## **Fundamentación teórica**

### **Plan de negocios**

Según (Balanko Dickson, 2008), “El plan de negocios constituye un modelo o prisma a través del cual se percibe y analiza la realidad en consecuencia, se toman determinadas decisiones,

todos enfocados siempre a una mejora continua dentro del proceso administrativo”. Mientras que el según el autor (Angulo Sánchez, 2014), indica que el plan de negocios:

Es una herramienta ideal para evaluar si es factible o no implementar un negocio, ya que, en este documento se establece en forma ordenada y sistemática todos los procesos operacionales y financieros necesarios que requiere una empresa para su funcionamiento. Se proyecta los estados financieros que determinan la situación financiera que alcanzaría el periodo de estudio, generalmente cinco años y se hace la evaluación financiera. Además de lo anterior, este documento también sirve para buscar posibles accionistas o para presentar en las instituciones financieras y lograr el apalancamiento requerido.

Según el autor (Lara Dávila, 2014) un plan de negocios es un proyecto de inversión, “Proyecto es la planificación metodológica y sistemática de futuras acciones encaminadas a la creación de bienes o servicios, con la utilización de recursos para la satisfacción de necesidades privadas o sociales.”

Por lo tanto, se puede decir que un plan de negocios es la estructuración sistematizada de un cúmulo de ideas que contribuyan a la puesta en marcha de una unidad de negocios de manera sostenible y sustentable.

### **Microempresa**

Según (Chorro, 2010) el concepto de microempresa es “Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, con un establecimiento fijo o ambulante.” (pág. 17)

Según (Torres Rodríguez, 2004). La microempresa es:

La organización económica de carácter civil, compuesta por recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio y servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y de realización personal. Su capital no supera los US\$ 30.000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10 incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio.

Las empresas se encuentran categorizadas de acuerdo a su capacidad productiva y su capital. Por tal razón el nombre de las famosas PYMES, sin embargo, por más pequeña que sea una empresa

no deja de ser una unidad de negocios capaz de generar réditos más aún el grupo de las PYMES es un sector muy importante en el desarrollo económico de un país.

### **Artesanía**

Algunos especialistas en educación consideran al arte como tres materias diferentes y en el pasado muchos profesores enseñaban “arte y luego artesanía” resulta discutible lo que pensaban “el diseño”, aunque a este proyecto se le considera hoy como una especie de materia nueva se debe enseñar como disciplina nueva.

La artesanía por otra parte abarca la destreza en la manipulación de materiales bidimensionales y tridimensionales, herramienta y/o equipos mecánicos. Proporciona al artista y artesano los medios para lograr los temas artísticos o lo que se conoce como realizar arte (Lancaster, 2001).

### **Cultura Afroecuatoriana**

Es importante señalar que cultura no solo comprende aspectos como la danza, música, sino también otros como la religión y el pensamiento. Todos estos elementos son parte importante de la cultura para fortalecer el comportamiento y la conducta de la comunidad negra o afro ecuatoriana. Este conjunto de elementos ayuda a manejar situaciones de conflictos y permite participar del conocimiento de la tecnología de la otra cultura para poder combatirla (Handelsman, 2001).

### **Investigación de mercados**

Según los autores (Palacio, Sánchez, & Soriano, 1999), se puede definir la investigación de mercado, “como un proceso sistemático de obtención y análisis de la información, relacionado con un problema concreto al que se enfrente la organización.”

Según el autor (Hernández, 2001), el estudio de mercado de un proyecto:

Es uno de los más importantes y complejos análisis que debe realizar el investigador, más que centrar la atención sobre el consumidor y la cantidad del producto que éste demandará, se tendrá que analizar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores, e incluso cuando así se requiera, se analizará las condiciones del mercado externo.

Según (Díaz, 2013), el estudio de mercado; “es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta importante del estudio: ¿existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar?”

Por tanto, la importancia de un estudio de mercado se deriva del hecho del análisis planificado con la finalidad de obtener datos importantes que viabilicen la toma de decisiones en cuanto y cada uno de los ámbitos empresariales.

### **Filosofía empresarial**

Según (Pümpin & García Echevarría, 2002), la filosofía empresarial:

La filosofía empresarial reflejará el contenido real de la institución empresarial, y la Cultura corporativa, recoge las normas y valores que regulan los comportamientos de los recursos humanos dentro de una empresa, combinando ambos sistemas de valores. Los contenidos reales en la empresa y es la que va a legitimar los comportamientos y generar los criterios institucionales.

Mientras que el autor (De la Parra Paz, 2005) la filosofía empresarial es:

A veces padecemos una vital decadencia que no procede de enfermedad en nuestro cuerpo ni en nuestra alma, sino en una mala higiene de ideales” y si la conjuntamos con la advertencia de Sócrates de Conócete a ti mismo”, “nos encontramos con la base fundamental del éxito o fracaso en las organizaciones. (pág. 26)

Se puede decir entonces que la filosofía empresarial determina los principios y pauta el sendero sobre el cual se encaminará la unidad de negocio siendo la fortaleza de quienes conformaran la organización y posicionarse como un modelo económico en el mercado.

### **Estructura organizacional**

Según (Coulter & Robbins, 2010), “La estructura organizacional se involucran en el diseño organizacional, un proceso que implica decisiones con respecto a seis elementos clave: especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, tramo de control, centralización y descentralización y formalización.” Determinar mediante una estructura planificada, dinámica el organigrama empresarial, para poder determinar los lineamientos jerárquicos administrativos. Dentro de estas se encuentra la misión y la visión.

Según (Heras Fernandez, Caldas Blanco, & Reyes Carrión, 2009), “La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización.” Mientras que la visión de acuerdo a (Yates, 2008), “El camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.”

Lograr una cultura organizacional será un valor determinante de solides y calidad en el mercado pues organizada la empresa interna y externamente dará un realce a la imagen corporativa en relación a calidad, seguridad y prestigio. Para (Hérrnandez, 2001), “La organización es el arreglo de funciones que se estima necesarias para lograr un objetivo, y una indicación de la autoridad y la responsabilidad asignada a las personas que tienen a su cargo la ejecución de las funciones respectivas.”

### **Organigrama**

Según (Hérrnandez, 2001) , explica sobre:

Un organigrama es una representación gráfica con elementos geométricos que representa la estructura orgánica de una empresa, en ella se visualizan las múltiples relaciones e interacciones que tienen los diferentes órganos que se presentan en la organización, esta herramienta administrativa tiene como fin mostrar las relaciones jerárquicas y competencias en una organización.

De acuerdo a la definición antes descrita se realiza el organigrama de la empresa en la búsqueda del mejoramiento y mantenimiento del recurso humano.

### **Estudio técnico**

Según (Varela, 2008), el estudio técnico es:

Determinar si es posible elaborar y vender el producto/servicio con la calidad, cantidad y costos requeridos. Para ello, es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, suministros, consumos unitarios, procesos, ordenamientos de proceso, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores, etc.

El estudio técnico permitirá determinar la viabilidad de los recursos productivos con la finalidad de lograr de manera eficaz y eficiente las metas planteadas.

## **Proceso de producción**

Según (Obando, 2006), el proceso de producción; “Comprende, por una parte, la obtención de bienes tangibles como mesa, silla edificio y, por otra parte, los bienes intangibles o servicios como salud, diversión, educación entre otros.” (pág. 60)

Según (Billene, 2008), el proceso de producción; “Es el conjunto de acciones realizadas deliberadamente sobre determinados recursos que denominamos “insumos” con el objeto de obtener nuevos productos o servicios (que impliquen un valor agregado sobre los insumos)” De acuerdo a esto el proceso de producción consta de una serie de insumos que transforman la una materia prima en un producto acabado de buena calidad.

## **Localización**

Según (Sapag & Sapag, 2003):

La localización que se elige para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto de ello dependerá en gran parte la aceptación o el rechazo tanto de los clientes como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar, o los costos de acopio de la materia prima entre otros.

## **Macro localización**

Según (Orozco, 2013), es:

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto, como propósito principal tiene encontrar la ubicación más ventajosa, determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

## **Micro localización**

Según (Orozco, 2013) es:

La Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

## **Tamaño del proyecto**

Según (Baca Urbina, Punto de equilibrio, 2006), “El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.” Mientras que (Sapag & Sapag, 2003), menciona como tamaño del proyecto a “La determinación del tamaño responde a un análisis de las relaciones existentes entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento.”

Mediante el tamaño de proyecto se pretende determinar factores importantes que influyen en el establecimiento del negocio que permitirá tener un mejor poder de reacción ante las necesidades requirentes.

## **Plan comercial y estados financieros**

Según (Betancourt, 2006), los estados financieros:

Son aquellos que presentan la situación financiera, los resultados de las operaciones, los cambios en el patrimonio y en la situación financiera, así como los flujos de efectivo, de un ente matriz y sus subordinados, o un ente dominante y los dominados, como si fuesen los de una sola empresa.

Según (Gómez & Moya, 2012), los estados financieros comprenden en;

Una técnica que nos permite obtener los estados financieros agregados de un grupo de empresa que está vinculado bajo una dirección única, por lo tanto, podemos decir que los estados financieros son las cuentas anuales referentes a un grupo de empresas que se encuentran bajo dicha dirección única.

Por lo tanto, en el plan comercial se calcula todos los costos e ingresos del proyecto, como también la inversión inicial, basada en capital de trabajo, activos fijos y diferidos con estos datos se puede armar el estado de resultados y flujo de caja.

## **Estado de resultados**

Según (Hernández, 2001); “Estado de Resultados se lo conoce también como, Estado de Pérdidas y Ganancias, debido a que las cuentas que lo integran son precisamente los ingresos, costos y gastos.” Por lo tanto, en el estado de resultados se calcula la utilidad del presente proyecto mediante el correcto manejo de ingresos y costos.

## **Flujo de caja**

Según (Sapag & Sapag, 2003), “Un flujo de caja es la determinación del horizonte de evaluación que, en una situación ideal, debería ser igual a la vida útil real del proyecto, del activo o del sistema que origina el estudio.”

## **Punto de equilibrio**

Según (Díaz, 2013), indica sobre el punto de equilibrio:

Así mismo, es interesante incluir en esta parte el cálculo de la cantidad mínima económica que se producirá, llamado punto de equilibrio, aunque no es una técnica de evaluación debido a sus desventajas metodológicas que presenta, si es un punto de referencia importante para una empresa productiva determina el nivel de producción en el que los costos totales igualan a los ingresos totales (Díaz, 2013).

## **Indicadores financieros**

Para montar una estructura financiera es indispensable que el proceso contable sea real, lógico y sistemático. Mismo que permitirá definir mediante evaluadores financieros la rentabilidad o desfase del proyecto, en el presente proyecto se utiliza los siguientes indicadores financieros.

## **Relación costo beneficio**

Según (Sapag & Sapag, 2003) , “La relación beneficio – costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluyendo la inversión”; mientras que según (Hernández, 2001), la relación costo beneficio; “Al aplicar la relación beneficio/costo, es importante determinar las cantidades que constituyen los ingresos llamados beneficios y que cantidades constituyen los egresos llamados costos.

## **Valor Actual Neto**

Según (Sapag & Sapag, 2003) el VAN; “El Valor Actual Neto mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida al proyecto.”, es decir la regla de decisión basada en el método del valor actual neto se sustenta en que la riqueza de la empresa aumenta con cada proyecto aceptado que tenga un VAN positivo. Sin embargo, un VAN mayor que 0 no es condición suficiente para recomendar la aprobación de inversión.

## **Tasa interna de retorno**

Según (Ollé, 1997), el indicador TIR es:

La Tasa Interna Retorno o TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el Beneficio Neto Actualizado (BNA) sea igual a la inversión el VAN se igualara a 0. La TIR es la máxima Tasa de Descuento TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión del VAN menor que 0.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Paradigmas de investigación**

El paradigma post positivista, será a aquel que valoriza la visión que sobre ellos mismos tienen los sujetos, los significativos de los comportamientos implícitos y explícitos. Es el heredero de los primeros etnógrafos que consideraron la relevancia de la empatía, por lo cual en la presente investigación se toma al paradigma post positivista. (Hurtado J. , 2006)

### **Enfoque de Investigación**

Enfoque cuantitativo, es una forma ideal parte de los cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica, que permiten formular hipótesis sobre relaciones esperadas entre las variables que hacen parte del problema que se estudia, continúa con el proceso de recolección de información con bases en conceptos empíricos medibles. (Galeano, 2004)

### **Método deductivo**

La deducción es un proceso mental o de razonamiento que va de lo universal lo general a lo particular. Consiste en partir de una o varias premisas para llegar a una conclusión. Es usada tanto en procesos cotidianos de conocer como en la investigación científica. (Hurtado & Toro, 2007). Este método científico esta predeterminando los hechos más relevantes donde el razonamiento permite deducir uniformemente a través de realidades que van a permitir demostrar hipótesis.

## **Método inductivo**

Significa “conducción a” o “hacia”, no solo es un método de investigación sino de razonamiento y como tal ya se encuentra referencias en el trabajo de Aristóteles, pero requiere relevancia con la ciencia natural empírica en los siglos XVII y XVIII (Hurtado & Toro, 2007). Desde este punto de vista se puede determinar la separación de sucesos básicos para inspeccionar de manera individual.

## **Tipos de investigación**

El tipo de investigación que se usa en el presente plan de negocio es el exploratorio y descriptivo, a continuación se describe cada uno de ellos.

### **Exploratorio**

Tiene por objeto familiarizarnos con el tema del estudio y seleccionar, adecuar o perfeccionar los recursos y los procedimientos disponibles para una investigación posterior (Garza Mercado, 2007)

### **Descriptivo**

Tiene el propósito de probar hipótesis, tiene el carácter predictivo cuando se lo propone pronosticar la realización de ciertos efectos. (Garza Mercado, 2007).

## **Técnica para la recolección de datos**

### **Fuente primaria**

Son el alimento básico de la revisión de la bibliografía, Aunque usted pueda tener algunas ideas excelentes y una buena cantidad de información leyendo las fuentes secundarias, tiene que recurrir a las obras originales para obtener la información específica que necesita para hacer su propuesta para hacer su propuesta y para que ésta sea aceptada (Salkind, 2010), dentro del estudio se considera una encuesta para recolectar datos de primera mano.

### **Fuente secundaria**

Son las que usted examina si quiere encontrar un resumen erudito de las investigaciones que se han realizado en un área específica o si busca fuentes de referencias adicionales (Salkind, 2010), para el caso del presente plan de negocios las fuentes son repositorios digitales de Universidades tanto públicas como privadas, además de la prensa escrita nacional y finalmente de revistas especializadas en temas de gestión como es la Revista Líderes.

### Instrumento de investigación

El instrumento para recolección de información escogido es la encuesta.

### Validación del instrumento de investigación

La validación de las seis preguntas de la encuesta se desarrolla a través del Alfa de Cronbach, con una confiabilidad del 85%, lo que implica que el instrumento está validado:

**Tabla 1 Alfa de Cronbach**

MÉTODO COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH											
$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$											
Donde:											
k:	Es el número de ítems.										
$\sum S_i^2$	Sumatoria de varianzas de los ítems.										
$S_T^2$	Varianza de la suma de los ítems										
$\alpha$	Coeficiente de Alfa de cronbach										

No. De Expertos	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	XI	SUMA ITEMS		
	Xi	Xi	Xi	Xi	Xi	Xi	Xi	Xi	Xi	Xi	Xi	Xi <sup>2</sup>	
1	4	4	5	4	5	3							
2	4	3	4	3	5	4							
3	4	4	5	4	4	3							
4	5	2	4	4	4	2							
5	5	4	5	5	3	5							
6	2	3	2	2	2	2							
$\sum Xi$	24	20	25	22	23	19							
$\sum Xi^2$	102	70	111	86	95	67							
$S_i^2$	1.200	0.667	1.367	1.067	1.367	1.367							
$\sum S_i^2$	7.033												
$S_T^2$	24.167												
K	6												
$\alpha$	0.851		85.08%		Validación OK								

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	Xi	SUMA ITEMS	
Xi <sup>2</sup>	Xi	Xi <sup>2</sup>									
16	16	25	16	25	9					25	625
16	9	16	9	25	16					23	529
16	16	25	16	16	9					24	576
25	4	16	16	16	4					21	441
25	16	25	25	9	25					27	729
4	9	4	4	4	4					13	169
										133	3,069
										24.17	

Elaborado por: Giselle Vivero

# CAPÍTULO I

## DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO

### 1.1 Descripción del contexto (macro y micro entorno)

#### Macro Entorno (PEST)

##### Factor político

En el actual momento por el cual está a travesando el país, hace que cualquier emprendimiento que este por iniciar sus actividades tome precauciones, puesto que al estar con un nuevo gobierno todas las normas han sido modificadas. Siendo pocas las políticas que se han implementado en la nación, sobre todo las estrategias para emprendimientos de la economía popular y solidaria estando siempre a la espera, que los proyectos nuevos este muy atentos para poder determinar su plan de acción que debe poner en marcha para poder elegir las acciones adecuadas que vayan enmarcadas aquellas nuevas políticas, reglamentos y normativas que van a permitir un funcionamiento adecuado.

Se hace necesario que se pueda continuar con la promoción de una variedad de actividades económicas que permitan el conservar, mantener y generar trabajos dignos que garanticen la igualdad de oportunidades para todos como son: “Ley de fomento Artesanal”, “Organización Comercial de productos artesanales (OCEPA)” y “Ley de defensa del Artesano

##### Factor económico

En los últimos años, el país ha aumentado su popularidad a nivel internacional sobrepasando América, ya otros continentes conocen más al Ecuador ya no somos solo una línea Equinoccial que divide al planeta en dos hemisferios. Esta popularidad ha permitido que se disfrute de la visita de turistas, incrementando sustancialmente las ventas de las artesanías. Por lo que la demanda permite que se dé una diversificación de la producción, ampliándose y difundiendo los diversos accesorios decorativos o utilitarios, de cada una de las culturas con la que cuenta este hermoso país; es por eso que no se debe dejar de lado, para esta nación es primordial que la matriz productiva se convierta, en la estrategia que nos permita conseguir la disminución del

desempleo, que este auge impulse al aumento de la demanda de los nuevos bienes y servicios que va a permitir la tan anhelada diversificación productiva.

Sin olvidar que el desplome que ha sufrido el petróleo ha cambiado y afectado la economía a nivel mundial, lo que hace que el país este a travesando por una situación no muy desfavorable, pero si embargo este mismo motivo ha permitido que se dé paso al nacimiento de nuevas ideas de negocio sobre todo los de economía popular y solidaria, con el afán de impulsar a las pequeña y mediana empresa el gobierno a través del Plan Nacional Del Buen vivir 2017 - 2021, sembrando el inicio del cambio de la matriz productiva con el cual se espera que se obtenga proyectos totalmente sostenibles y rentables.

Los lineamientos en los cuales se ha enmarcado el gobierno ecuatoriano para la inversión de los recursos públicos, esperemos que estas bajen y cambien totalmente las medidas económicas influyendo positivamente en el crecimiento económico. También cabe destacar que al encontrarse con serios problemas económicos y políticos el vecino país de Venezuela, ha generado que exista una migración masiva hacia el Ecuador ahondando mucho más el problema de desempleo, aumentando considerablemente el empleo informal.

### **Factor socio cultural**

Si se pone en consideración la belleza geográfica con la que cuenta el Ecuador , su riqueza cultural como lo expresa la constitución de la república del Ecuador por ser plurinacional, pluricultural, sinónimos que enriquecen y diferencia a este Estado, dándole matices totalmente diversos, en los últimos años los ecuatorianos se han empoderado de sus raíces, sobre todo los inmigrantes que residieron por largas temporadas en sitios como Europa Norteamérica, por diversos motivos sobre todo la recesión económica empezaron a regresar al país llenos de aprendizaje, habilidades e innovaciones que ahora las utilizan en sus emprendimientos económico, de esta forma se mejoró el trabajo, permitiendo que se dé un crecimiento que van a mejorar y dinamizar la economía.

### **Factor tecnológico**

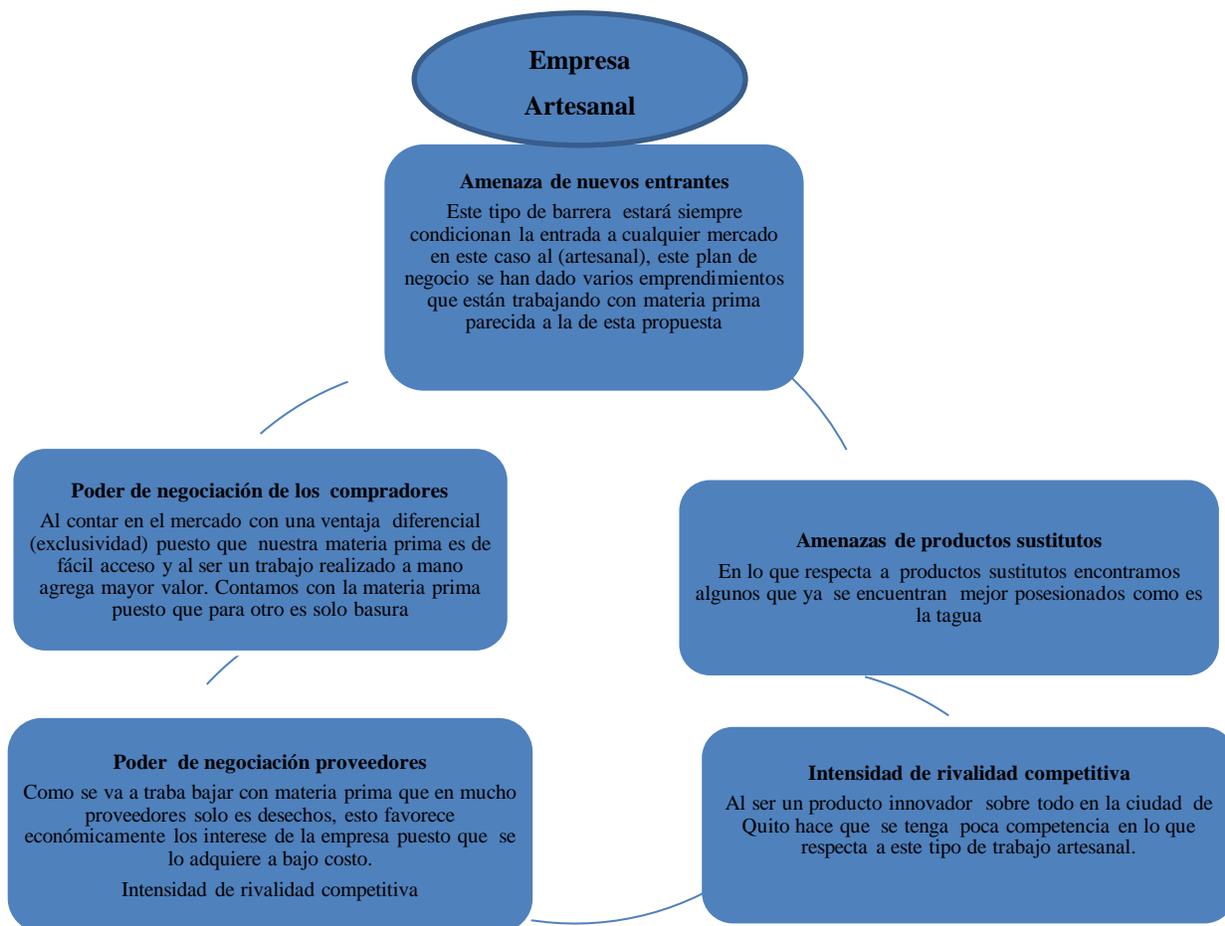
Al implementar herramientas tales como: Tecnología de información y comunicación (TIC) este tipo de herramienta va a garantizar que la calidad, y accesibilidad garanticen que se tenga un

proceso continuo y mejorado, facilitando el desempeño que necesita las MIPYMES y los actores de la economía popular y solidaria,

Es necesario que se dé una verdadera transformación con maquinarias y herramientas de vanguardia, esto va a permitir que los emprendedores estén mejor fortalecidos en la matriz productiva facilitando y acortando los tiempos en la elaboración de los trabajos y con mejores resultados de calidad.

### Micro Entorno (PORTER)

Cuando se estudia las fuerzas de Porter permite que se dé el desarrollo en conjunto de todo aquello que rodea de forma más cercana a la empresa, a este análisis de que tan competitivo se puede ser utilizando estas 5 fuerzas.



**Gráfico 3. Fuerzas de Porter**  
Elaborado por: Giselle Vivero

### **Amenaza de nuevos entrantes**

Este tipo de barrera estará siempre condicionando la entrada a cualquier mercado en este caso al (artesanal), este plan de negocio se han dado varios emprendimientos que están trabajando con materia prima parecida a la de esta propuesta, y la amenaza es alta por el bajo costo de inversión.

### **Poder de negociación de los compradores**

Al contar en el mercado con una ventaja diferencial (exclusividad) puesto que nuestra materia prima es de fácil acceso y al ser un trabajo realizado a mano agrega mayor valor. Contamos con la materia prima puesto que para otro es solo basura, además del alto consumo de compradores lo que genera una amenaza baja.

### **Amenazas de productos sustitutos**

En lo que respecta a productos sustitutos encontramos algunos que ya se encuentran mejor posesionados como es la tagua, y otros productos hechos, sin embargo, el producto a ser ofertado tiene la particularidad de ser producido por mujeres Afro ecuatorianas.

### **Poder de negociación proveedores**

Como se va a trabajar con materia prima que para mucho proveedor solo son desechos, esto favorece económicamente los intereses de la microempresa puesto que se lo adquiere a bajo costo, es decir una amenaza baja para el proyecto

### **Intensidad de rivalidad competitiva**

Al ser un producto innovador sobre todo en la ciudad de Quito hace que se tenga poca competencia en lo que respecta a este tipo de trabajo artesanal. Tomaremos en cuenta la teoría de las cinco fuerzas Porter para este plan de negocios artesanal.

## **1.2 Estudio de Mercado**

La investigación de mercado como todo proyecto es de vital importancia analizar el comportamiento de la oferta y de la demanda comparar los precios establecidos en el mercado:

todo esto con el fin de determinar la demanda insatisfecha, y a la vez poder establecer las estrategias con las cuales vamos a llegar a los clientes potenciales.

## 1.2.1 Población y la muestra seleccionada

### Universo

Se considera a la población económicamente activa de la ciudad de Quito misma que se encuentra dentro de la parroquia de la Mariscal.

### Población y segmentación de la población

Se encuentra dirigida a la población orientada del sector de la parroquia la Mariscal de la ciudad de Quito.

**Gráfico 4.** Población de acuerdo al Censo Nacional de Población y Vivienda

<b>Provincia</b>	Pichincha	2'576.287
<b>Cantón</b>	Quito	2'239.191

Fuente: (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y censos, INEC) 2010)

Elaborado por: Giselle Vivero

### Segmentación del mercado objetivo

En las siguientes tablas se detalla la segmentación del mercado objetivo al que esta direccionada el producto de artesanías de la cultura afro ecuatoriana.

### Segmentación Geográfica

La segmentación geográfica permitirá tener un panorama macro hacia dónde va direccionado el producto.

**Tabla 2.** Segmentación Geografía

CRITERIOS DE SEGMENTACION	SEGMENTOS
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Mariscal

Elaborado por: Giselle Vivero

## Muestra

Con el fin de extraer una muestra de la población económicamente activa se centrará en las personas cuyas edades estén determinadas entre 15 - 64 años de edad (PEA), que tienen influencia en el sector, basados en el censo poblacional la proyección 2018 es de 1.338.736 habitantes.

## Tamaño del universo

El global de las personas económicamente activas del sector de la Mariscal que se encuentran dentro del perfil que pueden adquirir el producto se detalla continuación en el siguiente cuadro.

**Tabla 3. Nivel socioeconómico**

<b>Extracto social</b>	<b>Extracto</b>	<b>Valor Relativo</b>
Alto	A	1.80
Medio alto	B	11.20
Medio	C	22.80
Total		35.80

Elaborado por: Giselle Vivero

La sumatoria conceptual de los extractos sociales del sector de la Mariscal es del 35.80%

**Tabla 4. Tabla mercado meta**

<b>Sector total</b>	<b>Mariscal</b>	<b>Peso extracto social</b>
Porcentaje de extractos	1'338.736	35.80%
Habitantes según extractos	479.267	

Elaborado por: Giselle Vivero

## Concepto de la Muestra

Para efectuar el patrón del cálculo del tamaño de la muestra se aplica el patrón aleatorio probabilístico

**Tabla 5. Datos de Muestreo**

<b>P</b>	0,5
<b>Q</b>	0,5
<b>N</b>	479.267
<b>E</b>	5%

Elaborado por: Giselle Vivero

N= Tabla de población

P= Probabilidad de ocurrencia (Si, compran artesanías)

Q= Probabilidad de fracaso (No, compran artesanías)

N= Nivel de confianza

N= Tamaño de muestra para calcular

E= Margen de error

<b>FÓRMULA</b>	
<b>n=</b>	$N * P * Q$
	$(N-1) e^2 / 4 + (P * Q)$

Ecuación 1. **Fórmula la de muestreo**

Elaborado por: Giselle Vivero

De acuerdo, a la fórmula se determina que se debe aplicar 425 encuestas que nos servirán para obtener información muy importante para el desarrollo de la propuesta. Las encuestas se aplicarán en el sector de la Mariscal concentrado como puntos de referencia centro comercial y demás tiendas de souvenir (objeto que sirve como recuerdo) del sector, se ha considerado la población comprendida, entre 15 a 64 años; para las proyecciones se aplicará el factor de crecimiento poblacional del INEC (1.52%).

### **1.3 Encuesta y resultados**

Para que se entienda como se va a manejar el trabajo de la unidad de economía popular y solidaria le describimos los escenarios: los mismos que están bien marcados como es la producción y la comercialización de los productos que son la razón de ser de la microempresa.

La encuesta será generada por preguntas desarrolladas con información más precisa, se trabajó en las preguntas de opción múltiple y de respuestas cerradas, para de esta manera poder manejar resultados neutrales, que facilitan la obtención del análisis haciéndolo que sea más simple su codificación. En la formulación de esta encuesta se puede subrayar ventajas y desventajas del método que se utilizó en la encuesta

#### **Ventajas:**

- ❖ Habilidad de aplicación y registrar las preguntas y las respuestas.
- ❖ Destreza en la administración de muestra grande
- ❖ Pericia en el implemento de análisis estadísticos

#### **Desventajas:**

- ❖ Restricción al detallar la estructura de los datos.
- ❖ Problemas con las contestaciones que realizan los encuestados, porque no sabemos si están haciéndolo con la versad.
- ❖ Falta de control en el tiempo y las posibles disminuciones de contestaciones.

Seguidamente se podrá encontrar el desarrollo estadístico de la encuesta que fue elaborada de acuerdo al resultado de la muestra determinada en la fórmula del muestreo, hecha a los 425 pobladores del sector de la Mariscal, examinados a continuación:

#### **Preguntas**

#### **¿Compra Usted artesanías afro ecuatorianas de manera regular?**

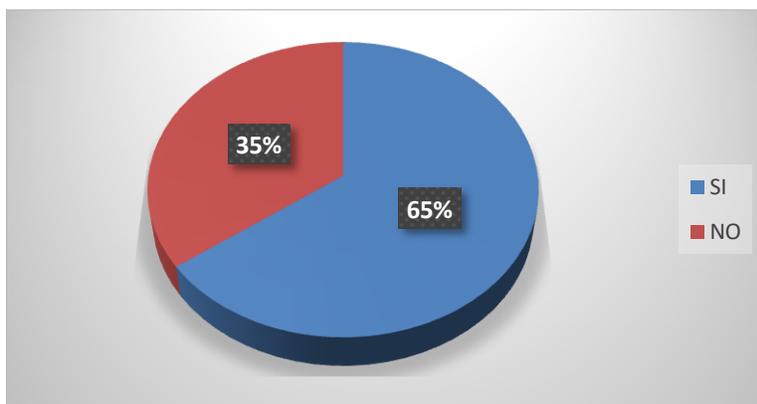
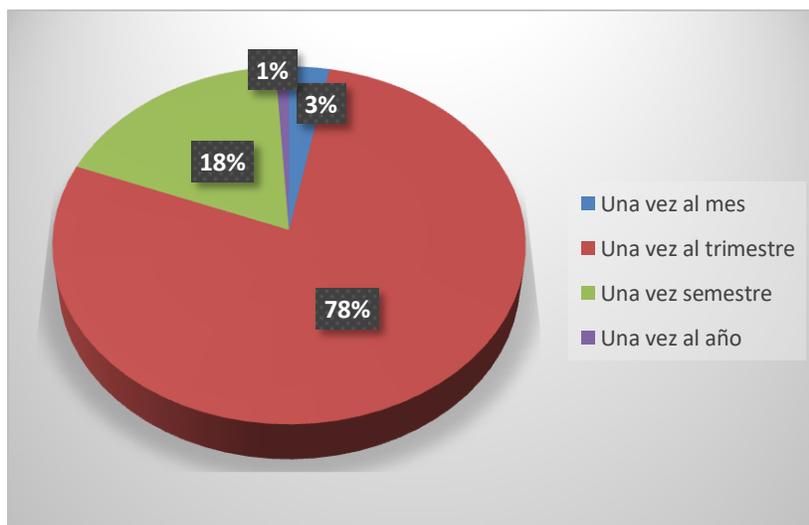


Gráfico 5. Pregunta 1  
Elaborado por: Giselle Vivero

El 65% de las personas encuestadas en el sector realiza compras de artesanías Afro ecuatorianas

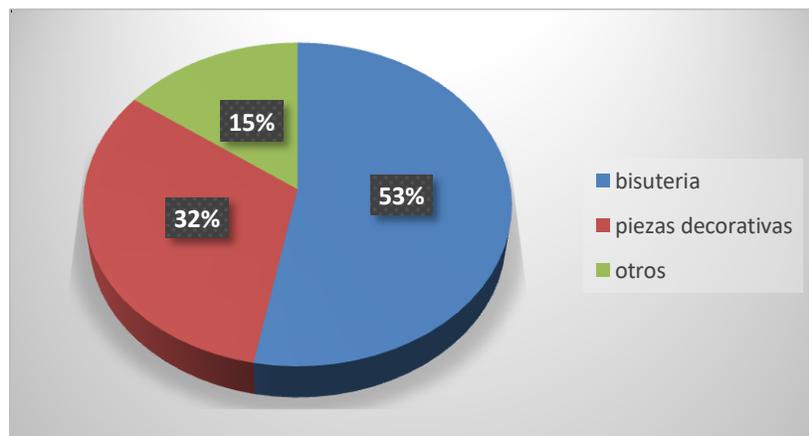
### ¿Con que frecuencia Usted visita un lugar de artesanías típicas?



**Gráfico 6. Pregunta 2**  
Elaborado por: Giselle Vivero

El 78% de los consumidores manifiestan que al menos una vez al trimestre visitan un lugar de artesanías, lo que genera un promedio de consumo es de 4 veces al año.

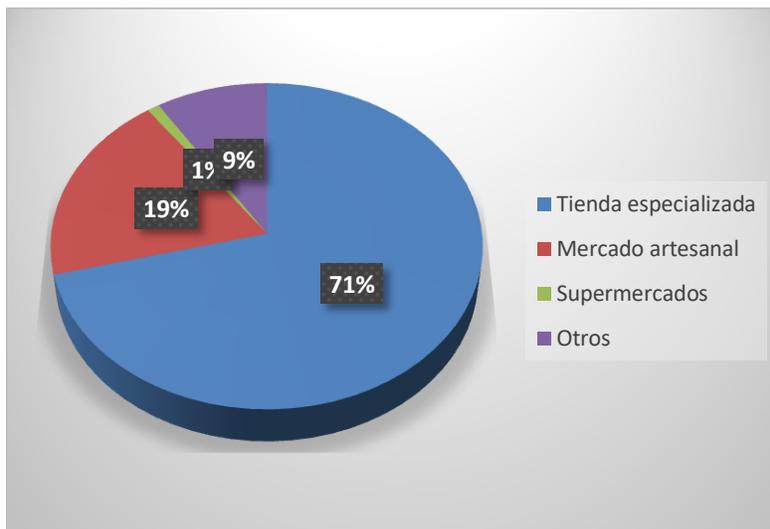
### ¿Qué tipo de artesanías compra?



**Gráfico 7. Pregunta 3**  
Elaborado por: Giselle Vivero

El 53% es la opción más aceptada en el mercado al momento de efectuar la compra, siendo la bisutería la más accionada; 32% son las piezas decorativas y finalmente es 15% con otros

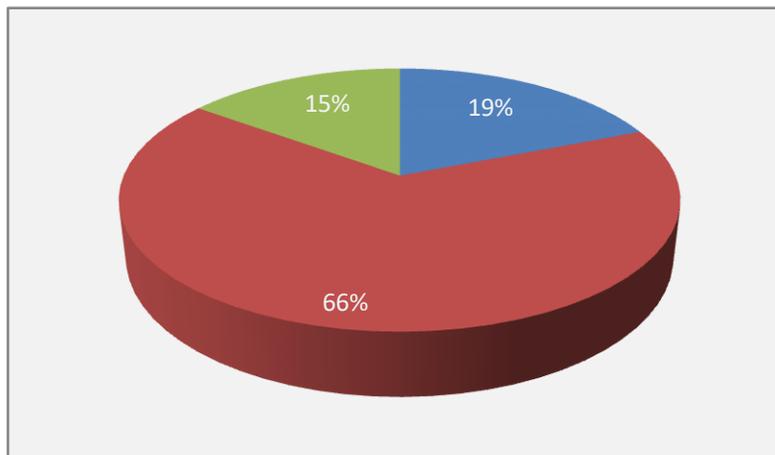
### ¿En qué lugar adquiere sus artesanías?



**Gráfico 8. Pregunta 4**  
Elaborado por: Giselle Vivero

Las personas encuestadas prefieren realizar sus compras en una tienda especializada en este tipo de artesanías marcada la tendencia de un 71% siguiendo con 24% que les gustaría encontrar en el mercado artesanal

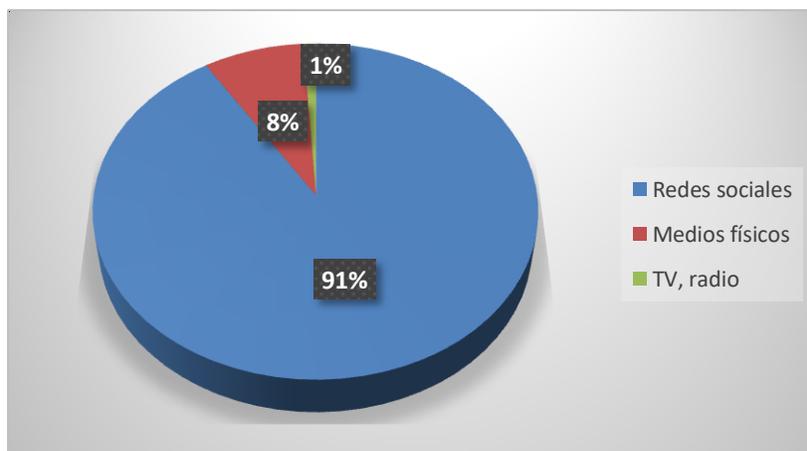
### ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por su producto artesanal?



**Gráfico 9. Pregunta 5**  
Elaborado por: Giselle Vivero

Las personas estarán dispuestas a cancelar entre \$5.50 a \$15.00 por el producto que desean adquirir.

**¿Por qué medios de información masiva le gustaría conocer de los artículos típicos Afro ecuatorianos?**



**Gráfico 10. Pregunta 6**  
Elaborado por: Giselle Vivero

Las personas encuestadas indican que les gustaría conocer acerca del producto en internet, seguido de los medios físicos y la finalmente el 1% con TV y el Radio.

Tabla 6. Información relevante del estudio de mercado

Criterios	Resultados	Observaciones
Adquisición de artesanías Afro ecuatorianas	El 75% si Adquiere las Artesanías Afro	Mediante el análisis de investigación realizada se evidencio que si existe un alto porcentaje de clientes que comprarían las artesanías
Gusto por artesanías Afro	Un porcentaje del 90%, de los encuestados les parecen atractivas las artesanías.	Se determina que a los posibles usuarios de ese tipo de artesanías la compraría por ser originales y muy bien elaboradas, diseños diferentes
Se encuentran muy interesados los encuestados por visitar lugares que comercialicen artesanías afro	Más del 70% de los encuestados manifestaron que les gustaría visitar por lo menos una vez al mes este tipo de lugares.	Con esta pregunta se evidencia que se puede tener la visita de los habitantes por lo menos una vez al mes y los turistas lo harán diariamente
Se destaca que en lo que más se interesan los visitantes es la bisutería elaboradas con la corteza del coco	Se determina que más del 50% de los encuestados se tomarían el tiempo para comprar algún detalle artesanal	Dentro de los artículos que más aceptación tendrán en el mercado está la bisutería y objetos decorativos
La elección de donde realizarían sus compras artesanales nos dijo	El porcentaje que nos dio como resultado es el 71 %, prefieren hacerlo en tiendas especializadas	Entre todas las partes que se exhiben artesanías las más preferida son aquellas que tienen conocimiento de causa de los productos que ofrecen
En lo que respecta al precio	La cantidad que los clientes estarían dispuestos a pagar por los artículos ofrecidos fluctúa es de 5 a10 dólares	La referencia que nos deja esta pregunta en lo que respecta al precio es que existe un margen entre los 5 y 10 dólares relativamente para adquirir piezas artesanales
A cantidad de artículos elaborados con la cascara del coco es:	Los clientes determinaron en un porcentaje del 92% que al realizar compras artesanales están dispuesto a comprar en una cantidad más de 6 unidades	En esta pregunta quedo establecida que los usuarios comprarían más de una media docena de artículos trabajados en la corteza del coco
Los medios de comunicación utilizados con mayor frecuencia	El 78% de los participantes en la encuesta determinaron que el medio más utilizado es el medio escrito, como podemos resaltar las redes sociales	De todos los medios con los que en la actualidad se cuenta, los que tiene mayor acogida es el medio escrito.

Elaborado por: Giselle Vivero

## 1.4 Fuerzas de mercado y demanda insatisfecha

### Análisis de la demanda

Con la información obtenida en las encuestas se indica que el 65% de personas encuestadas en el sector de la Mariscal se encuentran apoyando la creación de una microempresa que se dedique a la elaboración de productos artesanales

**Tabla 7. Demanda anual**

Población Segmentada (habitantes)	Población demandante 65% (habitantes)	Consumo per cápita anual (unidades)	Demanda anual (unidades)
479.267	311.524	4	1.246.094

Elaborado por: Giselle Vivero

A través del estudio realizado se determina que la demanda de artesanía Afro ecuatorianas, es de 1.246.094 unidades o piezas artesanales anuales, dato establecido al año 2020.

### Proyección de la demanda

Para efectuar la proyección de la demanda de artesanías Afro ecuatorianas se basa en el factor de crecimiento poblacional determinada por el INEC, la tasa es de 1.52% anual.

**Tabla 8. Demanda anual**

Tasa de crecimiento poblacional	Años	Proyección
1.52%	2020	1.246.094
1.52%	2021	1.265.035
1.52%	2022	1.284.263
1.52%	2023	1.303.784
1.52%	2021	1.323.602

Elaborado por: Giselle Vivero

### Oferta

Para sacar la oferta del presente plan de negocios se toma en cuenta lo mencionado por la revista (Revista Líderes, 2018), donde se menciona la existencia de 10 talleres calificados donde se produce artesanías Afro ecuatorianas con un promedio mensual por taller de 7100 piezas, dando como resultado los siguientes resultados.

**Tabla 9. Oferta anual**

<b>Oferta promedio unidades</b>	<b>Talleres calificados</b>	<b>Consumo per cápita anual (unidades)</b>	<b>Demanda anual (unidades)</b>
7.100	10	71000	852.000

Elaborado por: Giselle Vivero

**Proyección de la oferta**

Para efectuar la proyección de la oferta de artesanías Afro ecuatorianas se basa en el factor de crecimiento poblacional determinada por el INEC, la tasa es de 1.52% anual.

**Tabla 10. Proyección oferta anual**

<b>Tasa de crecimiento poblacional</b>	<b>Años</b>	<b>Proyección</b>
1.52%	2020	852.000
1.52%	2021	864.950
1.52%	2022	878.098
1.52%	2023	891.445
1.52%	2024	904.995

Elaborado por: Giselle Vivero

Al realizar la proyección de la oferta se realizó bajo los mismos parámetros como se proyectó la demanda siendo para el 2022 una oferta estimada en 61.897 piezas comercializadas.

**Determinación de la demanda insatisfecha**

<b>Años</b>	<b>Demanda anual unidades</b>	<b>Oferta anual unidades</b>	<b>Demanda insatisfecha unidades</b>	<b>Participación proyecto 5%</b>
<b>2020</b>	1.246.094	852.000	394.094	19841
<b>2021</b>	1.265.035	864.950	400.084	20143
<b>2022</b>	1.284.263	878.098	406.166	20449
<b>2023</b>	1.303.784	891.445	412.339	20760
<b>2024</b>	1.323.602	904.995	418.607	21075

Elaborado por: Giselle Vivero

## **CAPÍTULO II**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **2.1. Introducción**

En esta sección del capítulo dos, se presenta el apartado correspondiente al estudio técnico del proyecto y la descripción de los factores relevantes para construir la ingeniería de este, así como también procesos claves, distribución de planta, formulación y organización del talento humano y, descripción de aspectos jurídicos y legales para la constitución de la microempresa.

Las necesidades de mercado y nuevas tendencias ambientalistas sobre el consumo de bienes y servicios hace posible la aparición de emprendimientos sociales para incrementar las fuentes de ingreso de las familias.

La finalidad que persigue la realización del estudio técnico es la establecer la disponibilidad o viabilidad técnica y comercial para la oferta de valor del proyecto, posteriormente, la identificación de los procesos más importantes y, termina con la fijación de requisitos organizacionales y legales para iniciar con la operación de las actividades de valor.

#### **2.2. Declaración de misión, visión y filosofía empresarial**

La filosofía empresarial se encuentra conformada por la misión, visión y código de ética. Es así como, para la declaración de estos elementos que corresponden al pensamiento estratégico del proyecto. Desde el punto de vista como una unidad productiva nueva e innovadora, se plantean los siguientes hitos:

##### **Misión**

Para entender la misión del negocio o del proyecto, es necesario definir la naturaleza o giro del negocio para ello, se requiere de entender las necesidades y satisfactores del producto que se pretende ofertar con el proyecto.

Como descripción o naturaleza del negocio, para comprenderlo, es necesario enlistar los siguientes elementos:

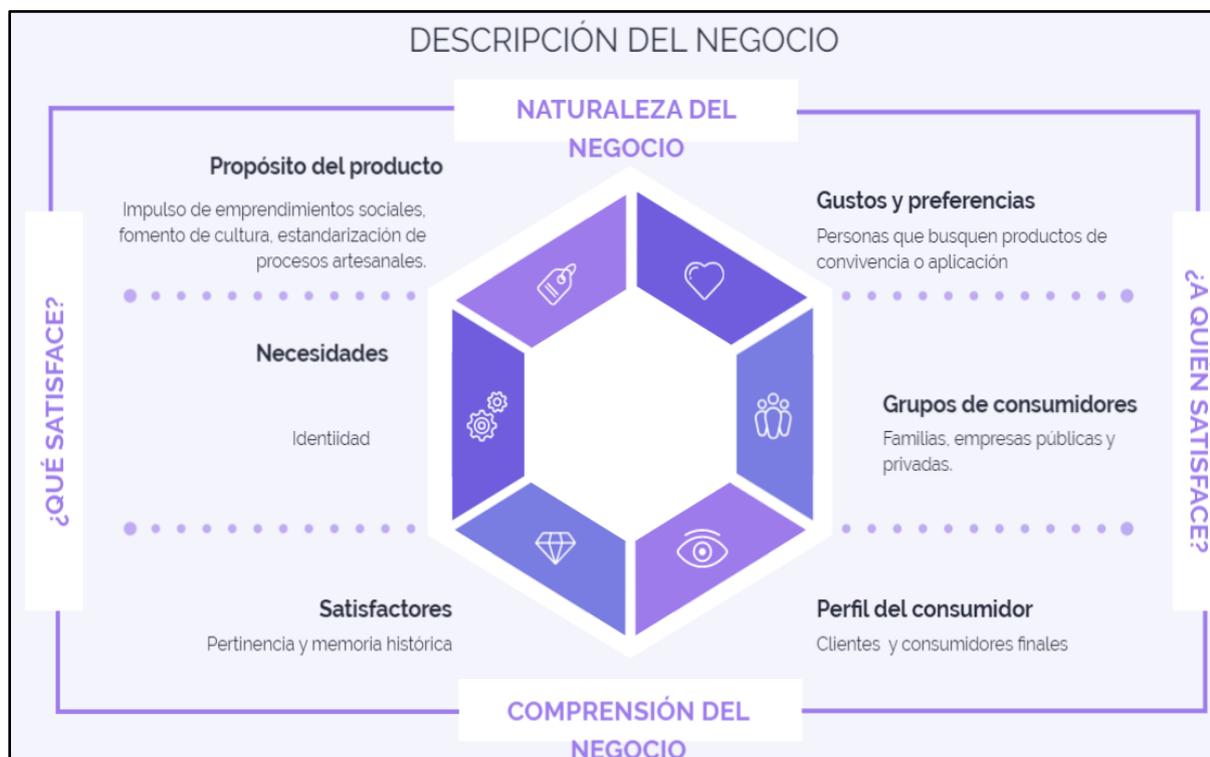
- ¿Qué satisface?

El propósito de los productos que se pretenden ofertar bajo la realización del presente documento es la de impulsar los emprendimientos sociales de comunidades Afro ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito DMQ, mediante el fomento de la cultura de este pueblo y así también con la estandarización de procesos artesanales para la producción y comercialización de artesanías. Las necesidades que el proyecto busca solucionar son las necesidades de identidad (ser y tener), finalmente, los satisfactores que obedecen a parámetros tales como pertinencia y memoria histórica.

- ¿A quién satisface?

Como grupos de consumidores objetivo se dividen en familias, empresas públicas y privadas; con gustos y preferencias que deseen productos de convivencia y aplicación, es decir, que busquen o persigan beneficios de la apariencia o posesión de los productos y, con perfiles de consumidor de clientes y consumidores finales.

<https://studio.tailorbrands.com/business/61333350/wizard/intro>



**Gráfica 11 Descripción de la naturaleza del negocio**  
(Brands, 2020)

La declaración de la misión o meta general del proyecto (idea de negocio) se encuentra definida por los siguientes elementos fundamentales:

**Tabla 11 Declaración de misión**

<b>Clientes:</b>	Clientes y consumidores finales
<b>Productos o servicios:</b>	Artículos de confección artesanal
<b>Mercados:</b>	Familias, empresas públicas y privadas
<b>Tecnología:</b>	Procesos 100% artesanales
<b>Interés por la supervivencia:</b>	Sostenible en el tiempo
<b>Filosofía:</b>	Fomentar la economía social y solidaria, emprendimientos y recuperación de cultura
<b>Concepto de sí misma:</b>	Empresa que busca el incentivar el uso de artesanías Afro ecuatorianas y generar ingresos alternativos para sus empleados
<b>Interés por la imagen pública:</b>	Interés por asuntos sociales, RSE
<b>Interés por los empleados:</b>	Considera a los empleados como capital humano relevante para la organización
<b>Accionistas:</b>	Inversiones de capital en innovación y desarrollo

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

La “Arte Afro” es una empresa, que busca fomentar las actividades de comercio para personas que elaboran artesanías Afro ecuatorianas, elaboradas con materias primas no tradicionales (corteza de coco), utilizando altos procesos de calidad, precautelando los intereses de los colaboradores, confianza y seguridad de nuestros clientes.

### **Visión**

“Arte Afro” pretende obtener una posición importante dentro de la industria productora de artesanías, hasta el año 2025 se estima establecerse como una estructura sólida, sustentable, socialmente responsable y amigable con el medio ambiente.

### **Código de ética**

El código de ética o valores institucionales se conforman por guías conductuales de comportamiento empresarial, estos se encuentran en concordancia con la misión y visión de empresa.



**Gráfico 11 Valores institucionales**  
Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### 2.3. Localización óptima

La localización óptima del proyecto presenta como principales determinantes, la facilidad para obtención de materias primas, vías de acceso, cercanía con clientes potenciales y curva de experiencia con los procesos productivos y de comercialización. Para este efecto, se escogen a la provincia de Pichincha Zona 9, provincia de Esmeraldas y finalmente, la provincia de Imbabura, éstas dos últimas se encuentran dentro de la Zona 1.

#### Datos generales provincia de Pichincha

Superficie: 9,612 km<sup>2</sup>.

Clima: Tipos de clima mesotérmicos, entre húmedo hasta páramo gélido, temperatura promedio entre 8 °C y 24 °C. (Gobierno provincial de Pichincha,, 2020)

Cantones: Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Distrito Metropolitano de Quito, Rumiñahui, San Miguel de los Bancos (Gobierno provincial de Pichincha,, 2020)

Principales centros educativos: Universidad Central del Ecuador UCE, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. (Gobierno provincial de Pichincha,, 2020)

Cantidad de parques industriales: En el Distrito Metropolitano de Quito se cuenta actualmente con ocho zonas industriales situadas en los sectores de:

- Calacalí
- Calderón
- Carcelén
- Itulcachi
- Guamaní
- Quitumbe
- San Bartolo
- Turubamba (Revista Líderes, 2019)

### **Datos generales provincia de Esmeraldas**

Superficie: 14,893 km<sup>2</sup>.

Clima: Posee temperaturas promedio entre 21 a 25 °C.

Cantones:

Principales centros educativos: El principal centro educativo que tiene sede en Esmeraldas es la Universidad Técnica Luis Vargas Torres, otros centros educativos relevantes que se encuentran a manera de sedes son:

- Universidad Católica del Ecuador
- Universidad Católica Santiago de Guayaquil
- Universidad Técnica Particular de Loja
- Cantidad de parques industriales: se concentra en un solo parque industrial que se encuentra en el puerto de Esmeraldas. (Prefectura de Esmeraldas, 2020)

### **Datos generales provincia de Imbabura**

Superficie: 4,599 kilómetros cuadrados.

Clima: En promedio 18 grados centígrados.

Cantones: Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro, San Miguel de Urququí. (EcuRed, 2019)

Principales centros educativos: Universidad Técnica del Norte, PUCE, Uniandes, Universidad de Otavalo, Universidad de Investigación, Ciencia y Tecnología del Ecuador. (EcuRed, 2019)

Cantidad de parques industriales: Cuenta con un parque industrial con alrededor de 114 industrias. ) (Organización de Estados Americanos, OEA, 2020)

Para determinar la localización óptima se identifican factores de éxito propuestos por (Baca Urbina, Elaboracion de proyecto, 2013) estos factores pueden ser beneficiosos o perjudiciales para las posibles ubicaciones de plantas o centros de acopio y distribución, previamente descritas con sus generalidades, haciendo uso del método de localización por puntos ponderados, se determina que la localización más adecuada para la fijación de la planta productiva es en la provincia de Pichincha con una calificación total ponderada de 7.25, así también, se diferencia de las otras provincias, al ser la que tiene mayor industria, comunicación y producción:

**Tabla 12 Localización por puntos ponderados**

Número	Factor	Peso	Calificación			Calificación ponderada		
			Pichincha	Esmeraldas	Imbabura	Pichincha	Esmeraldas	Imbabura
1	Cercanía a centros de consumo	0.1	9	4	6	0.9	0.4	0.6
2	Disponibilidad de insumos y materias prima	0.15	3	10	5	0.45	1.5	0.75
3	Infraestructura de la industria	0.3	9	4	6	2.7	1.2	1.8
4	Calidad de mano de obra	0.2	9	8	7	1.8	1.6	1.4
5	Factores climáticos	0.15	6	9	7	0.9	1.35	1.05
6	Estímulos gubernamentales	0.1	5	3	5	0.5	0.3	0.5
<b>Total</b>		<b>1</b>				<b>7.25</b>	<b>6.35</b>	<b>6.1</b>

(Baca Urbina, Elaboracion de proyecto, 2013)

### **Localización por centroide**

Para utilizar la localización por el método centroide se empieza por identificar el mapa político de la zona o provincia que se escogió en la macro localización (Pichincha):



**Gráfico 12 Mapa Político Provincia de Pichincha**

Fuente: (Ecuador, Ministerio de trabajo, 2015)

Posterior a la ubicación general de la provincia o zona en la cual se pretende instalar el plan, se trazan coordenadas con las ubicaciones potenciales que a criterio del autor son las más idóneas, siendo estas:

- Cayambe
- Quito
- Rumiñahui
- Mejía

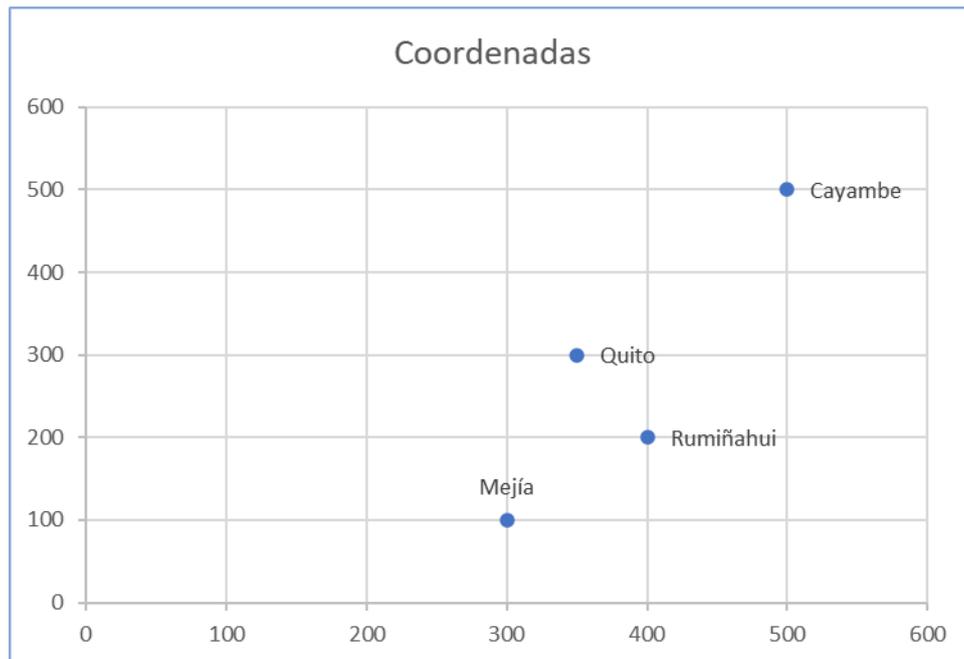
Para el trazo de coordenadas se utiliza escala en centenas y al trasponerlas al mapa político provincial se tiene:

**Tabla 13 Coordenadas centroide**

Coordenadas		
	X	Y
Mejía	300	100
Quito	350	300
Cayambe	500	500
Rumiñahui	400	200

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Reemplazando las coordenadas de las cuatro localizaciones en un plano se ubican estas dentro de un plano:



**Gráfico 13 Plano de coordenadas**  
Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Con las coordenadas ya establecidas se procede a estimar el nivel de producción para cada localización, como referencia se toma a la producción obtenida en el estudio de mercado para el año uno de operaciones por 1,984 unidades correspondiente a la ciudad de Quito, para el cantón Cayambe se estima un 60% de la producción, para Mejiá un 70% y Rumiñahui un 75%.

**Tabla 14 Volumen de producción por localización**

	Coordenadas		Volumen de producción (unidades)
	X	Y	
Mejiá	300	100	1389
Quito	350	300	1984
Cayambe	500	500	1190
Rumiñahui	400	200	1488

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

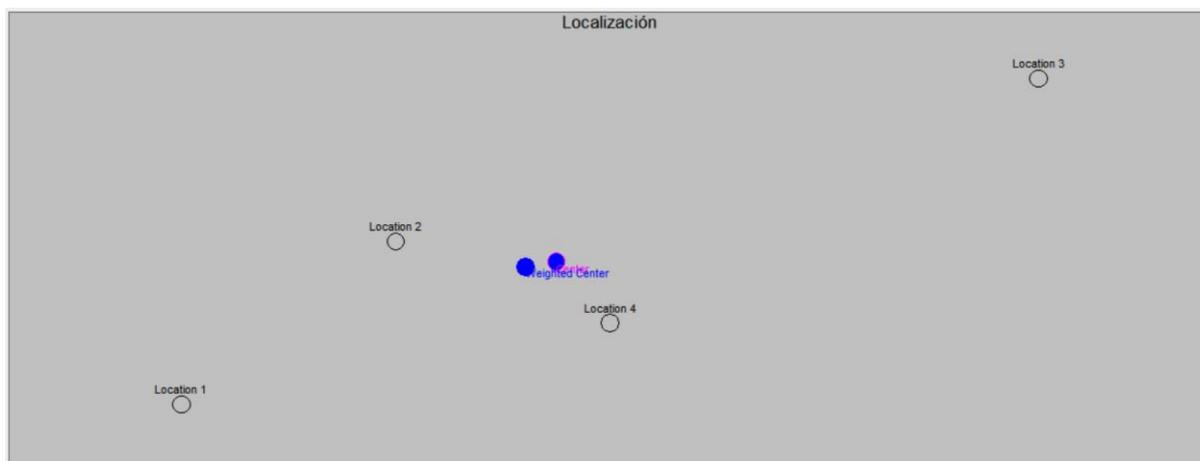
Para encontrar el punto o solución de localización se utiliza el software de administración de operaciones DS para Windows y cuya localización sugerida es en la coordenada x-350; y-300:

**Tabla 15 Solución de localización**

	Weight/# trips	x-coord	y-coord	X multiplied	Y multiplied
Location 1	1,389.	300.	100.	416,700.	138,900.
Location 2	1,984.	350.	300.	694,400.	595,200.
Location 3	1,190.	500.	500.	595,000.	595,000.
Location 4	1,488.	400.	200.	595,200.	297,600.
<b>Total</b>	<b>6,051.</b>	<b>1,550.</b>	<b>1,100.</b>	<b>2,301,300.</b>	<b>1,626,700.</b>
<b>Average</b>		<b>387.5</b>	<b>275.</b>		
<b>Weighted Average</b>				<b>380.3173</b>	<b>268.8316</b>
<b>Median</b>	<b>3,026.</b>			<b>350.</b>	<b>300.</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Como solución de localización se debería localizar la planta de producción del proyecto ya sea en las ciudades de Quito o de Rumiñahui:

**Gráfico 14 Solución de localización**

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Por cuestiones de costos y logística se decide situar la planta dentro del perímetro urbano del Distrito Metropolitano de Quito en el sector norte de la ciudad (Carapungo) y la tienda o show room se ubicará en el sector de la Mariscal.

## 2.4. Determinación de la capacidad instalada

Para poder determinar el tamaño de la capacidad instalada o también conocido como demanda potencial insatisfecha DPI (Baca Urbina, Elaboracion de proyecto, 2013), se trabaja con la información producto del estudio de mercado correspondiente a la demanda insatisfecha por 1,984 unidades producidas, adicionalmente, se establece un crecimiento anual para los próximos cinco años del proyecto del 7.21% (Ecuador, Servicio de Rentas Internas, SRI., 2020), tomando como referencia al crecimiento de la industria C3290.39

(Fabricación de artesanías de otros materiales) y la tasa de crecimiento poblacional del Ecuador por 1.8% (Banco Mundial, 2020)

**Tabla 16 Determinación DPI**

<b>Año de operación</b>	<b>DPI Optimista</b>	<b>Incremento anual</b>	<b>DPI Pesimista</b>	<b>Incremento anual</b>
2021	1,984	-	1,389	-
2022	2,182	10%	1,528	10%
2023	2,401	10%	1,680	10%
2024	2,641	10%	1,848	10%
2025	2,905	10%	2,033	10%

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

**Tabla 17 DPI proyectado**

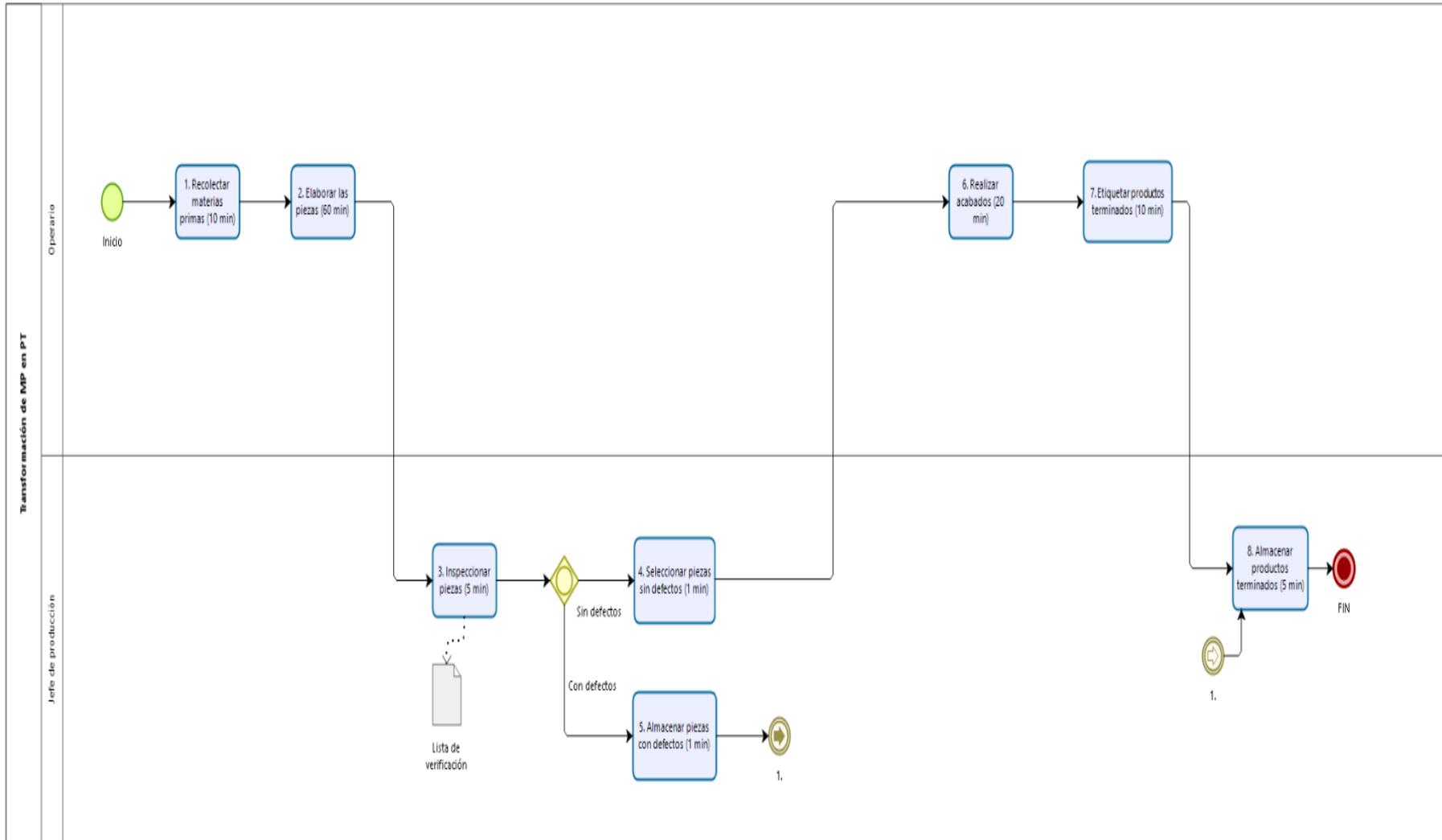
Demanda Total	78,113.00
Demanda Satisfecha	58,272.00
<b>Demanda Insatisfecha</b>	19,841.00
Porcentaje de ventas proyectadas	10.0%
<b>Demanda Potencial (3 lotes de productos)</b>	5,955.00
<b>Crecimiento de Ventas</b>	10.0%
<b>Inflación</b>	0.47%

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

## 2.5. Proceso productivo

El proceso productivo del proyecto comprende las siguientes actividades:

- Recolectar materias primas
- Elaborar la pieza
- Realizar acabados
- Inspeccionar la calidad de la pieza
- Etiquetar los productos terminados
- Seleccionar piezas sin defectos
- Almacenar piezas con defectos
- Almacenar las piezas terminadas sin defectos



**Gráfico 15 Proceso productivo Arte Afro**  
Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Tabla 18 Descripción del proceso productivo

No.	Actividad	Rol	Descripción	Tiempo	Documento
1	Recolectar materias primas	Operario	Reúne las cortezas de coco, limpia las cortezas y la estopa con las herramientas. <b>Ir a la actividad 2.</b>	10 min	n/a
2	Elaborar las piezas	Operario	Realiza cortes del contorno de la forma de la pieza de acuerdo con los tamaños que se requieren, perfora la pieza, procede al lijado de superficies, continua con el tinturado y barnizado estas con pintura natural y se realiza el pulido de la pieza. <b>Ir a la actividad 3.</b>	60 min	n/a
3	I Inspeccionar la calidad de cada pieza	Jefe de producción	Se verifica el estado de cada una de las piezas, analiza la calidad de estas. ¿Tiene defectos la pieza? <b>Si: Ir a la actividad 4.</b> <b>No: Ir a la actividad 5.</b>	5 min	Lista de verificación
3	Inspeccionar la calidad de cada pieza	Jefe de producción	Se verifica el estado de cada una de las piezas, analiza la calidad de estas. ¿Tiene defectos la pieza? <b>Si: Ir a la actividad 4.</b> <b>No: Ir a la actividad 5.</b>	5 min	Lista de verificación
4	Seleccionar piezas sin defectos	Jefe de producción	Escoge las piezas sin defectos para su posterior terminado. <b>Ir a la actividad 6.</b>	1 min	n/a

5	Almacenar piezas con defectos	Jefe de producción	Almacena las piezas con defectos para su posterior entrega a la comunidad. <b>Ir a la actividad 8.</b>	1 min	n/a
6	Realizar acabados	Operario	Pega accesorios a la pieza, coloca los accesorios a la pieza, barniza la pieza por última vez, realiza el pulido final, deja secar la pieza. <b>Ir a la actividad 7.</b>	20 min	n/a
7	Etiquetar los productos terminados	Operario	Empaca y etiqueta los productos terminados sin defectos. <b>Ir a la actividad 8.</b>	10 min	n/a
8	Almacenar las piezas terminadas sin defectos	Jefe de producción	Destina todas las piezas empacadas para su almacenamiento en inventarios hasta su venta al público. <b>FIN DEL PROCESO</b>	5 min	n/a

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

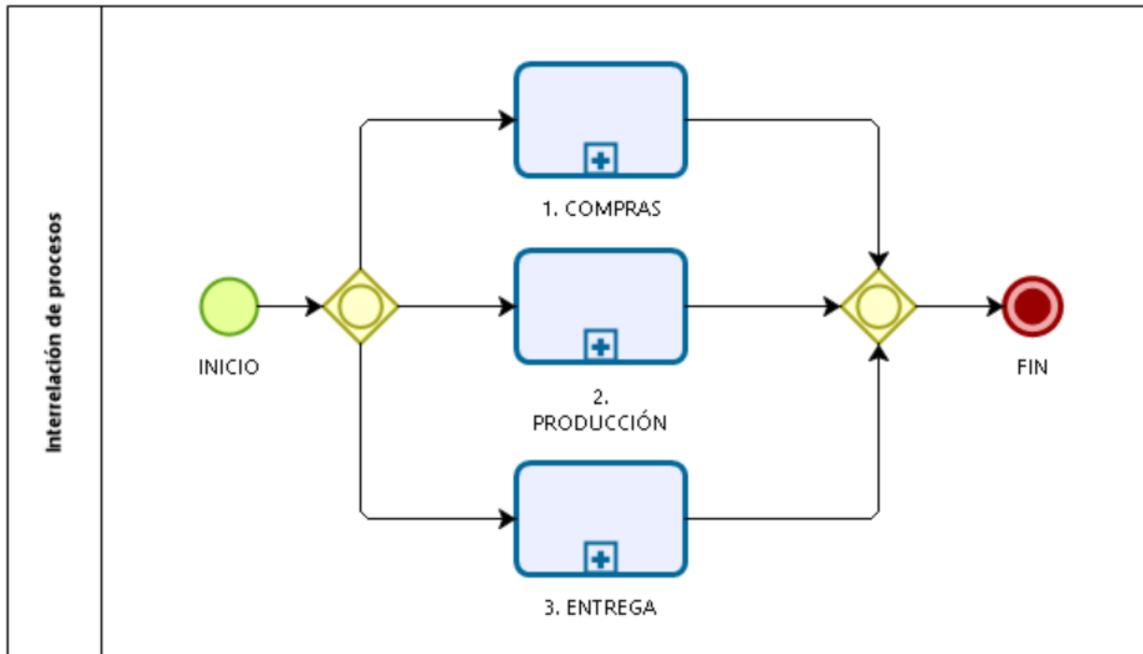
El proceso de transformación de materias primas en productos terminados o también conocido como productivo, tiene ocho actividades, a continuación, se utiliza el método del cursograma para identificar el tiempo de ciclo del proceso:

**Tabla 19 Cursograma analítico del proceso productivo**

Cursograma Análítico							
Método actual:				Fecha: 17-07-2020			
Método propuesto:				Elaborado por: Giselle Viveros			
Nombre del proceso: Proceso transformación MP en PT	Precedencia Tareas	Actividad					Tiempo (min)
Detalles del método							
Recolectar materias primas	A			x			10
Elaborar las piezas	B			x			60
Realizar acabados	C			x			20
Inspeccionar la calidad de cada pieza	D		x				5
Seleccionar piezas sin defectos	E						1
Almacenar piezas con defectos	F				x		1
Etiquetar los productos terminados	G				x		10
Almacenar las piezas terminadas sin defectos	H					x	5
<b>TOTALES</b>							112

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

De acuerdo con el análisis del cursograma se determina que el proceso productivo tiene un total de tiempo de ciclo de 112 minutos; es decir, una unidad de producto terminado sale en el tiempo mencionado, tiene dos actividades de proceso, una de inspección, dos de demora y una de almacenamiento. No obstante, se considera así también importante el establecer la interrelación de los procesos principales de Arte Afro, para este efecto, se utiliza la siguiente gráfica:



**Gráfico 16 Interrelación de procesos**

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

## 2.6. Selección de equipo y mano de obra requerida

### Selección de equipo

Dentro de las operaciones necesarias que garanticen la transformación de materias primas en el producto terminado deseado, se requiere de los siguientes equipos, materiales y herramientas:

**Tabla 20 Requisitos de equipos, materiales y herramientas**

Equipos de capacidad estandarizada	Equipos fabricantes según necesidades
Motor tallador	Gubias para tallar madera
Taladro manual	Juego de pinzas o alicates
Compresor de aire	Juego de pinceles
Esmeril de banco	Juego de brochas
Etiquetadora automática	Juego de lijas
	Serruchos
	Juego de lijas

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

**Tabla 21 Proveedores del proyecto**

<b>Número</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Dirección</b>
1	<b>Hipermarket</b>	1. Av. de la Prensa y Sabanilla 2. Valle de los Chillos - Autopista General Rumiñahui y Av. San Luis CC. Paseo Shopping
2	<b>Ferrisariato</b>	1. Av. Brasil y Juan Galarza (esquina) 2. Av. 6 de diciembre CC. Quicentro Shopping
3	<b>Kiwy Supercentro Ferretero</b>	1. Av. Simón Bolívar y Panamericana Norte CC. Portal Shopping 2. Eloy Alfaro y Avigiras 3. Av. Pedro Vicente Maldonado CC. El Recreo

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

**Tabla 22 Requisitos de materiales en el proceso productivo**

<b>No.</b>	<b>Actividad</b>	<b>Equipo necesario</b>
1	Recolectar materias primas	Corteza coco limpia.
2	Elaborar las piezas	Motor tallador, taladro manual, compresor de aire, esmeril, gubias para tallar, juego de pinzas o alicates, serruchos, juego de lijas.
3	Inspeccionar la calidad de cada pieza	N/A
4	Seleccionar piezas sin defectos	N/A
5	Almacenar piezas con defectos	N/A
6	Realizar acabados	Juego de pinceles, juego de brochas, juego de pinzas o alicates, pintura de poliuretano, pintura acrílica, juego de lijas, gubias para tallar.
7	Etiquetar los productos terminados	Etiquetadora automática
8	Almacenar las piezas terminadas sin defectos	N/A

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Tabla 23 Descripción de materiales requeridos

<b>Equipo</b>	<b>Características</b>	<b>Tamaño físico</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Plan de mantenimiento</b>	<b>PVP referencial</b>
Motor tallador	Esmeriladora Motortool 180W	30 x 30 x 25 cm	3	3 años	\$ 180.00
Taladro manual	Marca Dewalt Dcd 776 - 1500 RMP	22 x 22.5 x 7.5 cm	3	3 años	\$ 435.00
Compresor de aire	Ptk 2 HP, 24 litros	60 x 90 cm	1	3 años	\$ 95.00
Esmeril de banco	Marca Century 8 pulgadas	50 x 30 cm	1	3 años	\$ 65.00
Etiquetadora automática	Dispensador de etiquetas automático 110 voltios	30 x 60 cm	1	1 año	\$ 230.00
Gubias para tallar madera	Gubias para tallar o moldear madera o tagua	Varios tamaños	1 set	3 meses	\$ 85.00
Juego de pinzas a alicates	Juego de 30 piezas herramientas multiuso Cmarvin	Varios tamaños	1 set	3 meses	\$ 30.00
Juego de brochas	Brochas varios colores y diseños	Varios tamaños	1 set	3 meses	\$ 15.00
Pinceles	Pinceles varios colores y diseños	Varios tamaños	1 set	3 meses	\$ 20.00
Serruchos	Serruchos varios colores y diseños	Varios tamaños	1 set	3 meses	\$ 50.00
Juego de lijas	Lija mate escarchado	1.27 m x 1m	1 set	3 meses	\$ 45.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 1,250.00</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

## **Mano de obra requerida**

Para la estimación de la mano de obra requerida dentro del proceso productivo, es necesario determinar primero, la mano de obra por día y posteriormente, el balanceo de mano de obra.

El cálculo de la mano de obra por día comprende el detalle de los siguientes elementos descritos a continuación:

- Número de actividad
- Actividad y tiempo de operación
- Equipo utilizado
- Capacidad de equipo
- Mano de obra utilizada en la actividad
- Frecuencia por turno
- Tiempo total (Baca Urbina, Elaboracion de proyecto, 2013)

Se determina un tiempo de operación aproximado de 1,214 minutos por día por doce lotes de producto terminado para las ocho actividades correspondientes al proceso productivo de Arte Afro, se prevé que al día existan doce lotes de producción, es decir, cada dos horas se trabajará con tres lotes; lo que significa que, en la jornada de trabajo de ocho horas se tendría doce lotes de producción.

La cantidad de operadores o requerimientos de mano obra en el proceso productivo es de 2.99 personas; lo que implica, tres personas para doce lotes diarios de producción con una jornada de trabajo de ocho horas.

Tabla 24 Cálculo M.O. Requerida por día

No.	Actividad y tiempo de operación	Equipo utilizado	Capacidad de equipo	M.O. utilizada	Frecuencia por turno	Tiempo total
1	Recolectar materias primas (10 min)	N/A	N/A	10 min	Una vez	10 min
2	Elaborar las piezas (60 min)	Motor tallador Taladro manual Compresor de aire Esmeril de banco Gubias para tallar Juego de pinzas o alicates Serruchos Juego de lijas	24 unidades / día 15 unidades / día 24 unidades / día 24 unidades / día	60 min	12 lotes	720 min
3	Inspeccionar la calidad de cada pieza (5 min)	N/A	N/A	5 min	12 lotes	60 min
4	Seleccionar piezas sin defectos (1 min)	N/A	N/A	1 min	12 lotes	12 min
5	Almacenar piezas con defectos (1 min)	N/A	N/A	1 min	12 lotes	12 min
6	Realizar acabados (20 min)	Juego pinceles Juego de brochas Juego de alicates Juego de lijas	24 unidades / día	20 min	12 lotes	240 min
7	Etiquetar los productos terminados (10 min)	Etiquetadora automática	24 unidades / día	10 min	12 lotes	120 min
8	Almacenar las piezas terminadas sin defectos (10 min)	N/A	N/A	10 min	12 lotes	120 min
<b>TOTAL</b>						<b>1,294 min</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

**Tabla 25 Requisitos de mano de obra del proyecto**

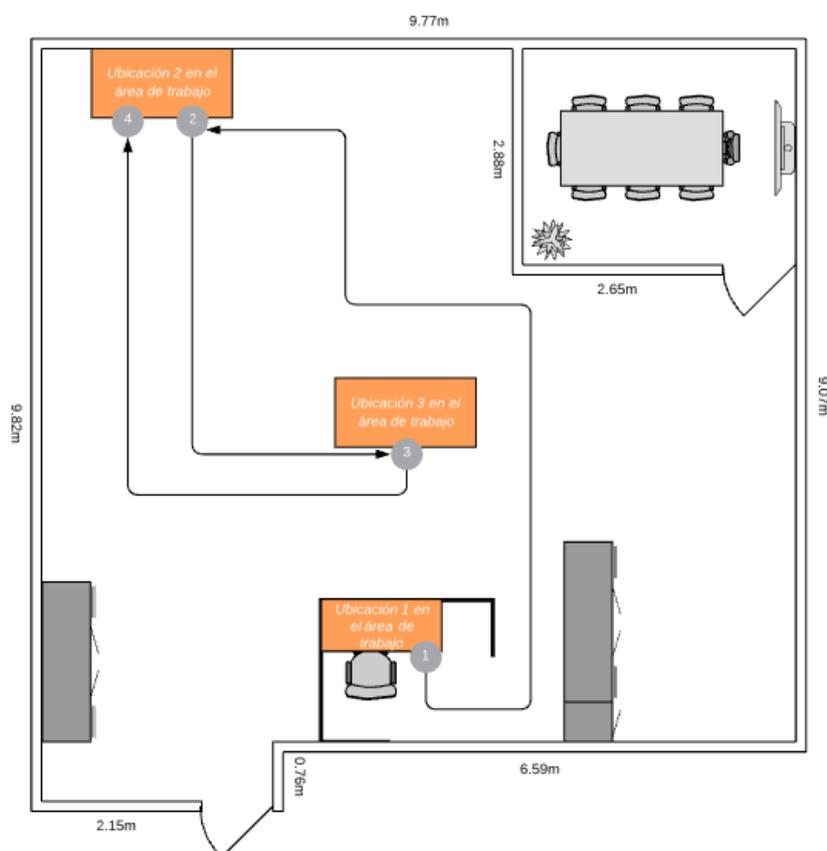
Producción por turno	21.56666667
Producción por trabajador	7.188888889
Minutos por trabajar	432
Cantidad de trabajadores requeridos	<b>2.99537037</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

## 2.7. Distribución de la planta y determinación de áreas de trabajo requeridas

### Distribución de planta

La distribución de planta obedece a la siguiente estructura para una oficina de alrededor de 80 metros cuadrados:

**Gráfico 17 Distribución de la planta**

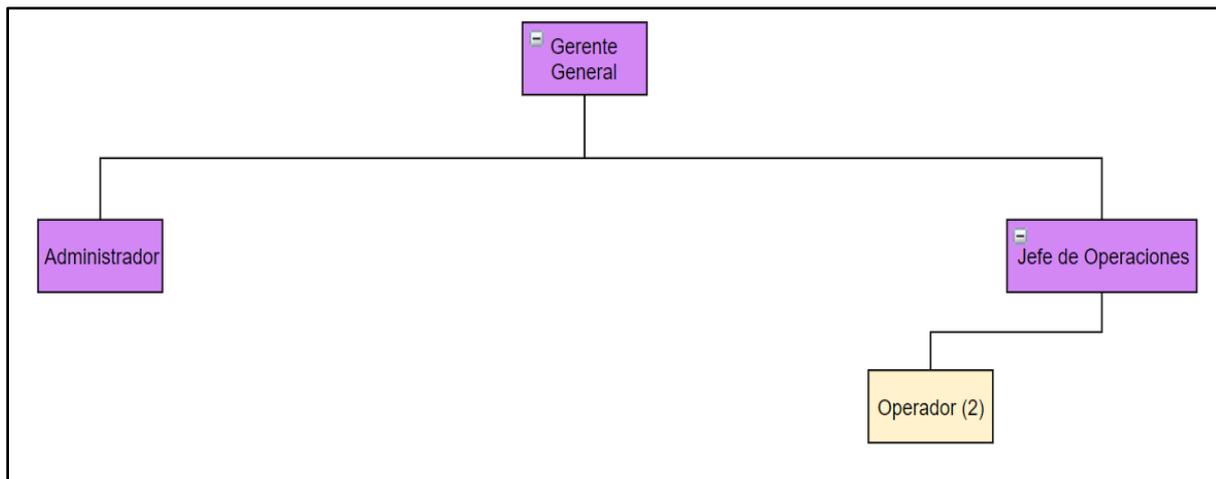
Elaborado por: Giselle Connie Vivero

- La ubicación 1 en el área de trabajo será ocupado por uno de los operarios artesanos, en esta, se realizará la recolección y acopio de materias primas y productos terminados.
- La ubicación 2 en el área de trabajo será ocupado ya sea por el segundo operario el cual tiene a su cargo todas las actividades correspondientes a la transformación de las materias primas en productos terminados.

- Finalmente, en la ubicación 3 estará disponible la estación de trabajo para los controles de calidad de productos terminados a cargo del Jefe de Producción. Los otros espacios disponibles estarán para ser utilizados por parte de la Gerencia o la Administración en caso de ser requeridos para realizar trabajos de oficina o reuniones con el personal operativo.

## 2.8. Organización del recurso humano

### Estructura organizacional



**Gráfico 18 Organigrama posicional**

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

La estructura organizacional de Arte Afro dispone de los siguientes cargos o puestos:

- Gerente General
- Administrador
- Jefe de Operaciones
- Operador artesano (2)

El total del talento humano requerido para el proyecto de la empresa Arte Afro es de cinco personas, la estructura salarial se encuentra disponible en la sección de gastos en el estudio financiero. Es importante indicar que, como política institucional, únicamente se dará prioridad para trabajar en Arte Afro a mujeres Afro ecuatorianas a fin de incentivar un impulso social y empoderamiento a este género.

## Descripción de perfiles de cargos

El perfil del cargo del gerente general de Arte Afro debe cumplir con los siguientes requerimientos:

### Perfil de cargo

Elaborado por: Giselle Viveros

Nombre del cargo\*

Gerente General

Fecha

17/07/2020

Descripción

Planificar, organizar, dirigir, controlar los objetivos de la empresa, se encarga de la toma responsable de decisiones generales y así también de garantizar el desarrollo sostenible de la organización.

Competencias

- Dinamismo
- Liderazgo
- Disciplina

Aplica  No aplica

Funciones específicas

Debe brindar ayuda y soporte estratégico a todos los departamentos que conforman a la organización, buscando políticas que deriven en un desarrollo sustentable de la empresa.

- Alcanzar metas empresariales a corto, mediano y largo plazo.
- Promover la aplicación de políticas empresariales que garanticen calidad en procesos internos.
- Representar a la organización dentro y fuera de esta.
- Generar nuevas ideas que permitan incrementar la propuesta de valor.
- Asignar los recursos humanos, tecnológicos y financieros de manera apropiada a todos los departamentos.

Formación y experiencia requerida

Tercer nivel o cursando las especialidades de Administración de Empresas, Finanzas, Ingeniería Comercial, Procesos o afines.

Dos años de experiencia en:

- Ventas
- Producción
- Gestión de cadena de suministros.

### Gráfico 19 Perfil de cargo Gerente General

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Adicionalmente, el Gerente General se encargará de todos los procesos comerciales de Arte Afro, bajo las dimensiones de preventa, venta y posventa, así también como, las negociaciones entre proveedores y la microempresa.

El perfil del cargo del administrador de Arte Afro debe cumplir con los siguientes requerimientos:

**Perfil de cargo**  
Elaborado por: Giselle Viveros

Nombre del cargo:

Fecha

Descripción  
Planificar, organizar, dirigir, controlar los objetivos de la empresa, se encarga de la toma responsable de decisiones generales y así también de garantizar el desarrollo sostenible de la organización.

**Competencias**

- Razonamiento numérico
- Comunicación oral y escrita
- Planificación y organización

**Funciones específicas**

Administrar y controlar los recursos financieros, apoyar a la gestión en la gerencia general, ejecuta y coordina las actividades de procesos administrativos, contables, financieros y talento humano.

- Vigilar los procesos de archivo y gestión documental.
- Controlar procesos contables, pagos y tesorería.
- Diseñar y controlar procesos concernientes a los sistemas de talento humano.
- Realizar pagos a proveedores y nómina.
- Coordinar transacciones.
- Realizar informes de gestión.
- Cotejar estadísticas de productividad y socializarlas con la gerencia general.

**Formación y experiencia requerida**

Tercer nivel o cursando las especialidades de Administración de Empresas, Finanzas, Ingeniería Comercial, Procesos, Recursos Humanos o afines.

Dos años de experiencia en:

- Finanzas
- Contabilidad
- Talento humano.

**Gráfico 20 Perfil de cargo Administrador**  
Elaborado por: Giselle Connie Vivero

El perfil del cargo del jefe de producción de Arte Afro debe cumplir con los siguientes requerimientos:

**Perfil de cargo**  
Elaborado por: Giselle Viveros

Nombre del cargo:

Fecha

Descripción  
Asumir todas las responsabilidades correspondientes a la gestión de los operarios (artesanos), verificando la calidad de los productos en proceso y terminados, se encarga del sistema de costo de materias primas, capacita, entrena y da apoyo a los operarios.

**Competencias**

- Autonomía
- Sensibilidad personal
- Auto organización

**Funciones específicas**

Supervisar, programar y coordinar el proceso de producción, así también como, los procesos de logística interna y externa. Es el encargado del diseño de las piezas, manejo, cuidado y mantenimiento de herramientas.

- Controlar a los operarios.
- Planificar las actividades a realizar durante la jornada.
- Realizar pedidos de requerimientos de materiales, reposición de herramientas y equipos.
- Realizar capacitaciones constantes.
- Aplicar políticas de calidad.
- Fomentar técnicas y métodos de trabajo

**Formación y experiencia requerida**

Tercer nivel o cursando las especialidades de Arte, Diseño Gráfico, Procesos, Producción, Ingeniería Industrial o afines.

Dos años de experiencia en:

- Producción
- Cadena de suministro
- Logística

**Figura 1 Perfil de cargo Jefe de Operaciones**  
Elaborado por: Giselle Connie Vivero

El perfil del cargo del operario o artesano de Arte Afro debe cumplir con los siguientes requerimientos:

**Perfil de cargo**  
Elaborado por: Giselle Viveros

Nombre del cargo:  
Operador artesano

Fecha:  
17/07/2020

Descripción:  
Elaborar productos terminados en base a la transformación de corteza de coco en productos terminados (aretes, collares y pulseras)

Competencias

- Creatividad
- Dinamismo
- Trabajo en equipo y bajo presión

**Funciones específicas**

Producir piezas artesanales por medio de la transformación física de la materia prima en productos terminados, así también se encarga del almacenamiento de estos.

- Recolectar materia prima.
- Diseñar los productos terminados.
- Realizar el proceso productivo (corte, armado, acabado, pulido y secado de piezas).
- Acudir a capacitaciones constantes.
- Aplicar políticas de calidad.

**Formación y experiencia requerida**

Bachillerato o cursando estudios técnicos en Arte, Oficios, Producción, etc.

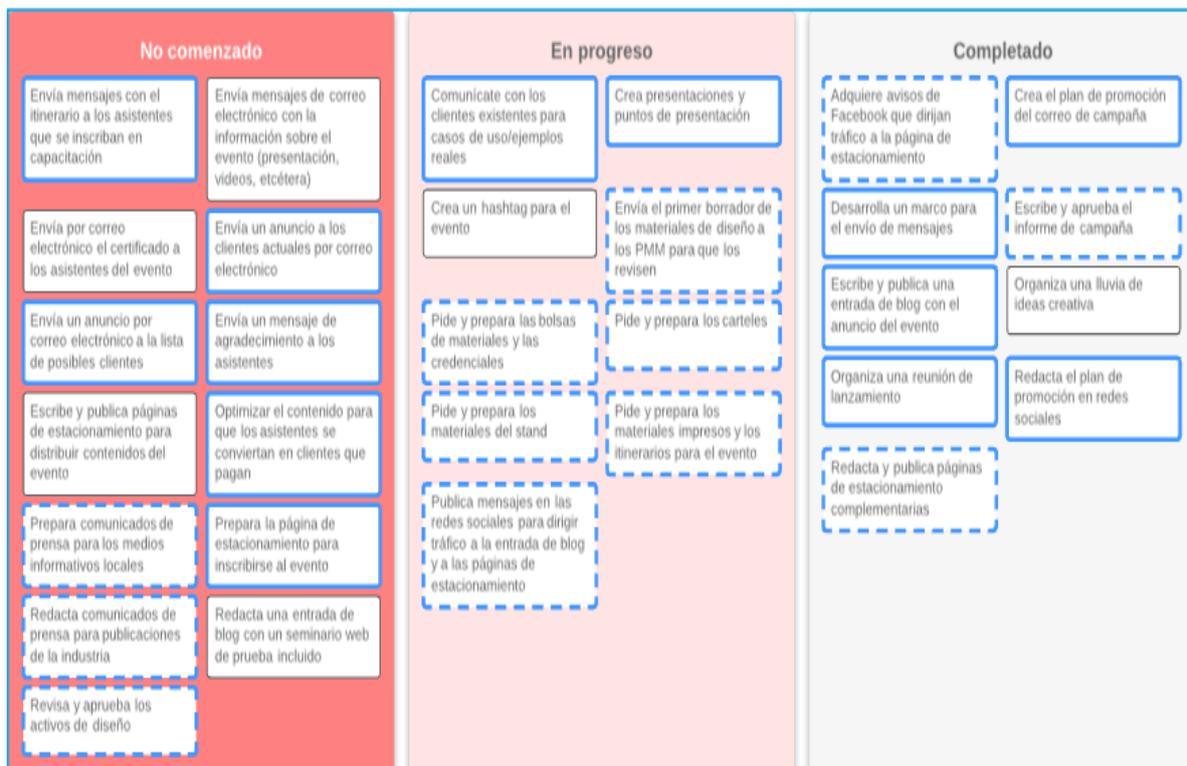
Un año de experiencia en:

- Producción
- Cadena de suministro
- Logística

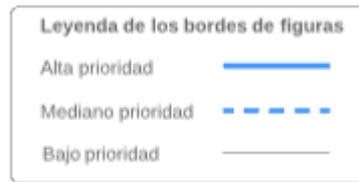
**Figura 2 Perfil de cargo operario**  
Elaborado por: Giselle Connie Vivero

## 2.9. Estrategias de marketing

### Estrategia de posicionamiento



**Gráfico 21 Plan de posicionamiento comercial**  
Elaborado por: Giselle Connie Vivero



**Gráfico 22 Leyenda de figuras del plan de posicionamiento comercial**

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

## Segmentación de mercado

El primer elemento por identificar dentro de las estrategias de marketing es la segmentación de mercado, esta se compone de los elementos enlistados a continuación:

- **Región geográfica:** en primer lugar, personas que residan dentro del DMQ y así también, clientes potenciales que se encuentren dentro del territorio continental ecuatoriano en ciudades y provincias a nivel nacional.
- **Género y clase social:** el género de clientes se encuentra conformado por hombres y mujeres con niveles sociales medio, medio alto y alto.
- **Edad demográfica y generación:** la edad demográfica deseada como segmento potencial de clientes se establece en personas de más de 18 hasta más de 60 años, preferentemente, enfocándose en las generaciones X y Y.
- **Estilo de vida:** orientada al fomento de cultura y tradiciones, personas con ocupaciones diversas que buscan productos de calidad con precios competitivos.



**Gráfico 23 Segmento de clientes Arte Afro**

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

## Estrategia de producto

### Logotipo:



**Gráfico 24 Logotipo Arte Afro**

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### Eslogan:

“En tus manos está la felicidad y en tu artesanía tu identidad”

### Características del producto:

El nivel de la oferta de productos es de un beneficio básico, es decir, debido a que su materia prima es la corteza de coco no se tiene un acabado demasiado elaborado, la percepción de valor por parte del cliente no será alta. Como clasificación del producto se tiene a un bien duradero no tiene fecha de caducidad y es perdurable en el tiempo. Las formas de los diseños del producto se encuentran entre figuras cóncavas y convexas, manteniendo diseños de carácter tribal. Entre las principales características del producto se puede enlistar a:

- Diseños personalizados de producción artesanal con figuras elegantes
- Accesorios diversos que realcen la estética de la pieza
- Materias primas de calidad
- Mezcla de colores agradables
- Bisutería artesanal de tipo ecológico

El diseño de las piezas comprende tres líneas de producción, se encuentran determinadas por la siguiente mezcla de productos:

- Aretes
- Pulseras
- Collares



**Gráfico 25 Modelo aretes de corteza de coco**

Fuente: (A-Export, 2020)



**Gráfico 26 Modelo pulseras de corteza de coco**

Fuente: (A-Export, 2020)



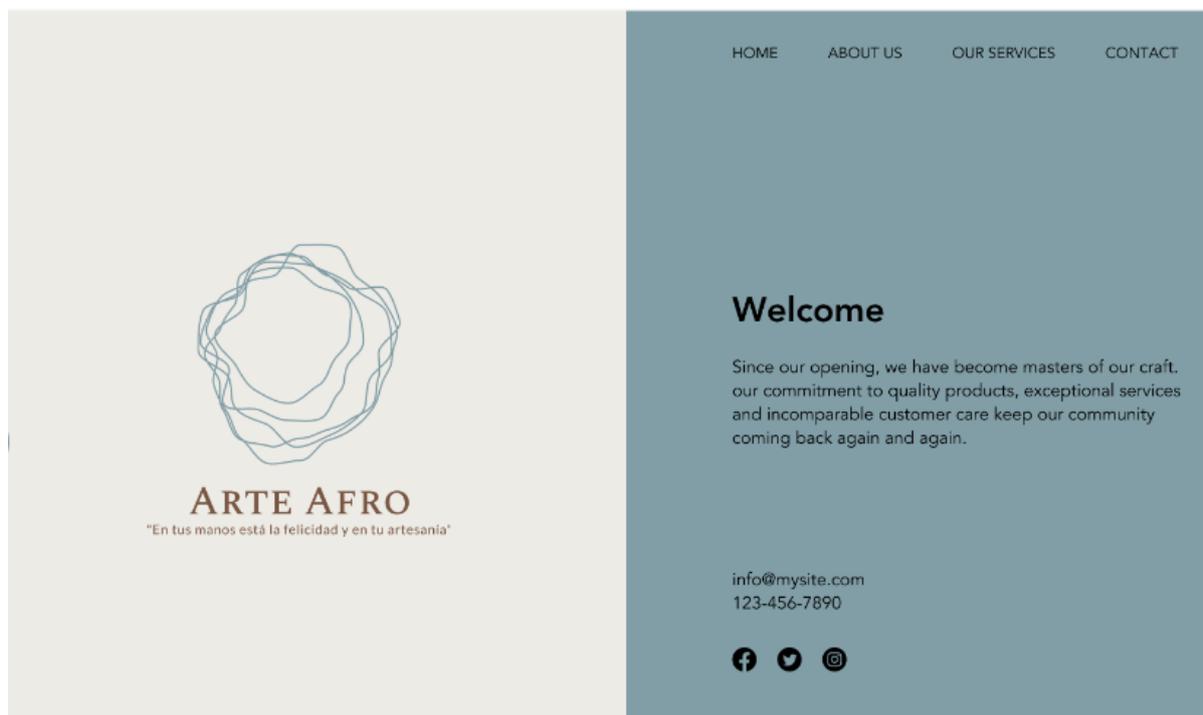
**Gráfico 27 Modelo collar de corteza de coco**  
Fuente: (Bisuteria Artesanal Ecologica, 2006)

**Soporte del producto:**

El soporte del producto cuenta con el desarrollo piloto de una landing page en la cual se ha diseñado la imagen corporativa y publicitaria en función al diseño actual de la marca y slogan:



**Gráfico 28 Soporte del producto, tarjeta de presentación**  
Elaborado por: Giselle Connie Vivero



**Gráfico 29 Prototipo landing page**  
Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### Estrategia del precio

Para la estrategia de precio de la línea de los tres productos (aretes, pulseras y collares) se adopta una estructura basada en costos y márgenes de rentabilidad, a continuación, se presenta su descripción a detalle, en donde se obtiene un precio promedio por \$14.99 por cada pieza de producto terminado:

**Tabla 26 Estructura de precio costos y márgenes**

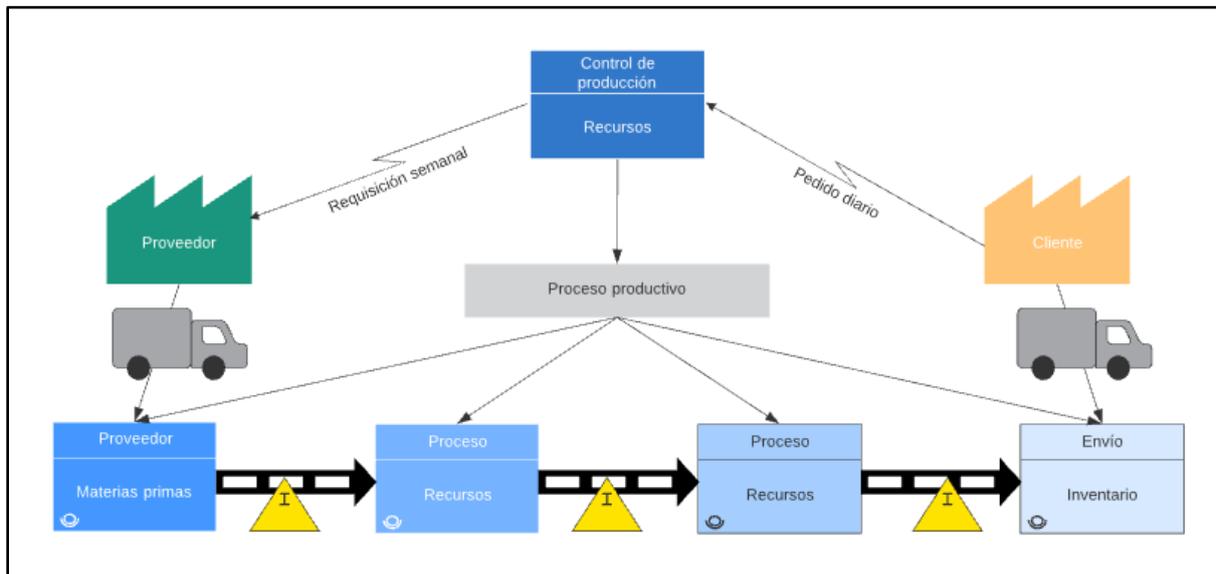
Descripción	USD \$
Costo promedio de materias primas por unidad	\$4.32
Gastos de administración por unidad	\$4.73
Gasto de ventas por unidad	\$0.77
Costo de material publicitario por unidad	\$1.26
Costos indirectos promedio por unidad	\$0.45
Costos y gastos totales por unidad	\$11.53
Margen de utilidad promedio (30%) por unidad	\$3.46
<b>Precio promedio para el cliente por unidad</b>	<b>\$14.99</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### Estrategia de distribución y canales

Como estructura de valor del proyecto se tiene una relación entre la requisición semanal de materias primas, pasando por el proceso de transformación o proceso productivo con su

respectivo control de calidad y finalmente, se realizan las entregas de acuerdo con el tipo de canal de distribución o se disponen de unidades para almacenaje en inventarios:



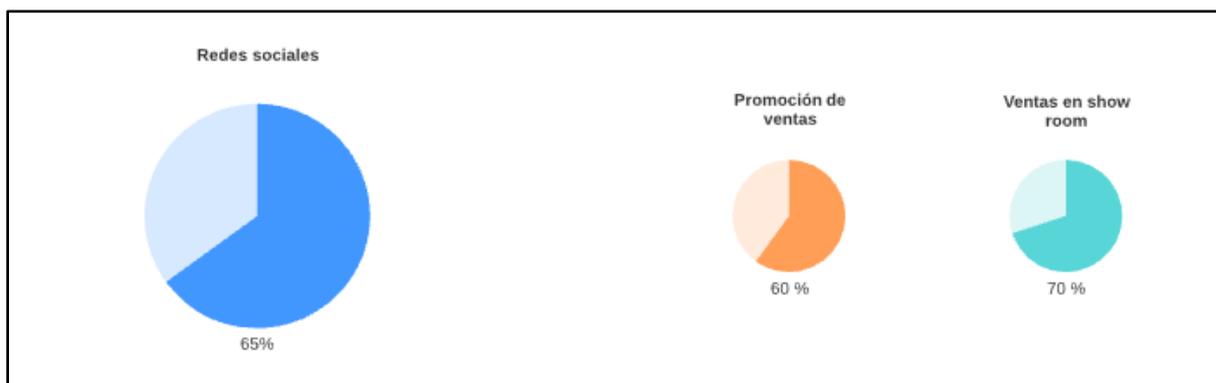
**Gráfico 30 Distribución y canales**

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

La estrategia de distribución utiliza canales de servicio, estos incluyen canales y canales indirectos.

### **Estrategia promocional**

Como estrategia de promoción o canales de comunicación, el proyecto contempla la siguiente estructura:



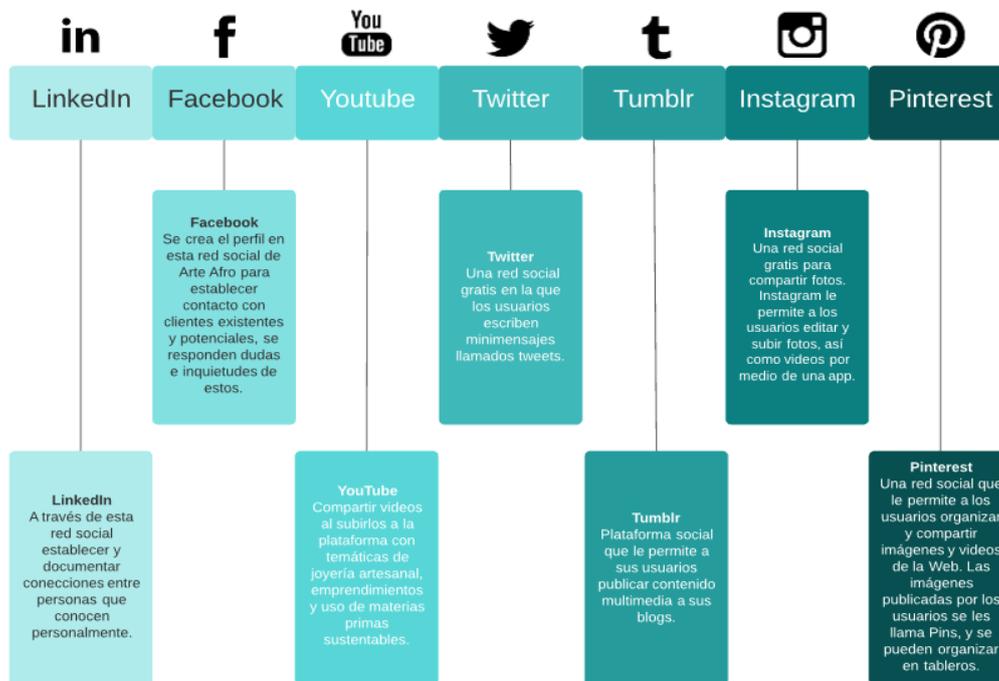
**Gráfico 31 Estructura de canales de comunicación**

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

A más de contar con el soporte del producto o landing page, se fija una estructura de creación de cuentas y perfiles en redes sociales de las siguientes aplicaciones móviles:

- LinkedIn
- Facebook
- Youtube

- Twitter
- Tumblr
- Instagram
- Pinterest



**Gráfico 32 Canales de comunicación**  
Elaborado por: Giselle Connie Vivero

## Presupuesto de marketing

Tal como señala el apartado de la descripción del cargo de Gerente General, este destina parte de su tiempo de gestión para la realización de actividades comerciales, es así como, se destina un porcentaje de su sueldo para justificar dichas actividades, los canales de comunicación y distribución con sus respectivas estrategias y así también una serie de descuentos promocionales componen al presupuesto anual de las estrategias de marketing del proyecto, este rubro se encuentra reflejado en la estructura financiera del proyecto.

**Tabla 27 Presupuesto estrategias de marketing del proyecto**

Descripción	USD \$
Gasto de ventas	\$3,360.00
Canales de comunicación	\$600.00
Canales de distribución	\$1,080.00
Descuentos promocionales	\$1,920.00
<b>Presupuesto total de marketing</b>	<b>\$6,960.00</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

## 2.10. Aspectos legales y ambientales de la organización

### Aspectos legales

Para la constitución legal como empresa de Arte Afro se pretende cumplir con los siguientes requisitos legales:

**Tabla 28 Requisitos y aspectos legales**

<b>Tipo de trámite</b>	<b>Descripción</b>	<b>Requisitos</b>
Escoger tipo de compañía	Decide el tipo de compañía a constituir	N/A
Escoger nombre	Escoge el nombre de la compañía a constituir	N/A
Reservar nombre	Reserva el nombre de la compañía a constituir en la Superintendencia de Compañías	Ingresar a la página web de SUPERCIAS Registrar usuario y contraseña Reservar el dominio de la empresa (nombre, dirección y teléfono), verificando si el nombre es único Seleccionar notaría para continuar el trámite
Abrir cuenta bancaria	Aperturar cuenta de constitución de capital \$400 para compañía limitada.	Original y copia de C.I. del representante legal de la empresa Certificado de artesanos
Obtener RUC	Obtener el Registro Único de Contribuyentes	Original y copia de C.I. del representante legal de la empresa Original y copia de papeleta de votación del representante legal Recibo de servicio básico
Legalizar estatutos	Notarizar estatutos	Original y copia de C.I. del representante legal de la empresa
Presentar documentos en Superintendencia de	Presentar documentos en la Superintendencia de	Recibo depósito cuenta de integración de capital

Compañías	Compañías	Copias de escritura pública notariada (3 juegos) y oficio de Abogado
Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones	Retirar resolución de Supercías u Oficio para realizar correcciones	N/A
Publicar en periódico	Publicar en período de circulación masiva	N/A
Marginar resoluciones	Marginar resoluciones para el Registro Mercantil en notaría	Original y copia de C.I. del representante legal de la empresa y resolución aprobatoria de Supercias
Designar representantes	Inscribir nombramientos en registro mercantil	N/A
Presentar documentos en Supercias	Presentar documentos en Supercias	Todos los documentos habilitantes
Esperar a Supercias	Esperar a Supercias	N/A
Entregar documentación	Entregar documentación	N/A
Registrar empleador en IESS	Registrar empleador en IESS	Registra al empleador en el IESS, copia de RUC, C.I., papeleta de votación, copia de nombramiento, contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Trabajo
Obtener permisos de funcionamiento	Obtener permisos de funcionamiento	Permiso de funcionamiento por el Municipio de Quito y Cuerpo de Bomberos

Fuente: (Ecuador, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018)  
Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### **Aspectos ambientales**

El aspecto ambiental del proyecto que desea conocer el nivel de impacto ambiental que tendrá el proyecto en función de tres factores o dimensiones:

- Características físicas o químicas: no hay presencia de fuentes hídricas cercanas a la planta, el uso de agua es muy básico únicamente por limpieza de las cortezas del coco. No emana ningún tipo de gases u olores fuertes, las máquinas utilizadas son manuales y no afectan a la audición de las personas. El uso del suelo es limitado.
- Condiciones biológicas: uso limitado de productos derivados del coco.
- Factores culturales: como aspectos culturales relevantes se tienen: con la creación una nueva microempresa, está es generadora de puestos de trabajo para la sociedad en especial a donde está dirigida como social y comunitaria. Es importante la estimulación y rescate de la cultura Afro ecuatoriana, que mejor hacerlo con productos endémicos de la zona y aún más elaborados por personas pertenecientes a esta cultura, a través de una empresa enfocada a una economía solidaria. Mediante esta unidad de negocio aportamos a diferentes campos de acción, como es la creación de una PYME enfocada al rescate cultural, social y turístico.
- Relaciones ecológicas: No contribuye con la deforestación de los suelos.

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 3.1. Análisis financiero del proyecto

Dentro de la estructura como proyecto de la empresa Arte Afro, se cuenta con el insumo final que permite conocer la factibilidad de su implementación en cuestiones de finanzas, para ello, se pretende identificar los siguientes elementos:

- Proyección de ventas
- Costos de materias primas
- Política de inventarios

#### 3.2. Proyección de ventas y política de inventarios

La proyección de ventas estima a la demanda potencial por 5,955 unidades y el precio de venta promedio de los lotes de producción por \$15.00, para la proyección se considera un crecimiento en las cantidades proyectadas a vender del 10% anual y una tasa inflacionaria referencial del 0.47%:

**Tabla 29 Proyección de ventas**

Año	2021	2022	2023	2024	2025
Cantidad Proyectada de Ventas	5,955.00	6,551.00	7,207.00	7,928.00	8,721.00
Precio de Venta	\$ 15.00	\$ 15.07	\$ 15.14	\$ 15.21	\$ 15.28
Total Ingresos	\$ 89,325.00	\$ 98,726.85	\$ 109,123.58	\$ 120,604.67	\$ 133,291.71

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

El costo de las materias primas directas e indirectas referencia en promedio las cantidades de insumos y su valor en dólares para estimar el costo de producción para que este sirva como punto de referencia sobre cuánto asciende el contar con las materias necesarias para la transformación de estas en productos terminados.

El costo promedio de materias primas y materiales indirectos en la producción de aretes, collares o pulseras es de aproximadamente \$0.81.

**Tabla 30 Costo de producción materias primas**

Materia prima directa	Insumo	Costo Unitario (Kg. o unidades)	Cant. unidades por paquete	Cantidad de requerida	Costo total del material
Corteza de coco	1	\$ 0.50	1.00	1.00000	\$ 0.50
Alambre de acero	1	\$ 0.05	1.00	1.00000	\$ 0.05
Bisutería variada	1	\$ 0.10	1.00	1.00000	\$ 0.10
				0.00000	\$ -
				0.00000	\$ -
<b>Materiales Indirectos</b>					
Empaque	1	\$ 0.13	1	1.00000	\$ 0.13
Pintura poliuretano	1	\$ 0.02	1	1.00000	\$ 0.02
Pintura duratex acrílica	1	\$ 0.01	1	1.00000	\$ 0.01
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 0.81</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Como política de inventarios se establece que al menos se contará con un almacenaje de por lo menos el 10% de los productos terminados, para cada uno de los cinco años de realización del proyecto.

**Tabla 31 Inventario MP directa**

Inventarios MP directa	AÑO				
	2021	2022	2023	2024	2025
Inventario Inicial		596.00	656.00	721.00	793.00
(+) Unidades Producidas	6,551.00	6,611.00	7,272.00	8,000.00	8,801.00
(-) Unidades Proyectadas Venta	5,955.00	6,551.00	7,207.00	7,928.00	8,721.00
(=) Inventario Final	596.00	656.00	721.00	793.00	873.00

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

**Tabla 32 Inventario MI**

Inventario Materiales Indirectos	AÑO				
	2021	2022	2023	2024	2025
Inventario Inicial	-	\$ 484.55	\$ 533.33	\$ 586.17	\$ 644.71
(+) Unidades Producidas	\$ 5,325.96	\$ 5,400.00	\$ 5,939.92	\$ 6,534.57	\$ 7,188.84
(-) Unidades Proyectadas Venta	\$ 4,841.42	\$ 5,325.96	\$ 5,859.29	\$ 6,445.46	\$ 7,090.17
(=) Inventario Final	\$ 484.55	\$ 533.33	\$ 586.17	\$ 644.71	\$ 709.75

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### 3.3. Proyección de sueldos

Se proyectan los sueldos y salarios en base a la cantidad de personas o colaboradores necesarios para realizar las actividades administrativas, de ventas y productivas del proyecto, estos puestos tienen la siguiente asignación salarial, cumpliendo con todos los beneficios de ley en el Ecuador:

**Tabla 33 Análisis de sueldos proyectados**

DETALLE	Cantidad de Personas	Sueldo Base	Sueldo Anual	IESS 9.45% Personal	IESS 11.15% Patronal	10mo. 4to.	10mo. 3er.	Vacaciones	Fondos de Reserva	2021	2022	2023	2024	2025
Producción Operaciones	3	\$ 950.00	\$ 11,400.00	\$ 1,077.30	\$ 1,271.10	\$ 800.00	\$ 950.00	\$ 475.00	\$ 950.00	\$ 20,556.30	\$ 22,410.74	\$ 22,516.07	\$ 22,621.89	\$ 22,728.22
Mano de obra directa	2	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 453.60	\$ 535.20	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 200.00	\$ 400.00	\$ 12,270.40	\$ 13,369.74	\$ 13,432.58	\$ 13,495.71	\$ 13,559.14
Operarios artesanos	2	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 453.60	\$ 535.20	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 200.00	\$ 400.00	\$ 12,270.40	\$ 13,369.74	\$ 13,432.58	\$ 13,495.71	\$ 13,559.14
Mano de obra indirecta	1	\$ 550.00	\$ 6,600.00	\$ 623.70	\$ 735.90	\$ 400.00	\$ 550.00	\$ 275.00	\$ 550.00	\$ 8,285.90	\$ 9,040.99	\$ 9,083.49	\$ 9,126.18	\$ 9,169.07
Jefe de Producción	1	\$ 550.00	\$ 6,600.00	\$ 623.70	\$ 735.90	\$ 400.00	\$ 550.00	\$ 275.00	\$ 550.00	\$ 8,285.90	\$ 9,040.99	\$ 9,083.49	\$ 9,126.18	\$ 9,169.07
<b>GASTO</b>														
Administración	2	\$ 1,400.00	\$ 16,800.00	\$ 1,587.60	\$ 2,041.20	\$ 800.00	\$ 1,400.00	\$ 700.00	\$ 1,400.00	\$ 21,041.20	\$ 23,136.28	\$ 23,245.02	\$ 23,354.27	\$ 23,464.04
Gerente General	1	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$ 907.20	\$ 1,166.40	\$ 400.00	\$ 800.00	\$ 400.00	\$ 800.00	\$ 11,966.40	\$ 13,309.91	\$ 13,372.47	\$ 13,435.32	\$ 13,498.47
Administrador	1	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 680.40	\$ 874.80	\$ 400.00	\$ 600.00	\$ 300.00	\$ 600.00	\$ 9,074.80	\$ 9,826.37	\$ 9,872.55	\$ 9,918.95	\$ 9,965.57
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>\$ 2,350.00</b>	<b>\$ 28,200.00</b>	<b>\$ 2,664.90</b>	<b>\$ 3,312.30</b>	<b>\$ 1,600.00</b>	<b>\$ 2,350.00</b>	<b>\$ 1,175.00</b>	<b>\$ 2,350.00</b>	<b>\$ 41,597.50</b>	<b>\$ 45,547.02</b>	<b>\$ 45,761.09</b>	<b>\$ 45,976.17</b>	<b>\$ 46,192.26</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### 3.4. Proyección de inversiones y depreciaciones

Los requisitos para inversión responden a una estructura de activos fijos operaciones en su mayoría correspondiente a la cuenta contable de maquinaria con una vida útil de 10 años para su depreciación y posterior reposición del bien, activos fijos administrativos vehículos con vida útil de 5 años y activos fijos de ventas con la cuenta contable equipos de computación con vida útil así también, de 3 años hasta su reposición.

**Tabla 34 Inversiones y depreciaciones**

Inversiones y depreciaciones														
Año de Inversión	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Tipo cuenta	Tipo activo	Vida Útil	Valor de Rescate	Valor a Depreciar	2021	2022	2023	2024	2025
1	Esmeriladora Motortool 180W	3.00	\$ 60.00	\$ 180.00	Maquinaria	Activos Fijos Operacionales	10	\$ 18.00	\$ 162.00	\$ 180.00	-	-	-	-
1	Taladro Marca Dewalt Dcd 776 - 1500 RMP	3.00	\$ 145.00	\$ 435.00	Maquinaria	Activos Fijos Operacionales	10	\$ 43.50	\$ 391.50	\$ 435.00	-	-	-	-
1	Compresor Ptk 2 HP, 24 litros	1.00	\$ 95.00	\$ 95.00	Maquinaria	Activos Fijos Operacionales	10	\$ 9.50	\$ 85.50	\$ 95.00	-	-	-	-
1	Esmeril de banco Marca Century 8 pulgadas	1.00	\$ 65.00	\$ 65.00	Maquinaria	Activos Fijos Operacionales	10	\$ 6.50	\$ 58.50	\$ 65.00	-	-	-	-
1	Etiquetadora automática Dispensador de etiquetas automático 110 voltios	1.00	\$ 230.00	\$ 230.00	Maquinaria	Activos Fijos Operacionales	10	\$ 23.00	\$ 207.00	\$ 230.00	-	-	-	-
1	Gubias para tallar o moldear madera o tagua	1.00	\$ 85.00	\$ 85.00	Maquinaria	Activos Fijos Operacionales	10	\$ 8.50	\$ 76.50	\$ 85.00	-	-	-	-
1	Juego de 30 piezas herramientas multiuso Cmarvin	1.00	\$ 30.00	\$ 30.00	Maquinaria	Activos Fijos Administrativos	10	\$ 3.00	\$ 27.00	\$ 30.00	-	-	-	-
1	Brochas varios colores y diseños	1.00	\$ 15.00	\$ 15.00	Maquinaria	Activos Fijos de Vtas.	10	\$ 1.50	\$ 13.50	\$ 15.00	-	-	-	-
1	Pinceles varios colores y diseños	1.00	\$ 20.00	\$ 20.00	Vehículos	Activos Fijos Administrativos	5	\$ 2.00	\$ 18.00	\$ 20.00	-	-	-	-
1	Serruchos varios colores y diseños	1.00	\$ 50.00	\$ 50.00	Maquinaria	Activos Fijos Operacionales	10	\$ 5.00	\$ 45.00	\$ 50.00	-	-	-	-
1	Camioneta	1.00	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	Vehículos	Activos Fijos Administrativos	5	\$ 3,000.00	\$ 27,000.00	\$ 30,000.00	-	-	-	-
				\$ -			0	\$ -	\$ -	\$ -	-	-	-	-
1	Computadores	1.00	\$ 550.00	\$ 550.00	Equipos de Computación	Activos Fijos de Vtas.	3	\$ -	\$ 550.00	\$ 550.00	-	-	-	-
4	Computadores	1.00	\$ 550.00	\$ 550.00	Equipos de Computación	Activos Fijos de Vtas.	3	\$ -	\$ 550.00	\$ -	-	-	\$ 550.00	-
				<b>\$ 32,305.00</b>				\$ -	\$ 32,305.00	\$ -	-	-	-	-

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Para los activos intangibles se contrata las licencias de un software para operaciones contables y de facturación electrónica por \$120.00:

**Tabla 35 Inversión en activos intangibles**

Año de Inversión	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Cuenta	Activo Centro de Costo	Vida Útil	Valor de Rescate	Valor a Depreciar	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Licencias de computación	1.00	120.00	120.00	Software Licencias	Activos Fijos Operacionales	5	0	120.00	120.00	-	-	-	-
				-				0	-	-	-	-	-	-
				-				0	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>									<b>120.00</b>	<b>120.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### 3.5. Proyección de costos de producción

En la proyección de costos de producción se establece un sistema de costeo en el cual se detallan los valores en dólares de sueldos y salarios, costos de materias primas, otros costos de producción, costos de mantenimiento 4% de los activos fijos, seguros 3% de activos fijos, inflación 0.47%, servicios básicos (luz, agua potable, teléfono e internet).

**Tabla 36 Sistema de costeo de producción**

Cuenta	Sistema de costeo de producción				
	2021	2022	2023	2024	2025
Sueldos y Salarios (MD/MI)	\$ 20,556.30	\$ 22,410.74	\$ 22,516.07	\$ 22,621.89	\$ 22,728.22
Materia Prima	\$ 5,325.96	\$ 5,400.00	\$ 5,939.92	\$ 6,534.57	\$ 7,188.84
Otros Cost. Prod					
Servicios Básicos Producción	\$ 504.00	\$ 504.00	\$ 504.00	\$ 504.00	\$ 504.00
Mantenimiento de Planta	\$ 45.60	\$ 45.81	\$ 45.81	\$ 45.81	\$ 45.81
Seguros Maquinaria	\$ 34.20	\$ 34.20	\$ 34.20	\$ 34.20	\$ 34.20
Depreciaciones	\$ 1,809.30	\$ 1,809.30	\$ 1,809.30	\$ 1,809.30	\$ 1,809.30
<b>= Costo de Producción</b>	<b>\$ 28,275.36</b>	<b>\$ 30,204.06</b>	<b>\$ 30,849.31</b>	<b>\$ 31,549.78</b>	<b>\$ 32,310.37</b>
+ Inventario Inicial					
Productos Terminados	\$ -	\$ 484.55	\$ 533.33	\$ 586.17	\$ 644.71
<b>= Producción Disponible</b>	<b>\$ 28,275.36</b>	<b>\$ 30,688.60</b>	<b>\$ 31,382.63</b>	<b>\$ 32,135.95</b>	<b>\$ 32,955.08</b>
- Inventario Final Productos Terminados	\$ 484.55	\$ 533.33	\$ 586.17	\$ 644.71	\$ 709.75
<b>= Costo productos vendidos</b>	<b>\$ 26,466.06</b>	<b>\$ 28,394.76</b>	<b>\$ 29,040.01</b>	<b>\$ 29,740.48</b>	<b>\$ 30,501.07</b>
Unidad Producidas	\$ 6,551.00	\$ 6,611.00	\$ 7,272.00	\$ 8,000.00	\$ 8,801.00
<b>Costo por unidad</b>	<b>\$ 4.32</b>	<b>\$ 4.64</b>	<b>\$ 4.32</b>	<b>\$ 4.02</b>	<b>\$ 3.74</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 4.63</b>	<b>\$ 4.91</b>	<b>\$ 4.48</b>	<b>\$ 4.09</b>	<b>\$ 3.73</b>
<b>Gastos Ventas</b>	<b>\$ 1.08</b>	<b>\$ 1.07</b>	<b>\$ 0.97</b>	<b>\$ 0.89</b>	<b>\$ 0.81</b>
<b>Costo y Gasto Total</b>	<b>\$ 10.03</b>	<b>\$ 10.62</b>	<b>\$ 9.77</b>	<b>\$ 8.99</b>	<b>\$ 8.28</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### 3.6. Proyección de gastos

La proyección de gastos contempla dos elementos principales:

- Proyecciones de gastos de administración del proyecto
- Proyecciones de gastos de ventas del proyecto

**Tabla 37 Proyección gastos de administración**

Gastos de administración					
Cuenta	2021	2022	2023	2024	2025
Sueldos y Salarios	\$ 21,041.20	\$ 23,136.28	\$ 23,245.02	\$ 23,354.27	\$ 23,464.04
Utiles de Oficina	\$ 48.00	\$ 48.23	\$ 48.45	\$ 48.68	\$ 48.91
Arriendo	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Limpieza	\$ 480.00	\$ 482.26	\$ 484.52	\$ 486.80	\$ 489.09
Luz, Agua, Telefono	\$ 1,320.00	\$ 1,320.00	\$ 1,320.00	\$ 1,320.00	\$ 1,320.00
Permiso y Patentes	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Internet	\$ 360.00	\$ 376.20	\$ 393.13	\$ 410.82	\$ 429.31
Seguros	\$ 984.15	\$ 984.15	\$ 984.15	\$ 984.15	\$ 984.15
<b>Total</b>	<b>\$ 30,333.35</b>	<b>\$ 32,447.11</b>	<b>\$ 32,575.28</b>	<b>\$ 32,704.72</b>	<b>\$ 32,835.49</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

**Tabla 38 Proyección gasto de ventas**

Gasto de ventas					
Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Transporte	\$ 106.52	\$ 108.00	\$ 118.80	\$ 130.69	\$ 143.78
Estrategias de marketing	\$ 6,960.00	\$ 6,960.00	\$ 6,960.00	\$ 6,960.00	\$ 6,960.00
<b>Totales</b>	<b>\$ 7,066.52</b>	<b>\$ 7,068.00</b>	<b>\$ 7,078.80</b>	<b>\$ 7,090.69</b>	<b>\$ 7,103.78</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### 3.7. Estimación del capital de trabajo

Previo a la estimación del capital de trabajo es importante poder identificar las políticas de cobros, pagos, inventarios y existencias:

- Crédito a clientes: 30 días
- Pago a proveedores: 30 días
- Inventarios de materia prima: 30 días
- Inventarios de productos terminados: 30 días

Como factor caja o número de días necesarios para el capital de trabajo son 60. El capital de trabajo operacional es de \$4,712.56, este valor corresponde a los costos de producción y, el capital de trabajo administrativo y de ventas es de \$6,233.31, este rubro corresponde a los gastos de administración y de ventas. El total del capital de trabajo a 60 días es de \$10,945.87:

**Tabla 39 Cálculo capital de trabajo**

<b>Capital de Trabajo</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Monto</b>	<b>Costo/Gasto día</b>	<b>Capital de Trabajo</b>
Costos de Producción	\$ 28,275.36	\$ 78.54	\$ 4,712.56
Gasto de Administración	\$ 30,333.35	\$ 84.26	\$ 5,055.56
Gasto de Vtas.	\$ 7,066.52	\$ 19.63	\$ 1,177.75
<b>Total</b>	<b>\$ 65,675.23</b>	<b>\$ 182.43</b>	<b>\$ 10,945.87</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### 3.8. Estructura de capital y deuda

El monto de inversiones se conforma por las inversiones tangibles, intangibles y capital de trabajo, el monto total es de \$43,070.87, de este rubro se cuenta con un aporte o capital propio del 50% y el resto, se busca financiamiento con inversionista o, a través de crédito bancario.

**Tabla 40 Monto de inversiones**

<b>Detalle</b>	<b>Monto de Inversiones</b>	<b>Capital Propio</b>	<b>Financiamiento</b>
Inversiones Tangibles	\$ 32,005.00	\$ 16,002.50	\$ 16,002.50
Inversiones Intangible	\$ 120.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Capital de Trabajo	\$ 10,945.87	\$ 5,472.94	\$ 5,472.94
<b>Total</b>	<b>\$ 43,070.87</b>	<b>\$ 21,535.44</b>	<b>\$ 21,535.44</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

En cuanto a la amortización del financiamiento por una deuda de \$43,070.87, para cubrir el total de las inversiones a una tasa de interés del 11.25% referencial de (Ecuador, BanEcuador, 2020), con un plazo de cinco años:

**Tabla 41 Amortización del financiamiento**

<b>Amortización financiamiento</b>	
Deuda	\$ 21,535.44
Tasa de interés	11.25%
Períodos de pago	60
<b>Valor de cuota</b>	<b>\$ 470.92</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

De acuerdo con la amortización de la deuda es posible realizar pagos durante 60 períodos o también considerado como pagos mensuales de \$470.92, en la siguiente tabla se identifican las siguientes variables:

- Número de cuota de pago
- Saldo inicial
- Valor de la cuota mensual
- Tasa de interés (11.9%)
- Amortización del capital
- Saldo final

Tabla 42 Amortización de deuda

Número de cuota	Saldo Inicial	Cuotas	Intereses	Amortización de Capital	Saldo Final
1	\$ 21,535.44	\$ 470.92	\$ 201.89	\$ 269.03	\$ 21,266.41
2	\$ 21,266.41	\$ 470.92	\$ 199.37	\$ 271.55	\$ 20,994.86
3	\$ 20,994.86	\$ 470.92	\$ 196.83	\$ 274.10	\$ 20,720.76
4	\$ 20,720.76	\$ 470.92	\$ 194.26	\$ 276.66	\$ 20,444.10
5	\$ 20,444.10	\$ 470.92	\$ 191.66	\$ 279.26	\$ 20,164.84
6	\$ 20,164.84	\$ 470.92	\$ 189.05	\$ 281.88	\$ 19,882.96
7	\$ 19,882.96	\$ 470.92	\$ 186.40	\$ 284.52	\$ 19,598.44
8	\$ 19,598.44	\$ 470.92	\$ 183.74	\$ 287.19	\$ 19,311.26
9	\$ 19,311.26	\$ 470.92	\$ 181.04	\$ 289.88	\$ 19,021.38
10	\$ 19,021.38	\$ 470.92	\$ 178.33	\$ 292.60	\$ 18,728.78
11	\$ 18,728.78	\$ 470.92	\$ 175.58	\$ 295.34	\$ 18,433.44
12	\$ 18,433.44	\$ 470.92	\$ 172.81	\$ 298.11	\$ 18,135.33
13	\$ 18,135.33	\$ 470.92	\$ 170.02	\$ 300.90	\$ 17,834.43
14	\$ 17,834.43	\$ 470.92	\$ 167.20	\$ 303.72	\$ 17,530.71
15	\$ 17,530.71	\$ 470.92	\$ 164.35	\$ 306.57	\$ 17,224.14
16	\$ 17,224.14	\$ 470.92	\$ 161.48	\$ 309.45	\$ 16,914.69
17	\$ 16,914.69	\$ 470.92	\$ 158.58	\$ 312.35	\$ 16,602.34
18	\$ 16,602.34	\$ 470.92	\$ 155.65	\$ 315.28	\$ 16,287.07
19	\$ 16,287.07	\$ 470.92	\$ 152.69	\$ 318.23	\$ 15,968.84
20	\$ 15,968.84	\$ 470.92	\$ 149.71	\$ 321.21	\$ 15,647.62
21	\$ 15,647.62	\$ 470.92	\$ 146.70	\$ 324.23	\$ 15,323.40
22	\$ 15,323.40	\$ 470.92	\$ 143.66	\$ 327.27	\$ 14,996.13
23	\$ 14,996.13	\$ 470.92	\$ 140.59	\$ 330.33	\$ 14,665.80
24	\$ 14,665.80	\$ 470.92	\$ 137.49	\$ 333.43	\$ 14,332.37
25	\$ 14,332.37	\$ 470.92	\$ 134.37	\$ 336.56	\$ 13,995.81
26	\$ 13,995.81	\$ 470.92	\$ 131.21	\$ 339.71	\$ 13,656.10
27	\$ 13,656.10	\$ 470.92	\$ 128.03	\$ 342.90	\$ 13,313.21
28	\$ 13,313.21	\$ 470.92	\$ 124.81	\$ 346.11	\$ 12,967.09
29	\$ 12,967.09	\$ 470.92	\$ 121.57	\$ 349.36	\$ 12,617.74
30	\$ 12,617.74	\$ 470.92	\$ 118.29	\$ 352.63	\$ 12,265.11
31	\$ 12,265.11	\$ 470.92	\$ 114.99	\$ 355.94	\$ 11,909.17
32	\$ 11,909.17	\$ 470.92	\$ 111.65	\$ 359.27	\$ 11,549.90
33	\$ 11,549.90	\$ 470.92	\$ 108.28	\$ 362.64	\$ 11,187.26
34	\$ 11,187.26	\$ 470.92	\$ 104.88	\$ 366.04	\$ 10,821.22
35	\$ 10,821.22	\$ 470.92	\$ 101.45	\$ 369.47	\$ 10,451.74
36	\$ 10,451.74	\$ 470.92	\$ 97.99	\$ 372.94	\$ 10,078.81
37	\$ 10,078.81	\$ 470.92	\$ 94.49	\$ 376.43	\$ 9,702.37
38	\$ 9,702.37	\$ 470.92	\$ 90.96	\$ 379.96	\$ 9,322.41
39	\$ 9,322.41	\$ 470.92	\$ 87.40	\$ 383.52	\$ 8,938.89
40	\$ 8,938.89	\$ 470.92	\$ 83.80	\$ 387.12	\$ 8,551.77
41	\$ 8,551.77	\$ 470.92	\$ 80.17	\$ 390.75	\$ 8,161.02
42	\$ 8,161.02	\$ 470.92	\$ 76.51	\$ 394.41	\$ 7,766.60
43	\$ 7,766.60	\$ 470.92	\$ 72.81	\$ 398.11	\$ 7,368.49
44	\$ 7,368.49	\$ 470.92	\$ 69.08	\$ 401.84	\$ 6,966.65
45	\$ 6,966.65	\$ 470.92	\$ 65.31	\$ 405.61	\$ 6,561.04
46	\$ 6,561.04	\$ 470.92	\$ 61.51	\$ 409.41	\$ 6,151.63
47	\$ 6,151.63	\$ 470.92	\$ 57.67	\$ 413.25	\$ 5,738.38
48	\$ 5,738.38	\$ 470.92	\$ 53.80	\$ 417.12	\$ 5,321.25
49	\$ 5,321.25	\$ 470.92	\$ 49.89	\$ 421.04	\$ 4,900.22
50	\$ 4,900.22	\$ 470.92	\$ 45.94	\$ 424.98	\$ 4,475.24
51	\$ 4,475.24	\$ 470.92	\$ 41.96	\$ 428.97	\$ 4,046.27
52	\$ 4,046.27	\$ 470.92	\$ 37.93	\$ 432.99	\$ 3,613.28
53	\$ 3,613.28	\$ 470.92	\$ 33.87	\$ 437.05	\$ 3,176.23
54	\$ 3,176.23	\$ 470.92	\$ 29.78	\$ 441.14	\$ 2,735.09
55	\$ 2,735.09	\$ 470.92	\$ 25.64	\$ 445.28	\$ 2,289.81
56	\$ 2,289.81	\$ 470.92	\$ 21.47	\$ 449.46	\$ 1,840.35
57	\$ 1,840.35	\$ 470.92	\$ 17.25	\$ 453.67	\$ 1,386.68
58	\$ 1,386.68	\$ 470.92	\$ 13.00	\$ 457.92	\$ 928.76
59	\$ 928.76	\$ 470.92	\$ 8.71	\$ 462.21	\$ 466.55
60	\$ 466.55	\$ 470.92	\$ 4.37	\$ 466.55	\$ (0.00)

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

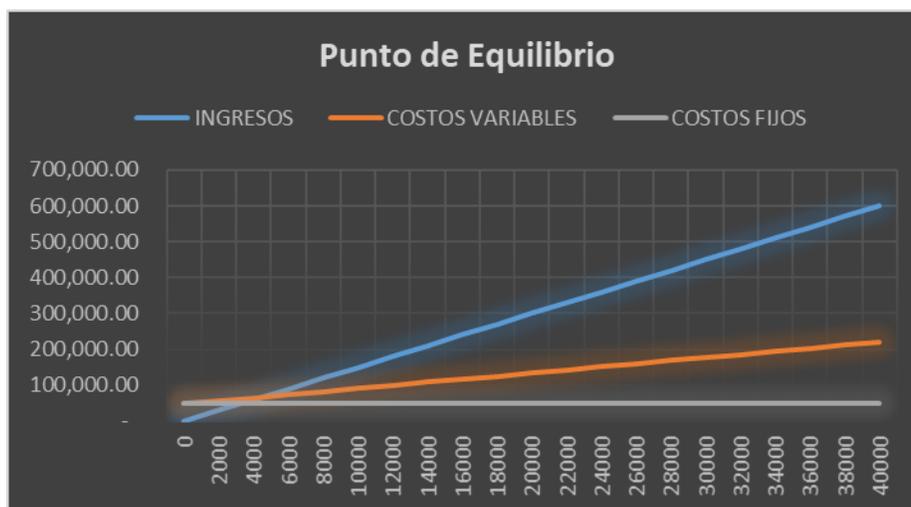
### 3.8. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un insumo de evaluación financiera que permite identificar el mínimo económico por el cual una actividad comercial empieza a generar rendimientos sobre su inversión, es así como, se desglosan precio de venta, costos y gastos y finalmente, el punto de equilibrio en unidades para el proyecto es de comercializar el menos 4,469 (aretes, pulseras o collares elaborados a partir de cortezas de coco) y en términos económicos se tiene un punto de equilibrio de \$67,035.00 esto como punto de partida en el primer año de ejecución del proyecto.

**Tabla 43 Punto de equilibrio en cantidades**

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO					
	2021	2022	2023	2024	2025
Precio unitario	\$ 15.00	\$ 15.07	\$ 15.14	\$ 15.21	\$ 15.28
Costo unitario variable	\$ 4.32	\$ 4.64	\$ 4.32	\$ 4.02	\$ 3.74
Gastos Administrativos	\$ 30,333.35	\$32,447.11	\$32,575.28	\$32,704.72	\$32,835.49
Gastos Ventas	\$ 7,066.52	\$ 7,068.00	\$ 7,078.80	\$ 7,090.69	\$ 7,103.78
Depreciaciones (fijo)	\$ 8,064.63	\$ 8,064.63	\$ 8,064.63	\$ 8,064.63	\$ 8,064.63
Amortizaciones (fijo)	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00
Gasto interés (fijo)	\$ 2,250.96	\$ 1,848.10	\$ 1,397.50	\$ 893.51	\$ 329.81
Punto de equilibrio (unidades)	4469	4743	4540	4357	4191
Punto de equilibrio (dólares)	\$ 67,035.00	\$71,479.38	\$68,741.64	\$66,280.84	\$64,055.22

Elaborado por: Giselle Connie Vivero



**Figura 3 Punto de equilibrio del proyecto**

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

### 3.9. Análisis financiero

En el análisis financiero se establecen los principales diferenciadores o métodos de evaluación económicos que deriven en la factibilidad de tipo económico del proyecto en este apartado se analizan:

- Estado de pérdidas y ganancias
- Flujo de caja
- Evaluación de flujos (VAN, TIR, Relación Costo Beneficio)

Tal como se observa en el estado de pérdidas y ganancias el proyecto tiene una utilidad neta del ejercicio a partir del primer año de operación, a partir del segundo año, se evidencia un crecimiento de la utilidad de un 10% aproximado del periodo  $n - 1$ . Como acotación en este cálculo no intervienen impuestos, participación a trabajadores ni inversiones.

**Tabla 44 Estado de pérdidas y ganancias**

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	\$ 89,325.00	\$ 98,726.85	\$ 109,123.58	\$ 120,604.67	\$ 133,291.71
(-) Costo de Ventas	\$ 26,466.06	\$ 28,394.76	\$ 29,040.01	\$ 29,740.48	\$ 30,501.07
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 62,858.94</b>	<b>\$ 70,332.09</b>	<b>\$ 80,083.57</b>	<b>\$ 90,864.19</b>	<b>\$ 102,790.64</b>
(-) Gastos de administración	\$ 30,333.35	\$ 32,447.11	\$ 32,575.28	\$ 32,704.72	\$ 32,835.49
(-) Gastos de Ventas	\$ 7,066.52	\$ 7,068.00	\$ 7,078.80	\$ 7,090.69	\$ 7,103.78
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 25,459.07</b>	<b>\$ 30,816.98</b>	<b>\$ 40,429.49</b>	<b>\$ 51,068.77</b>	<b>\$ 62,851.37</b>
(-) Gastos Financieros	\$ 2,250.96	\$ 1,848.10	\$ 1,397.50	\$ 893.51	\$ 329.81
(-) Depreciación	\$ 6,255.33	\$ 6,255.33	\$ 6,255.33	\$ 6,255.33	\$ 6,255.33
<b>Utilidad antes participaciones/impuestos</b>	<b>\$ 16,952.77</b>	<b>\$ 22,713.54</b>	<b>\$ 32,776.66</b>	<b>\$ 43,919.93</b>	<b>\$ 56,266.23</b>
(-) 15% Participación de Trabajadores	\$ 2,542.92	\$ 3,407.03	\$ 4,916.50	\$ 6,587.99	\$ 8,439.93
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 14,409.86</b>	<b>\$ 19,306.51</b>	<b>\$ 27,860.16</b>	<b>\$ 37,331.94</b>	<b>\$ 47,826.29</b>
(-) Impuestos	\$ 4,899.35	\$ 6,564.21	\$ 9,472.46	\$ 12,692.86	\$ 16,260.94
<b>Utilidad / Perdida Neta Ejercicio</b>	<b>\$ 9,510.50</b>	<b>\$ 12,742.30</b>	<b>\$ 18,387.71</b>	<b>\$ 24,639.08</b>	<b>\$ 31,565.35</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Para la determinación de los flujos de caja tanto del proyecto, así como también del inversionista, restan ingresos menos egresos, se detalla el ingreso operacional (inversión del capital propio / accionistas), así también los egresos no operacionales que lo conforman inversiones, participación a trabajadores, impuestos (IVA e impuesto a la renta).

**Tabla 45 Flujos de caja del proyecto e inversionista**

Detalle	Preoperacional	2021	2022	2023	2024	2025
<b>I. Ingresos Operacionales</b>		<b>\$ 89,325.00</b>	<b>\$ 98,726.85</b>	<b>\$ 109,123.58</b>	<b>\$ 120,604.67</b>	<b>\$ 133,291.71</b>
Ventas proyectadas		\$ 89,325.00	\$ 98,726.85	\$ 109,123.58	\$ 120,604.67	\$ 133,291.71
<b>II. Egresos Operacionales</b>		<b>\$ 63,865.93</b>	<b>\$ 67,909.87</b>	<b>\$ 68,694.08</b>	<b>\$ 69,535.89</b>	<b>\$ 70,440.34</b>
Costos de Ventas proyectados		\$ 26,466.06	\$ 28,394.76	\$ 29,040.01	\$ 29,740.48	\$ 30,501.07
Gastos de Administración proyectados		\$ 30,333.35	\$ 32,447.11	\$ 32,575.28	\$ 32,704.72	\$ 32,835.49
Gastos de Ventas proyectados		\$ 7,066.52	\$ 7,068.00	\$ 7,078.80	\$ 7,090.69	\$ 7,103.78
<b>III. (I - II) Flujo Operacional</b>	<b>-</b>	<b>\$ 25,459.07</b>	<b>\$ 30,816.98</b>	<b>\$ 40,429.49</b>	<b>\$ 51,068.77</b>	<b>\$ 62,851.37</b>
<b>IV. Ingresos no Operacionales</b>	<b>\$ (21,535.44)</b>					
Aporte de Accionistas	\$ (21,535.44)					
<b>V. Egresos no Operacionales</b>	<b>\$ 32,125.00</b>	<b>\$ 7,442.27</b>	<b>\$ 9,971.25</b>	<b>\$ 14,388.95</b>	<b>\$ 19,280.85</b>	<b>\$ 24,700.87</b>
Inversión Tangible	\$ 32,005.00				-	
Inversión Intangible	\$ 120.00					
15% de Participación de trabajadores		\$ 2,542.92	\$ 3,407.03	\$ 4,916.50	\$ 6,587.99	\$ 8,439.93
Impuestos		\$ 4,899.35	\$ 6,564.21	\$ 9,472.46	\$ 12,692.86	\$ 16,260.94
<b>VI. Flujo no Operacional</b>	<b>\$ (53,660.44)</b>	<b>\$ (7,442.27)</b>	<b>\$ (9,971.25)</b>	<b>\$ (14,388.95)</b>	<b>\$ (19,280.85)</b>	<b>\$ (24,700.87)</b>
VII. (III+IV) Flujo Neto Generado del Proyecto	\$ (53,660.44)	\$ 18,016.80	\$ 20,845.73	\$ 26,040.54	\$ 31,787.93	\$ 38,150.50
VIII. Saldo Inicial de Caja	\$ -	\$ -	\$ 18,016.80	\$ 38,862.53	\$ 64,903.07	\$ 96,691.00
<b>IX. Saldo Final de Caja</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 18,016.80</b>	<b>\$ 38,862.53</b>	<b>\$ 64,903.07</b>	<b>\$ 96,691.00</b>	<b>\$ 134,841.49</b>
<b>Flujo de Caja de Inversionista</b>						
Crédito	\$ 21,535.44					
Gasto Financiero		\$ 2,250.96	\$ 1,848.10	\$ 1,397.50	\$ 893.51	\$ 329.81
Pago de deuda		\$ 3,400.10	\$ 3,802.97	\$ 4,253.56	\$ 4,757.55	\$ 5,321.25
Escudo Fiscal		\$ 988.17	\$ 811.32	\$ 613.50	\$ 392.25	\$ 144.79
<b>Flujo de Caja del Inversionista</b>	<b>\$ (32,125.00)</b>	<b>\$ 13,353.91</b>	<b>\$ 16,005.98</b>	<b>\$ 21,002.98</b>	<b>\$ 26,529.11</b>	<b>\$ 32,644.22</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Para el cálculo de las tasas de descuento del proyecto y del inversionista se utilizan los modelos:

CAMP: Fijación de precios de activo de capital, con esta tasa se calcula la evaluación de flujos para el inversionista, con una tasa del 11.37%

WACC: Costo promedio ponderado de capital, con esta tasa se calcula la evaluación de flujos del proyecto, esta tasa tiene un porcentaje del 8.34%.

La información financiera para los cálculos y las betas apalancadas se obtienen del sitio dedicado a finanzas (Yahoo Finance, 2020):

**Tabla 46 Cálculo tasas de descuento**

Tasa libre de riesgo	1.17%		<b>Precio S&amp;P 500</b>	
Rendimiento del Mercado	8.83%		<b>Hoy</b>	3,204.00
Beta	0.61		<b>Hace 5 Años</b>	2,098.50
<b>Beta Apalancada</b>	0.68			
Riesgo País	7.50%			
<b>Tasa de Impuestos</b>	34.00%			
<b>Participación Trabajadores</b>	15%			
<b>Escudo Fiscal</b>	43.90%			
Razón Deuda/Capital	1.00			
Costo Deuda Actual	11.25%			
			<b>TASAS DE DESCUENTO</b>	
			<b>WACC</b>	8.84%
			<b>CAPM</b>	11.37%

Elaborado por: Giselle Connie Vivero con información de (Yahoo Finance, 2020)

Tal como se evidencia en la tabla flujos del proyecto y del inversionista, ambas opciones disponen de una utilidad en sus flujos descontando la inversión:

**Tabla 47 Flujos del proyecto y del inversionista**

<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Flujo del Proyecto</b>	(53,660.44)	18,016.80	20,845.73	26,040.54	31,787.93	38,150.50
<b>Flujo del Inversionista</b>	(32,125.00)	13,353.91	16,005.98	21,002.98	26,529.11	32,644.22

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

El valor actual del proyecto es mayor a 1, lo que significa que el proyecto es financieramente rentable, tiene una tasa interna de retorno del 34.81% y esta al ser mayor a la tasa de descuento (WACC) también se podría pensar que el proyecto es rentable y finalmente una relación costo beneficio \$0.90.

En cuanto a los valores del proyecto con inversionista se tiene también mayor que 1, una TIR mayor que el CAPM y una relación beneficio costo de \$1.38.

**Tabla 48 Evaluación de flujos**

<b>EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO</b>		<b>EVALUACIÓN FLUJO DEL INVERSIONISTA</b>	
<b>VAN</b>	<b>\$48,316.60</b>	<b>VAN</b>	<b>\$44,274.53</b>
<b>B/C</b>	<b>1.90</b>	<b>B/C</b>	<b>2.38</b>
<b>TIR</b>	<b>34.81%</b>	<b>TIR</b>	<b>49.39%</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

El último elemento por determinar en el estudio financiero del presente plan de negocios es el análisis de sensibilidad del proyecto, para realizarlo se realizan las siguientes actividades:

- Descripción del escenario
- Incidencia incremental a los costos
- Aplicación de variación de costos
- Variación de la producción

El escenario propuesto para la aplicación del análisis de sensibilidad está asociado a la proyección actual determinada por las unidades producidas, el precio, costos y utilidades del proyecto para el año uno de operación del ejercicio financiero:

**Tabla 49 Escenario propuesto**

Descripción	Unidades	Precio por unidad	Costo directo	Costo indirecto
Producto terminado	5,955	\$ 15.00	\$ 4.32	\$ 5.71
<b>Utilidad proyectada</b>			<b>\$</b>	<b>89,314.97</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Tras la identificación del escenario se proyecta un incremento tanto a los costos como a la utilidad proyectada, para efectos de demostración o simulación se trabaja con porcentajes de crecimiento entre 10, 20 y 30% (es importante tomar en cuenta estos porcentajes ya que, posteriormente, serán utilizados para poder encontrar la sensibilidad en los precios y la producción).

Al incrementar los costos directos e indirectos en un 10% se tiene una reducción de la utilidad proyectada baja aproximadamente un 32%, cuando los costos se incrementan un 20%, la utilidad proyectada baja en un 35% y cuando los costos crecen en un 30% la utilidad proyectada baja un 37%:

**Tabla 50 Análisis sensibilidad de costos**

Porcentaje incrementado	10%	20%	30%
Costos directos	\$4.75	\$5.18	\$5.62
Costos indirectos	\$6.28	\$6.85	\$7.42
Utilidad proyectada	\$61,020.56	\$58,447.43	\$55,874.30
Variación	<b>-32%</b>	<b>-35%</b>	<b>-37%</b>

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Cuando se incrementan los precios del producto terminado en un 10%, la utilidad proyectada aumenta en un 32%, cuando el precio se incremente en un 20%, la utilidad aumentaría un 35% y, cuando el precio aumente en un 30%, el porcentaje de crecimiento de la utilidad proyectada se incrementaría un 37%:

Tabla 51 Análisis de sensibilidad de precios

Porcentaje incrementado	10%	20%	30%
Precio incrementado	\$19.75	\$20.18	\$20.62
Variación	32%	35%	37%

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Finalmente, cuando la producción se incrementa en un 10% se tendrá una variación del 46%, con un incremento 20% una variación del 53% y, con un incremento del 30% la utilidad tendrá una variación del 60%.

Tabla 52 Análisis de sensibilidad producción

Porcentaje incrementado	10%	20%	30%
Producción productos terminados	8,716	9,100	9,519
Variación	46%	53%	60%

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

Al realizar la aplicación de los posibles escenarios se obtiene como resultado que en cualquiera de ellos sea el optimista, real, o el pesimista el proyecto es factible puesto que se alcanza un retorno del costo beneficio mayor a uno en cualquiera de los escenarios planteados.

Tabla 53 Resumen de escenarios

Resumen de Escenarios	Valores Actuales	Escenario Optimista	Escenario Real	Escenario Pesimista
<b>Celdas cambiantes</b>				
TASA DE DESCUENTO	0,8840	0,12	0,16	0,23
<b>Celda de resultado</b>				
VAN	\$ 48.316,60	\$ 39.428,64	\$ 29.766,27	\$ 16.198,96
B/C	1,90	1,73	1,55	1.30
TIR	34,81 %	34,81 %	34,81 %	34,81 %

Elaborado por: Giselle Connie Vivero

## CONCLUSIONES

Se determina que existen mayores oportunidades que amenazas para la creación de la empresa, la oportunidad que fue identificada son las políticas que apoyan al emprendimiento y a la revalorización de la cultura Afro ecuatoriana como tal, además se comprueba que existen únicamente 10 talleres que ofrecen similares productos pero que sin embargo existe una alta demanda insatisfecha de los mismos. Se determina una demanda cercana a 1.250.000 unidades lo que explica la posibilidad de crecimiento de la microempresa, además del bajo costo de la materia prima.

En la ingeniería del proyecto se consiguió determinar los factores técnicos tales como: formulación de misión y visión de la empresa, así también, se identifica la distribución de planta y localización óptima situada en el Distrito Metropolitano de Quito – sector Carapungo y el espacio físico para atención a clientes en el sector de la Mariscal, posteriormente, se identifica el proceso productivo con ocho actividades y un tiempo de ciclo de 112 minutos por cada pieza de producto terminado, por otro lado, se identifica los requisitos de materiales y proveedores, para la estructura del proyecto se programa contar por lo menos con cinco personas para desarrollar actividades de producción, comercialización y procesos administrativos. Se describen la mezcla de mercadotecnia bajo el planteamiento de estrategias de posicionamiento y difusión usando landing page y redes sociales con su respectivo presupuesto para actividades de marketing. Finalmente, se hace una explicación de los componentes legales y ambientales del proyecto.

Con el estudio económico o financiero se determina que la mejor opción de financiamiento del proyecto es a través de un inversionista con una tasa de interés referencial del 11.5% y una tasa de descuento del 11.37%, con una estructura del préstamo del 50% y un aporte de capital propio del 50% restante. Como información financiera de importancia se puede tomar a consideración es un valor presente neto del proyecto de \$48,316.60, para el inversionista un VAN de \$44,274.53, la tasa interna de retorno del proyecto de 34.81% y para el inversionista de 49.39%, y finalmente, una relación costo beneficio del proyecto de 1.90 y para el inversionista 2.38. Bajo esta connotación, se puede pensar que el VAN del proyecto y para el inversionista es mayor que 1, lo que significa que el proyecto es financieramente viable, tiene una tasa interna de retorno mayor a la tasa de descuento (WACC y CAPM) también se podría pensar que el proyecto es

rentable y finalmente una relación costo beneficio del proyecto \$0.90 y una relación beneficio costo de para el inversionista \$1.38.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda realizar únicamente un estudio de mercado del abastecimiento de la materia prima, es decir del coco para tener datos actualizados del producto por cuanto actualmente no se las tiene, y además actualizar constantemente el estudio de mercado descrito en el presente plan de negocios para poder hacer frente a la competencia.

Para mejorar la estructura de la ingeniería del proyecto se recomienda la utilización de métodos de optimización en temas de selección de proveedores de materias primas y de aprovechamiento sobre la capacidad óptima de producción.

Es así también como se sugiere, que se considere una mayor inversión inicial, ya sea fija o diferida para el fortalecimiento de los procesos productivos, con tasas de descuento referenciales a la banca ecuatoriana.

## Bibliografía

- A-Export. (2020). *Aretes*. Recuperado el 15 de febrero de 2020, de [http://www.actiweb.es/toda\\_artesania/cocococonut.html](http://www.actiweb.es/toda_artesania/cocococonut.html)
- A-Export. (2020). *Pulsera*. Recuperado el 15 de febrero de 2020, de [http://www.actiweb.es/toda\\_artesania/cocococonut.html](http://www.actiweb.es/toda_artesania/cocococonut.html)
- Angulo Sánchez, L. (2014). *Competencias para desarrollar un plan de negocios*. Quito, Ecuador: Universidad Metropolitana del Ecuador (UMET).
- Baca Urbina, G. (2006). *Punto de equilibrio*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Baca Urbina, G. (2013). *Elaboracion de proyecto*. México: McGraw-Hill.
- Balanko Dickson, G. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México: McGraw-Hill.
- Banco Mundial. (9 de febrero de 2020). *Crecimiento industrial*. Recuperado el 9 de febrero de 2020, de <https://datos.bancomundial.org/indicador>
- Betancourt, X. (2006). *Método de participación patrimonial y consolidación de estados financieros*. Colombia: Siglo XXI.
- Billene, R. (2008). *Análisis de costos II, el modelo RBI-CRIF de análisis de costos y resultados*. Argentina: Juridicos Cayo.
- Bisuteria Artesanal Ecologica. (18 de octubre de 2006). *Collar y Pendientes de Coco Redondo*. Recuperado el 16 de febrero de 2020, de <http://bisuteria-ecologica.blogspot.com/2006/10/collar-y-pendientes-de-coco-redondo.html>
- Brands, T. (2020). *Que ofreces*. Recuperado el 10 de febrero de 2020, de <https://studio.tailorbrands.com/business/61333350/wizard/intro>
- Chorro, M. (2010). *Financiamiento a las inversiones de las pequeñas y medians empresas: el caso de El Salvador*. Santiago, Chile: Publicaciones de las Naciones Unidas.

Coulter, M., & Robbins, S. (2010). *Administración*. México: Pearson.

De la Parra Paz, E. (2005). *Guía práctica para lograr calidad en el servicio un programa generador de empresas de competitividad*. México: Grupo Editorial Isef.

Diario El Telegrafo. (16 de agosto de 2015). *Tagua, coco y las semillas son básicas para crear artesanías*. Recuperado el 16 de mayo de 2020, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/tagua-coco-y-las-semillas-son-basicas-para-crear-artesantias>

Diario El Telégrafo. (27 de marzo de 2017). *Las artesanías serán parte de la matriz productiva del país*. Recuperado el 28 de mayo de 2020, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/88/8/las-artesantias-seran-parte-de-la-matriz-productiva-del-pais>

Diario El Universo. (28 de agosto de 2019). *Identidad de Esmeraldas, en artesanías con cocos secos*. Recuperado el 28 de mayo de 2020, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/08/28/nota/7490874/identidad-esmeraldas-artesantias-cocos>

Diario La Hora. (21 de abril de 2019). *Artesanos conquistan el mundo a través de sus creaciones*. Recuperado el 28 de mayo de 2020, de <https://lahora.com.ec/esmeraldas/noticia/1102237863/artesanos-conquistan-el-mundo-a-traves-de-sus-creaciones>

Díaz, C. (06 de Marzo de 2013). *Plan de negocios*. Recuperado el 20 de Julio de 2015, de [http://www.catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/mepi/diaz\\_1\\_j/capitulo2.pdf](http://www.catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mepi/diaz_1_j/capitulo2.pdf)

Ecuador, Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República de Ecuador*. Quito: Registro oficial N° 449 del 20 de octubre 2008.

Ecuador, BanEcuador. (2020). *Créditos para emprendimientos*. Recuperado el 21 de Julio de 2020, de <https://www.banecuador.fin.ec/credito-emprendimientos/>

Ecuador, Congreso Nacional. (29 de mayo de 1986). *Ley de Fomento Artesanal*. Recuperado el 21 de mayo de 2020, de Registro Oficial N° 446 Última modificación: 06-oct-2003: [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento\\_Ley-de-Fomento-Artesanal.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento_Ley-de-Fomento-Artesanal.pdf)

Ecuador, Congreso Nacional. (23 de mayo de 1997). *Ley de defensa del artesano*. Recuperado el 22 de mayo de 2020, de Registro Oficial 71. Última modificación: 14-may.-2008: <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>

Ecuador, Ministerio de trabajo. (10 de Noviembre de 2015). *Sistema de administración integral de trabajo y empleo (SAITE)*. Recuperado el 10 de noviembre de 2019, de [http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/Manual-de-Login\\_V1.pdf](http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/Manual-de-Login_V1.pdf)

Ecuador, Ministerio de Turismo. (15 de Septiembre de 2014). *Ecuador megadiverso y único en el centro del mundo*. Recuperado el 25 de abril de 2020, de [https://www.turismo.gob.ec/ecuador-megadiverso-y-unico-en-el-centro-del-mundo/#:~:text=Quito%20\(15%2D09%2D2014,que%20posee%20por%20metro%20cuadrado.&text=Ecuador%20es%20el%20hogar%20de%20un%20total%20de%20350%20especies,y%20400%20especies%20de%20anfibios](https://www.turismo.gob.ec/ecuador-megadiverso-y-unico-en-el-centro-del-mundo/#:~:text=Quito%20(15%2D09%2D2014,que%20posee%20por%20metro%20cuadrado.&text=Ecuador%20es%20el%20hogar%20de%20un%20total%20de%20350%20especies,y%20400%20especies%20de%20anfibios).

Ecuador, Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017*. Recuperado el 26 de mayo de 2020, de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>

Ecuador, Servicio de Rentas Internas, SRI,. (9 de febrero de 2020). *Crecimiento anual*. Recuperado el 9 de febrero de 2020, de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/servicios>

Ecuador, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (06 de Diciembre de 2018). *Constitución de Compañías en Línea*. Recuperado el 19 de Julio de 2020, de <https://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>

- EcuRed. (2019). *Provincia de Imbabura*. Recuperado el 15 de febrero de 2020, de [https://www.ecured.cu/Provincia\\_de\\_Imbabura\\_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Provincia_de_Imbabura_(Ecuador))
- Galeano, M. E. (2004). *MarDiseño de Proyectos en la investigación Cualitativa*. Medellín.: Eafit.
- Garza Mercado, A. (2007). *Manual de Técnicas de Investigación Para Estudiantes de Ciencia Sociales y Humanidades*. México: El Colegio de México.
- Girón, M. (2015). *Elaboración e implementación de un plan de negocios para demostrar la masificación de la comercialización de productos artesanales decorativos en madera elaborados por la Federación de Artesanos de Chimborazo y su incidencia económica-social período marzo*. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2324/1/UNACH-IPG-PYMES-2015-0032.pdf>
- Gobierno provincial de Pichincha,. (2020). *Información general*. Recuperado el 15 de febrero de 2020, de <https://www.pichincha.gob.ec/pichincha/datos-de-la-provincia/95-informacion-general>
- Gómez, F., & Moya, S. (2012). *Economía y empresas consolidación de los estados financieros*. Barcelona, España: Uoc.
- Handelsman, M. (2001). *Lo Afro y la Plurinacionalidad: el caso ecuatoriano visto desde su literatura* . Quito: Abya- Yala.
- Heras Fernandez, A., Caldas Blanco, M. E., & Reyes Carrión, H. (2009). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Bogotá: Editex Print.
- Hernández, A. (2001). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Thompson Learning.
- Hurtado, I., & Toro, J. (2007). *Paradigmas y Métodos de Investigación En Tiempos De Cambio*. Caracas: Cec.

- Hurtado, J. (2006). *Investigación Cualitativa Comprender y Actuar*. Madrid: La Muralla S.A.
- Lancaster, J. (2001). *Las artes de la educación primaria*. Madrid: Moratas S. L.
- Lara Dávila, B. (2014). *Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Quito, Ecuador: Oseas Espín.
- Obando, J. (2006). *Elementos de Microeconomía*. Bogotá: Universidad Estatal a Distancia.
- Ollé, M. (1997). *El Plan de Empresas*. España: Díaz de Santos.
- Organización de Estados Americanos, OEA. (2020). *CIDH Presenta observaciones de su visita a Ecuador*. Recuperado el 15 de febrero de 2020, de <http://www.oas.org/es/cidh/prensa/comunicados/2020/008.asp>
- Orozco, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos, 10 casos prácticos resueltos en excel*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Palacio, J., Sánchez, R., & Soriano, D. (1999). *Creación y dirección de pymes*. Madrid, España: Díaz de Santos S. A.
- Prefectura de Esmeraldas. (2020). Recuperado el 15 de febrero de 2020, de <http://www.prefecturadeesmeraldas.gob.ec/web/index.html>
- Pümpin, C., & García Echevarría, S. (2002). *Estrategia empresarial como implementar la estrategia en la empresa*. Bogotá: Publicaciones Ultimate.
- Revista Líderes. (16 de enero de 2018). *Las artesanías que impulsan la cultura afro*. Recuperado el 29 de mayo de 2020, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/artesantias-impulsan-cultura-afroesmeraldena-intercultural.html>
- Revista Líderes. (2019). *La inversión en tecnología crecerá un 12,9% este año*. Recuperado el 10 de febrero de 2020, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/inversion-tecnologia-crecera-12-ano.html>
- Salkind, N. (2010). *Métodos de Investigación*. Mexico: Esic.

- Sapag, N., & Sapag, C. (2003). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Torres Rodríguez, L. (2004). *Creación y formalización de la microempresa civil*. Bogotá: Avanzar.
- Vaca, G., & Veloz, J. (2018). *Propuesta de plan de negocio para la elaboración y comercialización de artesanías*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Varela, R. (2008). *Innovación empresarial*. Bogotá, Colombia: Pearson Education.
- Yahoo Finance. (20 de Julio de 2020). *E-Mini S&P 500 Sep 20 (ES=F)*. Recuperado el 26 de Julio de 2020, de <https://finance.yahoo.com/quote/ES=F?p=ES=F>
- Yates, C. (2008). *La empresa sabia*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Zapata, D. (10 de octubre de 2012). *Desarrollo de un plan de negocio para la comercialización de artesanías al detalle en Weston Florida*. Recuperado el 25 de mayo de 2020, de Universidad Andina Simón Bolívar. Tesis de Maestría: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3024/1/T1099-MBA-Zapata-Desarrollo.pdf>