



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

Escuela de Administración Bancaria y Finanzas

Desarrollo de productos en el sector artesanal, mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas , ubicada en el sector de Cumbaya.

Autora: Allauca Villacis Consuelo Elizabeth

Tutor: Eco . Ana Paredes

Lector: Ing. Ramiro Toro

Quito, 2014

DECLARATORIA

Declaro que el proyecto realizado ha sido desarrollado en base a una investigación original la misma que es, autentica y personal, respetando derechos intelectuales de terceros, acorde a las citas correspondientes. Los análisis, conclusiones y recomendaciones realizadas son de mi absoluta responsabilidad.

Consuelo Elizabeth Allauca Villacis

C.I. 050386229-4

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELLECTUAL

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración de empresas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Administrador Bancaria y Finanzas la estudiante participa en el proyecto de grado denominado “DESARROLLO DE PRODUCTOS EN EL SECTOR ARTESANAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BISUTERÍA Y ARTÍCULOS DE HOGAR ELABORADOS CON SEMILLAS ,UBICADA EN EL SECTOR DE CUMBAYA. ”, el cual incluye el estudio de mercado y la factibilidad económica para la implementación de la bisutería y artículos del hogar para la aceptación en el mercado de los productos .

b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación bisutería y artículos del hogar con semillas, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de artículos del hogar y bisutería descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros:

- a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento;
- b) La comunicación pública de la bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas;



- c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, de la bisutería y artículos de hogar;
- d) Cualquier transformación o modificación del proceso de producción;
- e) La protección y registro en el IEPI la bisutería y artículos de hogar se llamara Semillitas;
- f) Ejercer la protección jurídica de la artesanía;
- g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTÍA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas:

- a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación;

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno;

d) El procedimiento será confidencial y en derecho;

e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito;

f) El idioma del arbitraje será el español; y,

g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses. En aceptación firman a los * días del mes de Abril del dos mil catorce.

f) _____

f) _____

C.C. N° 050386229-4

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

AGRADECIMIENTOS

Primero agradezco a dios por bendecirme para llegar a cumplir esta meta, por qué hiciste realidad este sueño anhelado, a mis padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento es por ellos que soy lo que soy ahora.

A mi hermano, quien fue mi inspiración y apoyo en los momentos que más he necesitado.

A todos mis amigos mil gracias por los momentos malos y buenos que hemos pasado juntos y porque han estado apoyándome en cada momento.

A mis maestros, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional, porque de una u otra manera forman parte de lo que ahora soy y sé.



DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación fue realizado bajo la supervisión de la Economista. Ana Paredes, a quien me gustaría expresar mi más profundo agradecimiento, por hacer posible la realización de este estudio.

Además, de agradecer su paciencia, tiempo y dedicación que tubo para que esto saliera de manera exitosa.

A mis padres, por darme la vida y apoyarme en todo lo que me he propuesto te agradezco por estar siempre conmigo, en mi mente, mi corazón. Tú eres parte de este sueño, que el día de hoy se hace realidad y que cada día sé que estarás muy orgullosa de ver la mujer que creaste y a la que diste vida.

A mi hermano, tu eres uno de mis motores que me impulsan a ser mejor cada día para que siempre te sientas orgullosa de mi.

A Dios, por brindarme la oportunidad de vivir, por permitirme disfrutar cada momento de mi vida y guiarme por el camino que ha trazado para mí.

A mis Abuelitos Aurora, Rafael por brindarme su amor, su vida y por apoyarme siempre, no importando que tan lejos esté.

A mis maestros, que compartieron conmigo sus conocimientos para convertirme en una profesionalista, por su tiempo, dedicación y por su pasión por la actividad docente.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INDICE DE GRAFICOS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT.....	xvii
CAPITULO I.....	1
1.- INTRODUCCION	1
1.1 JUSTIFICACIÓN	2
1.2 ANTECEDENTES	3
CAPITULO II.....	6
2 Análisis Situacional.....	6
2.1 Ambiente Externo	6
2.1.1 Factor Económico	6
2.1.1.1 INFLACIÓN.....	6
2.1.1.2 PIB	7
2.1.1.4.1 TASA ACTIVA	8
2.1.1.4.2 TASA PASIVA	8
2.1.1.3 BALANZA COMERCIAL.....	9
2.1.2.1 DESEMPLEO.....	10
2.1.2.2 POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA.....	11
2.1.2.3 EDUCACION.....	12
2.1.2.4 EMPLEO.....	12
2.1.2.5 SUBEMPLEO	12
2.2 ENTORNO LOCAL	14
2.2.1 CLIENTE	14
2.2.1 PROVEEDORES POTENCIALES	15
2.2.2 COMPETIDORES	16
2.3 FODA.....	17
2.3.1 OPORTUNIDADES.....	17
2.3.2 AMENAZAS.....	18

2.3 ANALISIS INTERNO.....	19
2.3.1 PROPUESTA ESTRATEGICA	19
2.3.1.2 VISION	20
2.3.1.3 OBJETIVOS.....	20
2.3.1.3.1Objetivo General.....	20
2.3.1.3.2Objetivos Específicos	20
2.3.1.4 PRINCIPIOS Y VALORES.....	21
2.3.1.5 VALORES.....	21
2.3.2 GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	22
2.3.2.1 MANUAL DE FUNCIONES	22
2.3.2.2 PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL ,PASOS PARA EL RECLUTAMIENTO	25
2.3.3 GESTIÓN OPERATIVA.....	25
2.3.2.1 PROCESO PARA LA PRODUCCION DE ARTESANIAS	28
2.3.4 GESTION COMERCIAL.....	31
2.3.4.1 PUBLICIDAD.....	31
2.3.4.2 ESTRATEGIAS.....	31
2.3.4.3Estrategia de precio.-	31
2.3.4.4 ESTRATEGIA DE DESCUENTO	32
2.3.4.5ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.-.....	32
CAPITULO III	34
3 ESTUDIO DE MERCADO	34
3.1 ANALISIS DEL CONSUMIDOR.....	34
3.1.1 DETERMINACION DE LA POBLACION Y MUESTRA	34
3.1.1.2MUESTRA	35
3.1.2 TECNICAS DE OBTENCION DE INFORMACION	35
3.1.2.1ENCUESTA	35
3.1.3 ANALISIS DE LA INFORMACION	36
3.1.3.1 ESTRUCTURACION DE LA ENCUESTA	37
3.1.3 ANALISIS DE INFORMACION	39
3.2 OFERTA.....	50

3.2.1 OFERTA ACTUAL.....	50
3.2.2 OFERTA HISTÓRICA	51
3.2.3 OFERTA PROYECTADA.....	51
3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	52
3.4 DEMANDA	52
3.1 DEMANDA HISTÓRICA.....	53
3.2 DEMANDA ACTUAL	53
3.3 DEMANDA PROYECTADA	54
3.5 BALANCE DE LA DEMANDA Y OFERTA	54
CAPITULO VI.....	55
4 ESTUDIO TECNICO.....	55
4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	55
4.1.1 CAPACIDAD INSTALADA	55
4.1.2 PRODUCTOS PRODUCIDOS A UN AÑO.....	56
4.1.3 SUELDO DEL PERSONAL	57
4.1.2 CAPACIDAD ÓPTIMA.....	57
4.2.1 LOCALIZACION.....	57
4.2.1 MACRO LOCALIZACION	58
4.2.2 MICRO – LOCALIZACION.....	58
4.2.3 LOCALIZACION ÓPTIMA	59
4.3.1 INGENIERIA DEL PRODUCTO.....	59
4.3.1 DEFINICION DEL BYS	60
4.3.2 DISTRIBUCION DE LA PLANTA	60
4.3.4 MAQUINARIA	66
4.3.5 EQUIPOS.....	66
CAPITULO V.....	68
5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALE.....	68
5.2 COSTOS	68
5.2.1 COSTOS DIRECTOS	69
5.2.2 COSTOS INDIRECTOS.....	70

5.2.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS	70
5.2.4 GASTOS DE VENTAS	71
5.2.5 COSTOS FINANCIEROS VER ANEXO 3	72
5.2.6 COSTOS FIJOS Y VARIABLES	72
5.2 INVERSIONES	73
5.2.1 INVERSION FIJA	73
5.2.1.1 ACTIVO FIJO	73
5.2.1.2 ACTIVOS NOMINALES DIFERIDOS	75
5.2.2 CAPITAL DE TRABAJO	75
5.2.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS	76
5.2.5 DEPRECIACIONES (Tabla de depreciación)	78
5.2.6 ESTADO DE SITUACION INICIAL	79
5.2.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS (a cinco años)	81
5.2.8 FLUJO DE CAJA	81
5.3 EVALUACION	82
5.3.1 TASA DE DESCUENTO	82
5.3.2 VAN	83
5.3.4 TIR	83
5.3.5 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)	84
5.3.6 RBC(Relación Costo Beneficio)	85
5.3.6 PUNTO DE EQUILIBRIO	86
5.3.7 ANALISIS DE INDICES FINANCIEROS	87
5.3.7.1 ÍNDICE DE LIQUIDEZ	87
5.3.7.2 Índice de liquides	88
5.3.7.3 Prueba acida	88
5.3.7.4 Endeudamiento	88
5.3.7.5 Retorno sobre el Capital Propio	89
5.3.7.6 ROA	89
ANÁLISIS DE IMPACTOS	90
6.1 IMPACTO AMBIENTAL	90



6.2 IMPACTO ECONOMICO	90
6.3 IMPACTO PRODUCTIVO.....	91
6.4 IMPACTO SOCIAL	92
CAPITULO VII.....	93
CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES	93
7.1 CONCLUSIONES	93
7.2 RECOMENDACIONES.....	94
ANEXOS	96
BIBLIOGRAFIA.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla: 1 Tasa activa	8
Tabla: 2 Tasa pasiva.....	9
Tabla :3 Balanza comercial.....	10
Tabla :4 Desempleo en quito año 2013 primer trimestre	11
Tabla :5 PEA en quito año 2013 primer trimestre	11
Tabla :6 Empleo en quito año 2013 primer trimestre	12
Tabla :7 Subempleo en quito año 2013 primer trimestre	13
Tabla :8 Clientes potenciales	15
Tabla :9 Proveedores potenciales.....	16
Tabla :10 Competidores	17
Tabla :11 Oportunidades	18
Tabla :12 PIB	19
Tabla :13 Estrategias.....	32
Tabla :14 Estrategia de descuento.....	32
Tabla :15 Estrategia de promoción	33
Tabla :16 Pregunta 1 encuesta 1	39
Tabla :17 pregunta 2 encuesta 1.....	40
Tabla :18 pregunta 3 encuesta 1.....	41
Tabla :19 pregunta 4 encuesta 1.....	42
Tabla :20 pregunta 5 encuesta 1.....	43
Tabla :21 Pregunta 6 encuesta 1	44
Tabla :22 Pregunta 7 encuesta 1	45
Tabla :23 Pregunta 8 encuesta 1.....	46
Tabla :24 Pregunta 9 encuesta 1	47
Tabla :25 Pregunta 10 encuesta 1	48
Tabla :26 pregunta 11 encuesta 1.....	49
Tabla :27 Oferta actual.....	50
Tabla :28 Oferta actual 2014.....	51
Tabla :29 OFERTA HISTÓRICA.....	51
Tabla :30 OFERTA PROYECTADA.....	52
Tabla :31 PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	52
Tabla :32 Demanda histórica	53
Tabla :33 Demanda actual	53
Tabla :34 Demanda proyectada.....	54
Tabla :35 Balance de la demanda y oferta	54
Tabla :36 CAPACIDAD INSTALADA	56
Tabla :37 Productos producidos a un año	56
Tabla :38 SUELDO DEL PERSONAL	57
Tabla :39 Maquinaria y equipos.....	67

Tabla :40 Ingresos operacionales.....	68
Tabla :41 Costos directos	69
Tabla :42 Costos indirectos.....	70
Tabla :43 Gastos administrativos.....	71
Tabla :44 Gastos de ventas	71
Tabla :45 Costos financieros.....	72
Tabla :46 COSTO FIJO	72
Tabla :47 COSTO VARIABLE	73
Tabla :48 Activo fijo.....	74
Tabla :49 Activos nominales diferidos	75
Tabla :50 Capital de trabajo.....	76
Tabla :51 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	77
Tabla :52 Amortización de financiamiento.....	78
Tabla :53 DEPRESIACIONES	79
Tabla :54 Estado de situación inicial	80
Tabla :55 Estado de resultados.....	81
Tabla :56 Flujo de caja.....	82
Tabla :57 Tasa de descuento	83
Tabla :58 VAN.....	83
Tabla :59 TIR.....	84
Tabla :60 PRI.....	85
Tabla: 61 Punto de equilibrio anual	86

INDICE DE GRAFICOS

Grafico :1 PIB	7
Grafico :2 Descripción del cargo	23
Grafico :3 Proceso de reclutamiento	24
Grafico :4 Proceso transformacional	26
Grafico :5 Producción de artesanías	27
Grafico :6 comercialización de artesanías	29
Grafico :7 Pregunta 1 encuesta 1	39
Grafico :8 Pregunta 2 encuesta 1	41
Grafico :9 Pregunta 3 encuesta 1	42
Grafico :10 Pregunta 4 encuesta 1	43
Grafico :11 pregunta 5 encuesta 1	44
Grafico :12 Pregunta 6 encuesta 1	45
Grafico :13 Pregunta 7 encuesta 1	46
Grafico :14 Pregunta 9 encuesta 1	47
Grafico :15 Pregunta 9 encuesta 1	48
Grafico :16 Pregunta 10 encuesta 1	49
Grafico :17 Pregunta 11 encuesta 1	50
Grafico :18 Macro localización	58
Grafico :19 Localización optima	59
Grafico :20 Distribución de la planta.....	61
Grafico :21 Punto de equilibrio.....	87



RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto es un estudio de factibilidad, en el cual se ha obtenido diferentes análisis como: investigación de mercado, estudio técnico y financiero, análisis de impactos que causan en el proceso de elaboración y comercialización de bisutería y artículos de hogar en la parroquia de Cumbaya.

En el mercado local consumen bisutería y artículos de hogar en el Ecuador ha ido aumentando en un cierto porcentaje en los últimos años, siendo este el producto para los consumidores ecuatorianos y turistas por ser artesanías auténticas del país para no perder su identidad.

El análisis de la investigación de mercado realizado demuestra las oportunidades y amenazas existentes en el sector de Cumbaya, así como las preferencias que las personas tienen referente al precio, gusto y calidad.

El estudio técnico determina las herramientas a utilizar en el proceso de elaboración de bisutería y artículos de hogar, así como el personal necesario y capacidad que tiene toda la planta productiva artesanal. La empresa SEMILLITAS será ubicada en la parroquia de Cumbaya, Ciudad de Quito que tiene como objetivo principal aportar al crecimiento del sector artesanal del Ecuador, teniendo en cuenta brindar fuentes de empleo.

El estudio financiero obtenido da como resultado la viabilidad del proyecto semillitas, ya que la inversión realizada, sea con recursos propios o financiados es razonable por lo tanto la inversión es recuperable dentro de la duración del proyecto.

ABSTRACT

Present project is one study of feasibility , in the which was obtained analysis different as :market of investigation technic study , technic and financier ,analysis of impacts that cause in the process manufacture and marketing of imitation jewellery and articles of home in the Cumbaya parish.

In the local market consume imitation jewellery and articles of home in Ecuador was been increased in a percentage in the year late . has been this product for the consumers Ecuadorians and tourist for is authentics crafts of the country to not lose identity .

The analysis of the investigation of market realized shaws the opportunities and threats existents in the sector Cumbaya so as the preferences that people have referent.

The technical study determines the tools the use in the process of manufacture of imitation jewellery and articles of home so as the personal necessary and capacity that have a productive plant craft the company SEMILLITAS was located in the Cumbaya parish , Quito city that have as main objective contribute to the growth of sector artisanal Ecuador , having in calculation toast source of employment

The financial study obtained give as result the viability of SEMILLITAS project , that the inversion realized was with own resources to financed is reasonable for so much the inversion is retrievable inside of the duration of the project.

CAPITULO I

1.- INTRODUCCION

El proyecto analiza la creación de una empresa que se va a dedicar a las artesanías elaboradas con distintas semillas y diseños es necesario realizar un estudio de mercado que defina las necesidades de consumo del cliente y un análisis financiero que nos ayude a definir la inversión y beneficio que vamos a obtener del proyecto que se va a realizar , de acuerdo a la producción de bisutería y decoraciones del hogar para satisfacer las necesidades de los consumidores elaborando productos propios , creando plazas de trabajo que aporta al desarrollo del país y sector al cual nos estamos enfocando también nos da a conocer sobre el medio ambiente externo e interno que afecta a la creación de la empresa de acuerdo al impacto que tenga al crecimiento del negocio y la innovación de las estrategias con las que vamos a llegar al así poder tener una acogida en el mercado creando productos innovadores de calidad para llegar a ser reconocidos en el mercado.

De acuerdo a los indicadores de producción nos ayuda a ver la actividad que se debe incrementar en la capacidad y creatividad de producción para llegar con nuestro producto mediante preferencias de diseños, gustos relevantes para satisfacer las necesidades de los consumidores también debemos analizar cada uno de los indicadores para ver que ventaja nos dan para posesionarnos en el mercado teniendo en cuenta los indicadores que afectan o no a la realización del proyecto que impacto vamos a tener con nuestro producto y a nuestra competencia para sí poder tener una visión amplia a lo que estamos enfocándonos con nuestro

proyecto y poder ver si nuestro producto es aceptado en el mercado y va poder competir con los demás de acuerdo al porcentaje obtenido de las variables .

También debemos tener en cuenta las estrategias de innovación que vamos a presentar frente a la competencia acerca del producto, los aspectos legales que amparan a la empresa los deberes y derechos que debemos cumplir al ponernos el negocio y con los consumidores teniendo en cuenta las propuestas estratégicas que brinde la empresa sistemáticamente en un determinado tiempo para la toma de decisiones que sean un beneficio para la empresa

1.1 JUSTIFICACIÓN

Fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas la plurinacionalidad y la interculturalidad también garantiza los derechos de la naturaleza promoviendo la sostenibilidad ambiental, territorial y global impulsando la transformación de la matriz productiva que es el punto importante para el desarrollo industrial, mejorando la calidad de vida, fomentando la competitividad en los aspectos como la calidad, servicio y creando productos para la exportación de las artesanías también se basa en el Plan de Buen Vivir en el que se rige por los objetivos del buen vivir dos , tres y cuatro por lo tanto el proyecto se fundamenta en mejorar las capacidades potenciales y derechos de la naturaleza para la ciudadanía y las microempresas .

Con el fin de recuperar el sentido de pertenencia por las artesanías logrando que las personas se involucren y se interesen más por comprar artesanías con lo que se identifican y se recuperan la identidad por lo nuestro valorando el arte nacional mediante esas inmensas variedades de diseños, colores y tamaños de calidad y así permitiéndose posicionar en otro mercados con productos de calidad. La comercialización del producto se dará a conocer mediante publicidad para que el producto pueda causar gran impacto así el consumidor y pueda

salir a la venta con una gran acogida manteniendo una creatividad e innovación constante del producto teniendo estrategias como es de precio y promoción que pueda mantener mayores ventas.

Mediante el desarrollo de este proyecto nos permite reconocer las artesanías elaboradas manualmente con semillas como puede ser aretes, collares, esferas, manillas, ositos y esferas es importante ampliar la variedad de diseños para aprovechar el recurso semilla como materia prima de acuerdo al desarrollo de las artesanías de decoración y bisutería mejorando la situación económica de los artesanos estimulando el bienestar y desarrollo sostenible para el mejoramiento de la calidad de vida en un futuro de este sector teniendo en cuenta la creatividad e innovación eficiente y así poder satisfacer el bienestar de los consumidores y turistas por ende creando fuentes de trabajo y aportando a la balanza comercial del país.

1.2 ANTECEDENTES

Historia Artesanal las artesanías son manifestaciones que el hombre tenía y fueron considerados como estéticas o artesanales y fueron materializados en objetos. Las artesanías básicamente son obras y trabajos realizados manualmente y con muy poca intervención de la máquina, habitualmente son objetos decorativos o de uso común. Al que se dedica a esta actividad se le llama artesano. Las artesanías podemos tomarlas como productos estéticos y no solo por las formas los diferenciamos productos tecnológicos, y para eso hay que saber el trabajo de cada producto y podremos saber si son o no artesanías.

Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte. Para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es también importante. En la

actualidad podemos ver la belleza de los productos de tiempos remotos, en los cuales sus creadores no los veían bellos y esto es lo que hace que podamos identificar que sea estético y artesanal. Existen varias categorías además de la belleza, existe la fealdad y el dramatismo, lo cómico y lo sublime, lo trivial y lo típico. Las artesanías son posteriores a los objetos tecnológicos lo que significa que son derivaciones sensitivas de tecnologías y de lenguaje existentes. El hombre antes de imaginar tuvo que dominar el figurar, en otras palabras la representación gráfica de la realidad visible, que es una manera plástica de verla. Por esa razón el hombre se diferencia de los animales por razonar su sensibilidad a lo que siente, los animales también sienten pero no lo razonan. Para estudiar el origen del artesanía y de lo estético es complejo por la falta de documentación pero podemos decir algunos rasgos que lo estético aparece en el Paleolítico y lo artesanal nace en el Neolítico, la función mágica precede a la religiosa y la social puede existir una vez formadas las sociedades en el Neolítico. Viéndolo por otro lado lo funcional une lo artesanal con lo estético.

El hombre tuvo que aprender a trabajar con sus manos y a figurar para confeccionar objetos artesanales con figuras. La capacidad de sentir del hombre de sentir constituye la única posibilidad de las artes y de los diseños para diferenciarse de las ciencias, las cuales se caracterizan por la razón. Por ejemplo en Grecia apareció la representación de los dioses en sus obras, predominó el pensamiento mítico y el religioso. Todas las figuras hechas por la mano del hombre cumplen con fines tecnológicos de comunicación ya que plasma y utiliza sus pensamientos o sensaciones. Un ejemplo de este tipo de arte o artesanía es Altamira con obras mágico-comunicativas. Este tipo de obras se concentran más en los textiles y en la cerámica, y en ellas el

significado es mágico o mítico de la vida cotidiana. Las artesanías cubrían necesidades religiosas mientras que las tecnológicas satisfacían las populares. Por ejemplo en Grecia apareció la representación de los dioses en sus obras, predominó el pensamiento mítico y el religioso. Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo coste, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad. (Rubio, D 2006) Las artesanías se caracterizan por ser muy variadas, incluyendo trabajos indígenas como la molas, cerámicas, máscaras y joyas en cada provincia podemos observar artesanías que reúnen características propias que tienen como propósito principal exaltar los trabajos de los artesanos determinando que las semillas se utilizan para la fabricación de dichos productos, empleando semillas de buena calidad cuando tiene pureza física y buena germinación y libre de microorganismos que causen enfermedades de este material para tener un producto de calidad.

Para muchos artesanos es importante realizar una capacitación para que puedan desempeñarse de la mejor manera en sus producciones. Y pueda surgir el desarrollo sostenible de la actividad de productos con semillas a través de sus manos y la imaginación permite incrementar la comercialización, enfocando a la innovación con valor agregado y un reflejo de tendencias modernas a nuestros clientes teniendo la capacidad adecuada para hacer diseños que encanten a nuestros clientes

La empresa tiene como objetivo brindar un buen servicio de calidad para ello contará con productos innovadores y dando algo agregado como son los bolsos de distintos diseños de reciclaje para que puedan llevar lo que han comprado.

CAPITULO II

2 Análisis Situacional

2.1 Ambiente Externo

Son las variables externas de otras empresa que influye en artesanías y bisutería que toman decisiones en su actividad que influye sobre el futuro de la empresa y su evolución que se va dando de acuerdo a las decisiones tomadas ya sean factibles y confiables para mejor y superar a la competencia según el autor Alfaro ,Y (2012) El ambiente externo es el conjunto de elementos de la organización que son relevantes para su actuación es como un medio ambiente para la empresa y lo constituye las fuerzas, personales y organismos que afectan directa o indirecta a sus resultados .

2.1.1 Factor Económico

En un entorno de mercado por la tendencia hacia la globalización de los mercados, donde día tras día somos testigos de los numerosos procesos de internacionalización, crecimiento, expansión y desarrollo de las compañías. Según Dasuab, (2009) de acuerdo a este concepto nos ayuda a la empresa de bisutería y artículos de hogar semillitas para que pueda crecer en el mercado y pueda ir evolucionando día tras día dando nuevos productos para el mercado.

2.1.1.1 INFLACIÓN

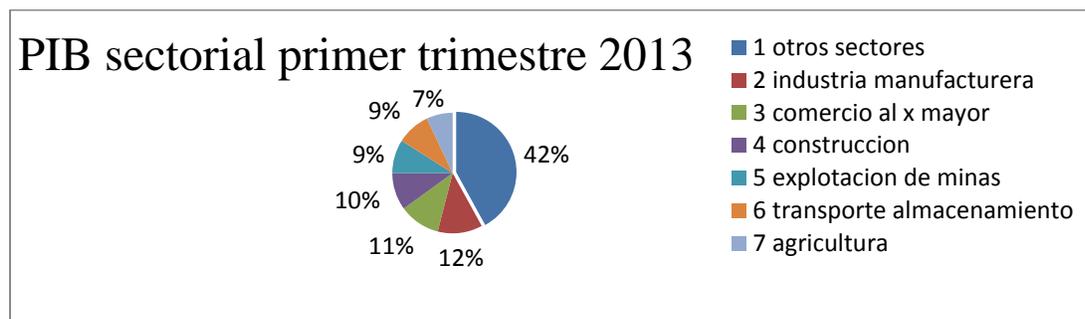
Esta variable nos afecta porque se elevarían demasiado los precios de las semillas, alambre, pintura, diseños para la fabricación de las artesanías, deben estar al alcance de los consumidores para que nuestro bien pueda salir con más facilidad al mercado y tenga un valor razonable de acuerdo al producto que se ofrece ya que su impacto es medio para la aportación al

proyecto. Según AbelL, A (2005) La inflación es el aumento general de los precios del mercado es decir, que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía.

2.1.1.2 PIB

Este indicador permite reconocer que la variable del PIB es una amenaza para el desarrollo del proyecto porque tendremos mayor competencia y nuestro producto ira bajando de precio y no tendremos utilidad eso afecta a nuestra empresa el impacto en el proyecto será medio por que da una apertura para la entrada de nuevas empresas dice también Likan,D (2012) Se emplea en el ámbito de la microeconomía para nombrar el valor que totaliza la producción de los bienes de una empresa en un periodo lo habitual es que el pib se toma como el indicador básico para reflejar la riqueza de una región .

Grafico 1 PIB



Fuente: BCE

Elaborado por: BCE

2.1.1.4 TASA DE INTERÉS

Es un porcentaje al que está invertido el capital que se requiere para la empresa semillitas en un determinado tiempo ya que la tasa de interés es fija por el banco central de cada país el autor Bernanke ,B (2004) comenta que la tasa de interés es el pago estimulado, por

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

encima del valor depositado que un inversionista debe recibir por una unidad de tiempo determinado del deudor a raíz de haber utilizado su dinero durante ese tiempo.

2.1.1.4.1 TASA ACTIVA

Este indicador nos ayuda a nuestro proyecto de artesanías porque nos permite buscar fuentes de financiamiento para poder invertir en la fabricación de las artesanías con una tasa equitativa para que nuestra empresa pueda competir con productos de calidad teniendo un nivel de impacto medio por ofrecer créditos para el avance de las empresas según Troche, C (2011) la tasa activa es la que cobran los intermediarios financieros a las personas por los préstamos otorgados.

Tabla 1 Tasa activa

FECHA	VALOR
Octubre 31-2013	8.17%
Septiembre 30-2013	8.17%
Agosto 30 - 2013	8.17%

Fuente: BCE

Elaborado: BCE

2.1.1.4.2 TASA PASIVA

De acuerdo a esta variable da a conocer el porcentaje de ganancia al depositar nuestro dinero obtenido de las ventas de la empresa artesanal en instituciones financieras ya que es una pérdida porque el dinero no está rebajando para que tenga un valor esto es una amenaza ya que el porcentaje es inferior a la de la tasa activa y no permite tener mayor rentabilidad el impacto será bajo para el proyecto porque no nos beneficia el interés que se recibe es bajo de acuerdo a

este autor SAFI,S (2006) la tasa pasiva cobran los emisores por préstamos, créditos o financiamientos.

Tabla 2 Tasa pasiva

FECHA	VALOR
Octubre 31-2013	4.53%
Septiembre 30-2013	4.53%
Agosto30 – 2013	4.53%
Julio 31 – 2013	4.53%

Fuente: BCE

Elaborado: BCE

2.1.1.3 BALANZA COMERCIAL

Esta variable nos afecta en nuestro proyecto ya que pueden entrar nuevas empresas innovadoras con mejores ofertas y debemos superara a la competencia para que nuestro producto no tenga una perdida en el mercado el nivel de impacto será bajo de acuerdo a las empresas que vayan entrando al mercado según Hill,G (1989) . La balanza comercial es el saldo de la misma diferencia entre exportaciones e importaciones entre los bienes que un país vende al exterior y lo que compra a otros países.

Tabla 3 Balanza comercial

	Enero – Agosto
Exportaciones totales	16391,12
Petroleras	9360,77
No petroleras	7030,35
Importaciones totales	17374,34
Bienes de consumo	3270,61
Materias primas	5404,41
Bienes de capital	4626,23
Combustibles y lubricantes	4000,1
Diversos	42,25
Ajustes	30,74
Balanza comercial total	-983,2
Balanza comercial petrolera	5360,67
Balanza comercial no petrolera	-6343,89

Fuente: BCE

Elaboración: BCE

2.1.2 FACTOR SOCIAL

Son aquellas cosas que debemos poner en práctica los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar y en el espacio en el que se encuentran. Según García, I (2010) El factor social se refiere a las actividades, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad.

2.1.2.1 DESEMPLEO

Es cuando las personas están desocupadas para el proyecto esta variable va a ser de gran importancia porque implica en apoyar a las personas que se encuentran desocupadas aportando con un sitio de trabajo y es una oportunidad para la elaboración del proyecto ya que tiene un mercado disponible a su vez tendrá un impacto medio según el autor Abe,S (2002) la Situación

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

en la que se encuentran las personas que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no puede conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a una situación de paro forzoso.

Tabla 4 desempleo en quito año 2013 primer trimestre

Condición de Actividad	Total	Hombres	Mujeres	Porcentaje
Desocupados	38.731	17.215	21.517	4.7%
Desempleo Abierto	35.615	15.214	20.401	43%
Desempleo Oculto	3.117	2.001	1.116	0.4%

Fuente: BCE

Elaborado: BCE

2.1.2.2 POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

Esta variable representa una amenaza para nuestra empresa de artesanías porque hemos visto que se encuentran personas que tienen la capacidad y experiencia de trabajar en distintas actividades ya que es un impacto bajo para la empresa por el emprendimiento que poseen las personas para superar a los demás de acuerdo a Sánchez, S (2012) Es la fuerza laboral con que cuenta un país que constituye además en el mercado laboral la oferta de trabajo.

Tabla 5 PEA en quito año 2013 primer trimestre

Condición de Actividad	Total	Hombres	Mujeres	Porcentaje
Población Total	1731.795	835.548	896.247	95.3%
Población menor de 10años	254.984	125.868	129.1177	
Población de la edad de trabajar	1476.811	709.680	767.131	53.7%
Población económicamente activa	831.067	460.645	370.423	53.7%

Fuente: BCE

Elaborado: BCE

2.1.2.3 EDUCACION

Este indicador es una oportunidad ya que con la educación se adquiere conocimiento, creatividad que permite a la empresa irse superando las perspectivas deseadas teniendo un punto de vista más amplio y tendrá un impacto medio para el proyecto porque la educación es la base fundamental para cada persona poder saber por lo menos lo básico de conocimientos de acuerdo a Silva, A (2012) Es un proceso de formación que se da a las personas con la finalidad de inculcar conocimientos para desarrollar sus razonamientos.

2.1.2.4 EMPLEO

Esta variable es una amenaza para el proyecto ya que existen trabajadores en diferentes actividades de acuerdo a su nivel de estudio teniendo un conocimiento amplio sobre sus actividades y tiene un impacto bajo por la experiencia que tienen los trabajadores según el análisis de Leider, C (2011) el empleo es concretar una serie de tareas a cambio de una retribución pecuniaria denominada salario.

Tabla 6 EMPLEO EN QUITO AÑO 2013 PRIMER TRIMESTRE

Condición de Actividad	Total	Hombres	Mujeres	Porcentaje
Ocupados	792.336	443.430	348.906	95.3%
Ocupados Plenos	485.880	266.387	199.493	58.5%

Fuente: BCE

Elaborado: BCE

2.1.2.5 SUBEMPLEO

Análisis de esta variable permite conocer el índice de personas que trabajan en ocupaciones no relacionadas con su profesión ya que esto es una oportunidad para nuestra empresa que las personas realicen actividades de toda índole para tener mayor experiencia en sus actividades y no

Desarrollo de productos en el sector artesanal, mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

tengan ningún problema al realizar su cargo el impacto es bajo porque tendrán diferentes ofertas de trabajo lo cual pueden escoger el que sea conveniente según el criterio de Ramírez, D (2011) el subempleo es el desarrollo del proyecto la persona que desempeña un trabajo inferior de lo que podría desempeñar es decir la persona que no ejerce su profesión y trabaja en otras actividades que son relacionadas con su profesión .

Tabla 7 SUBEMPLEO EN QUITO AÑO 2013 PRIMER TRIMESTRE

Condición de Actividad	Total	Hombres	Mujeres	Porcentaje
Subempleados	254.809	124.065	130.744	32.2%
Visibles	36.834	15.900	20.934	4.4%

Fuente: BCE

Elaborado: BCE

2.1.3 FACTOR LEGAL

Proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí. Francisco, R(2006)

2.1.3.1 Que, el Art. 92 de la Constitución Política de la República dispone que la ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios, por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos

2.1.3.2 Que, el artículo 244, numeral 8 de la Carta Fundamental señala que al Estado le corresponderá proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta,

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad

Análisis

Factor legal está amparando a los derechos de los consumidores para que tengan un producto de buena calidad y los productos que estecen ofreciendo sean verdaderos y no sea un fraude ya que es una ventaja tanto para los consumidores como para los empresarios estar regidos a una ley por igual también las obligaciones que debemos cumplir como organización ofreciendo un bien de calidad para satisfacer a los consumidores.

2.2 ENTORNO LOCAL

Es el espacio con el que cuenta la empresa de cada uno de sus departamentos y debe tener especial interés en el ambiente externo y en su ámbito social etc. según Robayo, A (2008) El entorno local se refiere al espacio que nos rodea, y con el que interactuamos este espacio puede ser virtual o real, dependiendo a que nos referimos, teniendo entorno natural, físico, social, económico y político.

2.2.1 CLIENTE

Es el comprador potencial como son personas desde los 14 años en adelante del sector de Cumbaya que adquieren con frecuencia los productos artesanos como son manillas, artes, collares, osos y esferas según Rodolfo (2012) El cliente es la persona que recibe cierto servicio o bien a cambio de alguna compensación monetaria o cualquier otro objeto de valor.

2.2.2 CLIENTES POTENCIALES

Esta variable es importante para el proyecto porque nos ayuda a ver el target al cual nos estamos enfocando para poder saber cuáles pueden ser nuestros consumidores potenciales que dan prioridad a las manualidades de nuestro país siempre y cuando sean innovadoras y sean modelos novedosos de calidad tiene un impacto alto porque describimos a los clientes potenciales que accedería al producto que se ofrece según Wodpress,(2008) el cliente potencial es la noción que permite nombrar al sujeto que de acuerdo a un análisis de mercado o estudio de marketing podría convertirse en comprador, consumidor o usuario de un producto o servicio.

Tabla 8 CLIENTES POTENCIALES

Nombre	Descripción
Estudiantes universitarias	Nos enfocamos a mujeres de 14 a 40 años
Turistas	Extranjeros que visitan nuestro país

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Elizabeth

2.2.1 PROVEEDORES POTENCIALES

Esta variable será una oportunidad para el proyecto porque tiene el poder adquisitivo de los bienes es decir que existe una variable de proveedores que tienen poder de negociación tiene un impacto bajo por la competitividad de promociones que existe de las demás empresas según Fosado,C (2011) . los proveedores potenciales son las personas o empresas que abastecen con algo a otra persona o una comunidad el termino procede del verbo proveer que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin .

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Tabla 9 PROVEEDORES POTENCIALES

Nombre	Descripción	Descuentos promoción
Artesanías Kira	Empresa comercializadora de manillas , anillos y collares	Por la compra de dos productos una manilla gratis
Inversiones Angas	Comercializadora de bisutería ubicación av. Jorge Dávalos	Cada 4 productos de compra un regalo sorpresa

Fuente: Investigación de descuento de mercado

Elaborado por: Elizabeth

2.2.2 COMPETIDORES

Es una variable clara que nos permite ver la amenaza por la competitividad que posee una ventaja de posicionamiento en el mercado utilizando distintos canales de distribución del producto este tendrá un impacto alto porque tendremos que ganar a la competencia para que nuestro producto sea exitoso creando estrategias innovadoras de acuerdo a este autor Mlowany,J (2010) Los definimos quienes satisfacen el deseo del consumidor en lugar de nuestra oferta.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Tabla 10 COMPETIDORES

Nombre	Descripción	Factor diferencial
Artesanías colombianas	Empresa que comercializa artesanías de toda clase	Reconocimiento en el mercado x su calidad y experiencia
Euskadi	Empresas Distribuidor De artesanías	Accesibilidad a distintas empresas x sus precios cómodos para su venta
Artesanías Livours	Empresa productora de artesanías	Disposición de materia prima de calidad y duración del producto

Fuente: Investigación de competidores del mercado

Elaborado por: Elizabeth

2.3 FODA

Es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc. Que esté actuando como objetivo de estudio en un momento determinado del tiempo. Axel, (2012) de acuerdo a este concepto el FODA nos ayuda analizar las fortalezas , oportunidades , debilidades y amenazas que pueda tener la empresa para poder superar y poder tomar decisiones de acuerdo a lo requerido para el desarrollo y superación de la empresa

2.3.1 OPORTUNIDADES

Las oportunidades exteriores determinan la estrategia de la empresa, quien a su vez determina su estructura organizativa.

El desempleo para las empresas de bisutería y decoración semillitas es una oportunidad para generar fuentes de trabajo y pueda mejorar su calidad de vida de cada una de las personas.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

La educación nos ayuda a la empresa para que las personas adquieran conocimientos y poder complementar con capacitaciones para el diseño de arte y así puedan irse desarrollando de la mejor manera en las distintas actividades.

Los clientes para la empresas es lo esencial por eso debemos tener diseños llamativos de calidad manteniendo siempre la innovación, publicidad adecuada para tener un impacto alto hacia los gustos de los consumidores y preferencias.

Tabla 11 OPORTUNIDADES

Variable	Impacto		
	alto	Medio	Bajo
Desempleo		X	
educación		X	
Clientes		X	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Elizabeth

2.3.2 AMENAZAS

Es una palabra que se utiliza para hacer referencia al riesgo o posible que una situación, o una circunstancia específica puede conllevar para la vida, de uno mismo o de terceros.

Los competidores debemos ser mejores para que nuestros productos con semillas no puedan decaer y podamos ser competitivos ofreciendo mejores ofertas que la competencia.

2.3.3 PIB

La inflación nos afecta porque si suben los precios la materia prima que son las semillas alambres, pintura, pegamento y broches subirían y los productos serían más costos para el

Tabla 12 PIB

Variable	Impacto		
	alto	medio	Bajo
competidores	x		
Pib		X	
inflación		X	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Elizabeth

2.3 ANALISIS INTERNO

Es el análisis de la empresa para saber qué capacidad de producción tiene para almacenar los productos elaborados de bisutería y artículos de hogar según Quispe, E(2012). El análisis interno consiste en el estudio de los diferentes factores o elementos que pueda existir dentro de una empresa con el fin de evaluar los recursos con que cuenta la empresa para conocer el estado o capacidad con que cuenta.

2.3.1 PROPUESTA ESTRATEGICA

Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo sobre un asunto o negocio que se presenta ante una o varias personas que tienen autoridad para aprobarlo o rechazarlo para lograr un determinado fin según Bullock,S (2009) La propuesta estratégica nos da un punto de vista amplio para saber cómo manejar el negocio las estrategias que se deben fomentar en la empresa los riesgos que pueden correr la toma de decisiones para la evolución y mejoramiento en general de la organización.

2.3.1.1 MISION

Producir y comercializar productos artesanales novedosos de bisutería y artículos del hogar de calidad que superan las expectativas del consumidor, generar beneficios a nuestros trabajadores por contar con una excelente capacidad de producción.

2.3.1.2 VISION

Será líder en el mercado con diseños artesanales de alta gama de bisutería y artículos del hogar mediante el proceso manufacturero con mano de obra calificado para lograr reconocimiento del cliente y calidad a nivel nacional contribuyendo al desarrollo sostenible de la empresa.

2.3.1.3 OBJETIVOS

2.3.1.3.1 Objetivo General

Elaborar diseños novedosos de bisutería y artículos del hogar para satisfacer las necesidades de los clientes logrando un desarrollo y el crecimiento de la comercialización productiva y posicionamiento de las artesanías en los mercados nacionales con un producto innovador de calidad.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado donde se demuestre la demanda de las artesanías.
- Determinar las estrategias de precio que sean buenas para la comercialización.
- Mejorar sus condiciones para acceder al mercado a través de campañas publicitarias.
- Mejorar e innovar la calidad de los productos.

- Facilitar la comercialización de las artesanías a nivel nacional para aumentar sus niveles de competitividad y su participación en el mercado.

2.3.1.4 PRINCIPIOS Y VALORES

Dar a conocer un bien pero en forma diferente.- Este principio se aplica en el momento de dar a conocer el producto con una buena imagen y dando a conocer el valor agregado que se le diferencie y sea llamativo.

Seguridad y calidad del producto.- Tenemos que fabricar productos bien elaborados logrando eficacia y eficiencia para alcanzar la satisfacción del consumidor.

Optimizar recursos.- No debemos desperdiciar la materia prima si no utilizar y diseñar otros artículos que se puedan vender o para poder agregar al producto principal.

Selecciona al personal correcto.- este principio se aplica al buscar trabajadores que tengan conocimientos, habilidades y creatividad de acuerdo al pedido del cliente.

2.3.1.5 VALORES

Responsabilidad.- Es la entrega del producto que sea eficiente, cumpla con las perspectivas del cliente y se entregue puntual el pedido.

Honestidad.- Este valor se aplica cuando se entrega un producto de calidad, duradero y confiable para el cliente.

Sinceridad .- Este valor es cuando nos hacen un pedido debemos decir si vamos o no a poder tener el pedido en la fecha que necesita y no hacerles creer a las personas en algo que no vamos a poder cumplir.

Puntualidad.- Este valor es cuando nosotros fabricamos los productos necesarios debemos realizar con anterioridad para poder entregar antes de tiempo.

2.3.2 GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Es un proceso muy particular , consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control desempeñados para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de los trabajadores y otros recursos según Leider, D (2011) gestión administrativa es un conjunto de políticas, estrategias, metodologías, técnicas y mecanismos de carácter administrativo y organizacional cuyo propósito es lograr que la entidad planifique su gestión administrativa para facilitar el cumplimiento de gestión administrativa para el cumplimiento de su misión y objetivos institucionales y sectoriales.

2.3.2.1 MANUAL DE FUNCIONES

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrollan cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basado en los respectivos procedimientos, sistemas, normas que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas según el autor el Ing. Reynado , (2010) el manual de funciones es un instrumento de apoyo para organizar, distribuir actividades y definir claramente las funciones de cada puesto, asimismo, la forma en que las mismas deberán ser ejecutadas para lograr los objetivos y metas propuestas de la institución, en un período determinado.

Grafico 2 Descripción del cargo

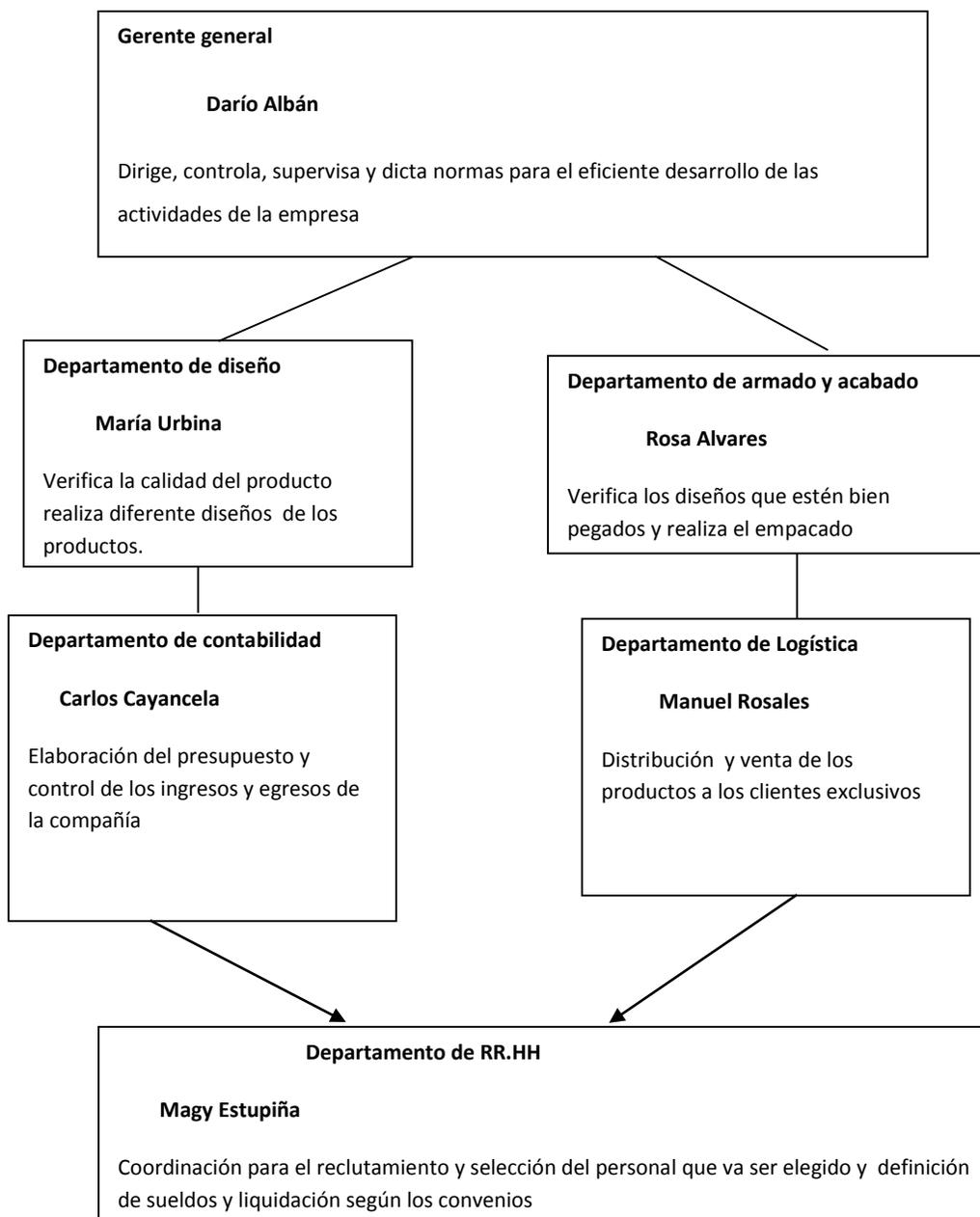
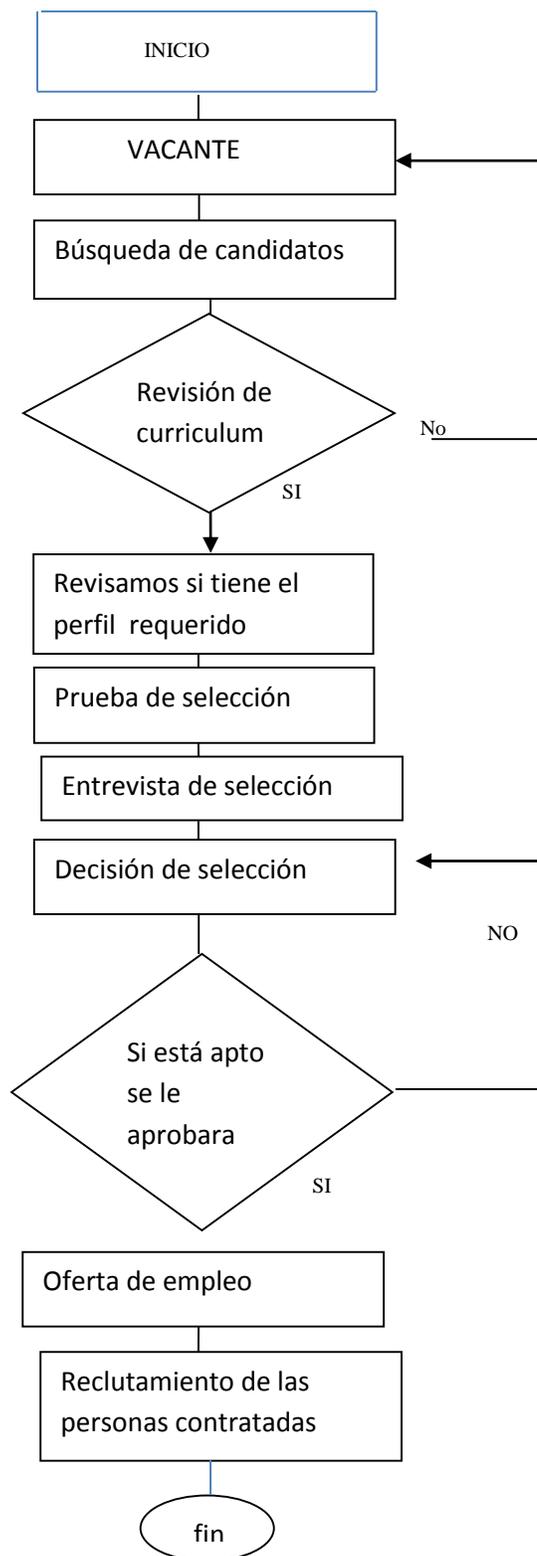


Grafico 3 Proceso de reclutamiento



2.3.2.2 PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL ,PASOS PARA EL RECLUTAMIENTO

Paso 1.- Verificar la ausencia de un cargo para el requerimiento de personal.

Pasó2.- El candidato deberá desenvolverse de acuerdo al puesto para que puedan desempeñar en sus labores.

Pasó 3.- El curriculum debe tener una buena imagen con sus labores que ha cumplido en las distintas empresas de trabajo.

Pasó 4.- Las pruebas deben culminar con el puntaje que exija la vacante

Paso 5.- Será seleccionado según el puntaje y conocimiento que obtenga en la entrevista

Paso 6.- De acuerdo a los resultados obtenidos se dará el ingreso al mayor puntaje del personal

Paso 7.- Entra a realizar sus actividades que el puesto necesita obteniendo los conocimientos y la suficiente experiencia.

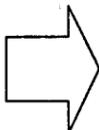
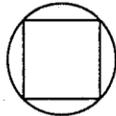
2.3.3 GESTIÓN OPERATIVA

Es un proceso en el cual se define los pasos que se realizara en la actividad comercial o de servicios que va a realizar el negocio mediante un flujo grama se identifica por las acciones que está representada por diferentes símbolos que tienen varios significados del autor Rubio,D(2006)

Desde el punto de vista de este concepto la gestión operativa ayuda a definir los pasos a seguir para poder comprar la materia prima o para la elaboración de los productos para saber lo que vamos a realizar.

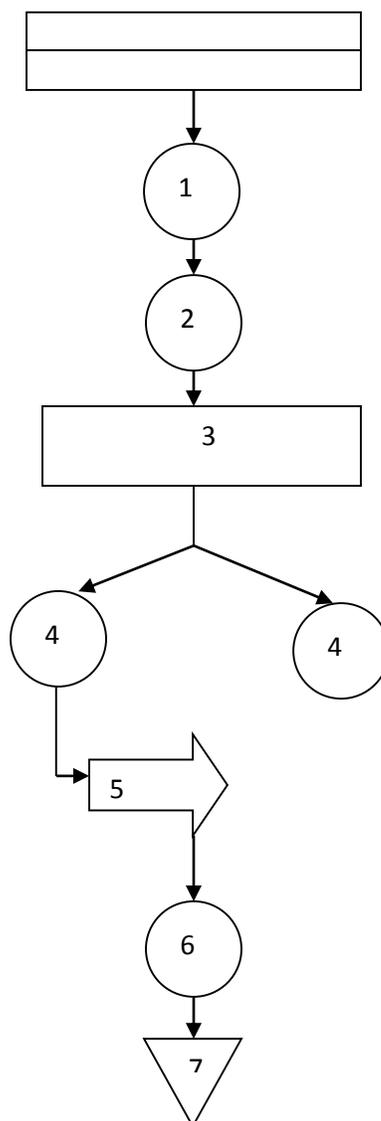
Grafico 4 Proceso transformacional

SIMBOLOGÍA DE ASME

ORIGEN		Para identificar el paso previo que da origen al proceso, este paso no forma en sí parte del nuevo proceso.
OPERACIÓN		Hay una operación cada vez que una forma o documento es cambiado intencionalmente en cualquiera de sus características, cuando se une o engrapa o cuando se desune o desengrapa, cuando se prepara para otra operación, transporte o almacenamiento.
INSPECCIÓN		Hay una inspección cada vez que una forma o documento es examinado para identificarlo o para verificar su cantidad, calidad o características. El resultado de esta inspección puede ser: a) Corregir inmediatamente los errores. b) Rechazar la forma o documento. c) Devolverlo para que el error sea corregido. d) Comparar con otro documento.
TRANSPORTE		Hay un transporte cada vez que una forma o documento se mueve, excepto cuando dicho movimiento es parte de una operación o de una inspección.
DEMORA		Ocurre una demora a una forma o documento cuando las condiciones de trabajo no permiten o requieren la ejecución de la siguiente acción planeada.
ALMACENAMIENTO		Ocurre un almacenamiento cuando una forma o documento es guardado o protegido contra un traslado no autorizado; cuando es archivado permanentemente.
ALMACENAMIENTO TEMPORAL		Ocurre una forma o documento se archiva o guarda transitoriamente, antes de continuar con el siguiente paso.
ACTIVIDADES COMBINADAS OPERACIÓN Y ORIGEN		Se considera esta actividad cuando la forma o documento entra al proceso y al mismo tiempo puede suceder una operación.
INSPECCIÓN Y OPERACIÓN		Se considera esta actividad cuando el fin principal es efectuar una operación, durante la cual puede efectuarse alguna inspección.

Fuente: INTERNET

Grafico 5 Producción de artesanías



Resumen	
	5
	1
	1
	1
	

2.3.2.1 PROCESO PARA LA PRODUCCION DE ARTESANIAS

Paso 1.- Debemos observar el tipo de materia prima que nos ofrecen para la fabricación de la producción

Paso 2.- De acuerdo a la materia prima hacemos el pedido para realizar la elaboración de producción de los artículos y bisutería.

Paso 3.- Revisar que la materia prima este de buena calidad para poder realizar la elaboración de acuerdo al pedido.

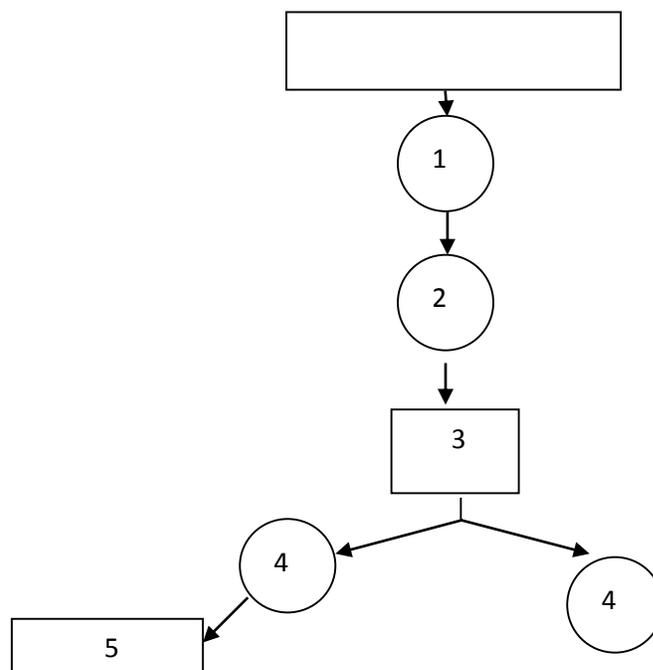
Paso 4.- Verificamos y después enviamos la mercadería a bodega para la respectiva clasificación de acuerdo al producto.

Pasó5.- Transporte para mover a la mercadería a los depósitos de elaboración de la materia prima.

Paso 6.- Registrar la materia prima recibida para poder tener constancia de la materia recibida.

Pasó 7.- Almacenamiento de la materia prima recibida de acuerdo a las distintas semillas que se va utilizar para la fabricación

Grafico 6 comercialización de artesanías



RESUMEN	
	4
	2

2.3.2.2 PROCESO PARA LA COMERCIALIZACION DE LAS ARTESANIAS

Paso 1.- Revisar los distintos diseños y armados que estén bien para la comercialización de los productos.

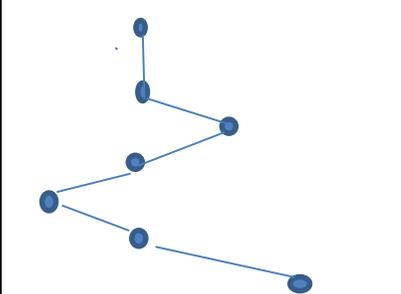
Pasó2.- Control del empaçado para verificar si están bien pegadas y colocadas en los distintos diseños las semillas.

Pasó 3.- Verificar que el producto no tenga ningún problema o imperfección y este impecable para salir al mercado.

Paso 4.- Envió de la mercadería de buena calidad para que salga al mercado con una buena presentación y tenga mayor acogida.

Pasó5.- Venta de los distintos diseños elaborados con las diferentes semillas de buena calidad.

CURSOGRAMA

NOMBRE DE LA EMPRESA : ARTESANIAS DE ARTICULOS Y BISUTERIA SEMILLITAS		
FECHA : 17-12-2013		
APROBADO POR : ELIZABETH ALLAUCA		
ACTIVIDAD	➔ ● ◻ ▼ ▽	TIEMPO DISTANCIA
REQUERIMIENTO		1 h
PEDIDO		2 h
CONTROL		2 h
ENVIO		5h
TRANSPORTE		6h
REGISTRO		1h
ALMACENAMIENTO		5h

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

2.3.4 GESTION COMERCIAL

Gestión comercial ayuda a la empresa de bisutería a tomar mejores decisiones y actividades de innovación que deben realizar para que puedan lograr los resultados esperados que sea beneficio para la organización y los trabajadores manteniendo mayor utilidad de acuerdo al autor Rubio, D (2006) La gestión como concepto posee preliminares básicos correspondientes a la organización, lo que implica que éste aplicado en una empresa o en un negocio examine algunos de los objetivos principales correspondientes a la misma se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados

2.3.4.1 PUBLICIDAD

La publicidad es un componente de las diferentes actividades de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que sirve para comunicar el mensaje de un patrocinador identificado a un público específico, mediante la utilización de medios que tienen un costo y que son impersonales y de largo alcance, como la televisión, la radio, los medios impresos y el internet entre otros, con la finalidad de lograr los objetivos fijados. Thompson, I (2005) de acuerdo a este autor mi punto de vista es que la publicidad nos ayuda a que el producto de bisutería y decoración salga con facilidad al mercado teniendo en cuenta sus calidad y creatividad de innovación también ayuda a que el producto pueda ser reconocido por sus promociones, descuentos y así puedan satisfacer las necesidades de los consumidores.

2.3.4.2 ESTRATEGIAS

2.3.4.3Estrategia de precio.- El producto será de acuerdo a su tamaño el precio ira al alcance de las personas para que puedan adquirir con facilidad lo que necesiten Según Cortes, E (2009)

Una de las herramientas más efectivas de mercadeo para promocionar su producto o servicio es

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

el precio. Este aspecto afecta la imagen y la demanda, y nos ayuda a penetrar un segmento específico del mercado. Las estrategias de precio deben ser consistentes con todas las metas y los objetivos del negocio.

Tabla 13 Estrategias

ARTICULOS DE HOGAR Y BISUTERIA	PRECIO DE LAS DISTINTAS ARTESANIAS CON SEMILLAS
Manillas	3,55\$
Collares	3,93\$
Esferas	4,97\$
Ositos	6.64\$
aretes	2,92\$

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Elizabeth

2.3.4.4 ESTRATEGIA DE DESCUENTO.- Por cuatro artículos de bisutería 1% de descuento para que puedan adquirir distintas artesanías con mayor accesibilidad y facilidad de compra.

Tabla 14 Estrategia de descuento

ESTRATEGIAS DE DESCUENTO	DESCUENTO DE LA VARIEDAD DE ARTESANÍAS
Clientes frecuente	1%
Clientes que pagan Puntual	1%
Cada seis meses se hará un descuento	2%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Elizabeth Allauca

2.3.4.5 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.- Cada uno de los conjuntos que compre se dará escoger uno de los artículos que deseen para que pueda llevarse gratis.

Tabla 15 Estrategia de promoción

ESTRATEGIA	PROMOCION
Por la Compra 3 artículos	Se le dará 1 artículos gratis a menos precio
Por la compra frecuente	Se le dará 2 artículos gratis a menos precio
Por la compra de una decoración	Se le dará 1 manilla gratis a menos precio

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Elizabeth Allauca

Su presentación del logotipo, tarjeta de presentación y tríptico está en anexo uno

CAPITULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 ANALISIS DEL CONSUMIDOR

El consumidor desde el punto de vista ayuda a la empresa a desarrollar estrategias que satisfagan las necesidades del cliente .Según el Autor Vake, (2011) nos dice el análisis del consumidor que se Orienta a las estrategias y decisiones de la empresa de bisutería, proporcionando información que ayuda a responder las siguientes preguntas como: ¿qué compra el consumidor? , ¿Cómo compra?, ¿porque compra?, ¿quién compra cuando compra? etc. el estudio del comportamiento del consumidor de gran importancia para el desarrollo de las estrategias y tácticas de mercadotecnia. las decisiones del producto , precio , promoción y distribución tendrán más posibilidad de ser exitosa en la medida que estén basadas en investigación y conocimientos sobre el consumidor y su proceso de toma de decisiones .

3.1.1 DETERMINACION DE LA POBLACION Y MUESTRA

Es la investigación que se realizara en Quito parroquia Cumbaya su población es de 31.463 habitantes para saber que acogida tiene el producto como son aretes , manillas , collares ,ositos y esferas que vamos ofrecer en el mercado que preferencia y gustos desean que tenga cada uno de los productos para que pueda ser aceptado en la parroquia .Según el concepto del autor Vake, (2011) 2011 La población es el conjunto de elementos o sujetos que componen una población estadística es igual o mayor que el número de elementos que se obtienen de ella.

3.1.1.2 MUESTRA

Debemos tener en cuenta la exactitud que nos muestra para poder saber a lo que nos estamos enfocando y lo que tenemos que realizar. de acuerdo a este autor (Wilks,S 2013) la muestra es el número de elementos o sujetos que componen una población estadística es igual o mayor que el número de elementos que se obtienen de ella en una muestra (n).

CALCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N}{(N - 1)E^2 - 1}$$

$$n = \frac{31463}{(31463 - 1)0.05^2 - 1}$$

$$n = 394$$

Mediante la investigación de los habitantes del censo 2010 en la parroquia de Cumbaya se debe realizar 394 encuestas para ver qué porcentaje acepta el producto de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas de acuerdo a esta información nos daremos cuenta si es factible dar a conocer los manillas, aretes, collares, ositos y esferas que se va ofrecerá dicha parroquia.

3.1.2 TECNICAS DE OBTENCION DE INFORMACION

3.1.2.1 ENCUESTA

De acuerdo a la investigación debemos realizar 394 encuestas teniendo en cuenta la población que es 31463 habitantes en la parroquia Cumbaya para obtener información con facilidad según Wilks,S (2013) la encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de

interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

VENTAJAS

- Se puede obtener los datos con mayor facilidad de los productos con diferentes diseños que son diseñados con semillas como son manillas, aretes, collares etc.
- Información más exacta y de calidad para saber si el producto elaborado con semillas va ser aceptado en la parroquia de Cumbaya.
- Mayor rapidez en la obtención de información mediante las encuestas realizadas.

DESVENTAJAS

- Desconfianza de las personas al momento de realizar la encuesta en el sector de Cumbaya.
- No permite tener un análisis verdadero de la información que nos brindan en la parroquia de Cumbaya.

3.1.3 ANALISIS DE LA INFORMACION

Es el procesos mediante el cual se extraen los elementos que permiten clasificar, catalogar, describir y recuperar un material dado, de modo que se facilite la posterior búsqueda de los mismo y su adecuada organización según Díaz, A(2011) El análisis de información es ejecutado por un especialista en relación con las operaciones del procesamiento de la información para facilitar la recuperación y acceso a la misma .

3.1.3.1 ESTRUCTURACION DE LA ENCUESTA

Sexo:

Edad:

Lugar de residencia:

1.- ¿Cuál considera usted que es la razón principal por lo que adquiere estos productos diseñados con variedad de semillas?

a. Por moda y tendencias

b.- Regalos u obsequios

c.- Uso personal

2.- ¿Cuál de estos productos artesanales, elaborados con semillas adquiere con más frecuencia?

a.- Aretes

g.- oso

b.- collares

c.- esferas

f.-manillas

3.- ¿Con que frecuencia usted adquiere productos artesanos de bisutería y elementos decorativos elaborados con semilla?

a.-Quincenal

c.- bimestral

b.- Mensual

d.-semestral

otros

4.- Está usted de acuerdo que la empresa de bisutería y artículos de hogar semillitas le ofrezca bisutería y artículos decorativos para su hogar?

Si

No

5.-¿Tiene usted un sitio definido para adquirir productos de bisutería y decorativos ?

SI

NO

3.1.3 ANALISIS DE INFORMACION

1.- ¿Cuál considera usted que es la razón principal por lo que adquiere estos productos diseñados con variedad de semillas?

Tabla 16 Pregunta 1 encuesta 1

Por moda y tendencias	307	77%
Regalos u obsequios	79	20%
Uso personal	13	3%
Total	399	100%

Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

De acuerdo a la pregunta uno es el alto puntaje del 77% por moda y tendencia ya que tienden a buscar lo más reciente que ofrece el mercado para satisfacer las necesidades de los clientes.

Grafico 7 Pregunta 1 encuesta 1



Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Análisis

Se debe a que los productos como son aretes, esferas, osos de peluche, manillas y collares que ofrece la empresa semillitas satisface las necesidades del cliente de acuerdo a la calidad, diseño de tendencias y moda que ofrece.

2.- ¿Cuál de estos productos artesanales, elaborados con semillas adquiere con más frecuencia?

Tabla 17 pregunta 2 encuesta 1

Aretes	230	55%
Manillas	50	13%
Collares	80	20%
Esferas	26	7%
Osos de peluche	13	5%
Total	399	100%

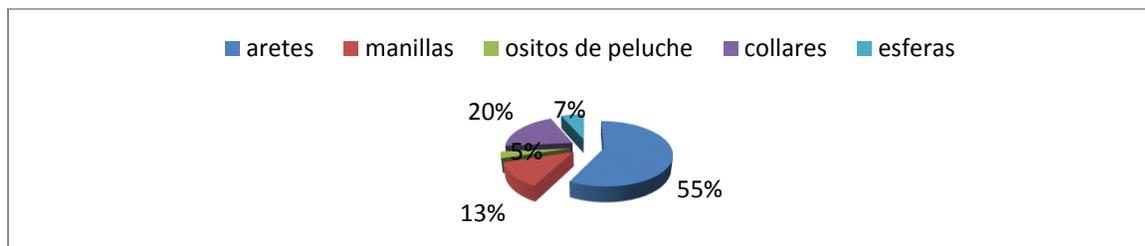
Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

El producto más aceptado de acuerdo a las personas encuestadas de Cumbaya son los aretes del 55 % que compra de acuerdo al modelo y la calidad que tenga el producto que ofrece la empresa semillitas y por la variedad de diseños .

Grafico 8 Pregunta 2 encuesta 1



Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por : Elizabeth Allauca

Análisis

Los aretes han tenido mayor acogida por las damas ya que es una bisutería que utilizan a diario las mujeres del sector de Cumbaya.

3.- ¿Con que frecuencia usted adquiere productos artesanos de bisutería y elementos decorativos elaborados con semilla?

Tabla 18 pregunta 3 encuesta 1

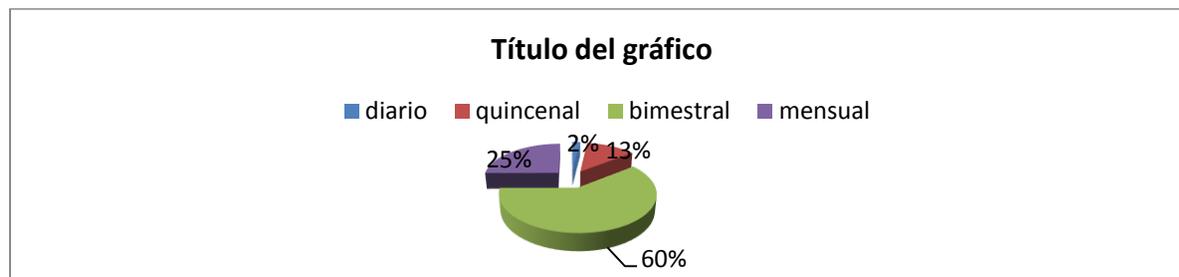
Diario	8	2%
Quincenal	50	13%
Bimestral	241	60%
Mensual	100	25%
Total	399	100%

Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por : Elizabeth Allauca

De acuerdo a la respuesta el alto puntaje es el 60 % de la compra de los productos de bisutería y artículos de hogar que es bimestralmente que adquiere ya sea para uso personal u obsequios .

Grafico 9 Pregunta 3 encuesta 1



Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

De acuerdo a la pregunta la compra es bimestralmente por necesidad o para ocasiones especiales u obsequios de cada cliente .

4.- Está usted de acuerdo que la empresa de bisutería y artículos de hogar semillitas le ofrezca bisutería y artículos decorativos para su hogar?

Tabla 19 pregunta 4 encuesta 1

si	319	80%
No	80	20%
Total	399	100%

Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

De acuerdo a los clientes están de acuerdo con la bisutería y artículos de hogar para que puedan satisfacer las necesidades siendo el 80% de aceptación para los productos de la empresa semillitas es un porcentaje favorable para la empresa.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Grafico 10 Pregunta 4 encuesta 1



Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

Mediante este porcentaje nos damos cuenta que existe mayor acogida a los productos como son manillas , aretes ,collares, ositos y esferas elaborados con semillas de la empresa de bisutería y artículos de hogar .

5.-¿Tiene usted un sitio definido para adquirir productos de bisutería y decorativos ?

Tabla 20 pregunta 5 encuesta 1

SI	119	30%
NO	280	70%
total	399	100%

Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

El 70% es el porcentaje que no tiene definido el lugar de compra de la bisutería y artículos de hogar que es una ventaja para nuestra empresa poder tener una gran acogida con esos clientes para nuestra empresa .

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Grafico 11 pregunta 5 encuesta 1



Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

La pregunta cinco no tiene un lugar definido el lugar de compra de bisutería y articulo de hogar porque no satisface sus necesidades y gustos las distintas tiendas del sector de Cumbaya.

6.- ¿En qué lugar le gustaría comprar el producto artesanal y bisutería?

Tabla 21 Pregunta 6 encuesta 1

Internet	79	20%
Tienda	100	25%
mercados artesanales	220	55%
Total	399	100%

Fuente : Estudio de mercado

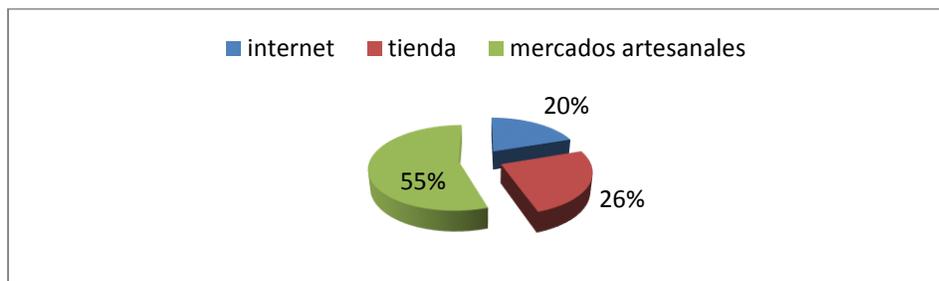
Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

De acuerdo a la pregunta seis el 55% las personas de Cumbaya quieren ver los productos en mercados artesanos para su compra .

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Grafico 12 Pregunta 6 encuesta 1



Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

ANALISIS

La oferta de los productos artesanos por la sugerencia de las personas es en el mercado artesanal para su mejor acogida de la empresa semillitas y así puedan adquirir los clientes .

7.- ¿Qué aspecto toma en cuenta al momento de comprar bisutería o una decoración?

Tabla 22 Pregunta 7 encuesta 1

Calidad	240	60%
Diseño	90	23%
Precio	69	17%
Total	399	100%

Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

La pregunta siete ha obtenido el 60% que es la calidad ya que las personas del sector de Cumbaya dan esa sugerencia para los productos artesanos para su mayor compra .

Grafico 13 Pregunta 7 encuesta 1



Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por : Elizabeth Allauca

Análisis

Los clientes se enfocan más en la innovación y calidad del producto que ofrecemos para su acogida y comprar.

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un artículo elaborado con semillas?

Tabla 23 Pregunta 8 encuesta 1

\$1 - \$6	360	90%
8\$ -\$10	26	7%
12\$ - \$15	13	3%
Total	399	100%

Fuente : Estudio de mercado

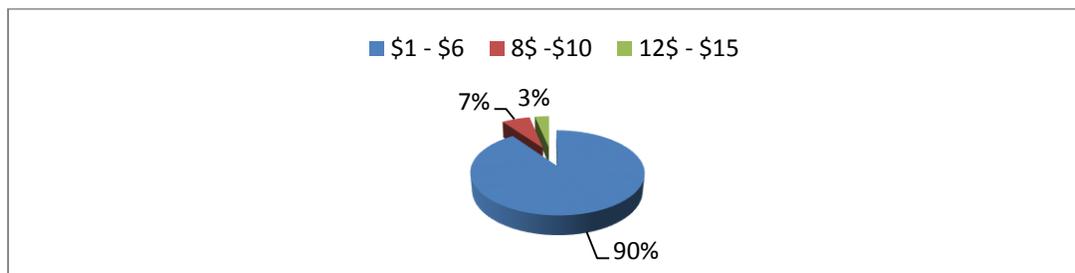
Elaborado por : Elizabeth Allauca

Análisis

En la pregunta el 90% de las personas están dispuestas a pagar por una artesanía ya que es un valor justo para cada bisutería y artículos de hogar de la empresa.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Grafico 14 Pregunta 9 encuesta 1



Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por : Elizabeth Allauca

Análisis

Las personas de Cumbaya compran las artesanías por sus modelos, diseños y por sus precios están al alcance de los clientes.

9.-¿Cuál es el color favorito que desea de los productos tanto de manillas, aretes, collares decorados con semillas etc.?

Tabla 24 Pregunta 9 encuesta 1

Negro	294	74%
Blanco	80	20%
Rosado	20	5%
Otros	5	1%
Total	399	100%

Fuente : Estudio de mercado

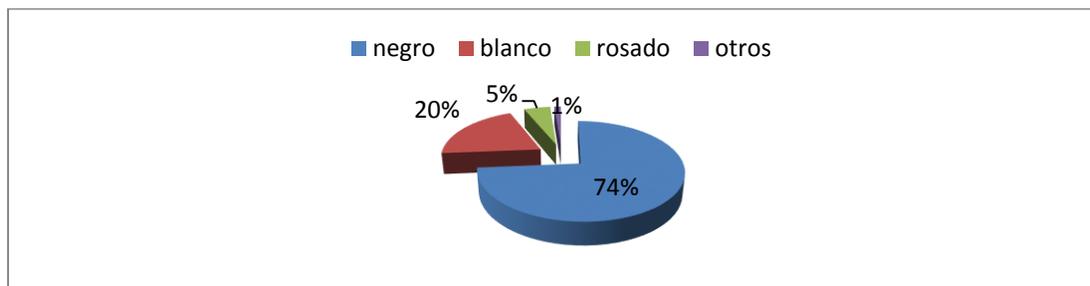
Elaborado por : Elizabeth Allauca

Análisis

La pregunta nueve ha obtenido el 94% de acogida para el color de la elaboración de las artesanías sean de negro ya que es el color favorito que requieren las personas de Cumbaya.

Desarrollo de productos en el sector artesanal, mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Grafico 15 Pregunta 9 encuesta 1



Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

La mayor compra de las artesanías requiere el color negro ya que es un color que combinan con sus prendas de vestir y es el color favorito de más de la mitad de las personas encuestadas.

10.- ¿Está usted satisfecho con los productos que le ofrece la competencia.?

Tabla 25 Pregunta 10 encuesta 1

SI	119	30%
NO	280	70%
total	399	100%

Fuente : Estudio de mercado

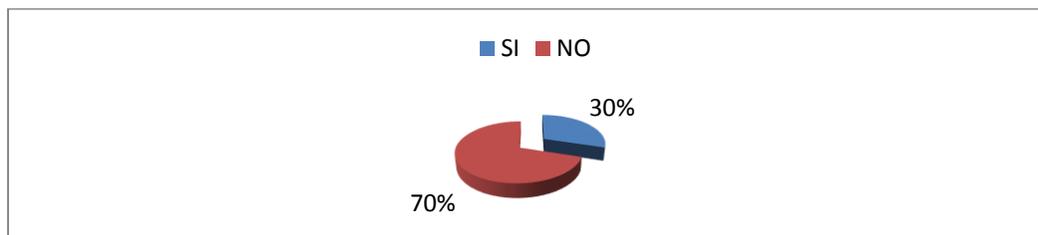
Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

El 70% no cubren sus necesidades con los productos que les ofrecen por eso buscan nuevos vendedores para poder comprar su bisutería y artículos de hogar.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Grafico 16 Pregunta 10 encuesta 1



Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

Las personas de Cumbaya buscan nuevos productos de innovación para poder cubrir con sus necesidades y sugieren que sea de buena calidad e innovadores los productos de bisutería.

11.- ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre el producto decorado con semillas?

Tabla 26 pregunta 11 encuesta 1

Internet	198	50%
televisión	102	26%
Radio	99	25%
Total	399	100%

Fuente : Estudio de mercado

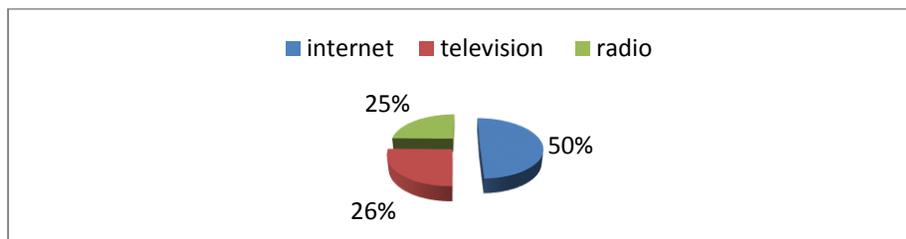
Elaborado por :Elizabeth Allauca

Análisis

La pregunta once ha tenido mayor acogida con el 50% ya que el internet está al alcance de las personas para poderse informar.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Grafico 17 Pregunta 11 encuesta 1



Fuente : Estudio de mercado

Elaborado por : Elizabeth Allauca

Análisis

Las personas sugieren el internet como un medio de mayor información y de fácil acogida ya que se puede dar a conocer cada uno de los productos al cliente.

3.2 OFERTA

De acuerdo a este concepto nos da a conocer y analizar lo que podemos producir para ofrecer a los consumidores para que puedan satisfacer las necesidades y preferencias. Según Navarro, J (2008) Es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta.

3.2.1 OFERTA ACTUAL

Tabla 27 Oferta actual

Empresas	Cantidad de productos	\$
Elegant style	120	360
Sexi locuras	98	196
Fiesta fácil	100	300
Bazar y papelería la economía	180	900
Un mundo de variedades	110	220
TOTAL	608	1976

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Análisis de la oferta actual es los productos que las tiendas ofrecen en el sector de Cumbaya y no cubren con las necesidades de las personas es de 1976 artículos y bisutería anuales.

Tabla 28 Oferta actual 2014

Año	O .actual
2014	2049

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

3.2.2 OFERTA HISTÓRICA

La oferta histórica está enfocada en las artesanías que son adquiridas por los diferentes países que adquieren para ofrecer en sus clientes.

Tabla 29 OFERTA HISTÓRICA

AÑO	PIB SECTORIAL %	OFERTA HISTORICA
2013	3.7%	1902
2012	6.8%	1772
2011	6.9%	1649
2010	6.7%	1538
2009	3.7%	1481

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Análisis de la oferta histórica son porcentajes de los productos vendidos en los años anteriores de las artesanías ya que en el 2013 ha tenido 1902 productos en oferta .

3.2.3 OFERTA PROYECTADA

La proyección de la oferta ha sido calculada tomando en cuenta el PIB sectorial, el cual nos ha permitido determinar la proyección de la oferta, partiendo de la oferta actual.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Tabla 30 OFERTA PROYECTADA

Año	o. proyectada
2015	2124
2016	2202
2017	2283
2018	2367
2019	2454

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS

Son aquellos bienes que cumplen una función similar por tanto pueden ser sustituidos al producto principal que son las bisuterías y artículos de hogar según Santillán,M(2008) son bienes sustitutos o bienes que compiten en el mismo mercado se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Tabla 31 PRODUCTOS SUSTITUTOS

bisutería y decoración de plata	aretes, manillas y collares de plata
bisutería y decoración de oro	esferas
bisutería y decoración de bambalina	manillas y aretes
bisutería y decoración de tahua	manillas , collares y ositos

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

3.4 DEMANDA

Es la relación con la cantidad de bienes que el consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido según Navarro J. (2008) Es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

3.1 DEMANDA HISTÓRICA

Tabla 32 Demanda histórica

Año	d. histórica
2013	312390
2012	307705
2011	303090
2010	298544
2009	294066
2008	289656

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Análisis a partir de los datos estadísticos del comportamiento de los bienes que se han puesto en el mercado con productos similares la empresa semillitas esta apta para poder cubrir las necesidades enfocándose en la demanda histórica que se presenta.

3.2 DEMANDA ACTUAL

Tabla 33 Demanda actual

Año	D. actual
2014	317147

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Para el cálculo de la demanda actual se ha considerado el número de artesanías y artículos de hogar que se vende y un precio referencial que son relacionarlas con establecimientos como: catalogo, revistas, y de diferente marca permitiéndonos obtener la demanda actual correspondiente.

3.3 DEMANDA PROYECTADA

Tabla 34 Demanda proyectada

Año	Crecimiento poblacional %	D. proyectada
2015	1,015	321904
2016	1,015	326732
2017	1,015	331632
2018	1,015	336606
2019	1,015	341655

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

La demanda proyectada se tomó en cuenta en relación del consumo de artesanías de bisutería y artículos de hogar en unidades y miles de dólares anuales, desde el año 2014 hasta el 2019.

3.5 BALANCE DE LA DEMANDA Y OFERTA

Para determinar la demanda insatisfecha, se toma en cuenta los datos proyectados tanto de la demanda como de la oferta. Es importante determinar el balance entre la oferta y demanda, estableciendo de esta forma la brecha existente, denominada demanda insatisfecha

Tabla 35 Balance de la demanda y oferta

Año	d. proyectada	o. proyectada	d. insatisfecha
2014	321904	2124	319780
2015	326732	2202	324530
2016	331632	2283	329349
2017	336606	2367	334239
2018	341655	2454	339201

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

CAPITULO VI

4 ESTUDIO TECNICO

Nos ayuda hacer un análisis del proceso de producción de los aretes, collares, manillas para poder hacer una inversión de la empresa de bisutería y artículos de hogar semillitas según el autor Portales, D (2011) Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar.

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Es la capacidad que la empresa semillitas que puede producir en un tiempo determinado en lo que es bisutería y artículos de hogar también nos ayuda a ver las características y dimensión del mercado al cual nos estamos enfocando según Rojas, F (2007). El tamaño de un proyecto es la capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

4.1.1 CAPACIDAD INSTALADA

Es la cantidad que puede tener las plantas para que no se pueda exceder si no le da un rango máximo que puede abastecer según Carreto, I (2011) Es la cantidad máxima de bienes que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

Tabla 36 CAPACIDAD INSTALADA

Producción semanal	Producción de los dos trabajadores al MENSUAL	Producción de los dos trabajadores ANUAL
collares	90	1080
Aretes	90	1080
Manillas	88	1056
Ositos	45	960
Esferas	80	540
TOTAL	393	4716

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

4.1.2 PRODUCTOS PRODUCIDOS A UN AÑO

La siguiente tabla nos indica el 100% de la capacidad máxima de producción de cada uno de los artículos de hogar y bisutería semillitas

Tabla 37 Productos producidos a un año

NUMERO	ARTICULO	NUMERO DE ARTÍCULOS
1	Collares	1080
2	Aretes	1080
3	Manillas	1056
4	Esferas	960
6	Osos	540

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

4.1.3 SUELDO DEL PERSONAL

La siguiente tabla nos indica los sueldos correspondientes a cada uno del personal que trabajara en la empresa de bisutería y artículos de hogar semillitas.

Tabla 38 SUELDO DEL PERSONAL

NUMERO	CARGO	SUELDO
1	GERENTE GENERAL	\$ 420,00
2	Trabajador 1	\$ 340,00
3	Trabajador 2	\$ 340,00

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

4.1.2 CAPACIDAD ÓPTIMA

Es la capacidad que la empresa semillitas tiene para producir artículos de hogar y bisutería según Pedraza, Y (2011) la capacidad optima es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

4.2.1 LOCALIZACION

Tiene el propósito de buscar la ubicación y cubrir las exigencias del proyecto de bisutería y artículos de hogar que sea factible durante el periodo del proyecto según (Erosa, 2004, pág. 78) Consiste en analizar las variables consideradas como factores de localización, las que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo de producción.

4.2.1 MACRO LOCALIZACION

Es donde la empresa de bisutería y artículos de hogar va estar ubicada en el sector y pueda tener una gran acogida teniendo en cuenta lo bueno y malo que se puede presentar en la acogida de collares ,aretes, manillas ,osos y esferas elaboradas con semillas según Hernández, A (2012) Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas.

Grafico 18 Macro localización



Hace referencia en la ubicación macro en donde se va a llevar a cabo el proyecto

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Parroquia	Cumbaya

4.2.2 MICRO – LOCALIZACION

Es donde realmente se debe poner la empresa para poder vender los productos como son aretes , manillas , collares , ositos y esferas elaborados con semillas para que tengan una gran

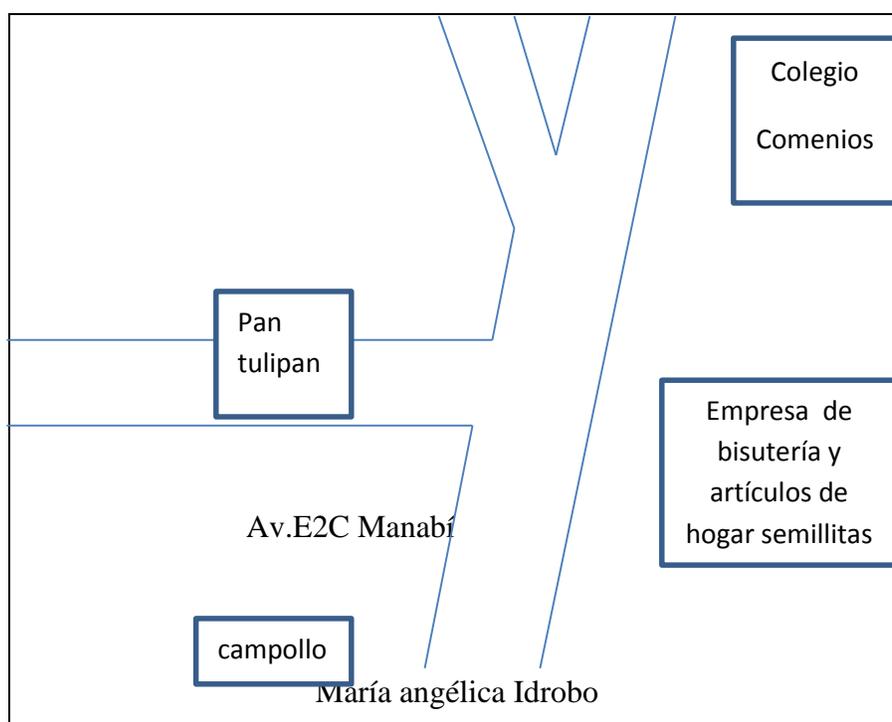
Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

acogida según la ubicación que tenga según Hernández , A (2012) . Elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

4.2.3 LOCALIZACION ÓPTIMA

Esto ayuda a la empresa de bisutería y artículos de hogar semillitas a que tenga mayor rentabilidad de los aretes , manillas ,esferas ,ositos y collares para obtener una ganancia de acuerdo a los productos mencionado según este autor Ordoñez, J (2011) Es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital

Grafico 19 Localización optima



4.3.1 INGENIERIA DEL PRODUCTO

Esto se refiere al proceso de elaboración hasta cuando esté terminado para la comercialización de cada uno de los productos como son aretes , manillas , anillos , collares,

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

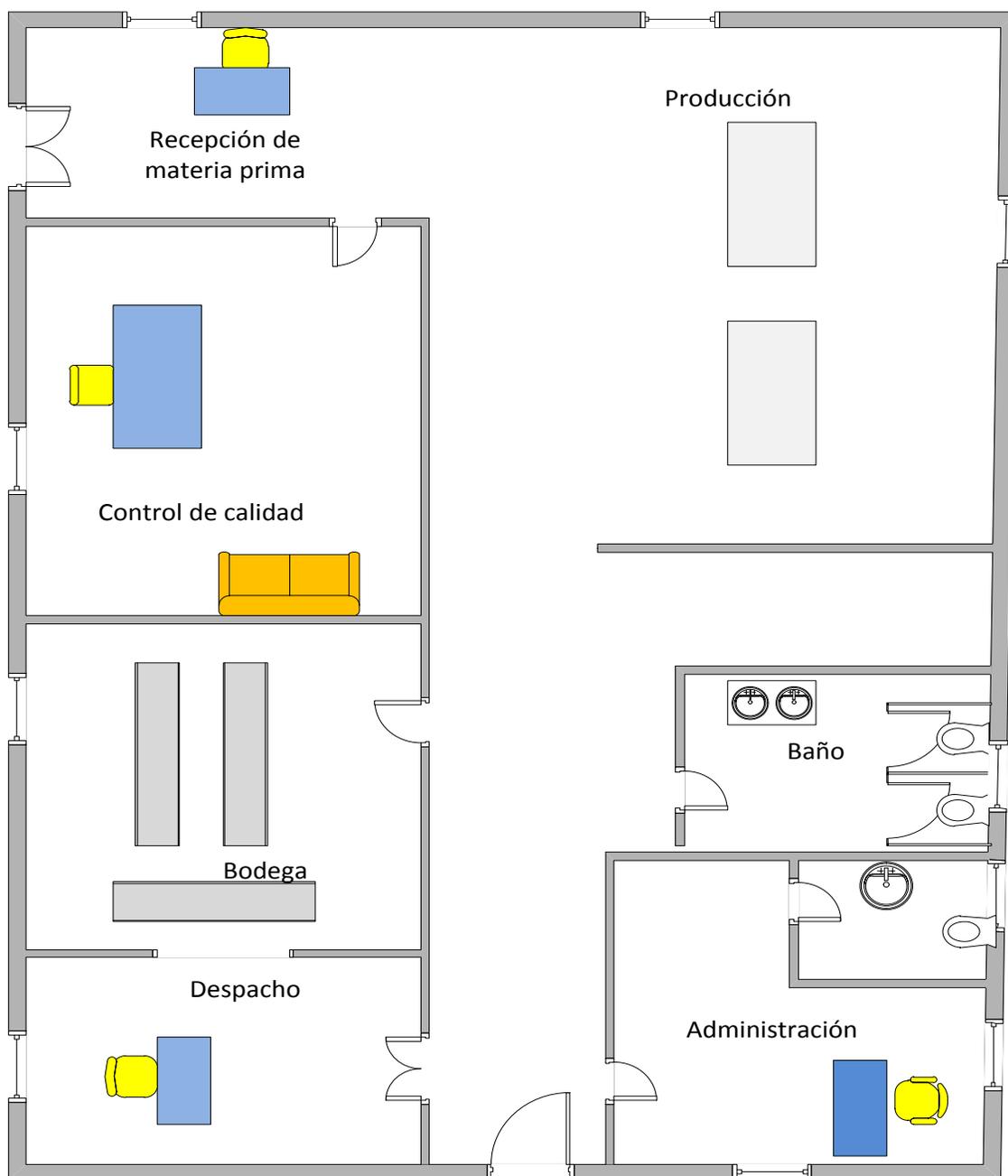
ositos y esferas según el autor Techne, (2013) .Es una disciplina de la ingeniería cuyo objeto es el diseño y desarrollo de productos desde la concepción inicial hasta su puesta en el mercado. Implica una continua toma de decisiones basadas en conocimiento positivo para ir modelando el producto.

4.3.1 DEFINICION DEL BUS

De acuerdo a esto podemos dar a conocer los productos y hacer promociones de los aretes, manillas, collares, esferas, ositos para buscar que facilidades podemos encontrar y pueda ser reconocido, vendido el producto con facilidad tenemos acceso a poder intercambiar información de cómo debemos hacer la comercialización de los productos. Según Ballmer,S (2007) Conjunto de dispositivos de conexión utilizados por los distintos componentes de un ordenador para intercambiar datos e información. Se caracterizan por su capacidad y los elementos que unen, clasificándose en bus de direcciones, bus de datos, bus de entrada y salida.

4.3.2 DISTRIBUCION DE LA PLANTA

Esto se refiere a cómo va estar distribuida cada una de las plantas de la empresa semillitas de acuerdo a los departamentos que va estar en la empresa y sean necesarios según el autor Becerra, F (2013) Es un concepto relacionado con la disposición de las máquinas, los departamentos, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes dentro de una instalación productiva propuesta o ya existente.

Grafico 20 Distribución de la planta

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

CÓDIGOS DE CERCANÍA

A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Sin importancia
X	Cercanía indiferente

Factores del proceso

1	Por proceso
2	Por gestión administrativa
3	Ruido
4	Precaución
5	Higiene

MATRIZ TRIANGULAR

Area de administracion	12
Despacho	02
Materia prima	01 U1
Produccion	11 02
Bodega	E1 U5 U3
Control de calidad	01 11 E5
baño	11 E1 U5
	11 U5
	U5
	U5

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

4.3.3 PROCESO PRODUCTIVO

Conjunto de fases por las que pasa un producto para la transformación de los factores productivos en productos elaborados o semielaborados. BANCA, (2013) de acuerdo a este autor son las etapas que se debe realizar para la elaboración de los productos como son las manillas, collares , aretes , anillos , esferas y ositos que están elaborados mediante semillas para tener un producto apto para la comercialización .

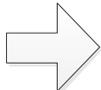
SIMBOLOGIA



NOMBRE DEL PROCES



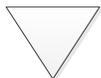
OPERACIÓN



TRANSPORTE

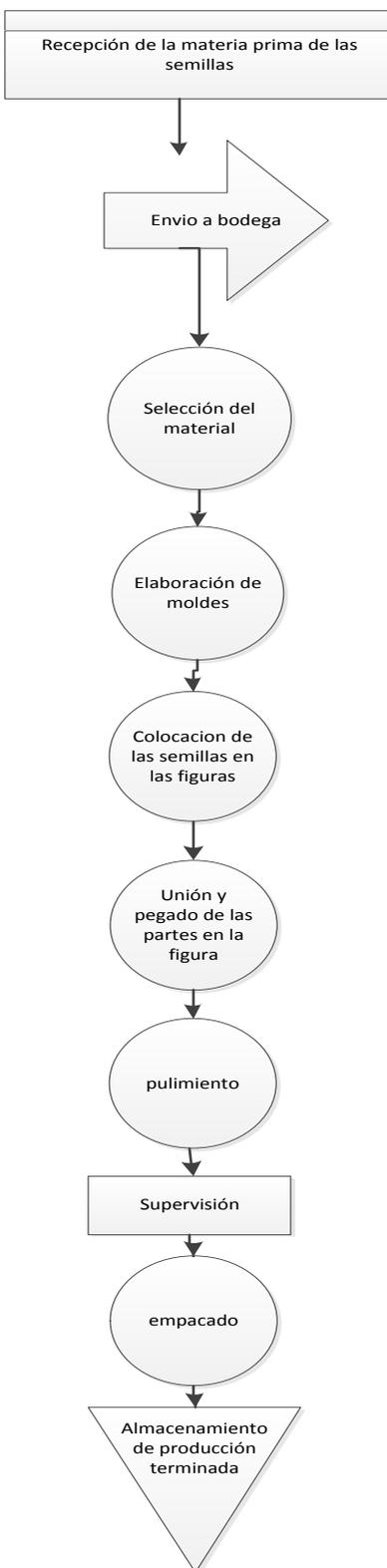


SUPERVICION



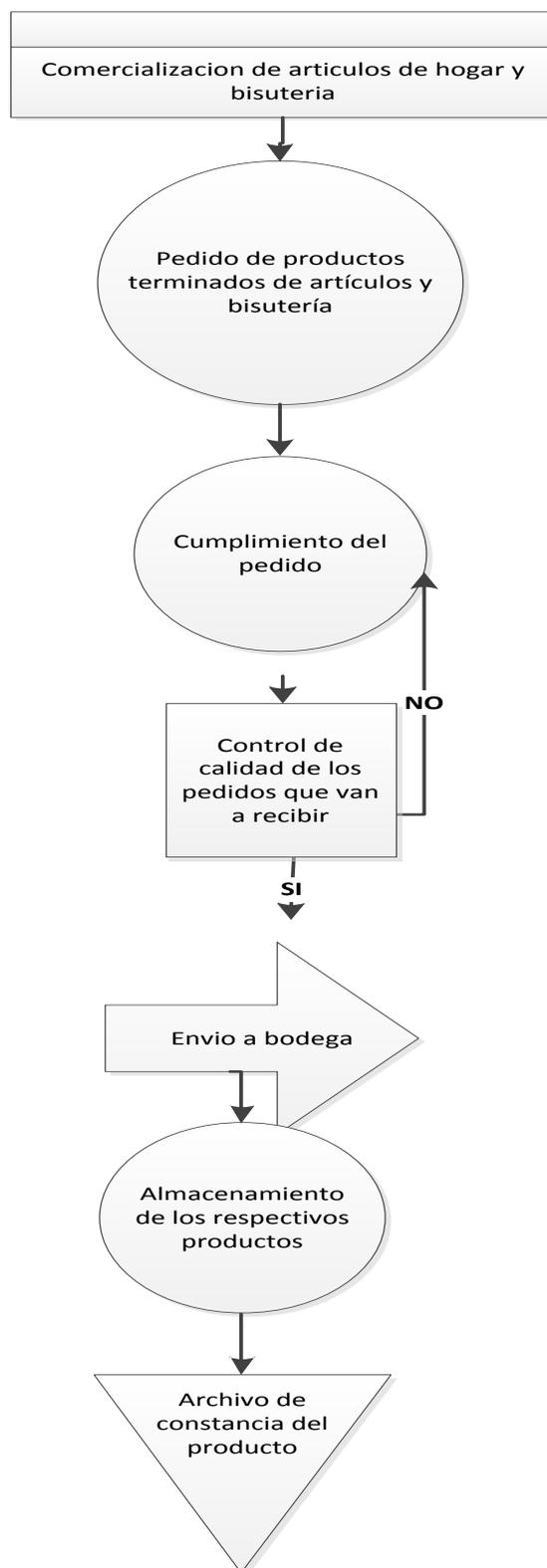
ALMACENAMIENTO

PROCESO PRODUCCION



Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Proceso de comercialización



Desarrollo de productos en el sector artesanal, mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

4.3.4 MAQUINARIA

Es un conjunto de elementos móviles y fijos cuyo funcionamiento posibilita aprovechar, dirigir, regular o transformar energía o realizar un trabajo con un fin determinado. Wikipedia, (2006) de acuerdo a este concepto son los materiales que vamos a utilizar para la producción de los aretes , manillas , collares ,ositos ,anillos y esferas para poder producir mayor cantidad a menor tiempo .

LA MAQUINARIA SE ENCUENTRA EN EL ANEXO DOS

4.3.5 EQUIPOS

Los grupos o equipos de trabajo en las empresas son necesarias para resolver los problemas propios de su actividad que van apreciando. Luis,F (2008) de acuerdo a este autor nos ayuda a hacer más rápido las actividades que se está realizando la necesidad que se tiene para hacer lo más rápido posible como son las manillas , aretes , ositos , collares , anillos y esferas para su elaboración con semillas .

Tabla 39 Maquinaria y equipos

<u>EQUIPOS</u>			-	-
<u>N</u>	<u>DETALLE</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>VALOR UNITARIO</u>	<u>VALOR TOTAL</u>
1	EQUIPOS			
1.2	BERBIQUI	2	40,00	80,00
1.3	PISTOLA	2	14,00	28,00
1.4	TIGERAS	2	16,59	33,18
1.5	MESA DE ALUMINIO	2	60,00	120,00
	TOTAL			1585

FUENTE : Estudio de mercado

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

CAPITULO V

5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALE

Los ingresos operacionales son los ingreso generados por el negocio día a día y los no operacionales se refiere a las tasas de interés que se debe pagan en los bancos por los créditos que se requieren para la empresa de acuerdo al autor Gerencie.com, (2010) Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal.

Tabla 40 Ingresos operacionales

	2014	2015	2016	2017	2018
collar	\$ 2.974,00	\$ 3.054,30	\$ 3.136,77	\$ 3.221,46	\$ 3.308,44
aretes	\$ 2.938,72	\$ 3.018,07	\$ 3.099,56	\$ 3.183,24	\$ 3.269,19
manilla	\$ 2.620,72	\$ 2.691,48	\$ 2.764,15	\$ 2.838,78	\$ 2.915,43
esfera	\$ 3.339,48	\$ 3.429,65	\$ 3.522,25	\$ 3.617,35	\$ 3.715,02
oso	\$ 1.793,83	\$ 1.842,26	\$ 1.892,00	\$ 1.943,09	\$ 1.995,55
total	\$ 15.680,76	\$ 16.050,76	\$ 16.430,73	\$ 16.820,93	\$ 17.221,63

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.2 COSTOS

Es la erogación económico que representa la fabricación de un producto como pagos de salarios a trabajadores la compra de materiales para obtener los fondos de financiación y administración de la empresa semillitas de acuerdo a este autor . Cruz, R (2014) Es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

5.2.1 COSTOS DIRECTOS

Son los cargos por concepto de materia prima ,mano de obra y de gastos directamente a la fabricación de los artículos de hogar y bisutería terminado de un proceso manufacturero de acuerdo a este autor Loaiza, J (2012) Es todo aquel costo que se puede asociar directamente a la producción de un solo producto y que por tanto solo debe figurar en la contabilidad de costos de ese producto .

Tabla 41 Costos directos

costo de producción	Cantidad	sueldo mes	iess	valor mensual	valor anual
Mod					
producción	2	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 381,31	\$ 4.575,72
Total	2	\$ 680,00	\$ 82,62	\$ 762,62	\$ 9.151,44

Collares

costo de producción	Cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
Maíz	15	\$ 0,30	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 54,00
Total	15	\$ 0,30	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 54,00
costo de producción	Cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
pepa sandia	6	\$ 0,40	\$ 2,40	\$ 2,40	\$ 28,80
Total	6	\$ 0,40	\$ 2,40	\$ 2,40	\$ 28,80

Manilla

costo de producción	Cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
p. zapallo	22	\$ 0,50	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 132,00
Total	22	\$ 0,50	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 132,00

Esfera

costo de producción	Cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
Eucalipto	40	\$ 0,40	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 192,00
esfera de espuma Flex	40	\$ 0,80	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 384,00
Total		\$ 1,20	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 576,00

Oso

costo de producción	Cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
Frejol	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
Total	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

5.2.2 COSTOS INDIRECTOS

Son los que no integran en la producción y son los que pueden ser utilizados en otras actividades según. Loaiza, J (2012) Son aquellos costos que afectan el proceso productivo en general de uno o más productos por lo que no se puede asignar directamente a un solo producto sin usar algún criterio de asignación .

Tabla 42 Costos indirectos

costos indirectos	Cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
Broches	90	\$ 0,10	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 108,00
pega silicón	40	\$ 0,30	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 144,00
funda reciclada	270	\$ 0,20	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 648,00
Hilo	20	\$ 0,80	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 192,00
Pintura	5	\$ 1,80	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Total			\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.2.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son los que se generan del manejo de la empresa es decir todos los gastos que se genera en las oficinas y el personal administrativo según el autor Núñez, E (2013) Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas.

Tabla 43 Gastos administrativos

Personal	sueldo mes	iess	valor mensual	valor anual
gerente general	\$ 420,00	\$ 51,03	\$ 471,03	\$ 5.652,36
Cajera		\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$ 420,00	\$ 51,03	\$ 471,03	\$ 5.652,36

otros gastos

Concepto	valor mensual	valor anual
Arriendo	\$ 90,00	\$ 1.080,00
material de aseo	\$ 60,00	\$ 720,00
Luz	\$ 23,00	\$ 276,00
Agua	\$ 23,00	\$ 276,00
Teléfono	\$ 24,00	\$ 288,00
Total	\$ 220,00	\$ 2.640,00

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.2.4 GASTOS DE VENTAS

Es el desembolso que incurre para poder vender los productos terminados de la empresa que se van a fabricar para comercializarlos de acuerdo al autor Gerencie.com, (2010) Es el gasto en que se realiza al vender un producto en el caso de la empresa semillitas es erogación q se realiza en la publicidad.

Tabla 44 Gastos de ventas

concepto	valor mensual	valor anual
Trípticos y tarjetas	\$ 85,00	\$ 1.020,00
total	\$ 85,00	\$ 1.020,00

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Los gastos de ventas para el proyecto en un año ha sido de 1020 para dar publicidad de las artesanías de la empresa semillitas.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

5.2.5 COSTOS FINANCIEROS VER ANEXO 3

Son las retribuciones que se deben pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para mantener en el tiempo activo que permitan el funcionamiento operativo de la compañía. Veashino, (2012)

Tabla 45 Costos financieros

Tasa de interés	11,83%	anual convertible semestral
-----------------	--------	--------------------------------

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORADO POR: Elizabeth Allauca

5.2.6 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los costos fijos que permanecen y no cambian ya sea por venta o por producción de los artículos de hogar y bisutería y los variables son los que no son permanentes si no están en movimiento ya sea las ventas o la actividad según Linocup, (2012) Los costos fijos son los que no varían con los cambios en el volumen de las ventas o en el nivel de producción ejemplo alquileres, salarios administrativos entre otros. Los costos variables son los que varían al volumen de las ventas o al nivel de la actividad ejemplo la materia prima o la compra de mercancías la mano de obra directa

Tabla 46 COSTO FIJO

concepto	2015	2016	2017	2018	2019
costo fijo	\$ 7.752,36	\$ 7.870,20	\$ 7.989,82	\$ 8.111,27	\$ 8.234,56

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Desarrollo de productos en el sector artesanal, mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Tabla 47 COSTO VARIABLE

costos de producción	
Concepto	2014
Mod	\$ 9.151,44
Mpd	\$ 802,80
Cif	\$ 1.200,00
Total	\$ 11.154,24

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.2 INVERSIONES

Es el empleo del capital en el negocio de la bisutería y artículos de hogar con el fin de incrementar el negocio para obtener beneficios futuros de la empresa semillitas de acuerdo a este autor Mankiw, G (2014) La inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo.

5.2.1 INVERSION FIJA

Mediante a este concepto se refiere que las inversiones que se hace para la empresa semillitas se puede recuperar mediante la depreciación de la vida útil de los equipos que se adquiere para la producción de dicha empresa según el autor Paspuel, J (2012) Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto ya que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian tal es el caso de las maquinarias, equipos , muebles , enseres ,vehículos y se les recupera mediante el mecanismo de depreciación

5.2.1.1ACTIVO FIJO

La inversión fija está conformada por los activos fijos, es decir aquellas propiedades, maquinaria y equipos necesarios para la producción, cuya vida útil estimada sea de al menos un año y que no estén destinados para la venta.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Tabla 48 Activo fijo

Descripción	Nº de Unidades	Precio unitario	Total
Equipo de Oficina			
Impresora Epson	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Teléfonos Confesional	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Total			\$ 240,00
Equipo de Computación			
Computadora Intel Core 17	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Total			\$ 1.400,00
Muebles y Enseres			
Mesas de Ofician	3	\$ 460,00	\$ 1.380,00
sillones Ejecutivos	3	\$ 450,00	\$ 1.350,00
Archivero	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Exhibidores	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Vitrinas	3	\$ 120,00	\$ 360,00
Sillas giratorias	3	\$ 90,00	\$ 270,00
Total			\$ 3.780,00
Útiles de Oficina			
Caja de Esferos	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Resmas de Papel	24	\$ 3,50	\$ 84,00
Caja de Resaltadores	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Grapadoras	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Perforadoras	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Paquete de carpetas	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Total			\$ 133,00
Útiles de aseo			
escoba	1	\$ 2,50	\$ 2,50
recogedor de basura	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Trapeador	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Pinokling	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Total			\$ 10,00
maquinaria y equipo			
Berbiquí	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Pistola	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Tijeras	2	\$ 16,59	\$ 33,18
mesa de aluminio de trabajo	2	\$ 60,00	\$ 120,00
TOTAL	8	\$ 110,59	\$ 221,18
TOTAL			\$ 5.784,18

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

5.2.1.2 ACTIVOS NOMINALES DIFERIDOS

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos, naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación, inclusive en lo que se refiere a su amortización.

Pillaher, (2007)

Tabla 49 Activos nominales diferidos

activos diferidos o nominales	
gasto de constitución	\$ 250,00
inversión total activos nominales	\$ 250,00

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.2.2 CAPITAL DE TRABAJO

Es todos los recursos que necesita la empresa de artículos de hogar y bisutería para poder iniciar a desarrollar sus actividades según Elías, M (2012) Son aquellos recursos que requiere la empresa para desarrollar sus operaciones económicas. En ese sentido, el Capital de Trabajo viene a ser la diferencia existente entre los activos corrientes (importe suministrado por los acreedores a largo plazo y por los accionistas) totales y los pasivos corrientes totales de la empresa.

Tabla 50 Capital de trabajo

	1 mes	2 mes	total
costos de producción	\$ 956,19	\$ 956,19	\$ 1.912,37
Gasto adm.	\$ 691,03	\$ 691,03	\$ 1.382,06
gasto de venta	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 170,00
inversión total capital	\$ 1.732,22	\$ 1.732,22	\$ 3.464,43

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.2.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS

Son los recursos que necesita para poder realizar sus objetivos a cumplirse para que siempre siga en adelante y los usos permiten asegurarse la utilización de los recursos en las distintas actividades que se realizaron. según Rio, G (2012) Es la manera de como una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso. Y sus usos de fondos es un estado que permite verificar el origen de los fondos, de dónde provienen los recursos, y su utilización, es decir, en qué aplicamos los recursos que se generaron en el período.

Tabla 51 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Concepto	recursos propios	recursos financiados	recursos utilizados
activos fijos			
maquinaria y equipos	\$ 132,71	\$ 88,47	\$ 221,18
útiles de oficina	\$ 79,80	\$ 53,20	\$ 133,00
muebles y enseres	\$ 2.268,00	\$ 1.512,00	\$ 3.780,00
equipo de computo	\$ 770,00	\$ 630,00	\$ 1.400,00
equipo de oficina	\$ 144,00	\$ 96,00	\$ 240,00
inversión total de activos fijos	\$ 3.394,51	\$ 2.379,67	5.774,18
% participación de la inversión	59%	41%	100%
activos diferidos			
gasto de constitución	\$ 250,00	\$ -	\$ 250,00
inversión total activos diferidos	\$ 250,00	\$ -	250,00
% participación de la inversión	100%	-	100%

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.2.4 AMORTIZACION DE FINANCIAMIENTO (Tabla de amortización)

En general, las personas solicitan préstamos a instituciones financieras para financiar el proyecto que se va a realizar o adquisición de un bien según el autor Perez, R (2012) Todo préstamo que se adquiere debe pagarse por una parte unos intereses por concepto del uso y disfrute del capital recibido y por otra, reembolsar dicho capital en una o varias épocas, previamente acordadas.

El cuadro muestra el capital, el interés a pagar, la cuota de pago y el valor a pagar cada semestre.

Tabla 52 Amortización de financiamiento

tabla de amortización del préstamo						
			banco pichincha			
capital	\$ 8.000,00					
tasa de interés	11,83%	anual convertible semestral				
n° de cuotas	6					
plazo	3	Años				
año	Periodo	amortización	interés	valor total	saldo insoluto	
	0				\$ 8.000,00	
2014	1	\$ 1.149,36	\$ 473,20	\$ 1.622,56	\$ 6.850,64	
2014	2	\$ 1.217,34	\$ 405,22	\$ 1.622,56	\$ 5.633,30	
2015	3	\$ 1.289,35	\$ 333,21	\$ 1.622,56	\$ 4.343,95	
2015	4	\$ 1.365,61	\$ 256,94	\$ 1.622,56	\$ 2.978,33	
2016	5	\$ 1.446,39	\$ 176,17	\$ 1.622,56	\$ 1.531,94	
2016	6	\$ 1.531,94	\$ 90,61	\$ 1.622,56	\$ 0,00	

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.2.5 DEPRESIACIONES (Tabla de depreciación)

Es de acuerdo a los años de vida útil de depreciación que tiene cada artículo ya sea maquinaria, muebles o equipos de computación de la empresa semillitas según Rosmarn, (2011)

Es un reconocimiento racional y sistemático del costo de los bienes, distribuido durante su vida útil estimada, con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público.

Tabla 53 DEPRESIACIONES

Concepto		años de vida útil			
equipo de computo		3			
maquinaria y equipo		10			
Infraestructura		20			
equipo de computo					
2014	2015	2016	2017	2018	valor residual
\$ 466,67	\$ 466,67	\$ 466,67			
			\$ 466,67	\$ 466,67	\$ 466,67
equipo de oficina					
\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	
maquinaria y equipo					
2014	2015	2016	2017	2018	valor residual
\$ 22,12	\$ 22,12	\$ 22,12	\$ 22,12	\$ 22,12	\$ 221,18
amortización activos nominal					
2014	2015	2016	2017	2018	valor residual
\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ -

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.2.6 ESTADO DE SITUACION INICIAL

Es un estado donde plasma cada una de las cosas de la empresa semillitas que existe en un tiempo de acuerdo a este autor Tovar, A (2011) Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado.

Tabla 54 Estado de situación inicial

Activos		
activo corriente		\$ 11.120,00
Bancos	\$ 11.000,00	
caja chica	\$ 120,00	
activo fijo		\$ 5.641,18
Infraestructura	\$ -	
Vehículo	\$ -	
maquinaria y equipos	\$ 221,18	
muebles y enseres	\$ 3.780,00	
equipo de computo	\$ 1.400,00	
equipo de oficina	\$ 240,00	
activo diferido		\$ 250,00
gastos de constitución	\$ 250,00	
total activos		\$ 17.011,18
Pasivos		
pasivo corriente		\$ 8.000,00
préstamo bancario por pagar	\$ 8.000,00	
total pasivos		\$ 8.000,00
Patrimonio		
Capital	\$ 9.011,18	
total patrimonio		\$ 9.011,18
total pasivo + patrimonio		\$ 17.011,18

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORADO POR: Elizabeth Allauca

 Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

5.2.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS (a cinco años)

Es de acuerdo a los porcentajes obtenidos para poder proyectar a los distintos periodo del proyecto que se va a realizar a cinco años según Viirri1290, (2012) El estado de resultados presenta de manera contable la utilidad de un periodo de actividad del establecimiento, además los organismos de control lo usan como una herramienta de control y valoración de tributación.

Tabla 55 Estado de resultados

	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS	\$ 15.680,76	\$ 16.050,76	\$ 16.430,73	\$ 16.820,93	\$ 17.221,63
- COSTO FABRICACION	\$ 2.645,96	\$ 2.664,02	\$ 2.682,55	\$ 2.701,54	\$ 2.721,03
= UTILIDAD BRUTA EN VENTA	\$ 13.034,80	\$ 13.386,74	\$ 13.748,18	\$ 14.119,39	\$ 14.500,61
- GASTOS administrativos	\$ 6.732,36	\$ 6.834,69	\$ 6.938,58	\$ 7.044,05	\$ 7.151,12
G. VENTAS	\$ 1.020,00	\$ 1.035,50	\$ 1.051,24	\$ 1.067,22	\$ 1.083,44
= UTILIDAD EN OPERACIÓN	\$ 5.282,44	\$ 5.516,55	\$ 5.758,36	\$ 6.008,12	\$ 6.266,05
± MOVIMIENTO FINANCIERO	\$ 878,42	\$ 590,15	\$ 266,78	\$ -	\$ -
= UTILIDA ANTES PARTICIPACION DE IMPUESTO	\$ 4.404,03	\$ 4.926,39	\$ 5.491,58	\$ 6.008,12	\$ 6.266,05
- 15% TRABAJADORES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= UTILIDAD ANTES DE P. IMPUESTO RETENCION	\$ 4.404,03	\$ 4.926,39	\$ 5.491,58	\$ 6.008,12	\$ 6.266,05
- 15% IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= UTILIDAD EN EJERCICIO	\$ 4.404,03	\$ 4.926,39	\$ 5.491,58	\$ 6.008,12	\$ 6.266,05

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.2.8 FLUJO DE CAJA

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa. Según el autor Miers, B (2008) Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

Tabla 56 Flujo de caja

flujo de caja		2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS		\$ 15.680,76	\$ 16.050,76	\$ 16.430,73	\$ 16.820,93	\$ 17.221,63
COSTO FABRICACION		\$ 2.645,96	\$ 2.664,02	\$ 2.682,55	\$ 2.701,54	\$ 2.721,03
UTILIDAD BRUTA		\$ 13.034,80	\$ 13.386,74	\$ 13.748,18	\$ 14.119,39	\$ 14.500,61
GASTOS administrativos		\$ 6.732,36	\$ 6.834,69	\$ 6.938,58	\$ 7.044,05	\$ 7.151,12
G. VENTAS		\$ 1.020,00	\$ 1.035,50	\$ 1.051,24	\$ 1.067,22	\$ 1.083,44
UTILIDAD EN OPERACIÓN		\$ 5.282,44	\$ 5.516,55	\$ 5.758,36	\$ 6.008,12	\$ 6.266,05
Movimiento Financiero		\$ 878,42	\$ 590,15	\$ 266,78	\$ -	\$ -
Gasto Financiero						
UTILIDA ANTES PARTICIPACION DE IMPUESTO		\$ 4.404,03	\$ 4.926,39	\$ 5.491,58	\$ 6.008,12	\$ 6.266,05
15% TRABAJADORES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE P. IMPUESTO RETENCION		\$ 4.404,03	\$ 4.926,39	\$ 5.491,58	\$ 6.008,12	\$ 6.266,05
22% IMPUESTO A LA RENTA		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD EN EJERCICIO		\$ 4.404,03	\$ 4.926,39	\$ 5.491,58	\$ 6.008,12	\$ 6.266,05
DEPRECIACION ACTIVOS		\$ 536,78	\$ 536,78	\$ 536,78	\$ 70,12	\$ 70,12
AMORTIZACION DEL INTANGIBLE		\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
amortización de la deuda		\$ 2.366,70	\$ 2.654,96	\$ 2.978,33	\$ -	\$ -
inversión inicial	\$ 7.756,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
capital de trabajo	\$ 3.464,43	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deuda	\$ 4.291,96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
flujo de caja	\$ 15.512,79	\$ 2.624,11	\$ 2.858,21	\$ 3.100,03	\$ 6.128,24	\$ 6.386,17

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.3 EVALUACION

5.3.1 TASA DE DESCUENTO

Es de acuerdo a la tasa de interés q cobra el banco a un tiempo determinado según

Wikipedia, (2013) La tasa de descuento o costo de capital es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.

Tabla 57 Tasa de descuento

TMAR	
tasa activa	10,51%
tasa pasiva	4,53%
Tmar	15,04%

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.3.2 VAN

Mediante el van podemos saber exactamente los flujos de caja de la empresa semillitas de acuerdo a la inversión que haya realizado. De acuerdo a López ,D (2013) Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

Tabla 58 VAN

Van				\$ 4.684,51
Año	flujo de efectivo	factor actualizado	flujo actualizado	
2014 (base)	\$ (7.756,40)	1	\$ (7.756,40)	
2015	\$ 2.624,11	$(1+0,127)^{-1}$	\$ 2.281,04	
2016	\$ 2.858,21	$(1+0,127)^{-2}$	\$ 2.159,72	
2017	\$ 3.100,03	$(1+0,127)^{-3}$	\$ 2.036,19	
2018	\$ 6.128,24	$(1+0,127)^{-4}$	\$ 3.498,97	
2019	\$ 6.386,17	$(1+0,127)^{-5}$	\$ 3.169,54	
	total flujo actualizado		\$ 13.145,46	
	VAN		\$ 5.389,06	

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.3.4 TIR

Es el porcentaje que indica la duración futura de la inversión esperada en un tiempo determinado de la empresa semillitas según el autor Roca, F (2011) Es el promedio geométrico

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir".

Tabla 59 TIR

tir			
año	flujo de efectivo	factor actualizado	flujo actualizado
2014 (base)	\$ (7.756,40)	1	\$ (7.756,40)
2015	\$ 2.624,11		\$ 1.958,29
2016	\$ 2.858,21		\$ 1.591,79
2017	\$ 3.100,03		\$ 1.288,40
2018	\$ 6.128,24		\$ 1.900,71
2019	\$ 6.386,17		\$ 1.478,14
total flujo actualizado			\$ 8.217,34
VAN -			\$ 460,94
tir			
año	flujo de efectivo	factor actualizado	flujo actualizado
2014 (base)	\$ (7.756,40)	1	\$ (7.756,40)
2015	\$ 2.624,11		\$ 1.973,02
2016	\$ 2.858,21		\$ 1.615,81
2017	\$ 3.100,03		\$ 1.317,68
2018	\$ 6.128,24		\$ 1.958,52
2019	\$ 6.386,17		\$ 1.534,55
total flujo actualizado			\$ 8.399,59
VAN +			\$ 643,19
TIR	37%		

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

5.3.5 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

Por la facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto semillitas que permite anticipar los eventos en corto plazo. Según Váquiro, J (2010) Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión.

Tabla 60 PRI

Pri		
Año	flujo actualizado	fijo acumulado
inversión inicial	\$ 7.756,40	
2015	\$ 2.624,11	\$ 2.624,11
2016	\$ 2.858,21	\$ 5.482,32
2017	\$ 3.100,03	
2018	\$ 6.128,24	
2019	\$ 6.386,17	
\$ 7.756,40		
\$ 5.482,32		
\$ 2.274,07	\$ 3.100,03	12
	\$ 2.274,07	8,80
		24

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

El periodo de recuperación del proyecto es de dos años ocho meses y veinte cuatro días .

5.3.6 RBC(Relación Costo Beneficio)

Es la relación de cada una de las cosas que se ha invertido en los aretes , collares, manillas , anillos , ositos y esferas para ver que beneficio o rentabilidad tiene cada uno de los productos .

Según Valencia ,S (2011) Es la relación costo beneficio resulta de tomar los ingresos

(beneficios) y egresos netos (costos) presentes en el estado de resultados y determinar el

beneficio por cada dólar invertido.

$$R^c/b = \frac{\Sigma \text{Flujos actualizados}}{\text{Inversion}}$$

$$R^c/b = \frac{13.145,46}{7.756,40}$$

$$R^c/b = 1,69$$

ANALISIS

Por cada dólar invertido la utilidad es de 68 centavos.

5.3.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Nos indica el punto de equilibrio cuanto debemos producir para tener algo equitativo no teniendo utilidad ni perdida. según el autor Ramos, I (2012) El punto de equilibrio en términos de contabilidad de costos es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales es decir el punto de actividad donde no existe utilidad ni perdida.

Tabla 61 Punto de equilibrio anual

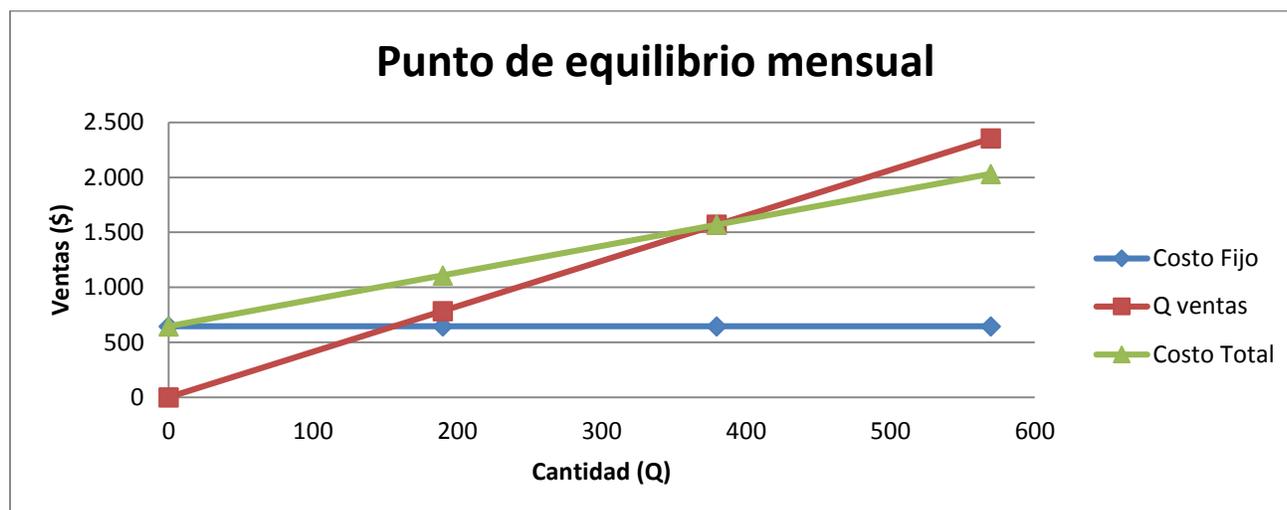
Datos iniciales				
Precio Venta		\$	4,36	
Coste Unitario		\$	2,43	
Gastos Fijos Mes			646,03	
Pto. Equilibrio			336	
\$ Ventas Equilibrio			1.463	
Datos para el gráfico		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q ventas	0	168	336	504
\$ Ventas	0	731	1463	2194
Costo Variable	0	408	817	1225
Costo Fijo	646	646	646	646
Costo Total	646	1.054	1.463	1.871
Beneficio	-646	-323	0	323
pvp ponderado		c. v. ponderado		
\$	0,67	\$	0,45	
\$	0,90	\$	0,45	
\$	0,79	\$	0,47	
\$	1,01	\$	0,60	
\$	0,76	\$	0,48	
\$	4,13	\$	2,43	

FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

Grafico 21 Punto de equilibrio



FUENTE : Estudio Financiero

ELABORADO POR : Elizabeth Allauca

Análisis del punto de equilibrio es de 336 productos que se debe producir para no tener pérdida ni ganancia .

5.3.7 ANALISIS DE INDICES FINANCIEROS

Mediante los análisis financieros nos ayuda para la toma de decisiones de la empresa de bisutería y artículos de hogar para tener una idea de los resultados que estamos obteniendo.

Según González , A (2012) Es la relación de las cifras resumidas de los estados financieros con el objetivo de formarse una idea de la empresa permite tomar tres clases de decisiones de carácter financiero: decisiones operativas , de inversión y de financiamiento .

5.3.7.1 ÍNDICE DE LIQUIDEZ

El determinar de la liquidez de la empresa es parte importante en las proyecciones financieras y presupuestales de cualquier empresa, sin importar el giro de negocio. Sin el conocimiento de este dato es imposible hacer cualquier proyección, o de iniciar cualquier

proyecto futuro y en esas condiciones es arriesgado e irresponsable asumir compromisos sin la certeza de poder cumplirlos.

5.3.7.2 Índice de liquidez

$$\text{Índice de liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Índice de liquidez} = \frac{11120,00}{8000,00}$$

$$\text{Índice de liquidez} = 1.39$$

5.3.7.3 Prueba acida

La prueba ácida es uno de los indicadores financieros utilizados para medir la liquidez de una empresa, para medir su capacidad de pago.

$$\text{Prueba acida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Prueba acida} = \frac{11120, -44}{8000,00}$$

$$\text{Prueba acida} = 1,38$$

5.3.7.4 Endeudamiento

Dentro del estado de resultados y el balance general encuentra el nivel de endeudamiento financiero medido como el porcentaje que representan las obligaciones financieras de corto y largo plazo con respecto a las ventas del periodo.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{pasivo total}}{\text{activo total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{8.000,00}{17011,18}$$

$$\text{Endeudamiento} = 47\%$$

5.3.7.5 Retorno sobre el Capital Propio

Se calcula con al siguiente formula.

$$\text{ROE} = \text{Utilidad Neta} / \text{Patrimonio Total.}$$

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE} = \frac{4404,03}{9011,18}$$

$$\text{ROE} = 49\%$$

5.3.7.6 ROA

Retorno sobre los activos, se calcula con la siguiente formula:

$$\text{ROA} = \text{Utilidad Neta} / \text{Activo Total.}$$

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{4404,03}{17011,18}$$

$$\text{ROA} = 26\%$$

CAPITULO VI

ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1 IMPACTO AMBIENTAL

Es el efecto que produce la actividad humana sobre el medio ambiente que puede extenderse a los efectos de un fenómeno natural catastrófico. Técnicamente, es la alteración de la línea de base ambiental. García. K(2013)

La minimización del impacto ambiental es un factor importante en los estudios del proyecto de bisutería y artículos de hogar con esto se puede lograr que los efectos secundarios sean positivos, o menos negativos.

En el impacto ambiental de acuerdo al presente proyecto semillitas aportara en el reciclaje de los desperdicios para poder elaborar bolsas decoradas con los desechos que quedan y evitar la contaminación del medio ambiente .También evita el consumo de químicos para la elaboración de las artesanías ya que tiene la ventaja que es la elaboración manual .

Evita el uso de maquinarias que contamine el medio ambiente ya que genera daños físicos en los individuos, el aire y el agua.

6.2 IMPACTO ECONOMICO

Es el que afectan la competitividad la inestabilidad del marco regulatorio en materia ambiental y la poca fiscalización por parte de las autoridades, lo cual conduce a incertidumbre jurídica y técnica Parra, F (2013).

El impacto económico es el turismo pues a la vez es importante porque es fuente generadora de ingresos y ayuda a crecer a las economías de las diferentes zonas turísticas ya que son los que más compran las artesanías por la cultura y tradición del país.

El impacto económico que se ha considerado en el presente proyecto que tendrá la creación de la empresa de bisutería y arícalos de hogar semillitas se encuentra en el ámbito, micro el cual es considerado para obtener utilidades propias de la empresa la creación de fuentes de trabajo aporta a la balanza comercial del país y de la parroquia de Cumbaya .

6.3 IMPACTO PRODUCTIVO

Es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. Casanova F, (2008)

La degradación del medio ambiente incide en la competitividad del sector productivo a través de varias causas entre:

Falta de calidad a lo largo de la cadena de producción; Mayores costos derivados de la necesidad de incurrir en acciones de remediación de ambientes contaminados; y Efectos sobre la productividad laboral derivados de la calidad del medioambiente.

También afectan la competitividad la inestabilidad del marco regulatorio en materia ambiental y la poca fiscalización por parte de las autoridades, lo cual conduce a incertidumbre jurídica y técnica. Esto puede influir en costos adicionales en lo que deben incurrir las empresas semillitas para demostrar que los productos son de calidad . También el presente proyecto podemos mencionar que se basa en la política actual la misma que está enfocada a la matriz productiva la cual se basa en el consumo del producto elaborado cien por ciento ecuatoriano.

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

6.4 IMPACTO SOCIAL

Se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general por el cambio efectuado en la sociedad debido al producto en las investigaciones. Lizcano, J (2006) El impacto social para el presente proyecto se ha considerado la creación de empleos necesarios para la empresa, así como también se realizará la contribución al desarrollo del área geográfica en que se encuentra, también se realizarán actividades de responsabilidad social y que de esta manera den beneficio a la comunidad como es el reciclaje de todo material, de esta manera manteniendo siempre una buena imagen en la empresa para el sector en el que se encuentra ubicado.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- Producir y comercializar productos ecuatorianos para mejorar el nivel de vida para evitar la entrada de artesanías de otros países .
- El estudio de mercado de las artesanías en la parroquia de Cumbaya tienen gran acogida más por las mujeres del sector ya sea por uso personal u obsequios.
- Mediante las estrategias de promoción podemos vender más productos de bisutería y artículos de hogar estableciendo un valor justo a las artesanías.
- Los productos artesanos tienen posicionamiento en el mercado de acuerdo a la calidad de los aretes, manillas, anillos que se ofrecerán serán garantizados, duraderos y de buena calidad .
- El estudio financiero, de acuerdo a la información obtenida estableció un VAN de 5389,06 la TIR es del 37% obteniendo resultados positivos.
- El proyecto y la recuperación de la inversión en un tiempo de dos años teniendo en cuenta cuidar al medio ambiente.

7.2 RECOMENDACIONES

- Cumplir con el código de trabajo que establece el país para cada uno de los trabajadores artesanos.
- Aprovechar los productos 100% ecuatorianos y así convertirlos en oportunidades para nuestro país.
- Siempre debemos tener mejoramiento continuo y competitivo para cada uno de nuestros productos que sean de mayor acogida .
- Las artesanías elaboradas con semillas siempre deben ser de calidad y duración para la acogida en el sector de Cumbaya .
- Es aceptable el presente proyecto de factibilidad acorde a su adecuada distribución del financiamiento para satisfacer las necesidades de las personas que desean utilizar los artículos de hogar y bisutería.
- Su recuperación ha sido rentable por la acogida del producto en el sector de Cumbaya ya que el presente proyecto utilizara los desperdicios en otras actividades para no contaminar.

ANEXOS 1

Logotipo



Tarjeta de presentación



Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

ANEXO 2

MAQUINARIA 4.3.4

Pistola 14 \$



hilo nylon 0.2mm 3,75



Pintura de esmalte 1 \$



Sillas giratorias 90\$

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.



Broches o cierres rosca 0,25



berbiquí 20 \$



Tijera 16,59 \$



ANEXO 3

COSTOS FINANCIEROS



BANCO PICHINCHA
En confianza.

1.2 COSTO DEL CRÉDITO

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO FINANCIADO	TASA DE INTERÉS		VALOR TOTAL A PAGAR POR INTERÉS	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR A LA ENTIDAD	CARGA FINANCIERA
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE				
COMERCIAL	36	50.000	11,20%	11,83%	9100,32	1654,14	59.548,92	9548,92
CONSUMO	6	600	15,18%	16,30%	26,84	104,47	627,77	27,77
	12	1.500	15,18%	16,30%	126,18	135,51	1.630,55	130,55
	18	3.000	15,18%	16,30%	373,35	187,41	3.373,35	386,26
CONSUMO VEHICULOS	48	11.490	15,15%	16,30%	3901,32	390,91	18.234,41	6744,01
MICROCRÉDITO	18	10.500	22,50%	30,50%	1968,57	755,81	12.588,41	2088,41
VIVIENDA	36	5.000	10,75%	11,33%	871,68	166,34	5.871,68	988,36
	60	10.000	10,75%	11,33%	2970,77	221,13	12.971	3268,02

Desarrollo de productos en el sector artesanal ,mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisutería y artículos de hogar elaborados con semillas, ubicada en el sector de Cumbaya.

BIBLIOGRAFIA

- Alban, M. (1999). estudio de mercado internacional.
- Albarracin, F. (2005). manual de buenas practicas de manufactura. colombia: Pontificia universidad javeriana.
- Andrade, R. (2003). legislacion economica del ecuador. ecuador: Abya-Yala.
- Anonimo. (2006). Programa de calidad de alimentos. Argentina: SAGPyA.
- Arteaga, P. (2009). royecto de elaboración artesanal y comercialización del vino de naranja san marcos en la ciudad de guayaquil. guayaquil: escuela superior politecnica del litoral.
- Banco Central del Ecuador. (29 de Noviembre de 2013). Banco Central. Obtenido de Banco Central: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Barboza, P. (23 de Julio de 2009). Slidshare. Obtenido de Slidshare: <http://www.slideshare.net/Patribarboza/factores-sociales>
- carbaugh, r. (2009). economia internacional . mexico : cengage lerning.
- Cordoba, G. (2004). El cuestionario. Mexico: Limusa.
- coronel, M. (2007). los vinos de frutas. la elaboracio de vinos (pág. 69). ecuador: universidad publica navarra.
- Culturizando. (30 de Octubre de 2013). <http://www.culturizando.com>. Obtenido de <http://www.culturizando.com/>: <http://www.culturizando.com/2013/03/10-beneficios-de-las-uvas.html>
- Daft, R. (2006). introduccion a la administracion. mexion: Thomson .
- Diario El Hoy. (6 de Julio de 2009). Crecen los sembríos de uva nacional. El Hoy, págs. 10-11.
- Diaz, A. (2011). http://www.ecured.cu/index.php/An%C3%A1lisis_de_informaci%C3%B3n.
- Erazo. (2000). El vino, salud y placer. Mexico: Libsa.

Erosa. (2004). proyecto de inversion en ingenieria. Mexico: Limusa.

Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía. (11 de Enero de 2011).
 biblioteca.uns.edu.pe. Obtenido de biblioteca.uns.edu.pe:
 biblioteca.uns.edu.pe/saladocentes/.../7-8._evaluación_económica.ppt

Farias, h. (1997). la inflacion que es y como eliminarla. caracas.

Farnasari, j. (2006). curso de matematica financiera. argentina: nokubo.

Ferreira, M. M. (2006). Estudio del proceso biotecnologico para la elaboracion de una bebida
 alcoholica a partir de jugo de naranja. Valencia.

Francisco, R. (2006). <http://es.scribd.com/doc/75951216/Concepto-de-Marco-Legal>.

Fundacion Wikimedia. (Jueves de Enero de 2014). es.Wikipedia.org. Obtenido de
 es.Wikipedia.org: http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Cotopaxi

Fundación Wikimedia, Inc.,. (14 de Octubre de 2010). Wikimedia. Obtenido de Wikimedia:
http://es.wikipedia.org/wiki/Discusi%C3%B3n:Estado_de_resultados

Garrido, L. F. (2007). becas de investigacion caminos jacobeos. portugal: camaras.

Gonzales, M. (2013). vino de frutas. Lulu Enterprices.

Gordon, C. (1998). los origenes de la civilacion . madrid: ISBN.

Hall, T. (1986). Macroeconomia. Barcelona: Antoni Bosch.

Macgoven, P. (2003). The Search for the Origins of Viniculture. Estados unidos : Pricenton
 university.

Ministerio de Industrias. (29 de Diciembre de 2010). CODIGO ORGÁNICO DE LA
 PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. Obtenido de CODIGO ORGÁNICO
 DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES:
<http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf>

- Mora, M. (2 de Enero de 2011). sociedaddebeneficencia.org. Obtenido de sociedaddebeneficencia.org:
sociedaddebeneficencia.org/.../ESTADO_DE_SITUACION_INICIAL.doc
- Moreno, W. L. (4 de Febrero de 2014). www.uprh.edu. Obtenido de www.uprh.edu:
www.uprh.edu/wlopez/GEOP3005/La%20capacidad.ppt
- Nafinza. (2004). Fundamentos de negocio. Mexico: Nacional Financiera.
- Obando, J. R. (1981). elementos de micro economía. Universidad estatal a distancia.
- ONU. (2005). encuesta de hogares en los países de desarrollo y en transición. naciones unidas.
- Pacheco, H. (2009). Buenas Prácticas ambientales. España: Asevex.
- Panel, T. (2010). cerveza y otras bebidas alcohólicas en la biblia.
- Paredes, D. (2008). <http://repositorio.ute.edu.ec/>. Obtenido de [http://repositorio.ute.edu.ec/:
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6074/9/18357_8.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/:http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6074/9/18357_8.pdf)
- Parkert, R. (2010). mundo vino. España.
- Parkin, M. (2006). Microeconomía (7ma ed.). Mexico: Pearson Education.
- Pro-chile. (2011). Estudio de mercado de vino en Ecuador. Ecutel, 24.
- Quispe, E. (2012). <http://es.scribd.com/doc/55662751/AMBIENTE-INTERNO>.
- Ramon, C. (1988). planificación y rentabilidad de proyectos industriales. Barcelona: Productica.
- Ramos, M. (2000). mas alla de las fronteras. peru y ecuador: UNIFEM.
- Sabias, A. V. (1995). Estadística descriptiva e inferencial. España: colección ciencia y técnica.
- Sakil, N. (199). métodos de investigación. mexico: Pearson.
- Santillan, M. (19 de 05 de 2008). <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>.
- santos, D. d. (1994). el plan de negocio. Madrid - España: Mapcal.

Servicio de Rentas Internas. (23 de Noviembre de 2013). SRI. Obtenido de SRI:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/ice>

Soto, o. l. (2001). dinero. mexico: facultad de economia.

Torres, M. (2001). El vino. mexico: panorama.

Urvina, G. B. (2006). Evaluacion de proyectos (5ta ed.). Mexico: American Editores.

william, S. (2004). fundamentos de marketing. mexico : interamericana.