



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE COMERCIO

Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniero Comercial

Plan de Negocio para la Creación de una Empresa Dedicada a la Producción y Comercialización Sustentable de Bisutería Artesanal con Semillas de Alimentos en la Ciudad de Quito sector la Jipijapa.

Norma Gabriela Suquillo Ramos.

Tutor:

Lic. Pedro Antonio Mosquera Domínguez, Mgt.

Quito, febrero del 2020

Plan de Negocio para la Creación de una Empresa Dedicada a la Producción y
Comercialización Sustentable de Bisutería Artesanal con Semillas de Alimentos en la

Ciudad de Quito sector la Jipijapa

Por

Norma Gabriela Suquillo Ramos.

Febrero 2020

Aprobado:

Lic. Diana Celeste González Castillo, Mgt. - Presidente del Tribunal

Lic. María Belén Castillo Quintana, Mgt. - Miembro del Tribunal

Ing. Marco Vinicio Carrillo Guerrero, MEd. - Miembro del Tribunal

Lic. Pedro Antonio Mosquera Domínguez, Mgt. - Tutor

Aceptado y Firmado: _____ 14, febrero, 2020

Lic. Pedro Antonio Mosquera Domínguez, Mgt. - Tutor

Aceptado y Firmado: _____ 14, febrero, 2020

Lic. María Belén Castillo Quintana, Mgt. - Miembro del Tribunal

Aceptado y Firmado: _____ 14, febrero, 2020

Ing. Marco Vinicio Carrillo Guerrero, MEd. - Miembro del Tribunal

_____ 14, febrero, 2020

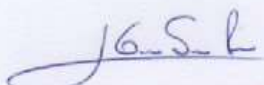
Lic. Diana Celeste González Castillo, Mgt

Presidente del Tribunal

Universidad Internacional del Ecuador

Autoría del Trabajo de Titulación

Yo, Norma Gabriela Suquillo Ramos, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **Plan de Negocio para la Creación de una Empresa dedicada a la Producción y Comercialización Sustentable de Bisutería Artesanal con Semillas de Alimentos en la Ciudad de Quito sector Jipijapa** es de mi autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



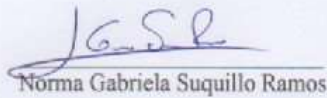
Norma Gabriela Suquillo Ramos

Correo electrónico: gsuquillo@gmail.com

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

Yo, Norma Gabriela Suquillo Ramos, en calidad de autor del trabajo de investigación titulado Plan de Negocio para la Creación de una Empresa Dedicada a la Producción y Comercialización Sustentable de Bisutería Artesanal con Semillas de Alimentos en la Ciudad de Quito sector Jipijapa, autorizo a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autor me corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, febrero de 2020



Norma Gabriela Suquillo Ramos

Correo electrónico: gsuquillo@gmail.com

Dedicatoria

Va dedicado a una persona especial que me ha acompañado y me ha sabido guiar desde los principios de mi carrera, ha sido una persona paciente y perseverante siempre para que yo pueda salir adelante; se han presentado muchas adversidades personales durante el transcurso de mi carrera, pero gracias al apoyo incondicional las he podido superar, gracias y mil gracias por ser parte de mi vida, a mi amigo, socio, confidente y esposo, esto está a dedicado a R. Patricio Guevara A., un hombre luchador que siempre ha logrado sobresalir sobre cualquier adversidad, siempre ha preferido vivir de pie y nunca de rodillas.

Agradecimiento

A Dios porque sin él no podría continuar por todas las bendiciones que me ha sabido dar, con su bendición desde el cielo.

A todas las personas que han pasado por el transcurso de mi vida: padres, hermana, suegros, abuelos, cuñadas y cuñados, sobrinos y amigos, de todos he aprendido gran parte de lo que soy, todas han sido especiales en mi vida y me han dejado un legado que continuaré en mi camino. A los hijos que llegarán y podré contarles cómo fue mi vida y como he vivido, contarles mis errores y aciertos. A mis profesores y tutores que me supieron guiar con sus enseñanzas. Gracias.

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocio tiene como objetivo la creación de una Empresa dedicada a la producción y comercialización sustentable de bisutería artesanal con semillas de alimentos en la ciudad de Quito parroquia Jipijapa, elaborando un accesorio para la mujer con un estilo innovador, realizando un debido análisis y estudio de mercado, utilizando varias herramientas para analizar su macro entorno y micro entorno, realizando un debido diagnóstico de la situación, segmentación adecuada, para seguir con el plan de marketing y ventas formulando estrategias, seguir diseñando su estudio técnico, determinado los aspectos legales, para finalmente realizar su estudio financiero el cual nos ha permitido determinar que el proyecto es totalmente viable, para finalizar con sus conclusiones y recomendaciones.

El principal problema que impide el crecimiento económico de los artesanos es la falta de acompañamiento desde sus inicios en la parte productiva hasta la parte final de su comercialización, para que su producto artesanal pueda tener el éxito se necesita que se mantenga posicionado en sus cinco años de crecimiento como un proyecto nuevo e innovador, pero que no solo crezca económicamente sino también su marca sea considerada un icono de moda.

El segundo problema y que actualmente preocupa mucho al artesano es la existencia de muchos intermediarios, lo que restringe su crecimiento, disminuye la rentabilidad y no permite la libre competencia al dañar el mercado, ante esto el gobierno debería tener alguna solución para que el artesano del país pueda potenciar su producto, como la realización de campañas para que el extranjero que visita nuestro hermoso país, considere también como parte de los atractivos turísticos el visitar los centros de expendio de artesanías y que nosotros como capital Quito tengamos lugares claves para que sean el centro de acopio que muestre el talento de nuestros artesanos.

El problema radica en que los intermediarios revenden el producto de los artesanos, muchas de las veces ponen una marca distinta con un precio elevado y rompen el mercado de los artesanos por lo que se debiera siempre verificar al comprar un producto artesanal que no haya tenido ninguna manipulación con las etiquetas, es importante por lo tanto ayudarle al artesano a comercializar pero con una adecuada capacitación de cómo vender su producto y llegar al cliente, que se investiguen las necesidades del usuario para que se pueda llevar el producto al consumidor final de manera correcta, es importante que los artesanos al comercializar su producto lo hagan de una manera sustentable, que vaya desde su cadena de valor hasta el usuario final.

En el siguiente plan de negocio no se ha considerado por el momento la comercialización, está enfocado a la producción de bisutería como collares, aretes y pulseras con semillas como el café, melón y sandía, enfocado en un producto único y de calidad para la mujer, que pueda sentirse cómoda con un accesorio elegante y sobria para cualquier evento, que sea considerado un icono de moda.

El proyecto está basado en un estudio técnico que define su funcionamiento y organización hasta finalizar con su estudio financiero que reflejen los datos para que sea considerado apto, para empezar en cualquier momento y potenciar este producto innovador.

A continuación, se presentarán todos los procedimientos y procesos según los estudios de mercado, técnicos y financieros utilizados para que se pueda iniciar con el plan de negocio.

Abstract

The objective of this business plan is to create a company dedicated to the sustainable production and commercialization of handmade jewelry with food seeds in the city of Quito, Jipijapa parish, developing an accessory for women with an innovative style, carrying out a proper analysis and market research, using several tools to analyze your microenvironment and microenvironment, making a proper diagnosis of the situation, adequate segmentation, to continue with marketing and sales plan formulating strategies, continue designing your technical study, determined legal aspects, to finally Conduct your financial study which has allowed us to determine that the project is fully viable, to conclude with its conclusions and recommendations.

The main problem of the growth of the artisans economically is the lack of accompaniment from its beginnings in the productive part, until the final part its commercialization and empowerment in the commercial part so that its handmade product can be successful it needs to be maintained in its Five years of growth of any new and innovative project, but that not only grows economically but also its brand is considered a fashion icon.

The second and very worrisome problem of the artisan today is that there are many intermediaries, which does not allow growth, decreases profitability and does not allow free competition by damaging the market, before this the government should have some solution for the artisan of the country can enhance its product, such as conducting campaigns for the foreigner who visits our beautiful country, also consider as part of the tourist attractions, visiting the craft sale centers and that we as capital Quito have key places for Be the collection center that shows the talent of our artisans.

The problem lies in the intermediaries reselling the product of the artisans, many times they put a different brand with a high price, and they break the market of the

artisans, it should always be verified when buying a handmade product that has not had any manipulation as the labels, it is important for the artisan to help you market but with training on how to sell your product, that the user's needs are investigated so that the product can be reached to the final consumer in a correct way, it is important that the artisans when marketing their product is in a sustainable way from its value chain to the end user.

In the following business plan the marketing has not been considered at the moment, it is focused on the production of jewelry such as necklaces, earrings and bracelets with seeds such as coffee, melon and watermelon, focused on a unique and quality product for women, who can feel comfortable with an elegant and sober accessory for any event, which is considered a fashion icon.

The project is structured with a technical study from its beginnings that accompanies it until it finishes with its financial study that reflects the data so that it is considered suitable, to start at any time and enhance this innovative product.

Next, all the procedures and processes will be presented according to the market, technical and financial studies used so that you can start with the business plan.

Tabla de Contenidos

Capítulo 1: Introducción.....	1
Objetivos.....	2
Objetivo general	2
Objetivos específicos	2
Justificación.....	2
Problema.....	3
Análisis del Medio.....	3
Diagnóstico a nivel nacional.....	4
Situación general del sector	4
Perspectiva del crecimiento del sector.....	5
El sector en la economía nacional	5
El Concepto de Negocio.....	6
Resumen	9
Capítulo 2: Análisis e Investigación de Mercado.....	11
Análisis del Macroentorno	11
Político.....	11
Económico	12
Social	12
Ecológico y cultural.....	13
Análisis del Microentorno	13
Negociación clientes.....	13
Negociación proveedores.....	14
Amenaza nuevos entrantes	14
Amenaza de productos sustitutos	15

Competencia.....	15
Competencia directa	15
Cadena de Valor	17
Actividades primarias	17
Actividades de apoyo.....	18
Actividades secundarias.....	19
Diagnóstico de la situación.....	20
Matriz DAFO.....	20
Análisis DAFO	20
Matriz DAFO.....	21
Los Consumidores	23
Criterios de segmentación del consumidor.....	23
Análisis Cualitativo	24
De acuerdo al mapeo de clientes el analisis cualitativo permitira desarrollar y analizar el mapa de empatia con las siguientes preguntas y respuestas:.....	24
Análisis Cuantitativo	31
Variable	31
Descripción.....	31
Mujeres.....	31
País	31
Región.....	31
Ciudad Urbano.....	31
Tamaño Cantón Quito	31
Tamaño Parroquia Jipijapa	31
Demanda potencial	32

Demanda real.....	33
Consumo per cápita	34
Proyección de la demanda efectiva.....	35
Estudio de la oferta	35
Demanda insatisfecha	36
Cálculo Estimado de Ventas.....	37
Flujo de Ingresos Proyectados.....	38
Análisis de Riesgos.....	39
Resumen	39
Capítulo 3: Plan de Marketing y Ventas	41
Establecimiento de Objetivos	41
Objetivos de marketing.....	41
Criterios de Marketing.....	43
Análisis	44
Formulación de Estrategias	45
Estrategia de venta del portafolio	45
Estrategia de precio.....	45
Estrategia de distribución / cobertura	46
Estrategia promocional	46
Presupuesto plan de marketing	47
Marketing Mix.....	47
Producto.....	47
Precio.....	48
Promoción.....	49
Mercado directo.....	50

Venta Directa.....	50
Publicidad.....	50
Estrategias de Diferenciación.....	50
Ventajas competitivas.....	51
Valor agregado.....	51
Resumen.....	52
Capítulo 4: Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional.....	53
Tamaño del Proyecto.....	53
Unidad de medida.....	53
Análisis de la capacidad del negocio.....	53
Localización.....	56
Análisis del marco normativo.....	57
Materia prima.....	57
Costo de los insumos indirectos.....	59
Requerimiento de obra física.....	60
Requerimiento herramientas.....	60
Maquinaria y equipo.....	61
Ingeniería y/o Concepción Arquitectónica del Negocio.....	63
Descripción del abastecimiento materia prima bisutería con semillas.....	64
Diseño del Proceso Productivo.....	66
Diseño Organizacional.....	68
<i>Área administrativa</i>	68
<i>Área de producción</i>	68
Estructura organizacional y funcional.....	69
Diseño de Perfiles Profesionales del Personal de la Organización.....	69

Gerencia de Talento Humano.....	72
Políticas de selección.....	72
Principios corporativos	72
Remuneración.....	73
Análisis del Marco Normativo	73
Constitución de la empresa.....	73
Entes reguladores.....	73
Resumen	76
Capítulo 5: Evaluación Financiera del Proyecto	77
Costo de Inversión, Análisis Comparativo	77
Muebles de comercialización	78
Cálculo Demostrativo del Capital de Trabajo	79
Costos de operación y mantenimiento, análisis comparativo.....	81
Costos indirectos de fabricación.....	83
Cálculo Costo del Producto.....	90
Cálculo Demostrativo y Análisis Punto de Equilibrio	94
Evaluación Financiera	96
TMAR.....	96
Cálculo TIR tasa interna de retorno.....	99
Tiempo de recuperación	100
Relación beneficio – costo.....	101
Análisis de sensibilidad.....	101
Balance del Proyecto	102
Resumen	104
Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones	105

Conclusiones.....	105
Recomendaciones.....	107
Referencias.....	108

Lista de Tablas

<i>Tabla 1 Edades de los potenciales clientes</i>	23
<i>Tabla 2 Datos muestra</i>	25
<i>Tabla 3 Pregunta 1</i>	27
<i>Tabla 4 Pregunta 2</i>	27
<i>Tabla 5 Pregunta 3</i>	28
<i>Tabla 6 Pregunta 4</i>	28
<i>Tabla 7 Pregunta 5</i>	29
<i>Tabla 8 Pregunta 6</i>	29
<i>Tabla 9 Pregunta 7</i>	30
<i>Tabla 10 Pregunta 8</i>	30
<i>Tabla 11 Dimensión geográfica</i>	31
<i>Tabla 12 Datos población parroquia JIPIJAPA</i>	31
<i>Tabla 13 Dimensión Geográfica por genero</i>	31
<i>Tabla 14 Tabla población económicamente activa</i>	32
<i>Tabla 15 Demanda potencial</i>	33
<i>Tabla 16 Demanda real</i>	33
<i>Tabla 17 Proyección del consumo per-capital</i>	34
<i>Tabla 18 Proyección demanda efectiva</i>	35
<i>Tabla 19 Estudio de la oferta</i>	36
<i>Tabla 20 Cálculo de la oferta</i>	36
<i>Tabla 21 Demanda insatisfecha</i>	37
<i>Tabla 22 Cálculo estimado de ventas</i>	37
<i>Tabla 23 Flujo de ingresos proyectados</i>	38
<i>Tabla 24 Análisis de riesgo</i>	39

<i>Tabla 25 Modelo SMART</i>	42
<i>Tabla 26 Cálculo matriz BCG</i>	43
<i>Tabla 27 Resultados matriz BCG</i>	44
<i>Tabla 28 Estrategia de precio</i>	46
<i>Tabla 29 Presupuesto de marketing</i>	47
<i>Tabla 30 Capacidad de producción</i>	55
<i>Tabla 31 Matriz micro localización</i>	56
<i>Tabla 32 Materia prima café</i>	57
<i>Tabla 33 Materia prima melón</i>	58
<i>Tabla 34 Materia prima semilla sandía</i>	58
<i>Tabla 35 Costos del insumo cartón</i>	59
<i>Tabla 36 Detalle costo del producto</i>	62
<i>Tabla 37 Dimensiones muebles</i>	64
<i>Tabla 38 Ficha técnica del producto</i>	67
<i>Tabla 39 Descripción del cargo administrador</i>	70
<i>Tabla 40 Descriptivo del cargo artesano</i>	71
<i>Tabla 41 Proyección nómina operarios</i>	73
<i>Tabla 42 Proyección nómina administrativos</i>	73
<i>Tabla 43 Equipo de producción</i>	77
<i>Tabla 44 Equipo de oficina</i>	78
<i>Tabla 45 Muebles de comercialización</i>	78
<i>Tabla 46 Equipo de computación</i>	78
<i>Tabla 47 Resumen de activos fijos</i>	79
<i>Tabla 48 Gastos de constitución</i>	79
<i>Tabla 49 Capital de trabajo</i>	80

<i>Tabla 50 Costo materia prima collares</i>	81
<i>Tabla 51 Costo materia prima pulseras</i>	82
<i>Tabla 52 Costo materia prima aretes</i>	82
<i>Tabla 53 Costo mano de obra</i>	83
<i>Tabla 54 Costos indirectos de fabricación empaques</i>	83
<i>Tabla 55 Costo servicios básicos</i>	84
<i>Tabla 56 Gasto mano de obra indirecta</i>	84
<i>Tabla 57 Suministros de oficina</i>	85
<i>Tabla 58 Suministros de limpieza</i>	85
<i>Tabla 59 Gasto seguridad</i>	85
<i>Tabla 60 Uniformes</i>	86
<i>Tabla 61 Gasto Arriendo</i>	86
<i>Tabla 62 Gasto publicidad y marketing</i>	86
<i>Tabla 63 Depreciación</i>	87
<i>Tabla 64 Mantenimiento</i>	87
<i>Tabla 65 Amortización</i>	88
<i>Tabla 66 Financiamiento</i>	88
<i>Tabla 67 Tabla de amortización</i>	88
<i>Tabla 68 Costo collares</i>	90
<i>Tabla 69 Costo pulseras</i>	90
<i>Tabla 70 Costo aretes</i>	91
<i>Tabla 71 Proyección de costos y gastos</i>	92
<i>Tabla 72 Proyección de ingresos</i>	94
<i>Tabla 73 Detalle costos fijos y variables</i>	94
<i>Tabla 74 Punto de equilibrio</i>	95

<i>Tabla 75 Tasa mínima de rendimiento</i>	97
<i>Tabla 76 Cálculo de la tasa de descuento</i>	97
<i>Tabla 77 Flujo neto de caja proyectado</i>	98
<i>Tabla 78 Cálculo VAN</i>	99
<i>Tabla 79 Cálculo TIR</i>	100
<i>Tabla 80 Periodo de recuperación</i>	100
<i>Tabla 81 Relación beneficio costo</i>	101
<i>Tabla 82 Análisis de Sensibilidad</i>	102
<i>Tabla 83 Balance General</i>	103
<i>Tabla 84 Balance de Resultados</i>	104

Lista de Figuras

<i>Figura 1 Modelo Canvas</i>	7
<i>Figura 2. Talleres artesanales femenino y masculino</i>	15
<i>Figura 3 Competencia directa</i>	16
<i>Figura 4 Competencia indirecta</i>	16
<i>Figura 5 Cadena de Valor</i>	19
<i>Figura 6 Matriz DAFO</i>	20
<i>Figura 7 Matriz de evaluación Factores Internos</i>	21
<i>Figura 8 Matriz de evaluación factores externos</i>	22
<i>Figura 9 Mapeo de clientes</i>	24
<i>Figura 10 Fórmula muestra</i>	25
<i>Figura 11 Encuesta</i>	26
<i>Figura 12 Imagen matriz BCG</i>	44
<i>Figura 13 Feria de texturas y colores</i>	45
<i>Figura 14 Boutique</i>	54
<i>Figura 15 Localización</i>	56
<i>Figura 16 imagen pepas café</i>	57
<i>Figura 17 Pepas de melón</i>	57
<i>Figura 18 Semillas sandia</i>	58
<i>Figura 19 Imagen cordón encerado</i>	59
<i>Figura 20 Imagen rollo de alambre</i>	59
<i>Figura 21 Imagen gancho para pendientes</i>	59
<i>Figura 22 Imagen tinte vegetal</i>	60
<i>Figura 23 Imagen semillas de tagua</i>	60
<i>Figura 24 Imagen alicata</i>	61

<i>Figura 25 Imagen aguja de ganchillo de acero</i>	61
<i>Figura 26 Imagen torno mini fresador</i>	61
<i>Figura 27 imagen lámpara</i>	62
<i>Figura 28 Arquitectura del negocio</i>	63
<i>Figura 29 imágenes semillas café, melón, sandía</i>	64
<i>Figura 30 Imagen teñido</i>	64
<i>Figura 31 imagen secado de semillas</i>	65
<i>Figura 32 Proceso transformación materia prima</i>	65
<i>Figura 33 Diseño del proceso de producción</i>	66
<i>Figura 34 Elaboración aretes, collares y pulseras</i>	68
<i>Figura 35 Estructura organizacional y funcional</i>	69
<i>Figura 36 Requisitos Ruc</i>	74
<i>Figura 37 Permisos de funcionamiento</i>	75
<i>Figura 38 Gráfico punto de equilibrio</i>	96

Capítulo 1: Introducción

El presente plan de negocios permite conocer e identificar las distintas etapas de creación de una microempresa de producción y comercialización de bisutería artesanal con semillas de alimentos, para desarrollar e impulsar el desarrollo de productos innovadores como los aretes, los accesorios para vestimenta, los collares y las pulseras, e impulsar nuestro folklore nacional. La intermediación comercial conocida como “comisionista” perjudica la generación de recursos debido a la explotación del precio de venta en la mercadería, disminuye la competitividad de los artesanos al reducir su rentabilidad y minimiza su crecimiento o expansión por una mala rotación de inventario (y/o maquila) con incidencia en los grupos de interés (proveedores); lamentablemente, los negocios artesanales no tienen un adecuado acompañamiento técnico durante su producción y comercialización, que incide en la utilización inapropiada de recursos económicos en las diferentes etapas de participación como: ferias de emprendimiento, los mercados artesanales, los bazares comunitarios y los centros de exposiciones de productos. La falta de planificación en la producción y comercialización impide una adecuada gestión para potenciar la cadena de valor (desde su producción hasta el usuario final) de la elaboración y venta de bisutería artesanal e incrementan negocios informales, suprimen alternativas de autoempleo y disminuyen los espacios de emprendimiento. Siendo necesario crear una empresa que se diferencie por incrementar la rentabilidad en las diferentes etapas de: acopio, producción, promoción, posicionamiento y generación de alianzas estratégicas; entendiéndose que una adecuada producción y comercialización sustentable permite aumentar la generación de ventajas competitivas a nivel local y de expansión a nivel nacional.

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un Plan de Negocio para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización sustentable de bisutería artesanal elaborada con semillas de alimentos en la Ciudad de Quito sector Jipijapa, con el fin de incrementar el turismo receptivo en el país.

Objetivos específicos

Determinar el modelo de gestión organizacional para la producción y comercialización sustentable de bisutería artesanal de semilla de alimentos.

Realizar un estudio de mercado que establezca la existencia de una demanda positiva que permita la aceptabilidad de nuestro producto y la existencia de ventas.

Describir las estrategias de marketing para la comercialización sustentable de bisutería artesanal con semillas de alimentos, evidenciando las potencialidades que el mismo tiene.

Desarrollar un estudio financiero para determinar la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

Justificación

La creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización sustentable de bisutería artesanal que utilice herramientas administrativas y comerciales favorecerá la optimización de los recursos empleados para asegurar su rentabilidad y mejorará los diferentes procesos empleados; asimismo, contribuirá al mejoramiento continuo de su cadena de valor garantizando un crecimiento de los diferentes segmentos del negocio, es decir, desde su producción utilizando semillas de alimentos hasta su comercialización basada en la bisutería artesanal. Es necesario el acompañamiento de empresas especializadas para maximizar las alternativas de

ingresos económicos que favorezcan la generación de empleo (autoempleo) y fortalezcan la identidad de una cultura representada en sus diferentes accesorios a promocionar (vender). Debemos realizar una investigación descriptiva para diagnosticar las condiciones técnicas, económicas y sostenibles de los artesanos, quienes son generadores de valor desde el contexto de la microempresa; para posteriormente desarrollar nuevos mecanismos o procedimientos metodológicos de la comercialización.

Problema

El principal problema de este sector es la falta de acompañamiento en la parte comercial para impulsar su producto, la mayoría de los artesanos desisten demasiado rápido por la falta de recursos como: financiamientos, herramientas administrativas que no permiten aumentar su rentabilidad y una adecuada comercialización sustentable. Nuestro plan de negocio está enfocado en dos partes, la producción y la comercialización sustentable con el acompañamiento desde sus inicios hasta su final que sería el usuario final, es decir su cliente.

Análisis del Medio

Hacia dónde vamos a llegar (proveedores de insumos como: materia prima, herramientas, elementos decorativos, material de empaque, etiquetas, capacitación técnica, diseñadores) y comercialización (utilizando tecnología digital y material publicitario en tiendas artesanales, puntos de comercialización, ferias, entre otros) sustentable (humana, ambiental, talento) de bisutería artesanal con semillas de alimentos en la ciudad de Quito, sector la Jipijapa, nuestro taller se encuentra ubicado en la dirección Isla Genovesa N43 (Sector Plaza de Toros), utilizando acuerdos y/o alianzas estratégicas comerciales para constituirnos como una empresa especializada en la producción y comercialización en la ciudad de Quito.

Diagnóstico a nivel nacional

En el Ecuador existen al año diez ferias artesanales de importante trayectoria que permiten a los artesanos mostrar su producto, con alrededor de 200 expositores entre productores e instituciones relacionadas la actividad artesanal, cada feria tiene una asistencia promedio de 6000 personas, podemos citar como ejemplo una de las ferias más importantes que es “Texturas y Colores”, ésta se realiza en el mes de diciembre desde el año 2009 y es una plataforma comercial especializada en Artesanías considerada como uno de los dos más importantes espacios de exhibición de productos artesanales a nivel nacional y de la mejor categoría en Quito. Otras Ferias con mayor trayectoria es la llamada: “Hecha a Mano” que convoca cada año a 100 emprendedores, esta es organizada por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) y se realiza en mayo, durante varios años esta feria ha sido todo un éxito donde los artesanos pueden exponer sus productos sin ningún costo, es importante abrir más ferias para que crezca la economía de los artesanos (IV Feria Artesanal Texturas y Colores, 2019).

Según la Junta Nacional del Artesano (JNDA) existen en Ecuador 20975 talleres artesanales, que se encuentran divididos entre 11746 talleres de mujeres y 9229 de hombres, en Pichincha están 906 talleres artesanales divididos en un porcentaje del 55% mujeres y 45 % hombres artesanos.

Situación general del sector

El mercado de la bisutería artesanal se viene desarrollando en Ecuador, mejorando, avanzando e innovando constantemente en Quito, nosotros como capital tendríamos que potenciar el folklore tradicional de nuestro país a través de un accesorio que nos identifique y que sea de manera artesanal, utilizando un accesorio que resalte la belleza de la mujer. Desarrollamos la producción y comercialización de un artículo de bisutería único elaborado con semillas de alimentos que sea atractivo al mercado

nacional y también internacional de los extranjeros que visitan nuestro país; nuestro taller se encuentra ubicado en la Jipijapa Parroquia urbana de la ciudad de Quito, el sector es considerado como una zona residencial de clase media alta, sector céntrico de fácil acceso en el que pueden acceder a visitar nuestro taller de bisutería artesanal a base de semillas de alimentos .

Perspectiva del crecimiento del sector

Este plan de negocio está enfocado al sector artesanal, según el Ministerio de Industrias y Productividad señaló que el sector artesanal es una prioridad para el Gobierno por tratarse de una actividad productiva que involucra indirectamente a 4.5 millones de ecuatorianos, lo cual representa el 32,7% de la población económicamente activa, además se considera que los artesanos ayudan a contribuir el desarrollo económico del país, son actores claves en la preservación material e inmaterial del Patrimonio cultural de nuestro país. Precizando la participación de artesanos en el ámbito productivo, el sector está constituido con más del 80% por unidades familiares y; que el aporte de la generación de empleo llega al 12,3% de la población urbana a nivel nacional (Artesanos contribuyen al desarrollo económico y preservan el patrimonio cultural, 2019).

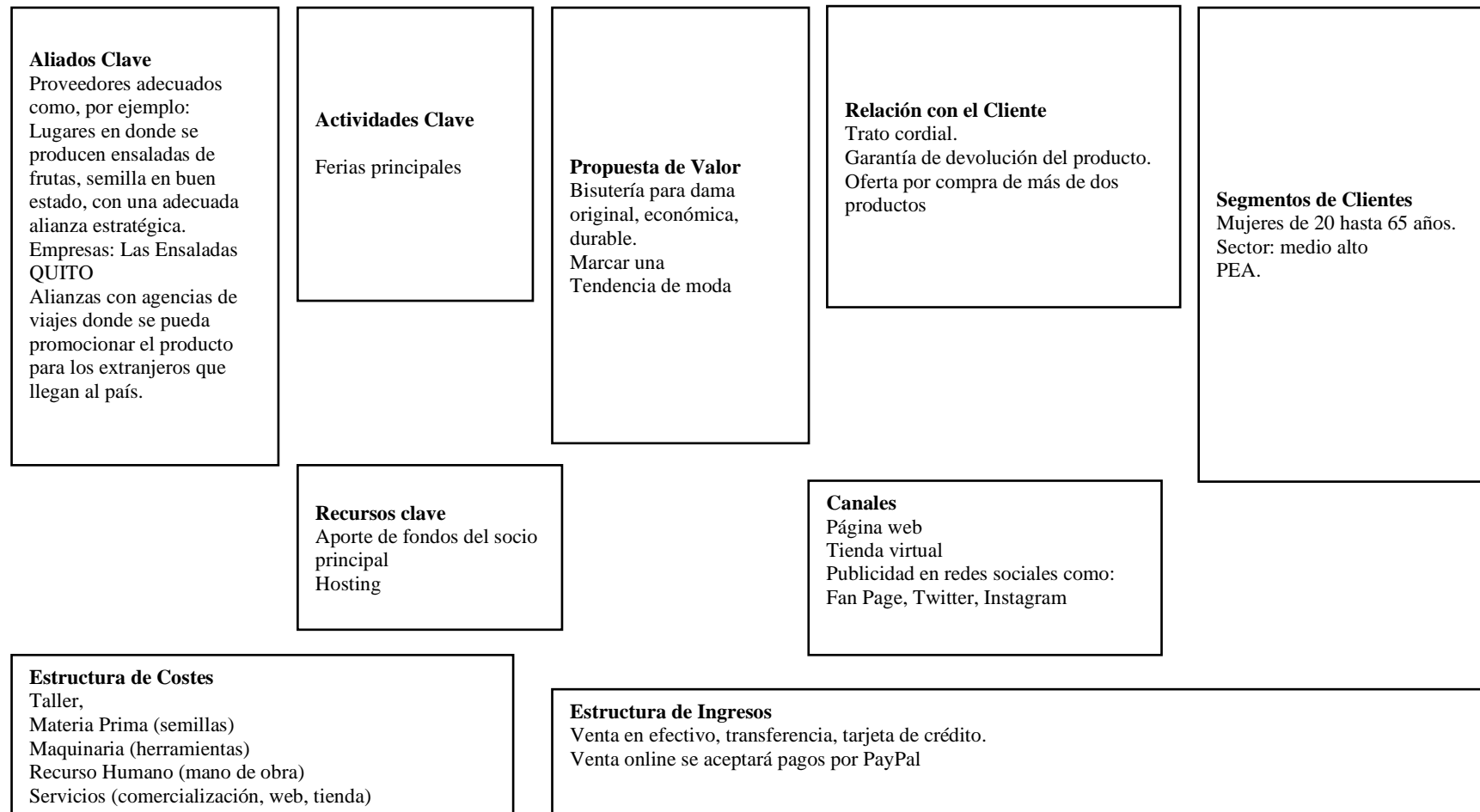
El sector en la economía nacional

Estamos enfocándonos en el sector artesanal, la nueva Ley que dictará el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) permitirá promover la profesionalización y competitividad de los artesanos ecuatorianos para que accedan a mejorar condiciones en el mercado nacional e internacional, es el objetivo de la propuesta de Ley Orgánica de Desarrollo Artesanal que se encuentra en su tratamiento en la Asamblea Nacional. Como principal punto incluye el Fondo de Desarrollo Artesanal, que canalizará recursos financieros para el emprendimiento y crecimiento

del sector, que actualmente genera empleos a más de un millón de personas que trabajan en 108.000 talleres en el país pertenecientes a 172 ramas de producción y servicios artesanales. La normativa fue socializada en su momento por la Ministra del MIPRO Eva García, según Luis Nieto, presidente ejecutivo de la Federación Nacional de Cámaras Artesanales del Ecuador, esta normativa también trae beneficios como capacitación, incentivos tributarios y en propiedad intelectual (Sector artesanal tendrá más beneficios con nueva ley, 2019).

El Concepto de Negocio

El fundamento de este plan de negocio es que permitirá identificar las etapas de la creación de una microempresa de producción y comercialización sustentable de bisutería artesanal con semillas de alimentos, aretes, collares y pulseras desarrollando un producto innovador y único en el mercado enfocado hacia la mujer desde 20 años hasta 65 años, desarrollándose en un sector medio alto sector Jipijapa, con la finalidad de ser tendencia de belleza para las mujeres utilizando bisutería artesanal y sobre todo sin dañar el medio ambiente, utilizando materiales reutilizables, la comercialización como: medios digitales, publicitarios en tiendas artesanales, puntos de comercialización, ferias y alianzas estratégicas, su cadena de valor que va desde su producción hacia su usuario final, es así que la viabilidad financiera de este plan de negocio buscará hacer sostenible su biodiversidad impulsando su folklore nacional, disminuyendo la intermediación comercial que perjudica al artesano que minimiza el crecimiento o expansión por una competencia desleal en base a precios, rotación de inventario, precio de venta que reduce su rentabilidad.



Adaptado de: (Osterwalder & Yves , 2010)

Figura 1 Modelo Canvas

Segmento del cliente

Nuestro segmento de mercado se encuentra en mujeres de 20 hasta 65 años, procedemos a la elaboración de un producto a base de semillas de alimentos que permitirá a la mujer sentirse elegante y original en cualquier ocasión especial, se desarrollarán tres líneas de producción: aretes, pulseras y collares, enfocadas a un sector medio alto.

Propuesta de valor

La propuesta de valor del plan será enfocada para que la mujer se sienta original y elegante, que sea un producto durable, buscando marcar una tendencia de moda.

Canales

Nuestro canal será la publicidad mediante: redes sociales, *fan Page*, *Twitter*, *Instagram*, tienda virtual y pagina web.

Relación con los clientes

La relación con el cliente será de manera directa, manejaremos la comercialización de nuestro producto sin intermediarios, ellos perjudican la generación de recursos debido a la explotación del precio de venta en la mercadería la competitividad nuestra, al reducir nuestra rentabilidad.

Flujo de ingresos

La venta será realizada mediante pagos en efectivo para empezar, el medio de pago de nuestra tienda virtual será *PayPal*, luego se verá la posibilidad de ampliar con algunos métodos de pago como las tarjetas de créditos para comprar en nuestra tienda virtual.

Recursos claves

El aporte del socio principal mediante una inversión inicial se podría manejar de manera directa o mediante un crédito para empezar con la producción de bisutería con

semilla de alimentos utilizando una mano de obra calificada requisito artesano experiencia en elaboración de bisutería artesanal, herramientas administrativas acompañado de un administrador que utilice de manera correcta las herramientas administrativas con tiempos y costos exactos, lo más importante capacitaciones continuas al personal sobre técnicas de bisutería actualizada.

Actividades claves

La actividad clave será nuestra boutique que se encuentra ubicado en el sector de la Jipijapa, como segundo medio serían las ferias y la tienda virtual.

Alianzas

Se realizará acuerdos mediante una adecuada selección de proveedores de materia prima de semillas, productos calificados, los materiales utilizados serán seleccionados para que no produzcan ninguna alergia, alianzas con agencias de viaje en donde se tenga un espacio para promocionar nuestro producto a los extranjeros que llegan a nuestro país.

Estructura de costos

Nuestro producto tendrá una estructura de costos empezando desde la materia prima (proveedores calificados), mano de obra (artesanos calificados con experiencia en elaboración de artesanías) costos indirectos de fabricación (comercialización, canales de publicidad adecuada como: web, tiendas).

Resumen

Este capítulo nos ha permitido identificar las distintas etapas de la creación de una microempresa de producción y comercialización sustentable de bisutería con semillas de alimentos, basándose en tres productos principales: aretes, collares y pulseras, su principal meta como empresa es impulsar el folklore nacional a través de nuestra bisutería con semillas de alimentos, el principal problema del artesano es la

intermediación comercial que lo perjudica desde la explotación del precio hasta la disminución del empleo.

Analizamos la situación general del sector de la parroquia Jipijapa identificamos que tenemos una demanda insatisfecha a la que nos podremos enfocar para la venta de nuestro producto, como capital Quito tendríamos que ser una potencia en artesanías para que todos los extranjeros que visiten nuestro país se lleven una artesanía, creando un producto innovador y único en el mercado para resaltar la belleza de la mujer.

Destacando que nuestro objetivo general es la producción y comercialización de bisutería elaborada con semilla de alimentos, empezando desde su producción, siguiendo con las estrategias y alianzas para llegar a producir el mejor producto de bisutería artesanal, utilizando adecuadamente las herramientas administrativas existentes, con un acompañamiento de la parte comercial para que el sector de la parroquia Jipijapa crezca, con la ayuda de los municipios para la participación de los distintos espacios de emprendimientos, según nuestro modelo de negocio se manejarían canales con los clientes, utilizando la tecnología para llegar hacia ellos con todas las herramientas, alianzas con productores, artesanos y gestores culturales.

Pudimos determinar que los aspectos más importantes es la disminución de la intermediación que afecta al artesano, establecer estrategias, identificando la falta de acompañamiento que dificulta el posicionamiento del producto en el mercado pese a que el mismo es un producto innovador, como también que la mayoría de los artesanos no tienen un lugar donde exponer sus productos.

Capítulo 2: Análisis e Investigación de Mercado

En este capítulo vamos a realizar la recopilación y analizar la información en lo que respecta a la producción y elaboración de bisutería artesanal con semillas de alimentos, analizar sus macro entorno y micro entorno de forma sistemática, donde empezará a tomar forma nuestro plan de negocios para llegar a establecer las mejores decisiones de acuerdo a sus competencias, identificando la cadena de valor de la empresa realizamos el diagnóstico de la situación de mediante la herramienta matriz DAFO, con una adecuada segmentación de mercado mediante el método de investigación cuantitativo al utilizar la encuesta como medio, utilizaremos además el método de la observación para obtener datos que nos servirán para afianzar nuestra encuesta, luego seguiremos con los métodos cualitativos el que nos permitirá examinar datos de forma numérica con sus respectivos cálculos de proyección de ventas e ingresos.

Análisis del Macroentorno

Político

El presidente Lenin Moreno en enero del 2019 recibió en su gabinete a Luis Sánchez, representante de la “Confederación Nacional de Artesanos”, allí dio a conocer que 100 millones de dólares dispondrá el Gobierno para la entrega de líneas de crédito a los artesanos en el país considerando que al momento más de 4000 artesanos han recibido unos 37 millones en créditos y esta cantidad se va a triplicar ya que podrán recibir 100 millones en préstamos a bajo interés para micro y medianos emprendimientos artesanales.

(Moreno anuncia \$ 100 millones para artesanos, 2019).

Esta noticia nos permite avanzar en una de las partes más importante para nosotros que es el acceso a la inversión, tendremos una carta abierta para poder acceder

a créditos en la parte artesanal; el gobierno actual permitirá avanzar a pequeñas y medianas empresas en uno de los factores más críticos para empezar cualquier emprendimiento, recordando que la tasa de interés será la más baja del mercado porque los créditos van a hacer canalizados mediante BAN-ECUADOR.

Económico

Analizaremos el crecimiento del PIB, el año anterior 2018 alcanzó un crecimiento anual del 1,4% , según los estudios realizados para el año 2019 el PIB crecerá menos del 2% anual en los próximos 5 años, según datos la población crece más rápido que la economía, el efecto del crecimiento del PIB lento, las condiciones de mercado laboral que se deterioraron aumenta el desempleo inadecuado en el país, la tasa de desempleo juvenil duplica la tasa de desempleo nacional, el sector del comercio es el mayor generador de empleo adecuado, nos ayuda a la generación de empleo en nuestro proyecto dando fuentes de empleo, según el estudio habrá 548 mil empleos de calidad generados por el comercio, se tiene la ventaja que el sector del comercio es el más grande del país, el que emplea al mayor número de trabajadores en condiciones adecuadas (Cifras Macroeconómicas, 2019).

Social

Actualmente las personas están con la tendencia de utilizar productos amigables con el medio ambiente que no realicen daños al medio ambiente, en Ecuador, nosotros vamos a elaborar un producto innovador como la bisutería con semillas de alimentos. El producto de las semillas son productos naturales, se encuentra dentro de las tendencias actuales, es un producto que va a aportar al país, porque se dará énfasis al folklore ecuatoriano con la campaña consume siempre lo nuestro. El 19 de enero del 2019 el Gobierno inició la campaña “Primero Ecuador”, para promover el consumo de bienes locales.

Encarecer importaciones, según expertos, será la oportunidad para que la industria local cautive consumidores, se plantea que, con restricciones y cuotas, una industria nacional sin competencia foránea se despreocupe, que elevar aranceles no sea una forma de premiar a las empresas no competitivas. Una de sus principales propuestas las iniciativas que generen los empresarios serán importante para ganar clientes, pero se necesita incentivos generados desde el Gobierno.

Una campaña para preferir lo nuestro tomó fuerza en los últimos tres años, consistió en identificar y dar a conocer productos locales con calidad con el sello de “Mucho Mejor si es Hecho en Ecuador” que tiene como logotipo una huella dactilar con los colores patrios, es por eso por lo que en mi proyecto la parte comercial es una parte importante para que el producto crezca y se dé a conocer. (Con campaña Primero Ecuador se incita a consumir lo nacional, enero).

Ecológico y cultural

Aporta de manera importante a nuestro plan de negocio en la parte ecológica ya que nuestro producto está alineado con el medio ambiente, no contamina, no afecta a la fauna. En la parte cultural potenciamos el folklore ecuatoriano mediante un producto de calidad con innovación y sobre todo elegante para la mujer, puede ser formal e informal, manejando colores y texturas combinados llegando a formar un accesorio con estilo.

Análisis del Microentorno

Negociación clientes

La negociación con los clientes dependerá del canal de distribución que vamos a utilizar en nuestro plan de negocio, dirigido hacia el sector objetivo que será la mujer con una edad comprendida entre 20 hasta 65 años, actualmente según el estudio pudimos determinar que las mujeres pueden gastar entre \$20 hasta \$30 mensuales en

bisutería y accesorios. Este estudio indica que nuestro impacto será positivo ya que es un producto nuevo e innovador que llegará a la mujer para que sea utilizado como un accesorio formal e informal, marcando una tendencia en el mercado de la moda para así nunca olvidarnos de nuestro folklore.

Por este motivo los clientes tendrán un poder de negociación bajo dado al tener un producto único e innovador sumado a un precio de venta accesible permite que el mismo se adapte a nuestro requerimiento de ventas.

Negociación proveedores

En la producción de la bisutería para acceder a la materia prima que son las semillas de alimentos, se manejarán acuerdos estratégicos con los proveedores de materia, por ejemplo: la empresa “Sociedad Gastronómica Ecuatoriana” (entregará un directorio de proveedores) que nos facilitará la materia prima (según nuestra ficha técnica del producto) de las pepas de melón y sandía para la elaboración de los collares con semillas de alimentos, dado a ellos les ayudará a disminuir el espacio utilizado para los desperdicios de alimentos, con el adicional que van a ganar un valor por cada la semilla entregada; al existir varias opciones para poder encontrar la materia prima de las semillas, el poder de negociación de proveedores se califica como medio.

Amenaza nuevos entrantes

Es mínima la amenaza pese a que según el estudio realizado según la JNDA (Junta Nacional de Defensa del Artesano) que indica, la existencia actual de 20.975 talleres artesanales de los cuales están conformados por 44% personal femenino y 56% masculino, estas cifras no representan una amenaza para nuestro proyecto ya que ingresara con mayor impacto al ser un producto innovador, cuya presencia marcará una nueva tendencia moda.

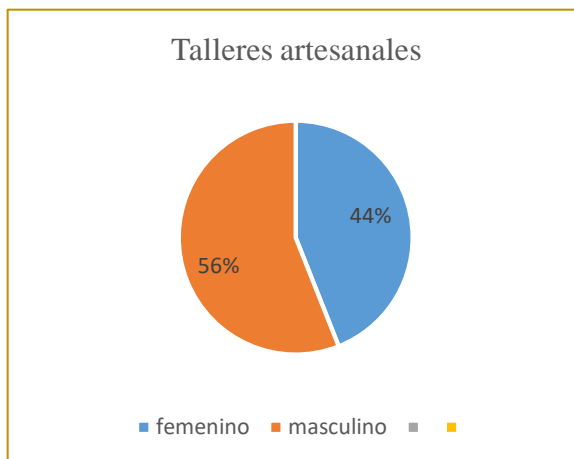


Figura 2. Talleres artesanales femenino y masculino

Amenaza de productos sustitutos

La rivalidad aquí es mínima porque actualmente en el país no existe una competencia que realice el mismo producto, pueden considerarse productos sustitutos los elaborados con tagua, madera, por lo que toca canalizar de manera correcta los canales de publicidad para poder llegar hacia los clientes y fomentar en ellos la confianza hacia nuestro producto, demostrando su originalidad a través de colores y texturas combinadas.

Competencia

Es importante determinar la competencia es mínima la amenaza para desarrollar las estrategias en diferentes aspectos como calidad e innovación para crear ventajas competitivas; la competencia la determinamos de manera directa (venden el mismo producto) e indirecta que son productos sustitutos.

Competencia directa

Una de las competencias directas es el “Mercado Artesanal” que cuenta con 197 locales distribuidos en los nueve pasajes, existe una bisutería variada, con diseños elaborados por los indígenas de distintas comunidades y especialmente por otavaleños, con creaciones de jóvenes artesanos que realizan trabajos en tagua, alpaca y otros.

Lugar	Dirección	Bisutería	Precio
Mercado Artesanal			
	Mariscal (Jorge Washington 611, Quito 170143) 2508-189	aretes	\$ 3,00
		pulseras	\$ 5,00
		collares	\$ 8,00
		juegos de collar y aretes	\$ 10,00
Wimi Artesanías			
	Sector de la Carolina (Amazonas N32-139 y la Granja) 2267855	aretes	\$ 5,00
		pulseras	\$ 6,00
		collares	\$ 9,00
Artesanías QUILLA SILLA			
	Mejía y Guayaquil (Edificio Registro Civil, Local 6-11) 2951380	aretes	\$ 4,00
		pulseras	\$ 6,00
		collares	\$ 10,00

Figura 3 Competencia directa

Lugar	Dirección	Bisutería	Precio
YANBAL			
	catálogo	bisutería con baño de plata y oro	\$30 hasta \$40
CYZONE			
	catálogo	bisutería con baño de plata y oro	\$20 hasta \$35
AVON			
	catálogo	bisutería con baño de plata y oro	\$20 hasta \$30

Figura 4 Competencia indirecta

Cadena de Valor

Actividades primarias

La cadena de valor del presente plan de negocio permite identificar y describir las actividades internas, según:

Logística interna

Permite establecer actividades asociadas con la recepción, almacenamiento y distribución de los productos; asimismo, la entrega adecuada de materiales, control de inventarios, programación de entregas y devoluciones a los proveedores (Porter, 2002).

Las actividades comprenden: 1) la recepción de materia prima según parámetros establecidos en las fichas de control y, 2) el control de inventario de materiales que irá ampliando características según necesidades del desempeño del negocio.

Operaciones

Permite establecer actividades asociadas con la transformación de materiales (del producto) en las distintas etapas como: fabricación, empaque, ensamble, mantenimiento y/o reparación, pruebas de color (Porter, 2002).

Las actividades comprenden la elaboración y empaque de bisutería artesanal como aretes, pulseras y collares con semillas de alimentos, impresión de empaques.

Logística externa.

Permite establecer actividades asociadas con el almacenamiento y la distribución física del producto entre los clientes, como almacenamiento de productos terminados, manejo de materiales, operaciones de reparto, procesamiento de pedidos y programación (Porter, 2002).

Las actividades comprenden: 1) colocación del producto terminado en boutique ubicado en la boutique en la Isla Genovesa (sector Plaza de Toros), 2) colocación del producto terminado para eventos y/o ferias y, 3) para entrega a domicilio.

Marketing y Ventas.

Permite establecer actividades de promoción que permita al cliente comprar el producto y a la empresa inducirlo a ello utilizando publicidad, promoción, fuerza de ventas, cotizaciones, selección de canales y fijación de precios (Porter, 2002).

Las actividades comprenden: 1) facilitar a los clientes la compra mediante la boutique virtual (portal web) y, 2) sistema de información (detección de preferencias del consumidor, identificación de nuevas tendencias).

Actividades de apoyo

Adquisiciones.

Permite establecer actividades para facilitar la adquisición compra de insumos que se usan en la cadena de valor de la empresa como materias primas, material de oficina y producción, maquinaria, equipo de oficina y herramientas (Porter, 2002).

Las actividades comprenden la estandarización de los insumos, materiales, herramientas para la administración, producción y comercialización.

Tecnología.

Permite establecer actividades relacionadas con los métodos que sirven para preparar documentos, mejorar la producción y actividades agrupables con acciones para mejorar el producto y proceso (Porter, 2002).

Las actividades comprenden la adquisición de insumos tecnológicos para manejar los costos del producto.

Recursos humanos.

Permite establecer actividades dirigidas a los subsistemas (reclutamiento, selección, formación, desarrollo y compensaciones) de recursos humanos que respalden las actividades de la cadena de valor, una adecuada administración de recursos humanos mejora la ventaja competitiva de la empresa (Porter, 2002).

Las actividades comprenden: 1) mejorar competencias e incrementar la motivación intrínseca, 2) desarrollar programas de compensación.

Actividades secundarias

Comercialización.

Estas actividades deben estar en permanente revisión para asegurar una comercialización sustentable, que disponga de un crecimiento progresivamente según la apertura de nuevos productos y servicios; y tendrá variantes y/o combinaciones según requerimiento (retribución variable por venta, ofertas, servicio post venta, devoluciones o cambios en boutique o tienda virtual).

Alianzas Estratégicas.

Estas actividades permiten garantizar el crecimiento progresivo de la empresa donde las partes interesadas (clientes, colaboradores, socios y/o inversionistas a mediano plazo, proveedores o agentes sociales) se benefician y obtienen colaboración mutua (aliados claves, ver figura 1).

Actividades de apoyo	Adquisiciones			
	Recursos humanos			
	Tecnología			
Actividades primarias	Logística interna Envíos Gestión de stock	Operaciones Producción Acabados Perchado	Logística externa Distribución Envíos	Marketing de ventas Publicidad Página web Tienda virtual Ferias

Figura 5 Cadena de Valor

Diagnóstico de la situación

Matriz DAFO

Debilidades		Fortalezas	
1	Ser nuevos en el mercado	1	Producto favorable con el medio ambiente
2	Poca tecnificación, todo el trabajo es artesanal	2	Proveedores calificados
3	Informalidad en el sector artesanal	3	Producto adaptable, con tendencia en el mercado
4	Desconocimiento de la Ley a los Derechos del Artesano	4	Recurso humano calificado
5	Poca demanda por ser un producto nuevo e innovador	5	Precio de venta asequible al público
Amenazas		Oportunidades	
1	Tendencia de joyas de plata y oro	1	Gobierno garantiza créditos con bajo interés para los artesanos
2	Mercado competitivo	2	Tendencia a la compra de bisutería artesanal con semillas de alimentos
3	Existen empresas reconocidas que ofrecen bisutería como Yanbal, Cystone y Avon	3	Adquirir la materia prima de fácil acceso
4	Perdida del conocimiento de nuestra artesanías, nuestro folklore	4	Crecimiento del mercado artesanal con productos folklóricos representativos del país
5	Falta de acompañamiento	5	Clientes buscan productos con calidad e innovación

Figura 6 Matriz DAFO

Análisis DAFO

Los datos exponen que podemos distinguir porcentajes más altos en fortalezas y oportunidades con una proyección de crecimiento debido a factores positivos, como el proyecto del Gobierno que se enfoca facilitar inversiones a los artesanos (interés más bajo del mercado) para sus emprendimientos en favor de ampliar su mercado, nuestra empresa contará con proveedores calificados que cumplirán estándares en referencia a materia prima (de calidad); alineados con las tendencias de moda para la adquisición de nuestro producto. Dentro de las amenazas se considera los años de trayectoria de las empresas que venden bisutería para aprovechar sus debilidades, asimismo de nuestros competidores serán nuestras fortalezas al momento de crecer en el mercado, planificando varias estrategias que nos permita crecer como empresa.

Matriz DAFO

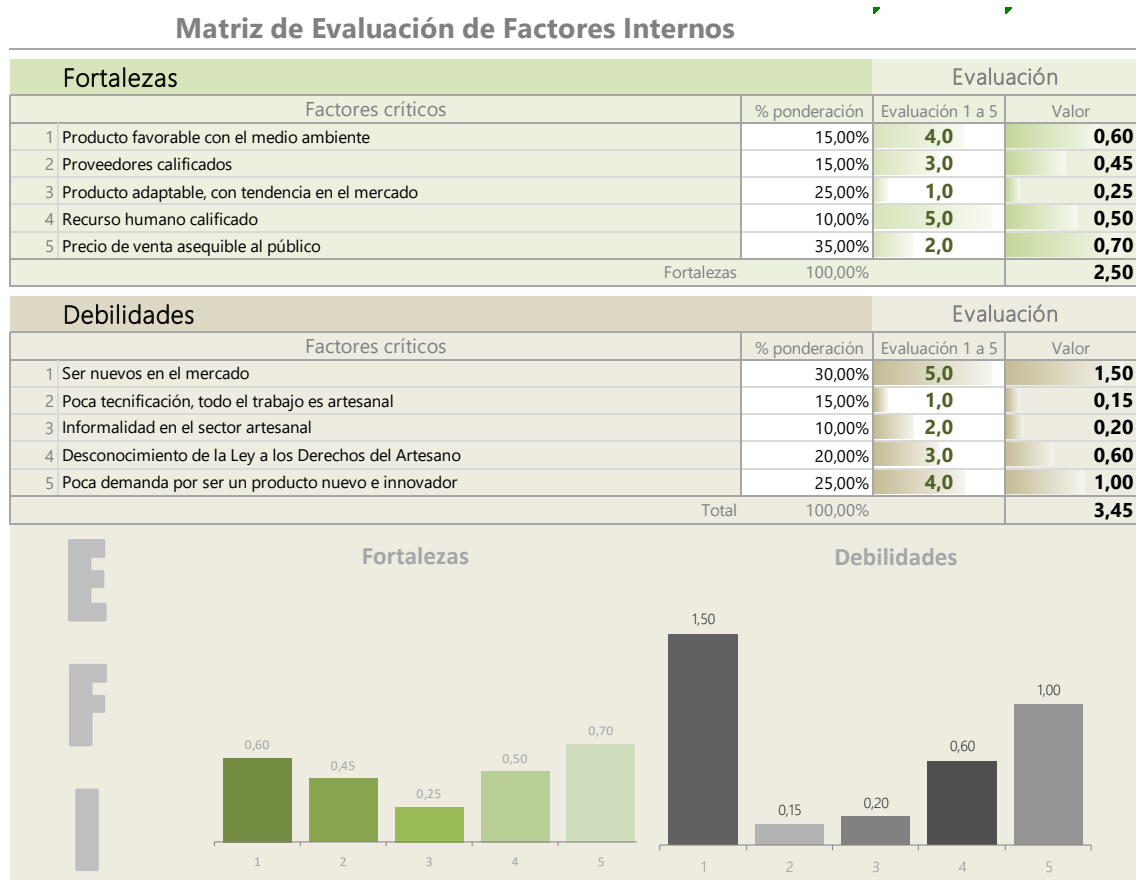


Figura 7 *Matriz de evaluación Factores Internos*

Análisis

Aquí se analiza la Matriz EFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) nuestra mayor fortaleza es contar con un producto que tiene un valor accesible al cliente dado su costo de producción no tiene un impacto directo con el producto final, hecho que puede ser utilizado al momento de competir frontalmente con mi competencia directa.

En los factores que señalan debilidades se destaca que en nuestro producto es nuevo en el mercado y por ello tendrá que ganarse la aceptabilidad del cliente hecho que solamente podrá conseguirse al exhibir mi producto asociándole con el bajo precio de venta que tiene.

Se concluye que si aprovechamos la fortaleza identificada de nuestro producto podemos superar la debilidad en el menor tiempo y a través de este aplicar una estrategia ofensiva de producción masiva que me permita ganar aceptabilidad en el mercado.

Matriz de Evaluación de Factores Externos

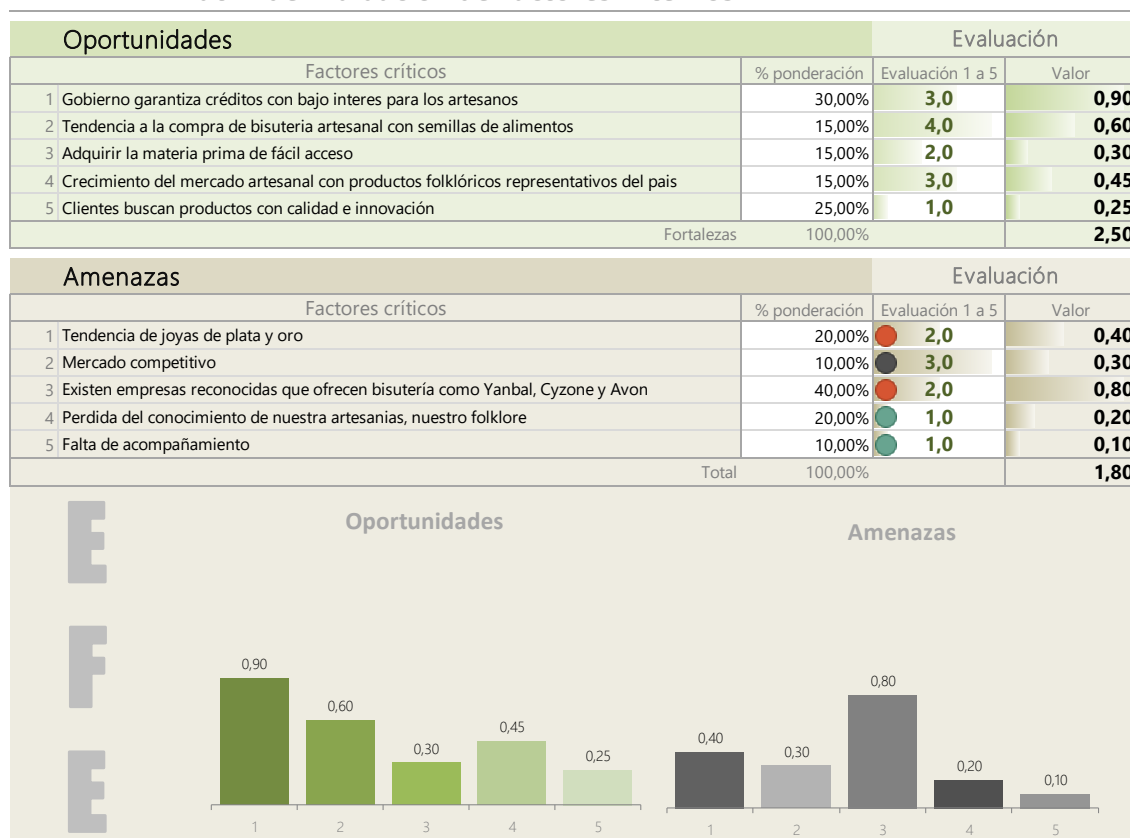


Figura 8 Matriz de evaluación factores externos

Análisis

La Matriz EFE (Matriz de Factores Externos) señala en el factor de oportunidades un mayor porcentaje en la facilidad de obtener un crédito con la ayuda del gobierno para el segmento de los artesanos; eso es positivo para conseguir una inversión favorable en el proyecto, luego analizamos las amenazas donde el mayor porcentaje está en que existen empresas comerciales ya reconocidas en el mercado. Por lo que aplicaremos una estrategia de nicho de mercado para superar esta amenaza.

Los Consumidores

Permite analizar qué tipo de consumidores se tendrá, cuál va a ser su motivo de compra, la frecuencia que van a comprar, la importancia que le van a dar a la calidad del producto, en qué lugares van a preferir comprar el producto, en nuestra boutique, en la tienda virtual o en alguna feria de emprendimiento, cómo se va manejar la fidelidad de los consumidores y por último analizar la satisfacción del cliente y la apertura que tendremos al incrementar un nuevo producto a nuestro mercado.

Criterios de segmentación del consumidor

Para determinar nuestra segmentación se utiliza una muestra de la Parroquia Jipijapa con una dimensión geográfica por genero entre los 20 hasta los 65 años (Tabla 11) que según el Censo 2018 INEC equivale a 24775 personas del género femenino (Tabla 12); que, según la investigación realizada mediante encuesta y observación, se pudo determinar que las mujeres gastan entre \$20 hasta \$30 mensuales en productos de bisutería (Tabla 10).

Tabla 1

Edades de los potenciales clientes

Edades	Género	Consumo promedio
Desde 20 años hasta 65	Femenino	Entre \$20 hasta \$30

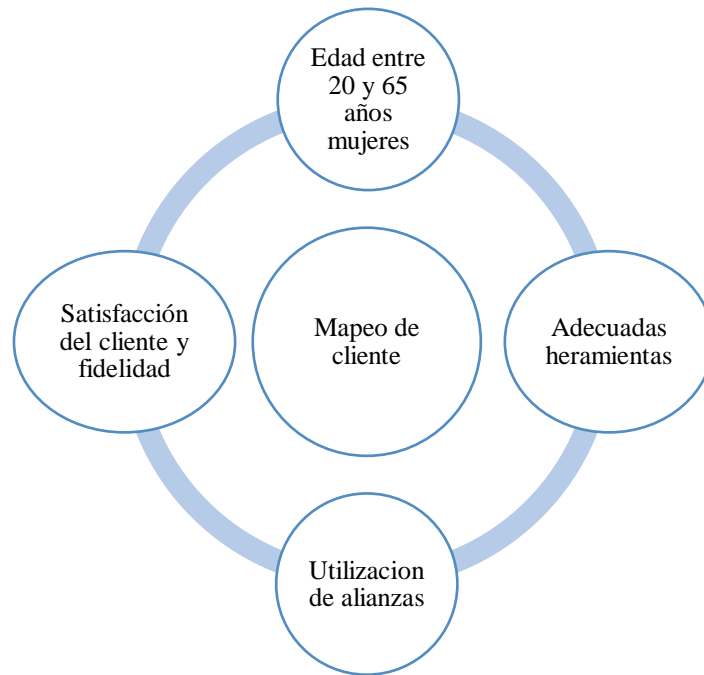


Figura 9 *Mapeo de clientes*

Análisis Cualitativo

De acuerdo al mapeo de clientes el análisis cualitativo permitirá desarrollar y analizar el mapa de empatía con las siguientes preguntas y respuestas:

¿Qué piensa y siente? = la necesidad de utilizar accesorios únicos, diferentes y estar siempre elegantes.

¿Qué escucha? = las referencias de “boca en boca” que exponen que comprar por internet en tiendas virtuales es una herramienta de fácil uso de compra rápida y permite comparar la tendencia o la moda.

¿Qué ve? = nos ayuda en la decisión de compra para conocer la tendencia de moda y uso de productos innovadores.

¿Qué habla y hace? = utiliza siempre accesorios artesanales, le gusta estar siempre a la moda ser una persona sobria y elegante.

Esfuerzos = permite utilizar siempre un accesorio para dar elegancia y sobriedad a la mujer.

En los resultados del mapa de empatía nuestro producto es innovador y atractivo según el análisis cualitativo que va respecto a la aceptación del producto, tenemos que la mayoría de las mujeres les gusta vestirse bien y ser únicas con un accesorio de calidad e innovador, tomando en cuenta que nuestro producto colabora con el medio ambiente, también nos podríamos manejar mediante encuestas elaboradas.

Cálculo de la muestra

Para obtener la muestra se utiliza los criterios de segmentación del consumidor (ver página 21), con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

Figura 10 *Fórmula muestra*

Tabla 2

Datos muestra

Datos muestra			
N	=	Tamaño de la muestra	= ?
Z	=	Nivel de confiabilidad (95%)	= 1,96
P	=	Probabilidad de ocurrencia	= 0,50
Q	=	Probabilidad de no ocurrencia	= 0,50
N	=	Población o universo	= 24775
E	=	Error de la muestra	= 5%

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50) (0,50) (24775)}{(24775) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,50) (0,50)}$$

n= 378

Lea detenidamente las preguntas y responda su criterio			
Sector Residencial:		Edad del encuestado:	
1	¿De la siguiente lista de accesorios de bisutería artesanal para la mujer cual son los más comprados por usted?		
A	Collares		
B	Pulseras		
C	Aretes		
2	¿En qué ocasiones utiliza bisutería artesanal?		
A	Fiestas		
B	Reuniones		
C	A diario		
3	¿De los siguientes lugares de ventas de artesanías cual conoce ?		
A	Mercado Artesanal (Quito)		
B	Warmi Artesanías		
C	Artesanías Quila Silla		
4	¿Alguna vez ha visto artesanías elaboradas con semillas de alimentos?		
A	SI		
B	NO		
5	¿Le gustaría comprar bisutería elaborada con semillas de alimentos?		
A	SI		
B	NO		
6	¿Qué tonalidades le gusta en bisutería?		
A	Claros		
B	Oscuros		
C	Combinado		
D	Todos		
7	¿Por qué medios le gustaría comprar nuestra bisutería?		
A	Boutique		
B	Tienda virtual		
C	Redes sociales		
8	¿Qué rango de precio estaría dispuesto a pagar por una bisutería con semillas de alimentos?		
A	de \$ 5 a \$10		
B	de \$ 15 a \$20		
C	de \$ 20 a \$30		
D	màs de \$30		

Figura 11 Encuesta

Análisis e interpretación

Tabla de las encuestas respuestas:

Tabla 3

Pregunta 1

¿De la siguiente lista de accesorios de bisutería artesanal para la mujer cuáles son los más comprados por usted?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Collares	85	22%
Pulseras	65	17%
Aretes	228	60%
Total	378	100%

Análisis

De acuerdo con la información obtenida se observa el mayor porcentaje de la encuesta de aretes con el 60%, luego le sigue collares con el 22% y pulseras con el 17%, sumado los tres nos dan un porcentaje de aceptación de bisutería de 100%.

Tabla 4

Pregunta 2

¿En qué ocasiones utiliza bisutería artesanal?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Fiestas	128	34%
Reuniones	65	17%
Diario	185	49%
Total	378	100%

Análisis

La pregunta dos se realizará a personas interesadas en la bisutería elaborada con semillas de alimentos. De acuerdo con la información obtenida se observa el mayor porcentaje de su uso en las siguientes ocasiones: diario en el trabajo diario que realizan las mujeres del 49%, luego le sigue fiestas con el 34%, y reuniones el 17% esto quiere decir que para la mujer es un accesorio indispensable para el diario.

Tabla 5

Pregunta 3

¿De los siguientes lugares de ventas de artesanías cuál conoce?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mercado Artesanal (Quito)	305	81%
Wami Artesanías	33	9%
Artesanías Quila Silla	40	11%
Total	378	100%

Análisis

De acuerdo con la información obtenida se observa que el 81% de las mujeres encuestadas adquieren el producto en el único lugar con mayor acogida para la compra de artesanías que es el “Mercado Artesanal”, esto nos permitió efectuar estudio de mercado en el sector la Jipijapa, dado que es un lugar céntrico y tiene bastante acogida de personas, además es un sector en donde se ubica el segmento de población con nivel económico medio alto y, como antes lo mencionamos, tendremos una mayor proyección de ventas.

Tabla 6

Pregunta 4

¿Alguna vez ha visto artesanía elaborada con semillas de alimentos?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	80	21%
NO	298	79%
Total	378	100%

Análisis

De acuerdo con la información obtenida se observa que el 79% de las mujeres no ha visto artesanías con semilla de alimentos, esto nos da la oportunidad de ser uno de los primeros en ingresar en el mercado con este tipo de productos y por ende se

podrá llegar con mayor potencia, a través de un plan de marketing que permita crear expectativa de las mujeres hacia nuestro producto.

Tabla 7

Pregunta 5

¿Le gustaría comprar bisutería elaborada semillas de alimentos?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	330	87%
NO	48	13%
Total	378	100%

Análisis

De acuerdo con la información obtenida se observa que el 87% de las mujeres encuestadas les gustaría adquirir bisutería con semillas de alimentos, esto nos permite saber que podemos llegar a nuestro plan de negocio con un crecimiento rápido, según la respuesta anterior la número 3 el único lugar donde adquieren bisutería es en el “Mercado Artesanal”, tendrán otra opción con nosotros para bisutería original e innovador.

Tabla 8

Pregunta 6

¿Qué tonalidades le gusta en bisutería?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Claros	75	20%
Oscuros	153	40%
Combinado	110	29%
Todos	40	11%
Total	378	100%

Análisis

De acuerdo con la información obtenida se observa que el 40% de las mujeres encuestadas les gusta los colores oscuros en la bisutería, el 29% combinados y el 20% claros, nos da la pauta que nuestro producto tendrá mayor aceptación ya que las semillas de alimentos son de colores oscuros, algunos combinados y otros claros.

Tabla 9

Pregunta 7

¿Por qué medios le gustaría comprar nuestra bisutería?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Boutique	175	46%
Tienda virtual	146	39%
Redes Sociales	57	15%
Total	378	100%

Análisis

De acuerdo con la información obtenida se observa que el 46% de las mujeres encuestadas les gustaría adquirir bisutería con semillas de alimentos por medio de la boutique y el 39% por la tienda virtual, la ventaja de nuestra empresa es contar justamente con estos dos tipos para la adquisición de nuestro producto.

Tabla 10

Pregunta 8

¿Qué rango de precio estaría dispuesto a pagar por una bisutería con semillas de alimentos?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
De \$5 a \$10	75	20%
De \$10 a \$20	193	51%
De \$20 a \$30	62	16%
Más de \$30	48	13%
Total	378	100%

Análisis

De acuerdo con la información obtenida se observa que el 51% de las mujeres encuestadas podrían pagar un precio promedio de \$20 el mismo que se encuentra dentro del rango establecido en nuestro precio promedio.

Análisis Cuantitativo

Tabla 11

Dimensión geográfica

Variable	Descripción	Mujeres
País	Ecuador	
Región	Sierra	
Ciudad Urbano	Quito	
Tamaño Cantón Quito	1.967.248	1.011.989
Tamaño Parroquia Jipijapa	49076	24775

Fuente: Censo 2018 INEC

Tabla 12

Datos población parroquia Jipijapa

Hombre	Mujeres	Total
24301	24775	49076
49,52%	50,48%	100%

Fuente: Información Estadística Parroquia Censo y Población 2018

Tabla 13

Dimensión geográfica por género

Edad	Genero	Total
20-65	Femenino	24775

Análisis

En la tabla trece del Censo que corresponde a la dimensión geográfica de la parroquia Jipijapa, estamos tomando el dato de las mujeres que abarcan un total de 24775 personas, considerando que al tener una boutique no solo las mujeres del sector comprarán la bisutería, se estima que en lo posterior exista la posibilidad que extranjeros que visitan nuestra país puedan adquirir nuestra bisutería; hay que considerar que las mujeres podrán adquirir nuestra bisutería en las diferentes de emprendimiento en donde participa la empresa.

La proyección de la población económicamente activa del país es igual al **1,31 %**, dato que se aplicara para el cálculo de la PEA (Población Económicamente Activa) (Ecuador Tasa de crecimiento - Población, 2019)

Tabla 14

Tabla población económicamente activa

Año	Tasa poblacional	Cálculo tasa poblacional	PEA
2019			24775
2020	1,31%	325	25100
2021	1,31%	329	25428
2022	1,31%	333	25761
2023	1,31%	337	26099

Demanda potencial

Para calcular la demanda se consideran las siguientes preguntas: el número de población económicamente activa del sector y cuya edad promedio es de 20 a 65 años que abarca a 24.775 mujeres según datos (INEC, 2018), tomando en cuenta todas las mujeres que comprarán en nuestra boutique y la pregunta número seis de la encuesta que nos dice que el 87% de mujeres estarían dispuestas a adquirir productos elaborados en base de semillas, que equivalen a 21.554 consumidores de bisutería.

A continuación, por el cálculo de la demanda potencial se expresa de la siguiente

forma:

$$X=24.775 \times 0,87$$

$$X=21.554 \text{ población}$$

Tabla 15

Demanda potencial

Año	PEA (Población económicamente activa)	Demanda potencial 87%
2019	24775	21554
2020	25100	21837
2021	25428	22123
2022	25761	22412
2023	26099	22706

Demanda real

El volumen total del producto que adquirirán los clientes según el estudio de mercado establecido en la pregunta número 6 de la encuesta, se determinó que el 87%, según la muestra de 378 mujeres encuestadas aceptaron que adquirirán bisutería artesanal.

Tabla 16

Demanda real

Año	PEA	Demanda real 87%
2019	21554	18752
2020	21837	18998
2021	22123	19247
2022	22412	19499
2023	22706	19754

Consumo per cápita

Para determinar la cantidad de bisutería que va a comprar cada mujer anualmente, se analizó la pregunta 3, en donde se obtuvo como respuesta que se tiene un mercado abierto del 79% de mujeres que al no conocer el producto podrían tener interés en adquirir nuestros collares, pulseras y aretes, dada la expectativa que crearemos la demanda local, lo que abre una buena posibilidad de introducción en el mercado de nuestros productos.

$$X = \frac{\sum X_m(F)}{N}$$

En donde:

X = Consumo promedio anual

X_m = Punto medio

F = Frecuencia

N = Universo

Σ = Sumatoria total

X = 378/367 = 1,02

Tabla 17

Proyección del consumo per cápita

AÑO	PEA	Demanda Real 1,02
2019	18752	19127
2020	18998	19378
2021	19247	19632
2022	19499	19889
2023	19754	20149

Proyección de la demanda efectiva

Es conocida como el deseo que tienen los posibles clientes para adquirir un determinado bien o servicio, en nuestro caso de estudio, hemos considerado los resultados obtenidos en la pregunta 6.

Tabla 18

Proyección demanda efectiva

AÑO	PEA	Demanda efectiva 87%
2019	19127	16441
2020	19378	16859
2021	19362	17080
2022	19889	17303
2023	20149	17530

Estudio de la oferta

Según el estudio de mercado realizado de la investigación de campo se pudo obtener la información de la competencia directa que tendrá la empresa y se determinaron los promedios de clientes frecuentes que asisten de forma cotidiana a cada oferente estudiado, determinando que existen 3 competidores que se dedican a la producción de bisutería artesanal en la ciudad de Quito y que por sus volúmenes de venta se constituyen en competidores directos de la empresa.

Se realizó el estudio de la oferta mediante una investigación de campo empleando el método de la observación en el cual durante varias semanas se estuvo observando el movimiento de personas en los diferentes lugares de nuestros competidores, en base a esta frecuencia se realizó una tabla para sacar los datos del número aproximado de personas que acuden semanalmente, mensualmente y proyectando valores, anualmente para comprar artesanías.

Tabla 19

Estudio de la oferta

Muestras de oferentes	Promedio clientes semanales	Promedio clientes frecuentes mensuales	Promedio clientes frecuentes anual
Mercado artesanal (Quito)	200	800	9600
Wami Artesanías	70	280	3360
Artesanías Quila Silla	42	168	2016
Total	312	1248	14976

La siguiente tabla es el cálculo de la oferta, se consideró el promedio del valor total de la oferta de \$4992 con una proyección de 5 años, considerado con la tasa poblacional del 1.31%.

Tabla 20

Cálculo de la oferta

Años	Tasa poblacional 1,31%
2019	4992
2020	5057
2021	5124
2022	5191
2023	5259

Demanda insatisfecha

Es conocida como el balance entre la oferta y la demanda, en este cuadro se observa la diferencia entre demanda, oferta y la demanda efectiva que da como resultado la demanda insatisfecha.

Tabla 21

Demanda insatisfecha

Año	Demanda efectiva	Oferta	Demanda insatisfecha
2019	16641	4992	11649
2020	16859	5057	11801
2021	17080	5124	11956
2022	17303	5191	12113
2023	17530	5259	12271

Cálculo Estimado de Ventas

Aquí se determina el cálculo estimado de ventas por unidades de acuerdo con la producción realizada tomando en cuenta que se va a tener 2 personas en talleres durante 8 horas días y 40 semanales, considerando que nuestra Empresa también se desarrollará con productos personalizados para nuestras clientes, en el mismo lugar del taller tendremos nuestra Boutique por lo que como parte de nuestro valor agregado y atractivo hacia el cliente, ellas podrán acercarse al taller a verificar como nuestros trabajadores realizan el accesorio de bisutería que están adquiriendo, de esta manera se disminuirá la incertidumbre que pudieran sentir al estar adquiriendo un producto nuevo y que por su naturaleza, pudieran llegar a pensar que es deteriorable

Tabla 22

Cálculo estimado de ventas

Producto	Tiempo	Capacidad producida por día	Cantidad semanal producida	Cantidad mensual producida	Cantidad anual producida
Collares	60 minutos	7	35	140	1680
Aretes	20 minutos	9	45	180	2160
Pulseras	20 minutos	9	45	180	2160
				Total, unidades	6000

El cálculo estimado de ventas se realizó según las horas que pueden producir dos personas que estarán en el taller para elaborar aretes, pulseras y collares según 8 horas diarias y 40 semanales de lunes a viernes. Esta producción se encuentra sustentada dado la empresa aprovechará las ferias existentes para promocionar sus productos por lo que, toda la producción que pudiera estar en bodega o percha será vendida en su totalidad, garantizando con ello una adecuada rotación del inventario existente.

Flujo de Ingresos Proyectados

Tabla 23

Flujo de ingresos proyectados

Año	Producto	Cantidad mensual producida	Precio promedio	Ingresos mensuales
2019	Collares	140	\$ 8,00	\$ 1.120,00
	Aretes	180	\$ 6,00	\$ 1.080,00
	Pulseras	180	\$ 7,00	\$ 1.260,00
			Total, ventas	\$ 3.460,00

Nuestro precios fueron calculados en base al valor estimado de ventas de nuestra competencia, tomando como referencia base a nuestro costo de producción, para efectos del presente estudio, mediante la respuesta obtenida de la pregunta ocho de la encuesta estableceremos un precio promedio de \$ 15 a \$ 20 dólares por accesorio contando con la gran aceptación que se prevé tengan nuestros productos, ya que la percepción es que el 51% de las encuestadas estarían dispuestas a pagar por bisutería el valor señalado, este precio promedio está sustentado vista se ha participado en ferias con estos productos y los precios han sido muy aceptados por el usuario.

Análisis de Riesgos

Se puede medir con tres parámetros para este efecto, el mínimo, medio y óptimo para determinar los riesgos, elaborando y cumpliendo las estrategias establecidas

Tabla 24

Análisis de riesgo

#	Estrategias	Objetivos	Indicadores	Metas y objetivos concretos			
				Mínimo	Medio	Óptimo	
1	Materia Prima	Reducir costos de materia prima	Realizar alianzas estratégicas para recibir una Adecuada materia prima.	Reducción de costos	20%	5%	10%
2	Recursos Humanos	Personal calificado	Capacita al personal para que se tenga un Personal actualizado con las técnicas y experiencia	Mayor Productividad	15%	5%	10%
3	Definición de precio	Reducir el costo	Reducir el costo de producción Aumentar la rentabilidad	Reducción de costos	20%	3%	10%
4	Producto	Introducción del producto	Producto innovador y original	Herramientas de marketing	20%	1%	15%

Resumen

En el capítulo dos hemos determinado mediante el análisis y la investigación de mercado, utilizando todas las herramientas disponibles como el PESTEC para el análisis del Macro Entorno (político, económico, social, tecnológico, ecológico y cultural) cuyos resultados obtenidos nos permiten determinar un resultado positivo para el establecimiento de esta empresa, dado el entorno de los artesanos será favorable debido a las reformas que emitirá el Gobierno para otorgar nuevos créditos a bajo interés y que permitirá la activación del mercado artesanal, activando así la productividad del sector.

Siempre colaborando con el medio ambiente, hemos analizado los microentornos mediante las cinco fuerzas de Porter, cuyo factor preponderante determinamos que es el de proveedores mediante el cual realizaremos un procedimiento minucioso de la materia prima determinado que se realizará un riguroso proceso de selección de materia prima que cumplan con procesos de calidad citando las amenazas de nuevos entrantes.

Según la JNDA existen 20975 talleres artesanales, pero analizando sus particularidades, ninguno de ellos constituye competencias directas e indirectas para nuestra empresa, considerando que tenemos un producto innovador y nuevo en el mercado y cuya fortaleza es que no es producido por ellos

Detallando nuestros principales competidores y sus principales estrategias, determinamos la cadena de valor desde su inicio hasta el final, esto es, empezando por su producción y terminando en la comercialización sustentable del producto, se realizó para este efecto el análisis de la situación utilizando la metodología DAFO, donde determinamos nuestras principales debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, desarrollamos la matriz cruzada determinando que nuestro plan de negocio tiene más fortalezas y oportunidades al ser un producto nuevo e innovador en el mercado, por lo que se proyecta una acogida positiva en el sector, seguidamente realizamos la segmentación del mercado a través del cálculo de la muestra y de un estudio cualitativo aplicando la encuesta, para así determinar la demanda potencial e insatisfecha cuyos resultados nos dan el 87% de aceptación de nuestro producto proyectado a una tasa poblacional del 1,31% de crecimiento durante los cinco años de la Empresa.

Capítulo 3: Plan de Marketing y Ventas

En este capítulo se describen las estrategias que utilizamos para cumplir con el objetivo de producir y comercializar bisutería artesanal con semillas de alimentos, aplicando estrategias que permitan el empoderamiento de nuestro folklore nacional a través de la elaboración de un accesorio de bisutería; se identificarán las estrategias de mercado y de nuestro plan de negocios que ayuden en la creación de valor de nuestras capacidades básicas. Para posicionarnos en el mercado utilizaremos redes sociales con la ayuda de una tienda virtual, que nos ayudarán para constituirnos como tendencia de moda de bisutería artesanal de aretes, collares y pulseras, proponiendo la fidelización de nuevos clientes; participar paralelamente en ferias que incrementen rentabilidad a nuestro proyecto.

Establecimiento de Objetivos

Objetivos de marketing

Los objetivos de marketing permitirán posicionar (Tabla 25) nuestros productos en cumplimiento del objetivo específico número dos (describir las estrategias de marketing para la comercialización sustentable de bisutería artesanal con semillas de alimentos), según:

Negocio.

Incrementar las ventas en un 10% durante el año 2019 para alcanzar una rentabilidad del proyecto hasta su quinto año.

Cliente.

Aumentar la fidelidad de nuestros clientes en un 5% durante el año 2020, con el conteo de visitas en la tienda virtual, darle la garantía al cliente que si el producto no cumple con las garantías y calidad será remplazado por un nuevo accesorio.

Se puede lograr la fidelidad del cliente mediante la aplicación de encuestas de satisfacción trimestrales; posicionarnos en el mercado de la Parroquia Jipijapa de la

ciudad de Quito al incrementar el número de ventas en un 25% mediante la aplicación de la tienda virtual en la que podremos tener datos estadísticos de conteo de cuantas visitas tenemos al mes y cuáles han sido efectivas.

Marca.

Participar en tres ferias más importantes de la ciudad de Quito en donde se pueda promocionar mi producto (Feria Hecha a Mano, Texturas y Colores); Incrementar en un 5% el posicionamiento de la empresa en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) con la implementación de la tienda virtual con el conteo.

Tabla 25

Modelo SMART

Aspectos	Objetivos Macros	Específico	Medible	Alcanzable	Realista	Tiempo
Negocio	1) Incrementar las ventas en un 10% durante el año 2019	SI	SI	SI	SI	SI
	2) Alcanzar una rentabilidad de la empresa entre 1 hasta 5 años sobre el nivel de utilidad neta en los próximos 3 años.	SI	SI	SI	SI	SI
Cliente	1) Aumentar en un 5% fidelidad del cliente en el año 2020.	SI	SI	SI	SI	SI
	2) Realizar una comercialización sustentable y justa para los artesanos, limitando la intermediación, que afecta a nuestro mercado y disminuye la conectividad reduciendo su rentabilidad.	SI	SI	SI	SI	SI
	3) Posicionar la boutique en la Parroquia Jipijapa, abarcando con promociones y publicidad, para que nuestra bisutería sea la primera opción para las mujeres del sector, potenciando nuestro folklore en los accesorios.	SI	SI	SI	SI	SI
Marca	1) Participar en ferias importante de la ciudad de Quito, para promocionar nuestros productos (“Hecha a Mano”, “Floresta”, Texturas y Colores”).	SI	SI	SI	SI	SI
	2) Incrementar el 5% de forma anual en redes sociales (Facebook, Instagram) y tienda virtual.	SI	SI	SI	SI	SI

Crterios de Marketing

El plan de marketing para nuestro producto tanto para su producción como para su comercialización de bisutería elaborado con semilla de alimentos, está enfocado para mujeres entre 20 hasta 65 años de edad, segmento de población que fue determinada en nuestro estudio de mercado que determinó que se encuentra en un favorable nivel de aceptación del producto, en los edades de 18 a 25 años con el 21% y de 26 a 35 años con el 44%, lo que nos da un total de 65%; según nuestro estudio realizado en la Parroquia de Jipijapa en el censo hay 24.775 personas en ese sector y que constituyen nuestros potenciales clientes al tener un 87% de aceptación hacia nuestro producto, nuestro plan de marketing va a estar enfocado para mujeres de edades comprendidas desde los 20 hasta 65 años, su difusión e inclusión será mediante redes sociales y para ello vamos a utilizar tres redes sociales (*Facebook, Twitter, Instagram*) acompañado de una tienda virtual.

Matriz BCG

Tabla 26

Cálculo matriz BCG

Producto	Ventas	Proporción	Ventas	Venta	Venta	Tabla de	Cuota	Casillas
		cartera	líder	sector	sector	crecimiento	mercado	matrices
		negocio		año	año	mercado	relativa	BCG
				actual	anterior			
	a		b	t	t 1	$-(t-t-1)/t1$	-a/b	
collares	\$2100	51%	2500	25200	22680	11,11	0,84	estrella
pulseras	\$1080	26%	2000	12960	14250	-9,05	0,54	incógnita
aretes	\$900	22%	1000	10800	9720	11,11	0,90	perro
Total	\$4080	100%	5500	48960	46650			

Tabla 27
Resultados matriz BCG

Unidad estratégica	Zona	Rentabilidad	Inversión	Flujo de caja	Estrategia
Collares	estrella	alta	Alta	positivo	mantener
Pulseras	perro	baja	Baja	bajo	desinvertir
Aretes	vacas	alta	baja	positivo	Mantener

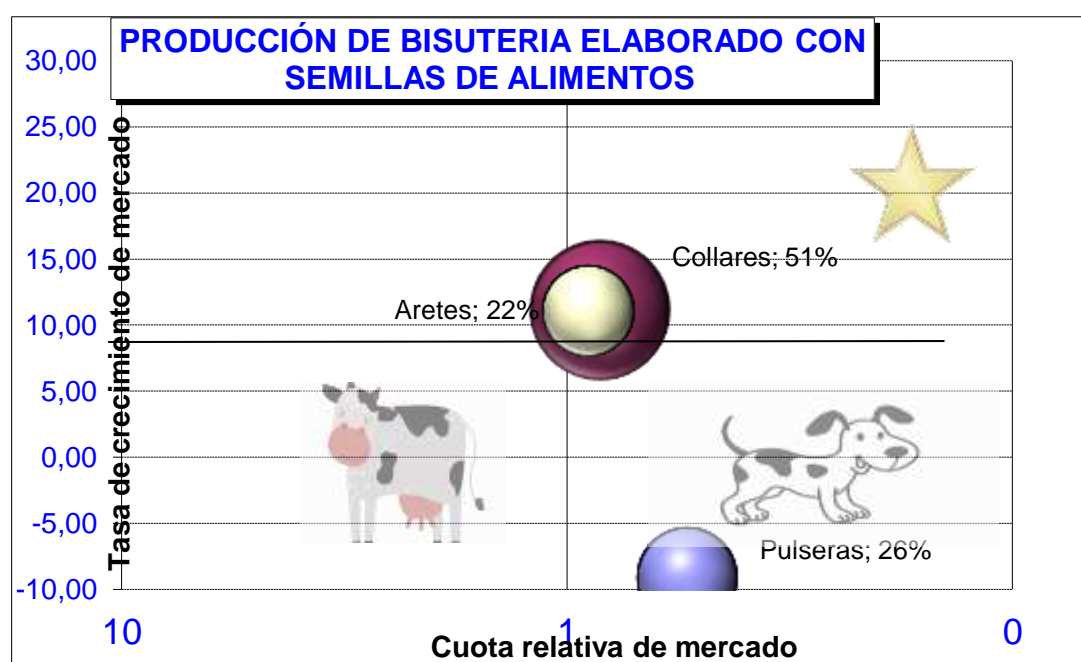


Figura 12 Imagen matriz BCG

Análisis

Según la matriz BCG nos da la siguiente lectura, se visualiza que nuestro mercado está enfocado a nuestro producto estrella que son los collares, luego le siguen los aretes como una incógnita, para finalmente ocuparse en el último lugar las pulseras ubicándose en el cuadrante perro. Esta matriz permite identificar donde tenemos que planificar mejores estrategias de marketing para mejorar nuestra participación en el mercado; es decir, las pulseras se tiene el 26% y está en el cuadrante perro, por lo que se tendrá que decidir conforme la empresa vaya desarrollando su fase productiva, si se mantiene este producto o se lo cambia por otro que sea atractivo para el mercado.

Formulación de Estrategias

Estrategia de venta del portafolio

Una de las principales estrategias de venta será la publicidad por redes sociales, tienda virtual, nuestra boutique y taller ubicado en la Jipijapa; además, nos promocionaremos en ferias para dar a conocer nuestros productos.



Figura 13 Feria de texturas y colores

Estrategia de precio

Nosotros utilizaremos estrategias de precio en base a los resultados obtenidos en la investigación de la observación que se realizó en nuestros competidores y cuyos resultados indicaron que nuestros precios se encuentran al mismo nivel que nuestra competencia, sabiendo que nos encontramos en un sector privilegiado si nuestro producto es innovador por lo que se prevé que éste sea novedoso y novelero para las mujeres, lo que les motivaría a tener un collar elaborado con semillas de alimentos por la calidad del producto que nos permitirá competir con los precios de nuestra competencia. Existirá el método del pago mediante efectivo y transferencia bancaria a través de nuestra tienda virtual; tendremos el método de pago para nuestra tienda virtual de *Paypal* que está considerado en el costo en los gastos financieros.

Tabla 28

Estrategia de precio ILUZIONAME

Competencia	Producto	Precio
	Aretes	\$ 6,00
Mercado artesanal	Pulseras	\$ 5,00
	Collares	\$ 8,00
	Aretes	\$ 5,00
Wami Artesanías	pulseras	\$ 6,00
	collares	\$ 9,00
	Aretes	\$ 4,00
Artesanías Quilla Silla	pulseras	\$ 4,00
	collares	\$ 10,00

Estrategia de distribución / cobertura

La distribución es considerada como el canal para acercarse al consumidor, nosotros utilizaremos varias estrategias siendo las principales : Facebook, Twiter, Instagran, Tienda virtual.

Estrategia promocional

Tendremos acuerdos comerciales, especialmente con la Empresa Soge, quien nos proveerá de la materia prima que consiste en las semillas para la elaboracion de nuestra bisutería, ayudándoles a disminuir el espacio de desperdicios que ellos tienen a cambio de entregarnos la semilla a un costo mínimo, utilizaremos además varias alianzas que estarán enfocadas en ofrecerles un espacio en nuestro local para que ellos puedan promocionarlos y comercializarlos aprovechando la visita de nuestros potenciales clientes.

Presupuesto plan de marketing

Este presupuesto está basado según los objetivos obtenidos y los canales que se encuentran en el método Canvas elaborado en Capítulo 1.

Tabla 29

Presupuesto de marketing

Acciones		inversión	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	total
Elaboración página web	anual	\$300													\$300
Hosting	anual	\$100	*												\$100
Manejo tienda virtual (community mánager)	mensual	\$50	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	\$600
Publicidad en redes sociales pagadas	cada 4 meses	\$30				*				*				*	\$90
Costo del stand para participar en tres ferias al año:	cada 4 meses	\$325								*				*	\$975
Feria Hecha a Mano Ecuador (abril), Feria de la Floresta (agosto) y Feria Texturas y Colores (diciembre).						*				*				*	
Total														\$2.065	

Marketing Mix

Producto

Nuestro producto está elaborado para ser una tendencia de moda para el género femenino, está producido con semillas de alimentos como el: café, melón y sandía, de los cuáles se producirán accesorios como collares, pulseras y aretes. Nos caracterizaremos por ser un producto innovador, comenzando por nuestro slogan que nos identifica: “nos encontramos en cada ocasión especial”, con ello buscamos que

nuestro cliente, cuando piense en algo especial, vea en nuestro accesorio algo innovador y único para la mujer, es por ello también que nuestra marca se llamará ILUZIONAME que irá en juego con el logotipo establecido ya que tratará de establecer una relación del producto con las bases naturales de su confección, por ello se encontrará colores tierra como el naranja, café y verde. La bisutería estará complementada con tagua, hilos de cuero o cinta que resalten el producto en un artículo elegante para la mujer actual que prefiere un artículo sencillo y único.



Precio

El precio lo fijaremos en base a nuestra competencia tomando además como referencia la trayectoria que tengan en el mercado, su posicionamiento y valor agregado, en base a ello se seleccionó competidores afines en el producto y, una vez calculado nuestros costos, establecimos que nos encontramos a un mismo nivel para competir pero teniendo nuestra principal ventaja el que será un producto innovador con una excelente calidad, bisutería elaborada con materia prima reutilizable y duradera con un tiempo ilimitado dependiendo del uso y cuidado que se le dé al artículo. Una vez realizado el estudio de costos se determinó los siguientes precios: collares \$8, pulsera \$7,00 y aretes en \$6,00.

Plaza

Contamos con nuestro taller que se encuentra ubicado en el sector la Jipijapa, en la Isla Genovesa N43-63 y Tomas de Berlanga, donde también está ubicada nuestra boutique para exhibir el producto, allí mismo conformaremos el centro de acopio para que nuestras clientes lo visiten y puedan adquirir el producto, se ha diseñado la estrategia de fidelización al ofrecerles la oportunidad que ellas mismas seleccionen el modelo que deseen de su bisutería, dándoles el carácter de personalizado y único, ya que nuestro taller se encuentra en el mismo lugar y por ello podrán visualizar en tiempo real, la manera cómo elaboran su accesorio de bisutería.



Promoción

Se realizará mediante redes sociales apoyados en la tienda virtual que está habilitada, dispondremos de un *Fan Page* que se manejará mediante el conteo de visitas con el fin de ir sondeando la aceptabilidad del producto, así como un acceso para contestar preguntas en línea.



Mercado directo

Nos manejaremos mediante un mercado directo, dado una de nuestras estrategias de mercadeo será la participación en ferias artesanales que son impulsadas con el apoyo del Municipio de Quito.

Al estar presentes en las mismas se garantizará el posicionamiento en el mercado, estas ferias son: Feria Hecha a Mano Ecuador (Centro de Exposiciones Quito mes de mayo), Feria de Artesanías (Plaza de las Américas mes de junio), Feria de Texturas y Colores (Centro de Convenciones Bicentenario mes de diciembre).

Venta Directa

La venta será de manera directa en nuestro principal centro de producción y acopio que lo constituye la Boutique, las formas de pago inicialmente será en efectivo y posteriormente, para dar mayores facilidades a nuestros clientes, se implementarán otros métodos de cobro financieros a partir del quinto año de operación de la empresa, tales como el cobro mediante tarjetas de crédito y de débito.

Publicidad

Contamos actualmente con la tienda virtual en donde se pueden ver los diferentes modelos de bisutería con sus diferentes colores, se podrá además personalizar su accesorio en la boutique; contamos con la tienda virtual que permitirá hacer la compra con el método de pago *PayPal*.

Estrategias de Diferenciación

Son un conjunto de acciones planificadas de marketing que permiten lograr una percepción que distingue o diferencia el producto de la competencia, que hace que el cliente perciba como único u original y que esté dispuesto a pagar un precio igual o superior al de la competencia.

Ventajas competitivas

A diferencia de la competencia, nuestro producto tendrá como factores estratégicos de éxito los siguientes:

Realizar acuerdos comerciales para la adquisición de materia prima directo desde la fuente, que garantizará un producto con estándares de calidad.

Promocionar nuestra identidad a través del folklore nacional, con nuestro producto natural, convertido en accesorio de bisutería a base de semillas de alimentos.

La creatividad de un producto innovador en el mercado.

Crear una tendencia de moda acompañada de una campaña de publicidad, utilizando medios a los que todos tienen acceso como son las redes sociales.

Contar con una tienda virtual en donde el cliente pueda elegir el artículo y hacerlo personalizado de acuerdo con su gusto y tendencia.

Ubicación estratégica del taller, dado estará en el sector de la Jipijapa, un lugar con grandes proyecciones considerando su ubicación y concurrencia de personas por ser un sector de un nivel medio alto.

Valor agregado

Aunque nuestra competencia elabora un producto que ya está posicionado en el mercado y nos lleva varios años de ventaja en el mismo, nosotros nos basaremos en el hecho de ser un producto artesanal natural y aprovechando las tendencias de cuidado ambiental que priman al momento, buscaremos llegar a los turistas extranjeros atrayéndoles a estimar y potenciar nuestro folklore nacional mediante un accesorio único y original para la mujer elaborado con semillas de alimentos, de larga duración y a un precio accesible, apoyaremos además a nuestros socios estratégicos ofreciéndoles el servicio de asesoramiento para la comercialización sustentable de sus propios productos, ayudándoles a establecer estrategias desde como presentar un producto,

modelo del empaque, colores. Un hecho significativo y de gran beneficio para nuestros clientes, es que adquirirán un producto de calidad, innovador y único en el mercado, que se identifica por tener un aroma único ya que estará elaborado con semillas de café.

Resumen

En este capítulo hemos desarrollado nuestro plan de marketing que nos permitió identificar nuestras ventajas competitivas estableciendo todas las estrategias necesarias para la elaboración del proyecto, enfocándonos en las estrategias de precio, de publicidad y comercialización, delineando posibles acuerdos comerciales que garanticen el origen de la materia prima y que permita que nuestro producto sea elaborado mediante un proceso riguroso de calidad, garantizando al cliente que está adquiriendo un producto con todas las garantías.

Utilizamos algunas herramientas para definir objetivos como el método Smart, que nos permitió determinar si son medibles y realizables, luego utilizamos la matriz BCG para establecer cuáles de nuestros productos estarán en posicionamiento positivo y cuáles tenemos que definir estrategias para potenciarlos a fin de que lleguen a tener un crecimiento sostenido. Formulamos algunas estrategias para que nuestro producto pueda promocionarse y cuáles serán los medios para su posicionamiento como es la utilización de las redes sociales como: tienda virtual, fan Page, redes sociales Facebook, insta gran y Twitter.

Finalmente aplicamos el marketing mix plasmando las estrategias de mercado como las políticas de precio según el rango de nuestra competencia directa y para finalizar determinamos nuestra estrategia de diferenciación que son los que nos hacen únicos en el mercado, nuestro valor agregado es el que será un producto innovador y su comercialización estará acompañada de una buena publicidad con el acompañamiento de la comercialización sustentable.

Capítulo 4: Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

Este capítulo tiene por objeto verificar el proceso de producción de bisutería artesanal de collares, pulseras y aretes; analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización del proyecto, adquisición de herramientas y maquinaria utilizada en su proceso de producción, determinar la organización requerida para la operación del proyecto, tener una valorización económica de su proceso productivo de acuerdo a su capacidad producida, los recursos necesarios utilizados y, principalmente determinar datos para el estudio financiero.

Tamaño del Proyecto

Según el segmento de mercado realizado se determinó que nuestro público serán las mujeres entre edades de 20 hasta 65 años, según el dato obtenido por el INEC del dato poblacional del sector calculamos la demanda potencial que será de 21554 habitantes mujeres de la parroquia la Jipijapa en donde se encuentra ubicado nuestro taller.

Unidad de medida

Nuestra unidad de medida de producción será por unidades, para lo cual tendremos tres líneas de productos que son: collares, aretes y pulseras.

Análisis de la capacidad del negocio

El trabajo de producción es manual porque es elaborado por artesanos, tendremos un taller artesanal con dos personas de lunes a viernes durante 8 horas diarias según lo establecido en el Código de Trabajo, contando con las herramientas esenciales para la producción y elaboración del producto logrando un acabado con calidad.

La primera persona va a producir al día 7 collares diarios por una hora a la semana, dando el total de 35 collares, como le falta una hora para cumplir su horario de trabajo, será utilizada en el secado de las semillas.

La segunda persona se va a encargar de producir aretes y pulseras, el tiempo será de 20 minutos por aretes y 20 minutos por pulseras durante 6 horas para un total al día de elaboración de 9 aretes y 9 pulseras dando un total a la semana producidos de 45 aretes y 45 pulseras, la hora que no estará produciendo nos colabora en el área de secado y clasificación de la materia prima; nuestra mano de obra no tiene un tiempo ocioso dado se encuentra al 100% de su tiempo utilizado. El canal de distribución de mi producto será a través de la boutique que estará ubicada en la Isla Genovesa, atendiendo en un horario de atención de 9 am hasta las 06 pm, determinado de 9 am hasta las 01 pm y de 02 pm hasta las 06 pm.

Las ventas estarán segmentadas mediante la participación en las principales ferias del país y nuestro stock de producción, de existir existencias en la bodega, éstas serán comercializadas en las tres ferias en las que participaremos con la marca ILUZIÓNAME.



Figura 14 *Boutique*

Fórmula capacidad instalada

(Unidades producidas x hora) x (horas diarias trabajadas) x (días de la semana trabajados) = Capacidad instalada

Collares

(1 collar por hora) x 7 horas diarias x 5 días a la semana = 35 collares semanales

Aretes

(1 arete por 20 minutos) x 3 horas diarias x 5 días a la semana = 45 aretes semanales

Pulseras

(1 pulsera por 20 minutos) x 3 horas diarias x 5 días a la semana = 45 pulseras semanales.

Tabla 30

Capacidad de producción

Producto	Tiempo	Capacidad producida por día	Cantidad semanal producida	Cantidad mensual producida	Cantidad anual producida
Collares	60 minutos	7	35	140	1680
Aretes	20 minutos	9	45	180	2160
Pulseras	20 minutos	9	45	180	2160
				Total	6000

Según la capacidad instalada en el proyecto se determina que no se tendrá una capacidad ociosa ya que se está trabajando al 100% durante el primer año de mi capacidad producida.

La participación en las ferias artesanales que en un inicio serán tres participaciones al año, nos permitirán que el inventario que no se vendió de meses anteriores se pueda acabar en las ferias y por la experiencia necesitaremos más producción, ahí estaría compensada la cantidad de los artículos que no se vendan y vayan quedando en el stock mes a mes.

Localización

La ubicación del negocio se encuentra en la parroquia Jipijapa, la dirección es la Isla Genovesa N43 (Sector Plaza de Toros).



Figura 15 Localización

Las principales vías de acceso son las siguientes: por el Norte se encuentra la Río Coca como se determina en el mapa, por el sur la Tomás de Berlanga, por el este la Prensa y el Oeste la Eloy Alfaro, estamos a dos cuadras de la estación de los bomberos sector la Jipijapa.

Tabla 31

Matriz micro localización

Factores	Peso	Parroquia Inca		Parroquia Carolina		Parroquia Batán	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Cercanías clientes	0,15	9	1,35	7	1,05	7	1,05
Proveedores	0,15	7	1,05	7	1,05	8	1,2
Servicios Básicos	0,12	9	1,08	5	0,6	6	0,72
Transporte	0,15	8	1,2	9	1,35	8	1,2
Policía	0,13	9	1,17	6	0,78	7	0,91
Bomberos	0,15	7	1,05	7	1,05	8	1,2
Costo arriendo	0,15	6	0,9	7	1,05	8	1,2
Total	1		7,8		6,93		7,48

Análisis del marco normativo

Materia prima

En nuestro plan de negocio la materia prima constituye las semillas de café, melón y sandía.

Café



Figura 16 imagen pepas café

En año 2019 crecerá la variedad de café Arábico, desarrollándose por la empresa privada que produce entre 200% y el 400% más que las variedades tradicionales, este producto se lo puede conseguir en cualquier mes, las principales provincias de producción de café son Zamora Chinchipe, Loja y Sucumbíos.

En nuestra producción vamos a necesitar las siguientes cantidades y los precios para la producción de la bisutería de alimentos que detallamos a continuación.

Tabla 32 *Materia prima café*

Cantidad	Producto	Precio	Cantidad de pepas kilo	Precio x pepa café	Elaboración collares unidades	costo collar de café
Kilo	Café	\$ 2,00	100	\$ 0,02	25	\$ 0,50

Melón



Figura 17 Pepas de melón

La fruta de melón es fácil de adquirir, es una fruta de bajo precio y se produce en cualquier temporada del año, la principal producción se encuentra en Manabí, la materia prima está distribuida por nuestro proveedor que es SOGE.

En nuestra producción vamos a necesitar las siguientes cantidades y los precios para la producción de la bisutería de alimentos que detallamos a continuación.

Tabla 33 *Materia prima melón*

Cantidad	Producto	Precio	Cantidad de semilla	Precio x semilla melón	Elaboración collares unidades	costo collar de melón
Kilo	Melón	\$ 1,00	100	\$ 0,01	50	\$ 0,50

Sandía



Figura 18 *Semillas sandia*

La fruta sandía se consigue en cualquier época del año en los mercados ecuatorianos, la materia prima está distribuida por nuestro proveedor SOGE.

En nuestra producción vamos a necesitar las siguientes cantidades y los precios para la producción de la bisutería de alimentos que detallamos a continuación.

Tabla 34

Materia prima semilla sandía

Cantidad	Producto	Precio	Cantidad de semilla	Precio x semilla sandía	Elaboración collares unidades	costo collar con sandía
Kilo	Sandía	\$ 1,00	100	\$ 0,01	50	\$ 0,50

Costo de los insumos indirectos

Dentro de los insumos que nosotros vamos a necesitar para la producción estará el empaque de nuestro producto que será en base de cajas de cartón.

Tabla 35

Costos del insumo cartón

Cantidad	Cajas de cartón	Precio	Valor caja
Unidad	1	\$ 0,05	\$ 0,05

Cordón encerado.



Figura 19 *Imagen cordón encerado*

El precio del cordón encerado es de \$0,50 de 10 metros cada uno.

Rollo de alambre para bisutería.



Figura 20 *Imagen rollo de alambre*

El costo del alambre esta los 10 metros en \$0,50

Gancho para pendientes.



Figura 21 *Imagen gancho para pendientes*

El precio de los ganchos para pendientes está el par en \$0,20

Tinte vegetal.



Figura 22 *Imagen tinte vegetal*

El tinte vegetal está cada frasco por color \$0,80

Semillas de tagua.



Figura 23 *Imagen semillas de tagua*

El kilo de semillas de tagua está en \$1,00

Requerimiento de obra física

Nuestra infraestructura estará en un taller de 8 metros por 8 metros, el taller estará dividido por el área clasificación de producto, secado y teñido de producto, contará con dos mesas de trabajo para la producción con sus respectivas herramientas, el arriendo del taller está en \$250 mensuales.

Requerimiento herramientas

Son los instrumentos que vamos a necesitar para la elaboración de nuestro producto, herramientas que van a transformar la materia prima y van a dar forma a cada pieza elaborada, estos son los siguientes:

Alicate punta redonda.



Figura 24 *Imagen alicate*

El precio de alicate es de \$1,00

Aguja de ganchillo de acero.



Figura 25 *Imagen aguja de ganchillo de acero*

La caja de 10 agujas de crochet cuesta \$1,50

Torno mini fresador.



Figura 26 *Imagen torno mini fresador*

El precio del torno mini fresador está en \$300,00

Maquinaria y equipo

Utilizaremos cuatro mesas de trabajo y cuatro sillas

Mesas y sillas, las mesas tiene un precio de \$100 y las sillas de \$25

Lámpara



Figura 27 imagen lámpara

La lámpara tiene un precio de \$20

Estanterías.

Tenemos estanterías de madera para nuestra boutique, la estantería tiene un costo de \$120,00.

A continuación, se detalla la referencia para establecer el costo del producto (producto artesanal) para la fabricación de este se toman los materiales con las medidas de referencias para la elaboración de collares, aretes y pulseras.

Tabla 36

Detalle costo del producto

Collar, aretes y pulseras			
Producto	Unidad de medida	precio unitario	Total
Materia prima			\$ 0,50
Semillas cafés, melón, sandía	5/25/50 unidades	\$ -	\$ 0,50
Insumos			\$ 0,64
Cordón encerado	0,15/0,25 cm	\$ 0,50	\$ 0,13
Alambre rollo	0,05/0,15/0,25 cm	\$ 0,50	\$ 0,13
Gancho	1 unidad	\$ 0,20	\$ 0,20
Tinte vegetal	0,10 gramos	\$ 0,80	\$ 0,08
Semilla de tagua	10 unidades	\$ 1,00	\$ 0,10
Reg. obra física			\$ 152,00
Alicate	4 unid.	\$ 1,00	\$ 4,00
Aguja de crochet	2 unid.	\$ 1,50	\$ 3,00
Caja de madera con separaciones de secado	1 unid	\$ 10,00	\$ 10,00
Pailas para teñir	2 unid	\$ 35,00	\$ 70,00
Lámpara	2 unid.	\$ 20,00	\$ 40,00
Silla	4 unidades	\$ 25,00	\$ 25,00
Total			\$ 153,14

En este cuadro detallamos todos los insumos utilizados como materia prima e insumos necesarios para la fase productiva, así como el requerimiento de la obra física indispensable; en el capítulo financiero detallaremos todos los costos por producto y así poder determinar el precio de venta.

Ingeniería y/o Concepción Arquitectónica del Negocio

El espacio físico que contamos para la producción de la bisutería artesanal con semillas, está determinado por el siguiente metraje de 9 metros de ancho y 9 metros de largo, contamos con dos personas para el taller y una persona para el área administrativa, detallaremos las áreas que estarán determinadas para la producción de nuestro taller como: área de estacionamiento, área de recepción de materia prima, área de clasificación de materia prima, área de secado, área de producción, área de empaque y finalmente el área de calidad para continuar con el área administrativa que cuenta con: área administrativa, área de facturación, boutique y un baño; el costo del arriendo del taller será de \$250.00 mensuales.

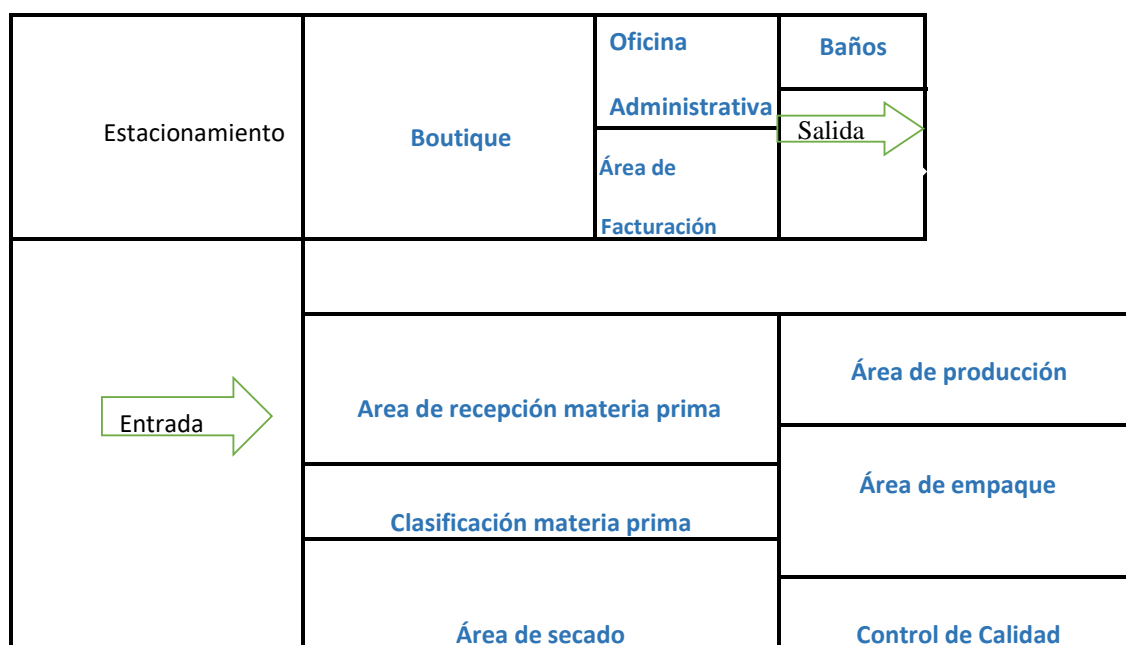


Figura 28 Arquitectura del negocio

A continuación, detallamos dimensiones de los muebles utilizados en el taller.

Tabla 37

Dimensiones muebles

Equipo	Dimensiones	Espacio Requerido
2 mesas	2 m x 2 m	4 m
2 sillas	0,25 cm x 0,25 cm	0,13 m
Área de secado	1 m x 1 m	1 m
Área de empaque	1 m x 1 m	1 m

Descripción de la tecnología del negocio, procesos negocio y su nivel de acceso.

Nuestro proceso de transformación de materia prima es la siguiente:

Descripción del abastecimiento materia prima bisutería con semillas.

Abastecimiento de la materia prima.

Recolección de materia prima de semillas, se clasifica por familia de semillas de café, melón y sandía.



Figura 29 imágenes semillas café, melón, sandía

Teñido.

En una paila individual se coloca las semillas de café, melón y sandía, se pone tinta vegetal con agua por 20 minutos para dar color a las semillas, se escurre y se pasa al área de secado.



Figura 30 Imagen teñido

Secado.

Se coloca en una caja de madera las semillas por colores y se deja secar durante 2 horas para pasar al área de producción



Figura 31 imagen secado de semillas

Transformación

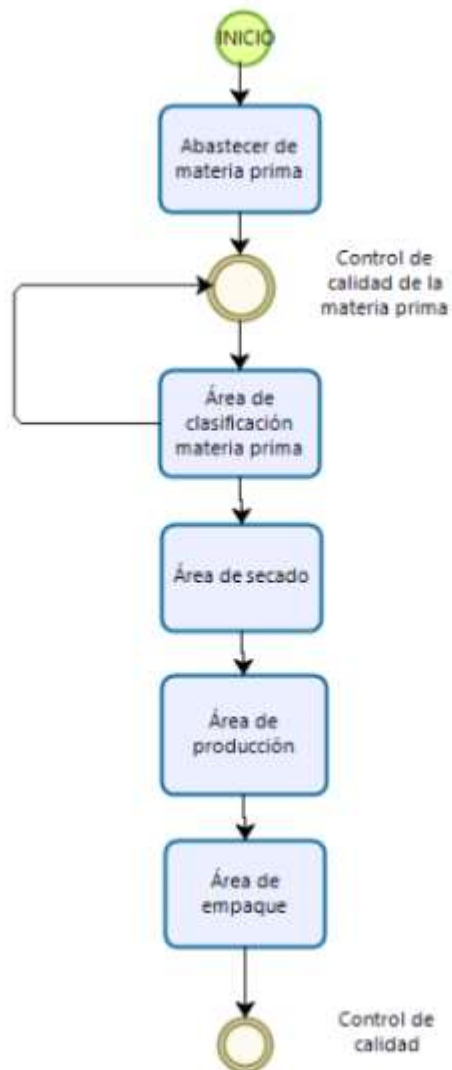


Figura 32 *Proceso transformación materia prima*

Diseño del Proceso Productivo

Nuestro proceso de producción es el siguiente: empieza desde la entrega de la materia prima lista y realizada la revisión de calidad para la elaboración de nuestra bisutería.

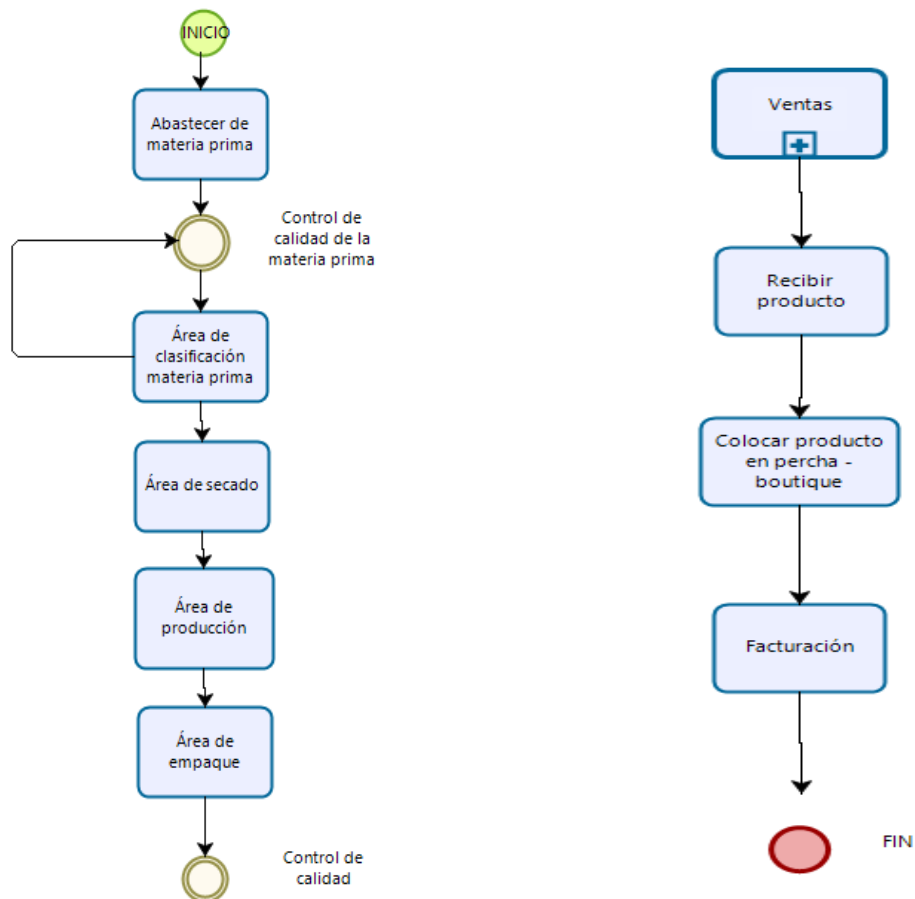


Figura 33 *Diseño del proceso de producción*

El control de calidad lo realizará la administradora, quien es la que tiene la experiencia y el conocimiento de mercado para que el producto cumpla con todos los estándares de calidad; el proceso de aceptación del producto se manejará mediante la siguiente ficha técnica que detallamos a continuación.

Tabla 38

Ficha técnica del producto

Nombre del producto	Collares, aretes y pulseras
Requisito del proveedor	a) Materia prima no tenga desperfectos, agujeros. b) El proveedor sea puntual en sus entregas. c) Que el pedido este completo. d) Producto uniforme (ganchos metálicos).
Calidad	Cumplimiento de dimensiones, peso y color del producto.
Características técnicas del producto	
Presentación	Empaque limpio, firme sellado
Cantidad	Collar 1 unidad, pulsera 1 unidad, arete 2 unidades
Referencia	Producto vendido en ferias, boutique y por pedido.
Vida útil	Indistinto (depende del uso, ubicación)
Información adicional	En caso de desperfecto a la compra se reemplaza por otro.
Responsable taller	Artesano Jefe de calidad

Selección de proveedor

Nuestro proveedor que nos abastece de la materia prima que lo compone las semillas de café, melón y sandía es Sociedad Gastronómica Ecuatoriana – SOGE.

Elaboración aretes, collares y pulseras

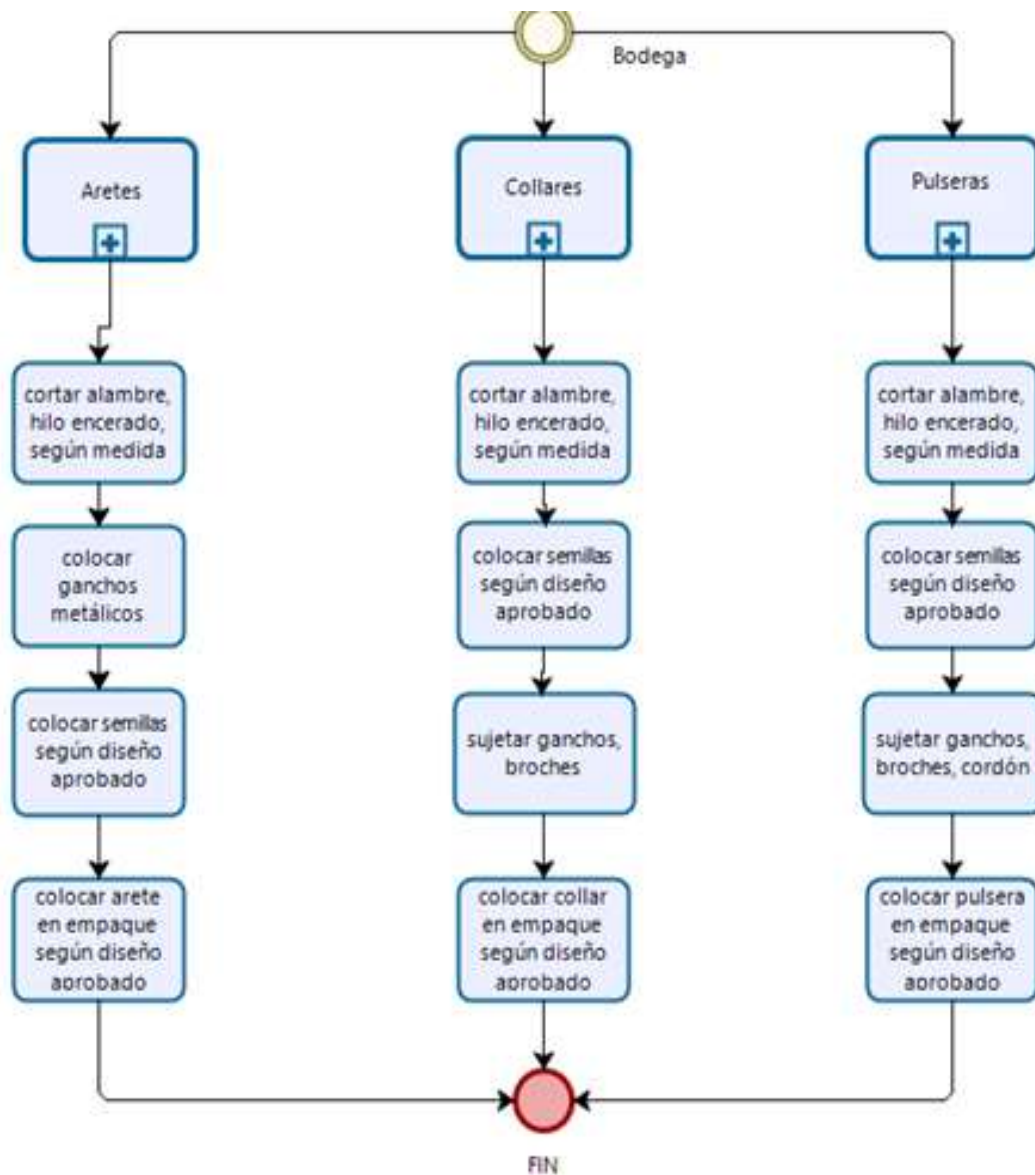


Figura 34 Elaboración aretes, collares y pulseras

Diseño Organizacional

Nuestro diseño organizacional está conformado de la siguiente manera:

Área administrativa

Gerente

Área de producción

Tenemos dos personas bajo relación de dependencia con 8 horas laborables de lunes a viernes que ayudarán en la recepción de materia prima, área de teñir, área de secado y en el empaque.

Área de ventas

La boutique está administrada por el Gerente, el tendrá que realizar la facturación y el control interno.

Estructura organizacional y funcional

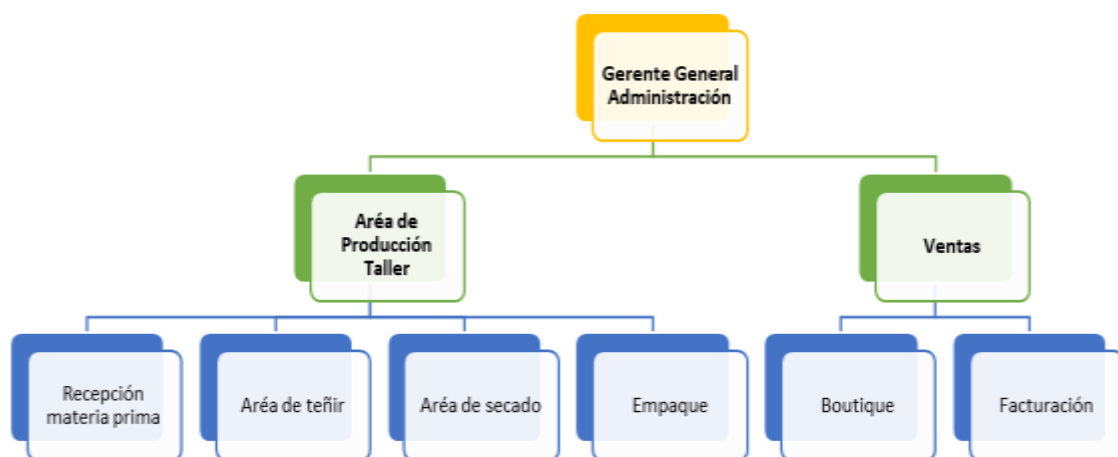


Figura 35 Estructura organizacional y funcional

Diseño de Perfiles Profesionales del Personal de la Organización

A continuación, los descriptivos de cargos del personal.

Tabla 39

Descripción del cargo administrador

Manual de funciones		Código	001
		Fecha	13/07/19
	Gerente General	Administrador	
Nombre del cargo:	Gerente general administrativo		
Supervisión:	A todos los departamentos		
Objetivo del puesto:	Este cargo es el	que toma las decisiones	su misión es generar rentabilidad
Funciones:	Liderar dirección del proyecto. Ser el representante del proyecto.	Definir políticas internas. Hacer los procesos de producción. Realizar el control de calidad del producto.	Controlar los procesos de producción Aprobar diseños y estrategias de comercialización.
Formación:	Nivel superior título ingeniero comercial.		
Formación:	2 años en puestos similares.		
Competencia:	Tener liderazgo, trabajo en equipo, resolución de conflictos.		

El siguiente descriptivo es para los dos operarios que se tendrán en planta

Tabla 40

Descriptivo del cargo artesano

Manual de funciones		Código	002/003
		Fecha	13/07/19
Nombre del cargo:	Operario Operario Artesano	Artesano	
Supervisión:	Actividades propias		
Objetivo del puesto:	Elaboración	de bisutería artesanal	collares, pulseras y aretes
Funciones:	Encargado de revisar la materia prima.	Cumplir con los procesos de producción para obtener el producto final.	Identificar problemas en la producción
	Atender la boutique	Mantener limpia su área de trabajo.	Estar pendiente del stock del producto.
Formación:	Nivel bachiller ser ecuatoriano, mayor de 18 años		
Formación:	Tener experiencia de 1 año en artesanías.		
Competencia:	Resolución de conflictos, trabajo en equipo, manejo del tiempo		

Gerencia de Talento Humano

Políticas de selección

Las políticas de selección para el proceso de reclutamiento de nuestro proyecto serán las siguientes: Ser ecuatoriano mayor de edad, mínimo instrucción bachillerato, debe cumplir con las políticas del proyecto, respetar la cultura organizacional, tener ética profesional, haber cumplido 100 horas de capacitación en técnica artesanal.

Principios corporativos

En el proyecto se establecen los siguientes principios que ayudarán a tener una mejor cultura organizacional y fomentar el respeto y valores del proyecto.

Orden.

El personal debe tener su lugar de trabajo limpio y organizado para cumplir diariamente con su labor.

Calidad.

Elaborando un producto que cumpla con las expectativas exigidas por el cliente.

Productividad.

Alcanzar niveles de eficiencia solicitados para lograr la rentabilidad del proyecto.

Valores

Compromiso.

Los operarios deben tener compromiso que permita el crecimiento organizacional del proyecto.

Ética.

Se basará en la integridad justicia y equidad.

Trabajo en Equipo.

Tener la aptitud de trabajar en equipo, no ser individualista para lograr los objetivos.

Remuneración

Tabla 41

Proyección nómina operarios

Cargo	Sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15%	Total, Ingresos	Aporte Personal 9,45%	Total, Egresos	Total, mensual	Total, anual
ÓP. 1	\$ 394	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 16,42	\$ 43,93	\$ 520,01	\$ 37,23	\$ 37,23	\$ 482,78	\$ 5.793,38
ÓP. 2	\$ 394	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 16,42	\$ 43,93	\$ 520,01	\$ 37,23	\$ 37,23	\$ 482,78	\$ 5.793,38
TOTAL	\$ 788	\$ 65,67	\$ 65,67	\$ 32,83	\$ 87,86	\$ 1.040,03	\$ 74,47	\$ 74,47	\$ 965,56	\$ 11.586,75

Tabla 42

Proyección nómina administrativos

Cargo	Sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15%	Total, Ingresos	Aporte Personal 9,45%	Total, Egresos	Total, mensual	Total, anual
Administrador	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 32,83	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 651,08	\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 603,83	\$ 7.246,00
Total	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 32,83	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 651,08	\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 603,83	\$ 7.246,00

Análisis del Marco Normativo

Constitución de la empresa

Será constituido bajo la figura de una microempresa unipersonal, se obtendrá el RUC (Registro Único del Contribuyente), con los respectivos trámites de funcionamiento del taller.

Entes reguladores

Obtención del Ruc

Sirve para realizar una actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador, son personas naturales (pueden no estar obligadas a llevar contabilidad).

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC, emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo con su actividad económica.

Requisito para obtener el RUC

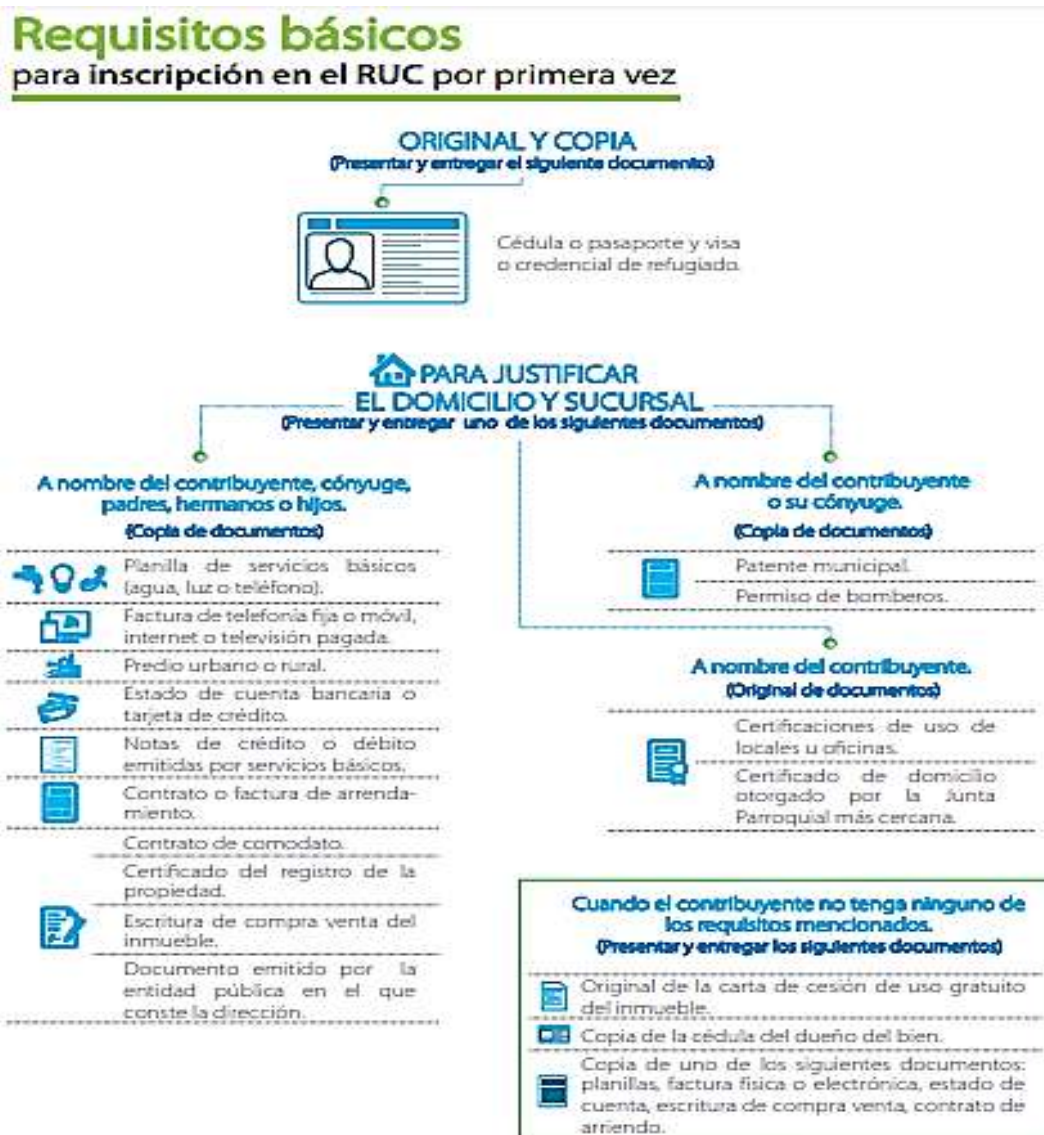


Figura 36 Requisitos Ruc

Tomado de: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

Obtención de la patente municipal

El Distrito Metropolitano de Quito es el que otorga la patente municipal y el permiso de funcionamiento. Requisitos patentes municipales

- ✓ Formulario de inscripción de patente
- ✓ Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos
- ✓ Copia de cédula de identidad y certificado de votación de la última elección
- ✓ Copia del Ruc
- ✓ Correo electrónico personal y número de teléfono del contribuyente

Requisitos permiso de funcionamiento

Para tener el taller se necesitan los siguientes permisos de funcionamiento.



Figura 37 Permisos de funcionamiento

Tomado de: <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/permiso-anual-de-funcionamiento/>

Permiso Cuerpo de Bomberos

Este permiso garantiza la seguridad del personal, materiales y otros elementos de la microempresa:

Requisitos:

- ✓ Solicitud de la inspección de la planta o taller
- ✓ Presentar copia de cédula de ciudadanía
- ✓ Copia del RUC (Registro Único del Contribuyente)

(BOMBEROS DE QUITO, 2019)

Resumen

Este capítulo nos permitió identificar la capacidad productiva de la empresa para realizar el cálculo del estudio técnico y de su capacidad productiva de collares, pulseras y aretes, obteniendo como resultado que no tenemos ninguna capacidad ociosa por ser un taller en donde se utilizan las 8 horas sin dejar ningún espacio ocioso en concordancia con las normativas ecuatorianas de contratación del Código de Trabajo, se determinaron los procesos productivos y se detalló el proceso de producción de materia prima, mano de obra, materiales e insumos, herramientas y maquinaria y costos como base para el diseño de las instalaciones y cómo se encontrarán ubicados dentro de cada área, detallando además los perfiles del personal con sus descriptivos de cargos y competencias requeridas, generando las políticas de contratación y estimando el primer año del costo de la mano de obra, finalmente se analizó el marco normativo para formar una microempresa, cuáles son los pasos y requisitos para conformarla de acuerdo con las regulaciones de los entes de control.

Capítulo 5: Evaluación Financiera del Proyecto

Es el ejercicio teórico mediante el cual se intenta identificar, valorar y comparar entre sí los costos y beneficios asociados a determinadas alternativas del proyecto, con la finalidad de determinar si el mismo es factible y realizable. Estudia la estructura y evolución de resultados determinados mediante sus ingresos y gastos, considerando todos los recursos económicos utilizados en el proyecto y que son base para la puesta en marcha del proyecto, determinando el costo del producto y cuál será su rentabilidad con la utilización de los indicadores de rentabilidad.

Costo de Inversión, Análisis Comparativo

Se definirá la inversión para la adquisición de los bienes o herramientas para poner en marcha el proyecto, estableciendo que es necesario disponer de muebles, herramientas e infraestructura que serán indispensables para el proceso de elaboración de la bisutería artesanal con semillas de alimentos.

Inversión en activos fijos

Es la adquisición de los bienes que son indispensables para el proceso productivo, así como todas las herramientas y utensilios adecuados para la producción.

Equipo de producción

Para la elaboración de la bisutería artesanal con semillas de alimentos, son necesarias varias herramientas que sirven para dar la forma y armar la bisutería, tenemos el siguiente:

Tabla 43

Equipo de producción

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Torno mini fresador	1	300	\$300,00
Mesa de trabajo	2	100	\$200,00
Total			\$500,00

Equipo de oficina

Estos equipos son los que nos sirven para adecuar nuestra área comercial y administrativa, por lo que se debe invertir:

Tabla 44

Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Escritorio	1	160	\$160,00
Mueble Archivador	1	120	\$120,00
Total			\$280,00

Muebles de comercialización

Estos muebles son los que nos sirven para la comercialización del producto en nuestra boutique, por lo que se debe invertir:

Tabla 45

Muebles de comercialización

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Estanterías	3	120	\$360,00
Total			\$360,00

Equipo de computación

Se deben disponer de equipos de computación para procesar la información y obtener datos, la inversión será:

Tabla 46

Equipo de computación

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Computadora laptop	1	700	\$700,00
Impresora	1	300	\$300,00
Total			\$1.000,00

Resumen de activos fijos

Tabla 47

Resumen de activos fijos

Detalle	Costo
Equipo de producción	\$500,00
Muebles de comercialización	\$360,00
Equipo de oficina	\$280,00
Equipo de computación	\$1.000,00
Total	\$2.140,00

Gastos de constitución

Son aquellos gastos que incurre una empresa para su creación y se utilizan al iniciar el negocio para que pueda entrar en funcionamiento, son gastos iniciales como pagos de notarías y constitución de la empresa de carácter monetario, detallamos a continuación la inversión

Tabla 48

Gastos de constitución

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Trámite SRI			\$0,00
Permiso de Bomberos			\$0,00
LUAE			\$0,00
IESS número patronal			\$0,00
Patente	1	\$40	\$40,00
Gastos de constitución			\$20,00
Total			\$60,00

Cálculo Demostrativo del Capital de Trabajo

Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, es considerado como la cantidad necesaria de recursos, es lo que se necesitará para poder arrancar el proyecto.

Tabla 49

Capital de trabajo

Capital de trabajo	Total
Semillas cafés, melón y sandía	\$ 250,00
Total, materia prima	\$ 250,00
Mano de obra operarios	\$ 965,56
Mano de obra administrador	\$ 603,83
Total, Mano de obra	\$1.569,40
Alicate	\$ 4,00
Juegos de aguja de crochet	\$ 3,00
Lámpara	\$ 40,00
Caja de madera de secado	\$ 10,00
Pailas para tinturar	\$ 70,00
Total, herramientas	\$ 127,00
Empaques cajas de cartón	\$ 25,00
Cordón encerado	\$ 65,00
Alambre rollo	\$ 65,00
Gancho	\$ 25,00
Tinte vegetal	\$ 40,00
Semilla de tagua	\$ 50,00
Sillas	\$ 100,00
Cámaras de seguridad 3 cámaras c/u \$70	\$ 210,00
Uniformes 5 camisetitas c/u \$10 y 3 delantales c/u \$15	\$ 190,00
Total, insumos	\$ 770,00
Servicios básicos	\$ 60,00
Agua, luz, internet y teléfono	\$ 60,00
Arriendo taller+ Garantía	\$ 750,00
Arriendo + garantía	\$ 750,00
Total	\$3.526,40

El capital de trabajo expuesto en este cuadro nos sustentará de materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación para un mes de producción, el arriendo del local será de \$250 mensuales y 2 meses de garantía.

Costos de operación y mantenimiento, análisis comparativo

Los costos para la elaboración de la bisutería artesanal con semillas de café, melón y sandía para la elaboración de collares, pulseras y aretes son los siguientes que detallamos a continuación.

- ✓ Costo de materia prima directa.
- ✓ Costos mano de obra directa.
- ✓ Costos indirectos de fabricación.

Materia prima directa

La materia prima en nuestro proyecto son las semillas de café, melón y sandía para la elaboración de collares, pulseras y aretes, se consideran los 3 modelos con semillas de café, melón y sandía.

Tabla 50

Costo materia prima collares

Detalle	Presentación	Precio	Cantidad utilizada	Costo
Semilla café, melón y sandía	Unidad	\$ 0,01	50	\$0,50
Cordón encerado	1 metro	\$ 0,50	0,25	\$0,13
Alambre rollo	1 metro	\$ 0,50	0,25	\$0,13
Gancho	1 unidad	\$ 0,20	1	\$0,20
Tinte vegetal	1 litro	\$ 0,80	0,1	\$0,08
Semilla de tagua	1 unidad	\$ 0,01	10	\$0,10
Total				\$1,13

Para elaborar el collar de café, melón y sandía se requiere la principal materia prima la semilla 50 unidades, cordón encerado 0.25 cm, alambre rollo 0.25 cm, gancho

1 unidad, tinte vegetal para pintar las semillas 0,10 gramos y la semilla de tagua 10 unidades.

Tabla 51

Costo materia prima pulseras

Detalle	Presentación	Precio	Cantidad utilizada	Costo
Semilla café, melón y sandía	Unidad	\$ 0,01	25	\$0,25
Cordón encerado	1 metro	\$ 0,50	0,15	\$0,08
Alambre rollo	1 metro	\$ 0,50	0,15	\$0,08
Gancho	1 unidad	\$ 0,20	1	\$0,20
Tinte vegetal	1 litro	\$ 0,80	0,05	\$0,04
Semilla de tagua	1 unidad	\$ 0,01	5	\$0,05
Total				\$0,69

Para elaborar las pulseras de café, melón y sandía se requiere la principal materia prima la semilla 25 unidades, cordón encerado 0.15 cm, alambre rollo 0.15 cm, gancho 1 unidad, tinte vegetal para pintar las semillas 0.05 gramos y la semilla de tagua 5 unidades.

Tabla 52

Costo materia prima aretes

Detalle	Presentación	Precio	Cantidad utilizada	Costo
Semilla café, melón y sandía	Unidad	\$ 0,01	5	\$0,05
Cordón encerado	1 metro	\$ 0,50	0,05	\$0,03
Alambre rollo	1 metro	\$ 0,50	0,1	\$0,05
Gancho	1 unidad	\$ 0,20	1	\$0,20
Tinte vegetal	1 litro	\$ 0,80	0,05	\$0,04
Total				\$0,37

Para elaborar aretes de café, melón y sandía se requiere la principal materia prima que es la semilla en 5 unidades, cordón encerado 0.05 cm, alambre rollo 0.05 cm, gancho 1 unidad, tinte vegetal para pintar las semillas 0.05 gramos.

El costo de la mano de obra directa es considerado el personal que ejecuta directamente el proceso de producción, a quién se le asignará un sueldo de acuerdo con las leyes del Código de Trabajo y sus beneficios.

Tabla 53

Costo mano de obra

No trabajadores	Sueldo	Total, Beneficios	Total, mes	Total, anual
Operario 1	\$394,00	\$126,01	\$482,78	\$5.793,32
Operario 2	\$394,00	\$126,01	\$482,78	\$5.793,32
Total	\$788,00	\$252,02	\$965,55	\$11.586,65

Costos indirectos de fabricación

Nuestros costos indirectos serán considerados los empaques, servicios básicos.

Empaques.

Los empaques están considerados como costos indirectos de fabricación para elaboración de semillas de alimentos de café, melón y sandía

Tabla 54

Costos indirectos de fabricación empaques

Detalle	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Empaque de cartón para collar, pulsera y aretes con semilla café, melón y sandía	1	1	0,05	\$0,05
Total				\$0,05

Servicios básicos.

Se van a requerir para la producción los servicios básicos de agua, luz, internet y teléfono.

Tabla 55

Costo servicios básicos

Detalle	Mensual	Anual
Energía eléctrica	\$ 15,00	\$180,00
Agua potable	\$ 5,00	\$60,00
Internet	\$ 30,00	\$360,00
Teléfono plan	\$ 10,00	\$120,00
Total	\$ 60,00	\$720,00

Gastos administrativos

Los gastos administrativos están conformados por la materia prima indirecta, la nómina del administrador, suministros de oficina, suministros de limpieza, mantenimiento y las depreciaciones.

Mano de obra indirecta

Tabla 56

Gasto mano de obra indirecta

No trabajadores	Sueldo	Total, Beneficios	Total, mes	Total, anual
1	\$500,00	\$151,08	\$603,83	\$7.246,00
Total	\$500,00	\$151,08	\$603,83	\$7.246,00

Suministros de oficina.

Son todos los suministros que se utilizarán en la parte administrativa para la comercialización del producto.

Tabla 57

Suministros de oficina

Detalle	Mensual	Anual
Suministros de oficina	\$15	\$180,00
Total		\$180,00

Suministros de limpieza.

Son los gastos utilizados para la limpieza taller y oficina.

Tabla 58

Suministros de limpieza

Detalle	Mensual	Anual
Suministros de limpieza	\$10	\$120,00
Total		\$120,00

Gasto de seguridad

Este considerado el servicio de seguridad del taller y boutique, consistirá en un sistema de alarmas, que se complementarán con las cámaras adquiridas al principio del proyecto.

Tabla 59

Gasto seguridad

Detalle	Mensual	Anual
Alarma	\$30	\$360,00
Total		\$360,00

Uniformes

Están consideradas dos dotaciones de uniformes al año, cada seis meses para dos operarios.

Tabla 60

Uniformes

Detalle	Cantidad semestral	Cantidad anual	Precio Unitario	Mensual	Anual
Uniformes					
Camisetas	5	10	\$ 10	\$ 100,00	\$200,00
Delantales	3	6	\$ 15	\$ 90,00	\$180,00
Total					\$380,00

Arriendo

Está considerado el arriendo de taller y oficina mensual y anual

Tabla 61

Gasto Arriendo

Detalle	Mensual	Anual
Arriendo	\$250	\$3.000,00
Total		\$3.000,00

Publicidad y marketing.

Para comercializar nuestro producto se va a necesitar los gastos básicos de publicidad como página web, hosting; los mismos que detallamos a continuación

Tabla 62

Gasto publicidad y marketing

Detalle	Cada 4 meses	Mensual	Anual
Elaboración página web	-	-	\$300,00
Hosting	-	-	\$100,00
Manejo tienda virtual (<i>community manager</i>)		\$50,00	\$600,00
Publicidad en redes sociales pagadas	\$30,00		\$90,00
Costo del stand para participar en tres ferias al año: Feria Hecha a Mano Ecuador (abril), Feria de la Floresta (agosto) y Feria Texturas y Colores (diciembre).	\$325,00		\$975,00
Total			\$2.065,00

Depreciaciones

Es la disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial, donde se reconoce el desgaste o pérdida del valor que sufre un bien o un activo

Tabla 63

Depreciación

Detalle	Total	Vida útil	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Equipo de producción	\$500	10	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Muebles de comercialización	\$360	10	\$36,00	\$36,00	\$36,00	\$36,00	\$36,00
Equipos de oficina	\$280	10	\$28,00	\$28,00	\$28,00	\$28,00	\$28,00
Equipo de computación	\$1.000	3	\$333,33	\$333,33	\$333,33		
Total	\$2.140		\$447,33	\$447,33	\$447,33	\$114,00	\$114,00

Gasto mantenimiento equipos.

Se realizará el mantenimiento al torno mini fresador una vez al mes.

Tabla 64

Mantenimiento

Detalle	Mensual	Anual
Mantenimiento del mini fresador	\$25	\$300,00
Total		\$300,00

Amortización gastos de constitución.

Es considerado como el proceso de distribución del gasto en el tiempo de un valor duradero.

Tabla 65

Amortización

Detalle	Cantidad	Valor mensual
Constitución de la empresa	\$20	\$1,67
Patente	\$40	\$3,33
Total	60	\$5,00

Financiamiento

Son los recursos monetarios y créditos que vamos a destinar para el proyecto, es la contribución de dinero que tenemos y la que vamos a financiar para empezar el proyecto.

Tabla 66

Financiamiento

Financiamiento	Porcentaje	Monto
Capital propio	10%	\$ 566,64
Deuda a largo plazo	90%	\$5.099,76
Total		\$5.666,40

Tabla de amortización.

La deuda se realizará con la banca durante 48 meses cuatro años)

BANECUADOR al interés del 9.76%

Tabla 67

Tabla de amortización

Capital inicial:	5.099,76
Tipo de interés nominal:	9,76%
Plazo:	4
Periodicidad:	12

Periodos de pago	Pago cuota	Interés	Capital
0			
1	128,76	41,48	5.012
2	128,76	40,77	4.924
3	128,76	40,05	4.836
4	128,76	39,33	4.746
5	128,76	38,60	4.656
6	128,76	37,87	4.565
7	128,76	37,13	4.474
8	128,76	36,39	4.381
9	128,76	35,63	4.288
10	128,76	34,88	4.194
11	128,76	34,11	4.100
12	128,76	33,34	4.004
13	128,76	32,57	3.908
14	128,76	31,79	3.811
15	128,76	31,00	3.713
16	128,76	30,20	3.615
17	128,76	29,40	3.515
18	128,76	28,59	3.415
19	128,76	27,78	3.314
20	128,76	26,96	3.213
21	128,76	26,13	3.110
22	128,76	25,29	3.006
23	128,76	24,45	2.902
24	128,76	23,60	2.797
25	128,76	22,75	2.691
26	128,76	21,89	2.584
27	128,76	21,02	2.476
28	128,76	20,14	2.368
29	128,76	19,26	2.258
30	128,76	18,37	2.148
31	128,76	17,47	2.037
32	128,76	16,56	1.924
33	128,76	15,65	1.811
34	128,76	14,73	1.697
35	128,76	13,80	1.582
36	128,76	12,87	1.466
37	128,76	11,93	1.350
38	128,76	10,98	1.232
39	128,76	10,02	1.113
40	128,76	9,05	993
41	128,76	8,08	873
42	128,76	7,10	751
43	128,76	6,11	628
44	128,76	5,11	505
45	128,76	4,11	380
46	128,76	3,09	254
47	128,76	2,07	128
48	128,76	1,04	-

Cálculo Costo del Producto

Aquí se encuentra ya determinado el costo por cada producto collares, pulseras y aretes con su % de ganancia y su precio al público.

Tabla 68

Costo collares

Detalle	Valor
Costo materia prima	1,13
Mano de obra directa	1,93
Costos indirectos de fabricación	0,17
Total, costo	3,23
Gasto de ventas	0,86
Gastos administrativos	2,02
Total, gasto	2,88
Total, costo + gasto	6,11
Porcentaje de utilidad%	23,65%
Utilidad \$	\$1,89
Precio unitario	\$8,00

Tabla 69

Costo pulseras

Detalle	Valor
Costo materia prima	0,69
Mano de obra directa	1,93
Costos indirectos de fabricación	0,17
Total, costo	2,79
Gasto de ventas	0,86
Gastos administrativos	2,02
Total, gasto	2,88
Total, costo + gasto	5,67
Porcentaje de utilidad%	19,02%
Utilidad \$	\$1,33
Precio unitario	\$7,00

Tabla 70

Costo aretes

Detalle	Valor
Costo materia prima	0,37
Mano de obra directa	1,93
Costos indirectos de fabricación	0,17
Total, costo	2,47
Gasto de ventas	0,86
Gastos administrativos	2,02
Total, gasto	2,88
Total, costo + gasto	5,34
Porcentaje de utilidad%	10,94%
Utilidad \$	\$0,66
Precio unitario	\$6,00

Proyección de costos y gastos.

Ya tenemos la información completa del proyecto, vamos a empezar a proyectar costos y gastos para verificar su rentabilidad, para este efecto se ha proyectado para 5 años y se ha considerado la tasa poblacional del 1.31% anual.

Tabla 71

Proyección de costos y gastos

Detalle	Costo por unidad	Unidades producidas anual	Costo mensual	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Total, costos				\$ 16.783,85	\$ 17.003,72	\$ 17.226,47	\$ 17.452,13	\$ 17.680,75
Materia prima		6000		\$ 4.177,20	\$ 4.231,92	\$ 4.287,36	\$ 4.343,52	\$ 4.400,42
Collares	\$ 1,13	1680	\$ 158,20	\$ 1.898,40	\$ 1.923,27	\$ 1.948,46	\$ 1.973,99	\$ 1.999,85
Pulseras	\$ 0,69	2160	\$ 124,20	\$ 1.490,40	\$ 1.509,92	\$ 1.529,70	\$ 1.549,74	\$ 1.570,05
Aretes	\$ 0,37	2160	\$ 65,70	\$ 788,40	\$ 798,73	\$ 809,19	\$ 819,79	\$ 830,53
Mano de obra				\$ 11.586,65	\$ 11.738,43	\$ 11.892,21	\$ 12.047,99	\$ 12.205,82
2 operarios	\$ 482,78		\$ 965,55	\$ 11.586,65	\$ 11.738,43	\$ 11.892,21	\$ 12.047,99	\$ 12.205,82
Costos indirectos de fabricación			\$ 85,00	\$ 1.020,00	\$ 1.033,36	\$ 1.046,90	\$ 1.060,61	\$ 1.074,51
Empaques de cartón para collares, aretes y pulseras	\$ 0,05	6000	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 303,93	\$ 307,91	\$ 311,95	\$ 316,03
Agua			\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 182,36	\$ 184,75	\$ 187,17	\$ 189,62
Luz			\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 60,79	\$ 61,58	\$ 62,39	\$ 63,21
Internet			\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 364,72	\$ 369,49	\$ 374,33	\$ 379,24
Teléfono			\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 121,57	\$ 123,16	\$ 124,78	\$ 126,41
Total, gastos				\$ 15.883,41	\$ 16.004,59	\$ 16.188,15	\$ 16.040,78	\$ 14.684,11
Gastos administrativos			\$ 1.007,78	\$ 12.093,33	\$ 12.185,11	\$ 12.338,87	\$ 12.161,32	\$ 12.319,14
Mano de obra administrador			\$ 603,83	\$ 7.246,00	\$ 7.340,92	\$ 7.437,09	\$ 7.534,51	\$ 7.633,22
Suministro de oficina			\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 182,36	\$ 184,75	\$ 187,17	\$ 189,62
Suministros de limpieza			\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 121,57	\$ 123,16	\$ 124,78	\$ 126,41
Arriendo			\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.039,30	\$ 3.079,11	\$ 3.119,45	\$ 3.160,32
Depreciación			\$ 37,28	\$ 447,33	\$ 447,33	\$ 447,33	\$ 114,00	\$ 114,00

Mantenimiento		\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 303,93	\$ 307,91	\$ 311,95	\$ 316,03
Amortización gastos de constitución		\$ 5,00	\$ 60,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gasto Seguridad alarma		\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 364,72	\$ 369,49	\$ 374,33	\$ 379,24
Uniformes		\$ 31,67	\$ 380,00	\$ 384,98	\$ 390,02	\$ 395,13	\$ 400,31
Gasto de ventas		\$ 430,83	\$ 2.065,00	\$ 2.092,05	\$ 2.119,46	\$ 2.147,22	\$ 2.175,35
Página web		\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 303,93	\$ 307,91	\$ 311,95	\$ 316,03
Hosting		\$ 8,33	\$ 100,00	\$ 101,31	\$ 102,64	\$ 103,98	\$ 105,34
Manejo redes		\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 607,86	\$ 615,82	\$ 623,89	\$ 632,06
Publicidad en redes	Cada 4 meses	\$ 22,50	\$ 90,00	\$ 91,18	\$ 92,37	\$ 93,58	\$ 94,81
Costo participación stand	Cada 4 meses	\$ 325,00	\$ 975,00	\$ 987,77	\$ 1.000,71	\$ 1.013,82	\$ 1.027,10
Gasto financiero			\$ 1.725,07	\$ 1.727,43	\$ 1.729,82	\$ 1.732,24	\$ 189,62
Interés préstamo		\$ 128,76	\$ 1.545,07	\$ 1.545,07	\$ 1.545,07	\$ 1.545,07	
Gastos financieros PayPal		\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 182,36	\$ 184,75	\$ 187,17	\$ 189,62
Total, Costos y Gastos			\$ 32.667,25	\$ 33.008,31	\$ 33.414,62	\$ 33.492,91	\$ 32.364,87

Proyección ingresos

Es la planificación que realizamos en este proyecto según ingresos y capacidad producida conformado por tres líneas (bisutería artesanal) como: collares, pulseras y aretes; cada una con su costo y gasto, con proyección de 5 años y un porcentaje de crecimiento equivalente al 1.31% anual de la tasa poblacional.

Tabla 72

Proyección de ingresos

Detalle	Unidades producidas anual	Precio unitario	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Collares	1680	\$ 8,00	\$ 13.440,00	\$ 13.616,06	\$ 13.794,43	\$ 13.975,14	\$ 14.158,22
Pulseras	2160	\$ 7,00	\$ 15.120,00	\$ 15.318,07	\$ 15.518,74	\$ 15.722,03	\$ 15.927,99
Aretes	2160	\$ 6,00	\$ 12.960,00	\$ 13.129,78	\$ 13.301,78	\$ 13.476,03	\$ 13.652,57
Total	6000		\$ 41.520,00	\$ 42.063,91	\$ 42.614,95	\$ 43.173,21	\$ 43.738,77

Cálculo Demostrativo y Análisis Punto de Equilibrio

Permite conocer cuando el negocio, los ingresos que se obtienen por las ventas son iguales a los gastos, es decir es la cantidad en cuanto a ingresos y gastos se encuentran en equilibrio y no generan ni pérdida ni ganancia para la empresa.

Tabla 73

Detalle costos fijos y variables

Detalle	Costos fijos	Costos variables
Servicios básicos	\$ 720,00	
Mantenimiento	\$ 300,00	
Depreciación	\$ 447,33	
Gastos administrativos	\$ 12.093,33	
Gastos de ventas	\$ 2.065,00	
Gastos financieros	\$ 1.616,00	
Mano de obra		\$ 11.586,65
Materia prima		\$ 4.177,20
Costos indirectos Fabricación		\$ 1.020,00
Total	\$ 17.350,74	\$ 16.783,85

Tabla 74

Punto de equilibrio

Formula Punto de Equilibrio

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

$$PE = \frac{17.350,74}{1 - \frac{16.783,85}{34.047,29}}$$

$$PE = \frac{17.350,74}{0,507042989}$$

$$PE = \quad \mathbf{34.219,46}$$

Fórmula punto de equilibrio cantidades

$$PEQ = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PVQ} - \text{CVU}}$$

$$PEQ = \frac{17.350,74}{7,00 - 2,80}$$

$$PEQ = \frac{17.350,74}{4,20}$$

$$PEQ = \quad \mathbf{4.128}$$

Cálculo punto de equilibrio

Gráfico punto de equilibrio

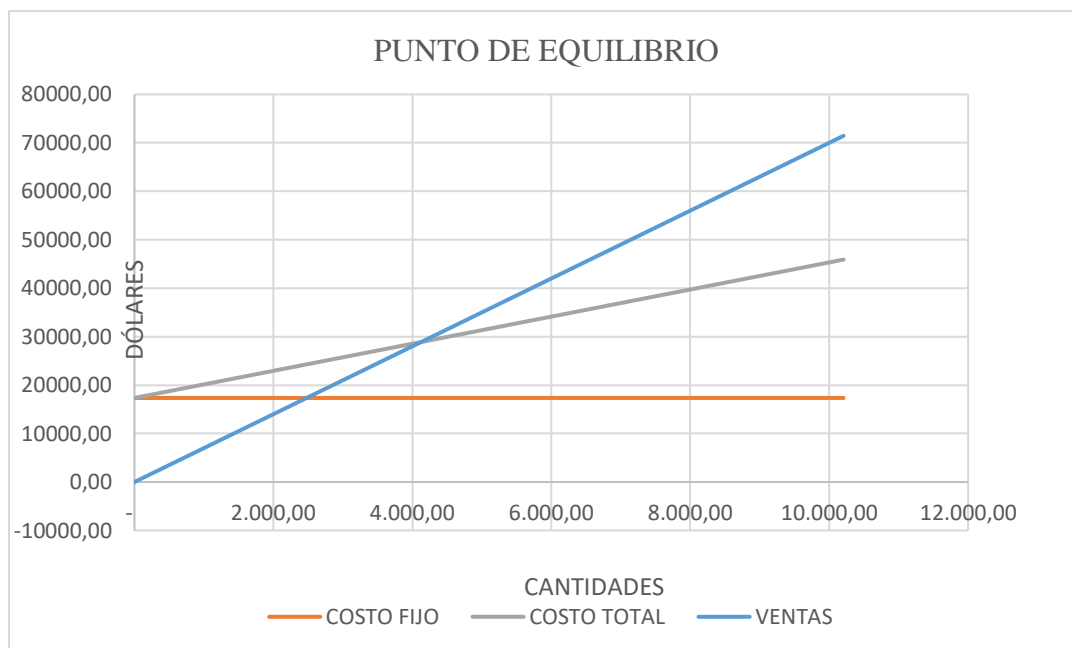


Figura 38 Gráfico punto de equilibrio

Según el gráfico el punto de equilibrio se determinó que el proyecto debe vender \$34.219,46 con 4.128 unidades, nuestra capacidad de producción es de 6000 unidades estamos en nuestro punto medio con buenos resultados.

Evaluación Financiera

Es una investigación de flujos de fondos y riesgos con el objetivo de determinar un rendimiento de la investigación realizada del proyecto, nos permite determinar los niveles de rendimiento que nos permite comparar con nuestros ingresos costos y gastos.

TMAR

Es la tasa mínima aceptable de rendimiento, porcentaje que regula y determina cuánto será la ponderación que se dará al proyecto.

Para el cálculo de la tasa de descuento se consideró la tasa pasiva del 9.76% (BAN-ECUADOR) se calcula del porcentaje de participación o capital propio multiplicado por la TMAR ($10\% * 9.60\%$), la tasa de financiamiento del préstamo el ($90\% * 9,76\%$) la tasa activa dando como resultado el Promedio.

Tabla 75

Tasa mínima de rendimiento

Préstamo	Tasa activa	Recursos propios	Riesgo	Inflación
90,00%	9,76%	10,00%	10,00%	1,65%
I=	9,97%	Tasa mínima aceptable de rendimiento		

Análisis TMAR.

Según lo determinado del cálculo la tasa mínima aceptable de rendimiento será del 9,97 %, cuando la TMAR es superior a la inflación como es nuestro caso el proyecto puede ser redituable y atractivo para futuros inversionistas.

Tabla 76

Cálculo de la tasa de descuento

Concepto	Porcentaje
Propio	10%
Préstamo	90%
Inflación	1,65%
Riesgo país	10%
Tasa de préstamo	9,76%
Total	9,97%

Cálculo tasa de descuento

La tasa de descuento es 9,97%, es la que se va a utilizar para el cálculo del VAN, TIR, periodos de recuperación.

Calculo valor actual neto VAN.

Es un indicador de rentabilidad que se podría considerar que es futuro, evalúa cada uno de los proyectos, comparar los flujos de efectivos futuros que generan un proyecto con la inversión inicial.

Tabla 77 Flujo neto de caja proyectado

Estado de flujos netos de caja proyectado						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales	\$0,00	\$41.520,00	\$42.063,91	\$42.614,95	\$43.173,21	\$43.738,77
Recuperación por ventas		\$41.520,00	\$42.063,91	\$42.614,95	\$43.173,21	\$43.738,77
Egresos operacionales	\$0,00	\$30.942,18	\$31.280,88	\$31.684,80	\$31.760,67	\$32.175,25
Costos de ventas		\$16.783,85	\$17.003,72	\$17.226,47	\$17.452,13	\$17.680,75
Gastos de ventas		\$2.065,00	\$2.092,05	\$2.119,46	\$2.147,22	\$2.175,35
Gastos de administración		\$12.093,33	\$12.185,11	\$12.338,87	\$12.161,32	\$12.319,14
Flujo operacional (a - b)	\$0,00	\$10.577,82	\$10.783,03	\$10.930,15	\$11.412,53	\$11.563,53
Ingresos no operacionales	\$5.666,40	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Créditos por contratarse a largo plazo	\$5.099,76					
Aportes de capital	\$566,64					
Egresos no operacionales	\$5.666,40	\$10.048,35	\$8.592,62	\$7.111,47	\$5.776,98	\$5.023,49
Pago de intereses		\$1.545,07	\$1.545,07	\$1.545,07	\$1.545,07	\$0,00
Pago de créditos a largo plazo		\$4.198,94	\$2.653,87	\$1.108,79	-\$436,28	\$0,00
Pago de participación de utilidades trabajadores		\$1.327,91	\$1.358,34	\$1.380,05	\$1.452,04	\$1.706,09
Pago de impuestos		\$2.976,43	\$3.035,34	\$3.077,55	\$3.216,14	\$3.317,40
Capital de trabajo	\$3.526,40					
Adquisición de activos fijos	\$2.140,00					
Otros egresos	\$60,00					
Flujo no operacional (d - e)	\$0,00	-\$10.048,35	-\$8.592,62	-\$7.111,47	-\$5.776,98	-\$5.023,49
Flujo neto generado (c - f)	\$0,00	529,46	2.190,41	3.818,69	5.635,55	6.540,04
Saldo inicial de caja		\$0,00	\$529,46	\$2.719,88	\$6.538,56	\$12.174,11
Saldo final de caja (g + h)	\$0,00	\$529,46	\$2.719,88	\$6.538,56	\$12.174,11	\$18.714,15

Cálculo del VAN

FÓRMULA

$$VAN = -II + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

Tabla 78

Cálculo VAN

Años	Fnc	(1+i)^n	Valor actual
0	\$ -5.666,40		-\$5.666,40
1	\$ 529,46	1,10	\$481,48
2	\$ 2.190,41	1,21	\$1.811,39
3	\$ 3.818,69	1,33	\$2.871,74
4	\$ 5.635,55	1,46	\$3.853,99
5	\$ 6.540,04	1,61	\$4.067,22
Total			\$7.419,43

VAN=\$7.419,43

Análisis

En nuestro proyecto los flujos netos generados son positivos, esto quiere decir que el precio de ventas está en función al costo producción y el margen de ganancia es inmediato para obtener una rentabilidad, el proyecto se acepta porque el $VAN > 0$

Cálculo TIR tasa interna de retorno

Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión, es una medida utilizable en la evaluación de proyectos.

Tabla 79

Cálculo TIR

Tasa interna de retorno.	
TIR =	39,29%
Tasa de descuento	Valor actual neto (van)
0%	13047,75
5%	9884,02
10%	7404,23
12%	6751,56
20%	3851,89
28%	1942,75
30%	1506,99
37%	315,93
40%	-96,00
45%	-711,65
50%	-1234,01

El proyecto es totalmente aceptable porque el TIR > Tasa de descuento

(39,29% > 9,97)

Tiempo de recuperación

Este indicador nos permite evaluar sus proyectos de inversión, el periodo de recuperación de la inversión es considerado como un indicador que mide la liquidez del proyecto y también los riesgos, permite anticiparnos el evento corto plazo.

Tabla 80

Periodo de recuperación

Fuente: Investigación propio

PRI	A-B	*12 MESES
	C	
PRI	<u><u>-6.540,04-5.666,40</u></u>	
	\$7.419,43	
PRI	<u><u>\$4.656,94</u></u>	
	\$7.419,43	

PRI 0,628

PRI 6 meses y 2 días aproximadamente

El proyecto se va a recuperar en 6 meses y 2 días, es un proyecto rentable tendremos la recuperación de la inversión en menos de los 6 meses proyectados.

Relación beneficio – costo

Nos ayuda a expresar la rentabilidad en términos relativos, la interpretación es tales resultados por un centavo por cada dólar invertido.

Tabla 81

Relación beneficio costo

Años	Tasa de descuento	Tasa 22,64%	Valor descontado
0	\$ 5.287,56	0%	
1	\$ 529,46	5%	\$26,47
2	\$ 2.190,41	10%	\$219,04
3	\$ 3.818,69	12%	\$440,51
4	\$ 5.635,55	20%	\$1.127,11
5	\$ 6.540,04	28%	\$1.820,21
Subtotal			\$3.633,35
B/c			\$0,69

Por cada dólar que se invierte se recupera \$0,69

Análisis de sensibilidad

Este indicador nos sirve para tomar decisiones de inversión, consiste en calcular los flujos de caja y el VAN, nos permite ver los escenarios para visualizar el contexto de la inversión.

Tabla 82

Análisis de Sensibilidad

Datos	2019
Saldo final de caja	529,46
Utilidad neta	8.929,30
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	1,02
Roa (Rentabilidad sobre activos)	2,45
Utilidad/ventas	21,51%
Punto de Equilibrio	34.219,46
Punto de equilibrio PQ	4.128
TIR	39,29%
VAN	7.419,43
B/C	0,69

Balance del Proyecto

Aquí ya se encuentran los datos reales de cómo quedó la ganancia del proyecto con su Estado de Resultado que determina los ingreso – costos – gastos, dando la utilidad deseada para la implementación del proyecto, después de analizar todos los índices financieros determinamos que el proyecto es factible.

Tabla 83

Balance General

Bisutería Artesanal con semillas de alimentos en Quito en la parroquia Jipijapa			
Activos.		Pasivos.	
<u>Corrientes:</u>	566,64	<u>corrientes:</u>	-
Efectivo	566,64		
Bancos	-	cuenta por pagar	
		<u>LARGO</u>	-
		<u>PLAZO:</u>	5.099,76
		Préstamo Largo	-
		plazo	5.099,76
<u>Fijos:</u>	1.692,67	total, pasivos	
Equipos producción	500,00		
Muebles de comercialización	360,00		
Equipos de oficina	280,00		
Equipos de computación	1.000,00		
Depreciación activos fijos	-		
	447,33	<u>PATRIMONIO:</u>	8.746,97
		Capital contable	
<u>Otros activos:</u>	1.387,91	utilidad del ejercicio	8.746,97
15% trabajadores	1.327,91		
Gastos de Constitución (Tramites)	60,00		
Total, activos	3.647,22	Total, pasivo + patrimonio	3.647,22

Tabla 84

Balance de Resultados

Detalle		Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ingresos por ventas	+	\$41.520,00	\$42.063,91	\$42.614,95	\$43.173,21	\$43.738,77
Costo de ventas	-	\$16.783,85	\$17.003,72	\$17.226,47	\$17.452,13	\$17.680,75
Utilidad bruta en ventas	=	\$24.736,15	\$25.060,20	\$25.388,48	\$25.721,07	\$26.058,02
Gastos administrativos	-	\$12.093,33	\$12.185,11	\$12.338,87	\$12.161,32	\$12.319,14
Utilidad Operacional	=	\$12.642,82	\$12.875,09	\$13.049,61	\$13.559,75	\$13.738,88
Gasto de Ventas	-	\$2.065,00	\$2.092,05	\$2.119,46	\$2.147,22	\$2.175,35
Utilidad neta en ventas	=	\$10.577,82	\$10.783,03	\$10.930,15	\$11.412,53	\$11.563,53
Gastos financieros	-	\$1.725,07	\$1.727,43	\$1.729,82	\$1.732,24	\$189,62
Utilidad antes de participación a trabajadores	=	\$8.852,75	\$9.055,60	\$9.200,33	\$9.680,29	\$11.373,91
15% Participación trabajadores	-	\$1.327,91	\$1.358,34	\$1.380,05	\$1.452,04	\$1.706,09
Utilidad antes de Impuesto Renta	=	\$11.905,73	\$12.141,37	\$12.310,20	\$12.864,57	\$13.269,61
25% Impuesto a la Renta	-	2.976,43	3.035,34	3.077,55	3.216,14	3.317,40
Utilidad Neta	=	8.929,30	9.106,03	9.232,65	9.648,43	9.952,21

Resumen

Este capítulo nos ha permitido identificar la rentabilidad del proyecto, determinando el costo del producto con los tres elementos del costo que son: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

Determinando el capital de trabajo y herramientas a utilizarse en el proceso de producción detallando todos sus insumos.

Mediante el cálculo del punto de equilibrio determinado por sus costos fijos y variables ayudo a determinar cuál será el mínimo de ventas para cubrir los costos totales, nos permitió ver el punto de equilibrio para la solvencia del proyecto.

Realizamos el cálculo de los índices financieros como el: VAN, TMAR, TIR, periodo de recuperación, permite visualizar que el proyecto es totalmente rentable.

Finalizando con el análisis de sensibilidad y el balance del proyecto, con todos los cálculos antes mencionados pudimos determinar que el proyecto es totalmente factible y cuenta con un TIR totalmente aceptable, el periodo de recuperación será en menos de 4 meses, en la proyección de los cinco años tenemos utilidad, la recuperación de la inversión es inmediata.

Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

El plan de negocio nos permitió determinar lo siguiente:

Se determinó la creación de una empresa dedicada a la elaboración, producción y comercialización de bisutería artesanal con semillas de alimentos desde su principal adversidad que es la intermediación que afecta al comercio artesanal, la falta de acompañamiento comercial en la participación en ferias, determinando que se necesita una comercialización sustentable para dar valor a su cadena desde su inicio hasta su fin.

Se realizó el estudio de mercado de la parroquia Jipijapa, donde mediante la encuesta se tuvo la mayor acogida determinando que existe un 87% de aceptación del producto, enfocado a la mujer considerado un producto innovador resaltando nuestro folklore y lo principal, reutilizando un producto que muchas veces se bota sin obtener ningún beneficio, obteniendo el 10% de no aceptación del producto según la encuesta ,es un porcentaje no representativo, el estudio de mercado nos dio el 90% de aceptación del producto esto quiere decir que el proyecto será todo un éxito.

Se determinó nuestro plan de marketing y ventas del proyecto acoplándola con una estrategia adecuada, utilizando las herramientas necesarias de comercialización como los medios digitales, páginas web, tienda virtual y la participación en ferias, pero nuestro principal medio de venta será la boutique en donde tenemos nuestro taller se maneja un método personalizado para nuestras clientas que visiten nuestra boutique para adquirir el producto ubicado en el sector Jipijapa; revisando nuestra competencia para realizar algunas estrategias propias, determinamos promocionar nuestro producto mediante todos los medios disponibles nombrados anteriormente con un precio justo por el producto elaborado, tomando en cuenta siempre la calidad y la satisfacción de

nuestros clientes por adquirir un producto innovador con un precio justo y generando la fidelización.

En nuestro estudio técnico determinamos la capacidad producida la misma que llegó a 140 unidades mensuales la producción de collares, 180 unidades mensuales de aretes y pulseras, determinando que la materia prima que utilizamos son pepas de café, semillas de melón y sandía, las mismas que se disponen en cualquier época del año, contando con nuestro socio estratégico la empresa SOGE (Sociedad Gastronómica Ecuatoriana) nuestro principal proveedor de materia prima, se realizó la debida investigación del proceso productivo para la elaboración de bisutería artesanal con semillas de alimentos, detallando cada paso desde la adquisición de la materia prima, hasta la colocación en perchas del producto, se investigó el marco normativo y legal para la formación de la microempresa, cumpliendo todos los parámetros para formar.

Llegamos a la evaluación financiera en donde se determinó que nuestro plan de negocio es totalmente viable y rentable considerando un capital propio del 10%, con un 90% de financiamiento, con un TIR (tasa interna de retorno) 39,29%, y un tiempo de recuperación de 3 años, considerando que mi proyecto es un proceso de producción y elaboración artesanal, no se necesita maquinaria sino herramientas para su elaboración.

Podemos concluir que nuestro plan de negocio es totalmente aceptable utilizando todas las herramientas para su proceso, para que nuestro proyecto llegue a tener éxito que sabemos que ya lo tiene por experiencias ya adquiridas y comprobadas, nuestro valor agregado será la comercialización sustentable con su debido acompañamiento desde su inicio hasta su final.

El estudio de mercado de nuestro plan de negocio en producción y elaboración de bisutería artesanal con semillas de alimentos determinó una segmentación para mujeres del sector parroquia Jipijapa Quito

Recomendaciones

Este plan de negocio cuenta con la experiencia y el conocimiento necesario para realizar la producción y elaboración de bisutería artesanal con semillas de alimentos, es importante conocer la técnica para proceder con el proceso productivo.

Es necesario indicar que el producto tiene una vida útil comprobada de 10 años, es un producto elaborado con las debidas precauciones para que no produzca ninguna alergia a la piel, por lo que es favorable a crear una tendencia de mercado positiva.

El costo de la materia prima es mínimo por lo que no representa este emprendimiento una inversión excesiva; el rendimiento de igual manera es positivo debido a este mismo factor y a las constantes ventas que garantizan el negocio.

La microempresa artesanal que se formará estará en constante innovación para introducir nuevos modelos y colores de temporada, ante lo cual, acompañando de una adecuada campaña publicitaria y participando de forma activa en las ferias artesanales de Pichincha, se tendrá una alta rotación del producto terminado y un flujo constante de ventas.

Referencias

Artesanos contribuyen al desarrollo económico y preservan el patrimonio cultural.

(mayo de 2019). *Artesanos contribuyen al desarrollo económico y preservan el patrimonio cultural*. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/artesanos-contribuyen-al-desarrollo-economico-y-preservan-el-patrimonio-cultural/>

BOMBEROS DE QUITO. (JULIO de 2019). *BOMBEROS DE QUITO*. Obtenido de BOMBEROS DE QUITO: <https://www.bomberosquito.gob.ec/inspecciones-luae/>

Canelos, R. (2010). *Formulación y Evaluación de un Plan Negocio*. Quito, Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador. doi:978-9942-03-111-2

Cifras Macroeconómicas. (29 de marzo de 2019). *Cifras Macroeconómicas Camara de Comercio*. Obtenido de <http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2018/02/Entorno-economico-ccg.pdf>

Con campaña Primero Ecuador se incita a consumir lo nacional. (19 de 2019 de enero).

Con campaña Primero Ecuador se incita a consumir lo nacional. pág.

<https://www.eluniverso.com/2009/01/19/1/1356/41BE34BF337341209B598E03F330D752.html>. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/2009/01/19/1/1356/41BE34BF337341209B598E03F330D752.html>

Ecuador Tasa de crecimiento - Población. (enero de 2019). *Ecuador Tasa de crecimiento - Población*. Obtenido de

[https://www.indexmundi.com/es/buscar.html?cx=partner-pub-](https://www.indexmundi.com/es/buscar.html?cx=partner-pub-5592729262323637%3Aafk0ufv7eux&cof=FORID%3A10&ie=ISO-8859-1&q=tasa+de+crecimiento+2019&sa=Buscar&siteurl=www.indexmundi.com%3A)

[5592729262323637%3Aafk0ufv7eux&cof=FORID%3A10&ie=ISO-8859-](https://www.indexmundi.com/es/buscar.html?cx=partner-pub-5592729262323637%3Aafk0ufv7eux&cof=FORID%3A10&ie=ISO-8859-1&q=tasa+de+crecimiento+2019&sa=Buscar&siteurl=www.indexmundi.com%3A)

[1&q=tasa+de+crecimiento+2019&sa=Buscar&siteurl=www.indexmundi.com%](https://www.indexmundi.com/es/buscar.html?cx=partner-pub-5592729262323637%3Aafk0ufv7eux&cof=FORID%3A10&ie=ISO-8859-1&q=tasa+de+crecimiento+2019&sa=Buscar&siteurl=www.indexmundi.com%3A)

2Fes%2Fecuador%2Ftasa_de_crecimiento.html&ref=www.google.com%2F&ss=444j197

Escuela de organización industrial. (2017). *metodología ágil de emprendimiento para la creación de empresas innovadoras*. Madrid: Fundación EOI.

Estrella Suárez, M., & González Vázquez, A. (2014). *Desarrollo Sustentable: Un nuevo mañana*. México: Grupo Editorial Patria.

Feria “Hecho a mano” convocó a 100 emprendedores en Quito. (mayo de 2019). *Feria “Hecho a mano” convocó a 100 emprendedores en Quito*. Obtenido de <https://www.informateypunto.com/index.php/economia/693-feria-hecho-a-mano-convoco-a-100-emprendedores-en-quito>

Fuentes Roldán, A. (2007). *Quito Tradiciones*. Quito: ABYA YALA.

INEN 2019. (ENERO de 2019). *INEN 2019*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/Informaci%C3%B3n>

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA POR PARROQUIA CENSO Y POBLACIÓN. (DICIEMBRE de 2018). *INFORMACIÓN ESTADÍSTICA POR PARROQUIA CENSO Y POBLACIÓN*. Obtenido de <http://institutodelaciudad.com.ec/19-publicaciones/49-informacion-estadistica-parroquia.html>

IV Feria Artesanal Texturas y Colores. (mayo de 2019). *IV Feria Artesanal Texturas y Colores*. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/84-noticias/ultimas-noticias/451-iv-feria-artesanal-texturas-y-colores>

La economía ecuatoriana creció en 1,4% 2018. (junio de 2019). *La economía ecuatoriana creció en 1,4% 2018*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>

Mercon, J., Ayala-Orozco, B., & Rosell, J. (2018). *Experiencias de colaboración transdisciplinaria para la sustentabilidad*. México: Coplt-arXives.

Moreno anuncia \$ 100 millones para artesanos. (30 de enero de 2019). Moreno anuncia \$ 100 millones para artesanos. *eltelegrafo*, págs.

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/leninmoreno-ley-artesanos-inversion>. Obtenido de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/leninmoreno-ley-artesanos-inversion>

Moyano Castillejo, L. (2015). *Plan de negocios*. Lima: Talleres gráficos de la Empresa Editora Macro EIRL.

O'Farrell, T. (2004). *Joyería artesanal*. Buenos Aires: ALBATROS.

Osterwalder, A., & Yves, P. (2010). *Tu modelo de negocio*. Barcelona España: Editorial 8.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO REQUISITOS. (JULIO de 2019). *PERMISO DE FUNCIONAMIENTO REQUISITOS*. Obtenido de PERMISO DE FUNCIONAMIENTO REQUISITOS:

<https://www.ministeriointerior.gob.ec/permiso-anual-de-funcionamiento/>

Ramón Valarezo, G., & Torres Dávila, V. H. (2004). *El desarrollo local en el Ecuador: Historia, Actores y Métodos*. Quito: ABYA YALA.

Sector artesanal tendrá más beneficios con nueva ley. (mayo de 2019). *Sector artesanal tendrá más beneficios con nueva ley*. Obtenido de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/sector-artesanal-tendra-mas-beneficios-con-nueva-ley>

SRI. (JULIO de 2019). *SRI REQUISITOS*. Obtenido de SRI REQUISITOS:

<https://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-personas-naturales>

Steward, T. (1997). *La nueva riqueza de las organizaciones: el capital intelectual*.

Buenos Aires: Granica.

Stutely, R. (2000). *Plan de negocios: La estrategia inteligente*. México: Prentice Hall

Hispanoamericana S.A.

Toribio, N., & Correa, M. (2009). *Semillas y frutos de uso artesanal en Panamá*. Costa

Rica: Editorial INBio.