



Universidad de Guayaquil

Facultad de Ciencias Administrativas

**Tesis presentada como requisito para optar por el título de
Ingeniería en Marketing y Negocio Comercial**

**Tema: “Análisis situacional de artesanías en poliéster, para la
creación de un local en la ciudad de Guayaquil.”**

**Título: Modelo de Negocio para la creación de un local
comercial de artesanías en la ciudad de Guayaquil**

Autora:

Tania Yuliana Pumares Franco

Tutor de Tesis

Msc. Abg. Hugo Cardenas Echeverria

Guayaquil, del 2016

REPOSITORIO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

ANÁLISIS SITUACIONAL DE ARTESANÍAS EN POLIÉSTER, PARA LA
CREACIÓN DE UN LOCAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

AUTOR/ES: TANIA YULIANA PUMARES FRANCO		REVISORES:
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		FACULTAD: Ciencias Administrativas
CARRERA: Marketing y Negociación Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PAGS: 91
ÁREA DE TEMÁTICA Campo: Emprendimiento Área: Marketing Aspecto: Elaboración de un plan de negocios Delimitación temporal: 2016		
RESUMEN: Ideas Pumares S.A., es creada para la producción y comercialización de artesanías hechas a base de poliéster para los adornos del hogar, en donde se ofrece a los clientes un elemento artístico que se pueda preservar por muchos años. Mediante el análisis interno y externo del negocio se puede dar a conocer la competencia directa e indirecta que presenta la implementación de esta empresa y las ventajas competitivas que se dan ante el desarrollo de las diversas actividades comerciales.		
No. DE REGISTRO (EN BASE DE DATOS)		No. DE CLASIFICACIÓN
DIRECCIÓN URL (TESIS EN LA WEB)		
ADJUNTO PDF:	(x) SI	() NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: Tania Yuliana Pumares Franco	TELÉFONO 0991420968	E-MAIL: taniapumares3@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN: SECRETARIA TITULAR (E) FCA	NOMBRE: Ing. Sara Sáenz	TELÉFONO: 042282187

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Habiendo sido nombrado, como tutor de tesis de grado como requisito para optar por el título de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial presentado por Tania Yuliana Pumares Franco con C.I 0926809914

Tema: **“Análisis situacional de artesanías en poliéster, para la creación de un local en la ciudad de Guayaquil .”**

Certifico que: He revisado y aprobado en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

MSC. AB HUGO CARDENAS ECHEVERRÍA

TUTOR DE TESIS

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

Para fines academicos, **CERTIFICO** que el trabajo de titulacion “**Análisis situacional de artesanías en poliéster, para la creación de un local en la ciudad de Guayaquil.**” perteneciente a la estudiante, **Tania Yuliana Pumares Franco** tiene 7% de similitud según el informe del **SISTEMA DE COINCIDENCIAS URKUND.**

MSC. AB HUGO CARDENAS ECHEVERRÍA
TUTOR

Recibidos (1) - vicenteber... Inicio - URKUND RV: [Urkund] 12% de simi... D19433936 - T. Pumares-... Correo: VICENTE BERNAB... Vicente

https://secure.urbund.com/view/19121417-766582-667714#FypJCsjAFETv0uuH/LHTnauICwkqWZhNluLd/UI9iho+7X229aoyUJmolrLoRUU

Aplicaciones Ministerio de Relac Banca Virtual Canales Google Importado desde Fire Katherin Salazar Academicos El Verificador de plag Bases Especializadas Otros marcadores

URKUND

Documento: [T. Pumares-analisis situacional de artesanias en poliester, para la creacion de un local en la ciudad de guayaquil.docx](#) (D19433936)

Presentado: 2016-04-22 20:55 (-05:00)

Presentado por: salazarsvb@ug.edu.ec

Recibido: salazarsvb.ivs@analysis.urbund.com

Mensaje: (TT-PREG) [Mostrar el mensaje completo](#)

7% de esta aprox. 27 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 5 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	tesis final.docx
	PLAN DE NEGOCIO DANIELA FREIRE Y LORENA SIERRA 22-03-2016.docx
	Tesis Ivonne Mendoza y Michael Palma Actualizado.docx
	TESIS IVONNE MENDOZA Y MICHAEL PALMA 22-3-2016.docx
	Proyecto Sandwiches vegetarianos.docx

73% #13 Activo

Impacto económico y social del proyecto Figura 22 Impacto económico y social Elaborado por: Tania Pumares Impacto económico

Las artesanías ecuatorianas son altamente reconocidas a nivel nacional e internacional por la calidad y diseños de los artículos, puesto que se cuenta con los materiales o materia prima y mano de obra capacitada a nivel local para la elaboración de los mismos, lo que refleja uno de los aspectos beneficiosos para las personas que deseen emprender un negocio bajo la línea de artesanías. Por lo mencionado el plan de negocios de adornos de poliéster de Ideas Pumares pretende aportar al cambio de la matriz productiva mediante la generación de ingresos sustentables que hagan que la economía del país incremente, además de dar apertura a nuevas fuentes de trabajo que ayuden a disminuir la tasa de desempleo del país. Impacto social El impacto social que causará el negocio Ideas Pumares en la sociedad será completamente positivo debido a que se darán nuevas fuentes de trabajo para las personas que en la actualidad se encuentran desempleadas y que buscan oportunidades que mejoren el estilo de vida de sus familias. Ideas Pumares S.A., buscará la mejor forma de cumplir con el Plan Nacional del Buen Vivir CITATION Sec16 \n \t \l 3082 (2016) en el objetivo 3 que busca la calidad de vida de la población, beneficiando directamente sobre las familias de los trabajadores del negocio que desarrollarán un futuro próspero. 1. Mercadotecnia e imagen 1.1. Investigación de mercado 1.1.1. Fuentes secundarias Industria Según lo determina TurokCITATION Mar1129 \n \t \l 12298 (2011), "la artesanía es definida como un arte, que son las diferentes actividades que realiza una persona para poder crear un objeto o cosa a través de un material, este arte generalmente es desarrollado a mano." (pág. 61) La artesanía evoca un arte en las manos de muchas personas, básicamente estaba definido como un hobby, hoy en día es una actividad comercial. que abarca la producción de elementos y objetos con las propias manos. algunas

Archivo de registro Urbund: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC / tesis final.docx 73%

Impacto económico y social del proyecto. Gráfico 22 Impacto económico y social Elaborado por: Los Autores Impacto económico

Para fines académicos, **CERTIFICO** que el trabajo de titulación “ANÁLISIS SITUACIONAL DE ARTESANIAS EN POLIESTER, PARA LA CREACION DE UN LOCAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” perteneciente a la estudiante, **TANIA YULIANA PUMARES FRANCO** tiene 7% de similitud según el informe del **SISTEMA DE COINCIDENCIAS URKUND**.

MSC. AB HUGO CARDENAS ECHEVERRÍA
TUTOR

RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR

Por medio de la presente certifico que los contenidos desarrollados en esta tesis son de absoluta propiedad y responsabilidad de Tania Pumares con C.I. 0926809914

Tema: **“Análisis situacional de artesanías en poliéster, para la creación de un local en la ciudad de Guayaquil.”**

Derechos que renuncio a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

Tania Yuliana Pumares Franco
C.I.: 0926809914

AGRADECIMIENTO

Quisiera agradecer a Nuestro Padre Celestial por Bendecirnos y darme paciencia, fortaleza y la perseverancia para poder caminar esta etapa de estudio superior.

A mis abuelos Luz Franco Ibarra y Eduardo Pumares Heredia, a mi madre Yalena Pumares Franco por todo ese amor incondicional que me han brindado estos años, por no permitir que decaiga en esta lucha constante, por toda la motivación, y valores inculcados en mi vida, por estar siempre a mi lado siendo mi motor para lograr mis objetivos, cumpliendo mis metas.

De igual forma a mi tutor de tesis de grado, MSC. AB. Hugo Cárdenas Echeverría, por todos sus conocimientos brindados, y apoyo en todo este proceso de elaboración del proyecto.

Tania Yuliana Pumares Franco

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, a la Virgen María, a mis abuelos Luz Franco Ibarra y Eduardo Pumares Heredia, a mi mama Yalena Pumares Franco por todos sus esfuerzos realizados, la cual se hicieron posible con la culminación de mi carrera universitaria, por ser mi ejemplo a seguir de lucha constante, por toda la fortaleza y consejos brindados durante todos estos años de estudios, especialmente con la culminación del presente proyecto.

Tania Yuliana Pumares Franco

ÍNDICE

REPOSITORIO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	III
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	IV
RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR	VI
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VIII
ÍNDICE	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XV
ÍNDICE DE FIGURAS	XVI
ÍNDICE DE CUADROS	XVII
ÍNDICE DE ANEXOS	XVIII
RESUMEN EJECUTIVO	XIX
1. Definición y justificación del negocio	1
1.1. Descripción general del negocio	1
1.2. Misión	2
1.3. Visión	2
1.4. Objetivos generales de la empresa	2
1.4.1. Objetivo General	2
1.4.2. Objetivos Específicos	2
1.5. Factores claves de éxito	3
1.6. Análisis FODA	4
1.7. Impacto económico y social del proyecto	8
2. Mercadotecnia e imagen	10

2.1.	Investigación de mercado	10
2.1.1.	Fuentes secundarias	10
2.1.2.	Fuentes primarias.....	16
2.2.	Análisis del mercado.....	31
2.2.1.	Mercado Potencial.....	32
2.2.2.	Mercado Meta	32
2.2.3.	Descripción de la necesidad a satisfacer	33
2.3.	Competencia.....	34
2.3.1.	Competencia Directa.....	34
2.3.2.	Competencia Indirecta	36
2.4.	Producto o Servicio.....	36
2.4.1.	Descripción de las características tangibles.....	38
2.4.2.	Características intangibles	39
2.4.3.	Aspectos innovadores del producto o empresa	41
2.5.	Precio.....	41
2.5.1.	Políticas de precio	42
2.5.2.	Estrategias de introducción al mercado	42
2.6.	Publicidad y promoción.....	44
2.6.1.	Plan de promoción justificado	44
2.7.	Comercialización	53
2.7.1.	Canales de distribución y puntos de venta. Analizar ventajas y desventajas de cada canal a utilizar	53
2.8.	Resumen de estrategias de mercadotecnia.....	53
2.9.	Proyecciones de ventas por 3 años	54
2.10.	Imagen de la empresa.....	55
3.	Producción / Operación de la Empresa	57

3.1.	Definición de todos los productos /servicios que se brindaran ...	57
3.2.	Localización geográficos de la empresa	59
3.3.	Materia prima y proveedores	60
3.4.	Proceso de fabricación y/o prestación de servicios	61
3.5.	Maquinaria y/o herramientas de trabajo.....	63
3.5.1.	Nombre, costo y capacidad de producción	64
3.5.2.	Establecimiento del requerimiento de personal.....	65
3.6.	Control de calidad	67
3.7.	Infraestructura tecnológica.....	67
3.8.	Identificación de los costos de producción / operación	68
3.9.	Punto de equilibrio	69
4.	Administración de Recursos Humanos	72
4.1.	Equipos de líderes del proyecto.....	72
4.2.	Definición de funciones y responsabilidades	73
4.3.	Organigrama.....	74
4.4.	Tabla de personal	74
5.	Contabilidad y finanzas.....	75
5.1.	Balance inicial.....	75
5.2.	Estados financieros	81
5.2.1.	Flujo de efectivo por tres años	81
5.2.2.	Estado de resultados anual.....	82
5.2.3.	Balance general anual.....	83
5.3.	Indicadores Financieros.....	85
5.3.1.	Liquidez / Prueba del acido	85
5.3.2.	Periodo de recuperación de inversión – Payback	86
5.3.3.	Rentabilidad sobre la inversión	87

5.3.4. Rentabilidad sobre el capital contable.....	88
6. Aspectos legales.....	89
6.1. Forma Legal.....	89
6.2. Participación de los Socios	90
6.3. Trámites o permiso adicional.....	92
Bibliografía.....	95
Anexos.....	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estrategias FODA	6
Tabla 2 Estrategias FADO	7
Tabla 3 Adquisición de productos artesanales	21
Tabla 4 Motivos para la compra de artículos artesanales	22
Tabla 5 Lugar donde se compran los artículos artesanales.....	23
Tabla 6 Frecuencia de compra	24
Tabla 7 Costo promedio por artesanías tradicionales.....	25
Tabla 8 Aspecto principal para la decisión de compra.....	26
Tabla 9 Conocimiento de artesanías a base de poliéster	27
Tabla 10 Aceptación del negocio	28
Tabla 11 Sector de instauración del negocio	29
Tabla 12 Medios publicitarios.....	30
Tabla 13 Precio.....	41
Tabla 14 Costo y frecuencia de publicidad	44
Tabla 15 Proyecciones de ventas mensuales.....	54
Tabla 16 Proyecciones de ventas anuales	54
Tabla 17 Productos Ideas Pumares AÑO 1	57
Tabla 18 Productos Ideas Pumares AÑO 1	58
Tabla 19 Materia prima	60
Tabla 20 Presentaciones	60
Tabla 21 Muebles y equipos	64
Tabla 22 Capacidad de producción	64
Tabla 23 Requerimientos del gerente	65
Tabla 24 Requerimientos del asistente de producción	66
Tabla 25 Costos de Producción	68
Tabla 26 Punto de Equilibrio de Adornos Pequeños.....	69
Tabla 27 Punto de Equilibrio de Adornos Medianos	70
Tabla 28 Punto de Equilibrio de Adornos Grande.....	71
Tabla 29 Tabla de personal	74
Tabla 30 Balance inicial	75

Tabla 31 Datos iniciales	76
Tabla 32 Inversión en activos fijos	77
Tabla 33 Inversión de capital	77
Tabla 34 Inversión inicial	78
Tabla 35 Financiamiento	78
Tabla 36 Condiciones del préstamo	78
Tabla 37 Amortizaciones	79
Tabla 38 Pago de préstamo	80
Tabla 39 Flujo de efectivo	81
Tabla 39 Estado de Resultado Anual	82
Tabla 40 Balance General	83
Tabla 41 Calculo del TIR y el VAN	84
Tabla 42 Liquidez/Prueba Acida	85
Tabla 43 Pay Back del proyecto	86
Tabla 44 Rentabilidad sobre la inversión	87
Tabla 45 Rentabilidad sobre el capital	88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Adquisición de productos artesanales	21
Gráfico 2 Motivos para la compra de artículos artesanales	22
Gráfico 3 Lugar donde se compran los artículos artesanales	23
Gráfico 4 Frecuencia de compra.....	24
Gráfico 5 Costo promedio por artesanías tradicionales	25
Gráfico 6 Aspecto principal para la decisión de compra	26
Gráfico 7 Conocimiento de artesanías a base de poliéster.....	27
Gráfico 8 Aceptación del negocio	28
Gráfico 9 Sector de instauración del negocio	29
Gráfico 10 Medios publicitarios	30
Gráfico 11 Características del mercado objetivo.....	33
Gráfico 12 Características tangibles	38
Gráfico 13 Características tangibles	39
Gráfico 14 Estrategias de marketing mix	42
Gráfico 15 Proceso de producción.....	61
Gráfico 16 Prestación de servicio	62
Gráfico 17 Maquinaria.....	63
Gráfico 18 Punto de equilibrio de Adornos Pequeños	69
Gráfico 19 Punto de equilibrio de Adornos Medianos	70
Gráfico 20 Punto de equilibrio de Adornos Grande.....	71
Gráfico 21 Organigrama	74
Gráfico 22 Diagrama de Gantt	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Factores claves de éxito	3
Figura 2 Análisis FODA	4
Figura 3 Impacto económico y social.....	8
Figura 4 Adorno 1	37
Figura 5 Adorno 2	37
Figura 6 Adorno 3	38
Figura 7 Tarjeta de presentación	45
Figura 8 Hoja membretada	46
Figura 9 Facebook	47
Figura 10 Twitter	48
Figura 11 Instagram.....	49
Figura 12 Sitio web	50
Figura 13 Afiches	51
Figura 14 Volantes.....	52
Figura 15 Imagotipo	55
Figura 16 Colores	56
Figura 17 Tipografía / ITC Benguiat Std Bold	56
Figura 18 Localización	59

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Exportaciones Ecuatorianas de productos del sector	14
Cuadro 2 Productos de la competencia Troarte S.A.....	35

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1 Entrada/Salida del local	97
Anexos 2 Lado izquierdo del establecimiento	97
Anexos 3 Lado derecho del establecimiento	98
Anexos 4 Caja/ servicio al cliente en el establecimiento	98

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Ideas Pumares S.A., es creada para la producción y venta de artesanías hechas a base de poliéster para los adornos del hogar, en donde se ofrece a los clientes un elemento artístico que se pueda preservar por muchos años.

Los productos que comercializará Ideas Pumares S.A., son los adornos pequeños, medianos y grandes en donde disponen de un alto tiempo de durabilidad debido a el modelo y materia prima que este dispone como es el poliéster y fibra de vidrio lo que permite brindar un fino acabado y duración de este producto.

Esta empresa ofrece a los clientes la accesibilidad de tener un elemento artístico, innovador y de calidad que se pueda preservar por muchos años con el fin de dar una nueva imagen a su hogar con la finalidad de ser líder en el mercado nacional por ofrecer este tipo de productos protegidos en poliéster.

El mercado potencial de esta empresa es la ciudad de Guayaquil en donde existe una tendencia que indica ser un referente al turismo y comercio de todo tipo de recursos entre estos las artesanías, puesto que existe una demanda considerable del mismo.

El mercado artesanal dispone alrededor de 250 locales en donde se puede encontrar toda variedad de productos entre estos las artesanías del poliéster y fibra de vidrio en donde se muestra la factibilidad del proyecto de manera comercial puesto que existe un sector que proporciona este producto a los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

Este producto trata de brindar al cliente un producto en donde se puede personalizar la artesanía en base a un material duradero que si se mantiene en un lugar ideal durara para siempre, en donde las características del mercado objetivo como son los hombres y mujeres de 18 a 55 años de edad disponen de un espíritu innovador, compras

impulsivas y amantes a los adornos puesto que prefieren mantener un adecuado espacio físico al momento de recibir a sus invitados, familiares entre otros.

La diferenciación entre la competencia es puesto que esta brinda mucha desorganización en el mercado, si bien es cierto existen instituciones que intentan corregir este tipo de actividades mediante la utilización de recursos tecnológicos o la capacitación de su fuerza de trabajo, pero no cuentan con excelentes resultados.

Es por esto que Ideas Pumares S.A. toma esta opción como una oportunidad contando con personal altamente capacitado y profesional para disponer de un adecuado servicio al cliente con una apropiada organización y distribución de sus productos para la comercialización de los mismos.

Es evidente que se cuenta con personal que dispone de altos conocimientos basado en un gran tiempo de estudio el mismo que proporcionará sus experiencias textuales para la puesta en marcha de todo lo aprendido en el mercado hacia los clientes externos.

En lo referente a la viabilidad financiera se necesitó de una cantidad total de \$8.792,21 en donde se dispone del 40% por los recursos propios y el 60% de una institución financiera en donde en el primer año se espera tener ventas de \$64.125,00 los mismos que cubren los costos y gastos de este negocio, con un periodo de recuperación al segundo año en específico en el mes 21 obteniendo una rentabilidad sobre la inversión del 55% hasta el 90% al culminar el quinto año.

Disponiendo así una viabilidad financiera y económica que se pudo evidenciar que es factible la creación de este negocio puesto que se tiene una apropiada ganancia con un entorno de inversión favorable para su ejecución.

1. Definición y justificación del negocio

1.1. Descripción general del negocio

La empresa Ideas Pumares S.A., ha sido creada para la producción y venta de artesanías hechas a base de poliéster, producto que no ha sido explotado en el mercado ecuatoriano en su totalidad, este proviene del petróleo como una resina que puede ser tratada y transformado en muchos elementos, pero en este caso en artesanías.

Los productos que pueden ser sublimados en polyester se conservan casi de forma eterna, dejando dentro de él, la artesanía protegida de clima, polvo, manipuleo, etc. En el caso de las artesanías laminadas, dejan que la belleza sobresalga en un brillo que cautiva por su apariencia cristalina y pura.

Algunos usos se dan en: arreglos de flores, accesorios para mujeres, pedrería, casi todo puede ser utilizado en poliéster, con un cuidado en el proceso que permite que el acabado sea el valor agregado que buscan los clientes.

La personalización de recuerdos también ha sido incluida en este tipo de negocios, entre ellos mechones de cabello, dientes y joyas pequeñas, que son las más utilizadas sin embargo se pueden agregar a esta lista más productos elaborados con este material.

Según José Luis Navarro (2012) las artesanías de este estilo han sido usadas en Europa desde los años 70, luego del descubrimiento de este material que, aunque proviene del petróleo, usa otros ácidos que lo transforman en el líquido viscoso transparente que es. Algunas ideas como miniaturas de la torre inclinada de Piza, la torre Eiffel, entre otros monumentos emblemáticos han utilizado la mencionada resina para exportarse al mundo.

Estados Unidos también lo ha usado entre sus artesanos que hacen recuerdos y la evolución de este producto ha llegado al punto de ser utilizado en jarros, bolígrafos y demás artículos de Merchandising.

1.2. Misión

Ideas Pumares S.A. es una empresa dedicada a la producción, comercialización de artesanías en poliéster, que ofrece la oportunidad a sus clientes para tener un elemento artístico, innovador y de calidad que se pueda preservar por muchos años.

1.3. Visión

En el 2020 Ideas Pumares S.A., será líder en el mercado nacional por ofrecer a los turistas, artesanías protegidas en poliéster, bajo estándares de calidad con el propósito de otorgarle a los clientes un excelente producto.

1.4. Objetivos generales de la empresa

1.4.1. Objetivo General

Posicionar a Ideas Pumares S.A., como un negocio que vende artesanías de poliéster de buena calidad en la ciudad de Guayaquil.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Lograr un incremento de las ventas anualmente del 3% por los primeros cinco años.
- Expandirse en el mercado por medio de sucursales luego de obtener el retorno de inversión del negocio.
- Incrementar el número de trabajadores en el negocio luego de haber cumplido los cinco años.
- Conseguir proveedores que brinden una mejor oferta de negociación que beneficie al negocio.

1.5. Factores claves de éxito

Figura 1. Factores claves de éxito



Elaborado por: Tania Pumares

1.5.1. Innovación

La innovación es la principal clave de éxito de la empresa en formación, definiendo que no es nuevo en el mundo, pero si en Ecuador, en especial en la provincia del Guayas.

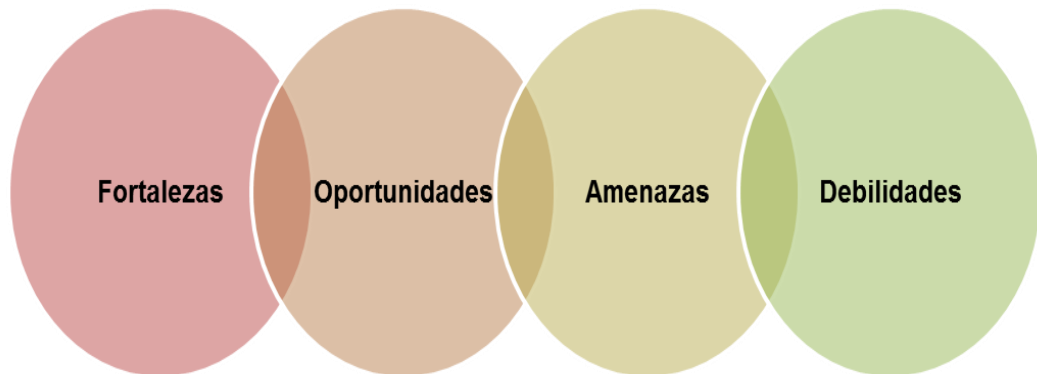
Las artesanías cuentan con un aspecto innovador como lo es la textura del artículo por el excelente acabado que se le da con la finalidad de proporcionarle al cliente un producto en óptimas condiciones.

1.5.2. Productos de calidad

La materia prima con la que están elaboradas las artesanías que ofrece Ideas Pumares S.A., es de poliéster un material plástico altamente resistente a la humedad y generadores químicos, el que es utilizado con la finalidad de brindarle a los clientes un producto de calidad con un acabado escultural excelente para que el sitio en donde se encuentre la artesanía se vea elegante y sofisticado digno de administración.

1.6. Análisis FODA

Figura 2. Análisis FODA



Elaborado por: Tania Pumares

Fortalezas

- F.1.** Conocimiento de la técnica de producción de artesanías en poliéster
- F.2.** Capital humano capacitado para la elaboración de adornos.
- F.3.** Disponibilidad del 20% del capital para el desarrollo de las actividades comerciales.

Oportunidades

- O.1.** Alta oferta de materia prima en el mercado para la elaboración del producto.
- O.2.** Disponibilidad de crédito en el mercado para la obtención de préstamo por parte de las accionistas.
- O.3.** Expansión del negocio en el mercado nacional.

Debilidades

- D.1.** Empresa que recién se constituye en el mercado.
- D.2.** Poca experiencia en el área del negocio.
- D.3.** Poco presupuesto para los medios publicitarios

Amenazas

A.1. Fácil entrada de competidores.

A.2. Requisitos para la constitución de un negocio en la ciudad de Guayaquil.

A.3. Gran cantidad de almacenes que ofrecen alternativas de artesanías en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 1. Estrategias FODA

FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F.1. Conocimiento de la técnica de producción.	D.1. Empresa que recién se constituye en el mercado.
	F.2. Capital humano capacitado para la elaboración de adornos.	D.2. Poca experiencia en el área del negocio.
	F.3. Disponibilidad del 20% del capital para el desarrollo de las actividades comerciales.	D.3. Los costos de los medios publicitarios.
OPORTUNIDADES	FO	DA
O.1. Alta oferta de materia prima en el mercado para la elaboración del producto.	Considerar el conocimiento técnico que se tiene para aprovechar la oferta de materia prima en el mercado. (F1,O1)	Aprovechar la alta oferta de materia prima en el mercado para que la empresa pueda iniciar sus actividades productivas. (D1,O1)
O.2. Disponibilidad de crédito en el mercado para la obtención de préstamo por parte de las accionistas.	Mediante la rentabilidad que se obtenga en el negocio, se podrá generar la apertura de nuevas plazas de trabajo, el negocio se podrá expandir en el mercado generando mayores ingresos. (F2,O3)	Obtener capacitación acerca del emprendimiento de nuevos negocios para que con el tiempo la empresa se pueda expandir en el mercado. (D2, O2)
O.3. Expansión del negocio en el mercado nacional.	Obtener la diferencia porcentual que hace falta para la puesta en marcha del negocio por medio de un préstamo bancario. (F3,O2)	Invertir en los medios publicitarios necesarios para dar a conocer al negocio en el mercado. (D3,O2)

Elaborado por: Tania Pumares

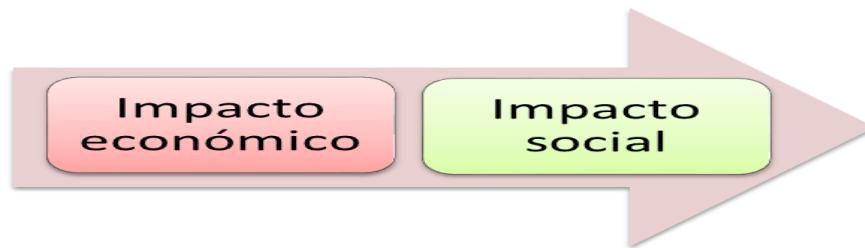
Tabla 2. Estrategias FADO

FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F.1. Conocimiento de la técnica de producción.	D.1. Empresa que recién se constituye en el mercado.
	F.2. Capital humano capacitado para la elaboración de adornos.	D.2. Poca experiencia en el área del negocio.
	F.3. Disponibilidad del 20% del capital para el desarrollo de las actividades comerciales.	D.3. Los costos de los medios publicitarios.
AMENAZAS	FA	DO
A.1. Fácil entrada de competidores.	Poner en práctica los conocimientos técnicos de producción para entregar al cliente un producto de calidad, que se diferencie de la competencia. (F1,A3)	La fácil entrada de competidores al mercado permitió a Ideas Pumares entrar a competir en el sector artesanal. (D1,A1)
A.2. Requisitos para la constitución de un negocio en la ciudad de Guayaquil.	Aprovechar el capital humano capacitado de la empresa para hacer frente a nuevo competidores en el mercado. (F2, A1)	La constitución del negocio permitirá se vaya obteniendo experiencia en el área del negocio. (D2,A2)
A.3. Gran cantidad de almacenes que ofrecen alternativas de artesanías en la ciudad de Guayaquil.	Efectuar todos los trámites pertinentes para que el negocio pueda ejercer sus funciones de forma legal en el mercado. (F3,A2)	Aplicar múltiples técnicas de mercadotecnia para que el costo de medios publicitarios no sean tanto grande y así Ideas Pumares se volverá competitiva en el mercado. (D3, A3)

Elaborado por: Tania Pumares

1.7. Impacto económico y social del proyecto

Figura 3. Impacto económico y social



Elaborado por: Tania Pumares

Impacto económico

Las artesanías ecuatorianas son altamente reconocidas a nivel nacional e internacional por la calidad y diseños de los artículos, puesto que se cuenta con los materiales o materia prima y mano de obra capacitada a nivel local para la elaboración de los mismos, lo que refleja uno de los aspectos beneficiosos para las personas que deseen emprender un negocio bajo la línea de artesanías.

Por lo mencionado el plan de negocios de adornos de poliéster de Ideas Pumares S.A. pretende aportar al cambio de la matriz productiva mediante la generación de ingresos sustentables que hagan que la economía del país incremente, además de dar apertura a nuevas fuentes de trabajo que ayuden a disminuir la tasa de desempleo del país.

Impacto social

El impacto social que causará el negocio Ideas Pumares S.A. en la sociedad será completamente positivo debido a que se darán nuevas fuentes de trabajo para las personas que en la actualidad se encuentran desempleadas y que buscan oportunidades que mejoren el estilo de vida de sus familias.

Ideas Pumares S.A., buscará la mejor forma de cumplir con el Plan Nacional del Buen Vivir (2016) en el objetivo 3 que busca la calidad de vida de la población, beneficiando directamente sobre las familias de los trabajadores del negocio que desarrollarán un futuro próspero.

2. Mercadotecnia e imagen

2.1. Investigación de mercado

2.1.1. Fuentes secundarias

Industria

Según lo determina Turok (2011), “la artesanía es definida como un arte, que son las diferentes actividades que realiza una persona para poder crear un objeto o cosa a través de un material, este arte generalmente es desarrollado a mano.” (pág. 61)

La artesanía evoca un arte en las manos de muchas personas, básicamente estaba definido como un hobby, hoy en día es una actividad comercial, que abarca la producción de elementos y objetos con las propias manos, algunas artesanías se basan en las tradiciones de los pueblos, sus antecedentes remontan de la cultura o estilo de vida de quienes los crea, que en muchas ocasiones e imperante durante siglos.

La Artesanía se ha convertido en la existencia misma de la humanidad depende de las condiciones naturales, satisface las necesidades de la gente, uno de los primeros ejemplos fue el fin de vestir y de ser protegido a través de confecciones de piel y otros elementos naturales utilizados por el hombre. Por ello, el desarrollo de la artesanía está en conexión con las condiciones ambientales, acorde a los sentimientos de la sociedad, con el tiempo ha reflejado un gusto y una actividad artística, que representa las características de las diferentes culturas y cualifica las tradiciones adquiridas.

Este arte generalmente es realizado manualmente, su proceso depende del material y el objeto a crear, se considera una obra donde se desarrolla decoraciones y artefactos manejados delicadamente, es considerado una rama de las bellas artes, la artesanía implica esfuerzo,

satisfacción, la larga paciencia, ideas creativas e innovadoras, en este supuesto se involucra:

- Madera tallada
- Diseños de costura
- Productos de metal
- Trabajos de cristal
- Elementos de cerámica
- Arreglos para decoraciones
- Hilos tejidos, entre otras cosas.

La artesanía es parte de una industria que produce productos, pero no son fabricados, los artesanos los diseñan para satisfacer los niveles de demanda en cuanto productos que básicamente son direccionados para el turismo, sin embargo, se exponen a la venta general.

Entre los oficios de los artesanos se incluye:

- Glass
- Modista
- Calzado
- Cerámica
- Tallado, entre otros.

Entre las manualidades de la artesanía se utilizan diversos equipos de fabricación de objetos culturales o productos comerciales a partir de materiales de desecho convencionales utilizando herramientas simples de la casa, este tipo de industria es reconocida con un enfoque creativo a la posibilidad de utilizar sus propias habilidades e ingenios.

Existe una larga lista limitada de materiales para realizar este tipo de arte, tales como: madera, tela, papel, metal o plástico, los productos terminados llevan no sólo estético sino también la significación interna para su aplicación práctica.

Las actividades creativas y de producción están destinadas a crear obras de arte, que se basan en el desarrollo colectivo y la continuidad de las tradiciones del arte popular en un lugar determinado en el trabajo creativo de los maestros de la artesanía popular.

La variedad de industria del arte en las personas nace en las zonas rurales, donde las personas trataron de crear con las necesidades de sus manos, platos, ropa, zapatos, y más. Así, los sectores más pobres de la población tratando de evitar estructuras complejas. Vale la pena mencionar que en diferentes áreas de las personas tienen diferentes ideas sobre la creación de cosas propias de su región. Creando talleres individuales o privadas para cada embarcación, a menudo estas actividades dependen de las creencias culturales, políticas o religiosas de la población.

Para la creación de las obras, los artesanos eligen productos naturales o que no dañan el medio ambiente, los oficios de esta industria no está relacionada con la fabricación en masas, dado que los procesos de fabricación de diversos productos son manuscritos en la cual se desarrolla la inteligencia y otras habilidades, este arte se puede propagar y transmitir por generaciones.

Existen una variedad de materiales, pero los más populares para la creación de este arte son:

- Árbol
- Papel
- Plástico
- Hilos
- Lana
- Tela entre otro

Sector

Según lo expuesto por Pro Ecuador (2013), “Ecuador se caracteriza por ser un país multicultural, por ello, cada región elabora diferentes productos y objetos a mano que se comercializan como productos artesanales.” La artesanía en el Ecuador, es muy variada puesto que cada una de las regiones se compone por la diversidad en sus culturas lo que conlleva a representarse a través de costumbres, hábitos, vestimenta, creencias, estos modelos de vida influyen directamente con el desarrollo y producción de objetos.

Todas las ciudades tienen un representativo que caracteriza a dicho pueblo, el desarrollo de los diferentes productos artesanales se debe al aprendizaje y la habilidad enseñada y practicada en estos lugares, algunas de las significativas ciudades junto con sus productos de elaboración artesanal. Entre los principales productos que se elaboran en el país, dentro de este sector son:

- Tagua y otros objetos con naturaleza vegetal o mineral
- Sombreros de Paja toquilla o mocora
- Cerámicas
- Joyería y elementos de accesorios (manufactura)
- Artículos para diseños en eventos
- Pinturas- dibujos
- Productos de cestería

En un análisis de este sector, correspondiente a los elementos de joyería y manufacturas en la ciudad de Guayaquil se ha registrado 250 talleres dedicados a la orfebrería, lo que se compone como la segunda ciudad de mayor producción de estos elementos, los talleres que componen esta actividad se determinan entre un 21.68%.

Entre las ciudades con mayor capacidad para el proceso de producción de estos artículos son: Guayas, Los Ríos, Loja, Cañar, El Oro.

En cuanto a las exportaciones de estos artículos al extranjero, se puede ver representado en la siguiente tabla:

Cuadro 1. Exportaciones Ecuatorianas de productos del sector

PRINCIPALES EXPORTACIONES ECUATORIANAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS DEL SECTOR							
Miles USD							
Grupo de Productos	2008	2009	2010	2011	2012	% Participación 2012	TCPA 2008-2012
Sombreros de Paja Toquilla o Mocora	4,113	5,443	8,195	13,109	9,425	43.79%	23.04%
Tagua y otros materiales vegetales o minerales	8,091	5,965	8,778	14,136	8,733	40.57%	1.93%
Cerámicas	3,077	1,063	1,083	1,852	1,771	8.23%	-12.89%
Joyería y demás manufacturas	1,004	595	513	693	1,072	4.98%	1.65%
Artículos de madera	614	628	404	334	233	1.08%	-21.57%
Artículos para festividades	131	84	106	128	207	0.96%	12.08%
Artículos de cestería	36	29	18	54	71	0.33%	18.33%
Pinturas y Dibujos	67	114	20	126	11	0.05%	-35.66%
	17,133	13,921	19,117	30,432	21,523	100.00%	5.87%

Fuente: (Pro Ecuador, 2013)

Los productos con mayor índice en las exportaciones son los sombreros de paja toquilla y mocora, con una participación del 43.79% para el año 2012, seguida por la tagua y otros materiales vegetales o minerales con una participación del 40,57%, por otro lado, se encuentran las como joyería y demás artículos de manufactura con una participación no tan alta del 4.98%.

Mercado

Según lo expresado por Avelino (2011), “poliéster son polímeros, condesado que tiene un grupo funcional dentro de los principales bonos en la naturaleza a pesar de la existencia.” (pág. 11) El poliéster generalmente es el de polietileno y policarbonato, indica que comprende una gran familia de poliéster sintético, este termoplástico es aplicado en lo siguiente:

- Tela para la fabricación de fibras
- Botellas
- Tira de película
- Foto-películas
- Filtros
- Alfombra, entre otros.

El poliéster, es una fibra que también es utilizado en lana y fabricación de suelos, se compone como una estructura química duradera, eliminación de la PET no es posible, debido a que es capaz de persistir durante millones de años; este material no está permitido para quemar, ya que produce gases tóxicos.

En el Ecuador el poliéster es utilizados para hilos de algodón, plásticos reprocessados, entre otros, sin embargo, en la ciudad de Guayaquil la elaboración de artículos artesanales de poliéster es escasos, puesto que las actividades comerciales están enfocadas en otros productos, por ello se puede determinar que es una gran oportunidad para incursionar en este mercado.

Según lo expone Artesanos Ecuador (2011), la resina de poliéster es comúnmente comercializada en el país no obstante existen algunos otros productos que son vendidos y conocidos como una identificación de la artesanía del país, los mismos que son elaborados y diseñados por los artesanos de diferentes regiones, tales artículos son:

- Mopa Abrillantadora
- Hilos de poliéster
- Cuerdas para la industria florícola
- Trapero elaborado con microfibras de poliéster
- Accesorios artesanales, entre otros.

2.1.2. Fuentes primarias

2.1.2.1. Diseño de la investigación

Según lo determinado por Lasa & Vergara (2012), “El diseño de la investigación es un conjunto de instrucciones o una estructura definida que permite al investigador conocer con certeza la manera en que debe de efectuar el estudio, estimando recursos y herramientas para la obtención de a información.” (Pág. 16)

Al tratarse del desarrollo de un modelo de negocios, la presente investigación estará enfocada principalmente en obtener la información que permita a la autora, en primera instancia conocer las maneras en que se debe de efectuar el desarrollo del negocio, y en segundo plano, medir la factibilidad o no de la empresa en la ciudad de Guayaquil.

Es por ello, que es importante mencionar que se tomará en cuenta información proporcionada por fuentes primeras y secundarias, llevándose a cabo un estudio de tipo no experimental, dado que como se mencionó con anterioridad, es importante obtener la información requerida.

Siendo así, que, mediante la elaboración de un diseño de investigación, se determinarán los tipos de estudio que se efectuarán, así como también las herramientas posibles que permitirán alcanzar los datos requeridos, y las técnicas que brinden la posibilidad de recopilar la información, por ello, posteriormente se detallarán cada uno de los procesos y lineamientos que se llevarán a cabo en la presente investigación:

- Determinando los tipos de investigación que se desarrollarán en el estudio, estos serán, de tipo exploratorio, descriptivo y de campo.
- En cuanto a la necesidad de obtener la información, el instrumento que se utilizará será el cuestionario.

- Para hacer posible la recolección de los datos, y que los resultados puedan ser presentados de forma precisa, se empleará como técnica de investigación la encuesta.
- Tomando en cuenta el lugar donde se pretende desarrollar el negocio, se considerará la población de estudio y se reflejará la fórmula correspondiente para el cálculo del tamaño de la muestra.
- Se detallará la manera en que se llevará a cabo el levantamiento de la información.
- Con los resultados ya presentados, se analizará e interpretará la información obtenida.

2.1.2.2. Tipo de investigación

Investigación exploratoria

La investigación será exploratoria porque para la autora es preciso conocer sobre cómo se debe de desarrollar un modelo de negocios, identificar la razón de ser de la empresa, sus objetivos, metas, su estructura organizacional y todo lo referente a la creación de una organización, a más de ello, al tratarse de una productora artesanal, es importante ahondar estudios que permitan discernir con total plenitud sobre la elaboración de artesanías de poliéster, dado que esta será la principal materia prima con la que se elaborarán los productos.

Es por ello, que para cumplir con el alcance de la información es importante extraer los datos de fuentes secundarias, siendo los textos y revistas científicas, así como también las enciclopedias virtuales las principales referencias a tomar en cuenta.

Investigación descriptiva

En cuanto a la investigación descriptiva, su importancia se ve reflejada en el presente estudio para conocer los gustos y preferencias del mercado guayaquileño sobre las artesanías, conocer la frecuencia de compra de aquellos productos, y lo más importante medir el grado de conformidad por parte del grupo objetivo en adquirir productos artesanales a base de poliéster.

Por ende, es menester desarrollar estudios estadísticos, manipulando herramientas de estudio, así como también aplicando técnicas que permitan recolectar los datos de forma puntual, y que estos puedan ser analizados e interpretados sin dificultad alguna.

Investigación de campo

La investigación a su vez será de campo, dado que, al tratarse de la creación de una empresa, es importante recabar la información del grupo objetivo hacia quien se encuentra dirigido el negocio, debido a que estos son los individuos que validarán la factibilidad del modelo de negocios, por ende, aquellos se los considera como fuentes primarias.

Instrumento de la investigación

El cuestionario

Para la presente investigación se elaborará un solo cuestionario, enfocado al desarrollo de encuestas, por ende, las preguntas de investigación serán cerradas expresadas con un lenguaje comprensible y directo, siendo entendible por el objeto de estudio.

Por otra parte, dichas interrogantes se ajustarán a los objetivos del proyecto, para alcanzar la información requerida, a su vez, se empleará preguntas dicotómicas y con escala de Likert para medir el nivel de conformidad de los objetos de estudio.

2.1.2.3. Técnica de la investigación

La encuesta

Cook (2011) señala que, “La encuesta es aquella técnica que se enfoca en desarrollar estudios sistemáticos a través de sus métodos de investigación, en donde el investigador pregunta al objeto de estudio sobre los datos requeridos, garantizando que los resultados puedan ser analizados cuantitativamente.” (Pág. 112)

Se aplicará la encuesta como principal técnica de estudio, porque brinda la posibilidad de obtener los resultados de forma ordenada y puntual, siendo menos complejo el tratamiento y análisis de la información.

2.1.2.4. Población y Muestra

Población

Se considera como población a los habitantes de la ciudad de Guayaquil que tienen una edad promedio entre los 18 a 55 años, siendo alrededor de 1'367.604, indicándolo así el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2015), por ende, aquella población se la define como infinita, porque su tamaño excede de los 100.000 individuos.

Muestra

Kendall (2013) menciona que, “La muestra es una porción o un subconjunto de la población, por ende, se los considera como una parte representativa ya que estos son los que formaran parte de la investigación dando a conocer las características de las misma.

A continuación, se dará a conocer la fórmula para dar a conocer el tamaño de la muestra:

Siendo:

Z = Nivel de confianza (1.96)

p = Probabilidad de éxito (0.5)

q = Probabilidad de fracaso (0.5)

e = Margen de error (0.05)

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416 * 0,50 * 0,50}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384$$

Como es de observar, efectuando el cálculo del tamaño de la muestra se obtuvo un resultado de 384, para ello, se consideró tener un nivel de confianza del 95%, alcanzando Z el valor de 1.96, por otra parte, se estimó un 5% para el margen de error, un 50% para la probabilidad de éxito, y otro 50% para la probabilidad de fracaso

2.1.2.5. Levantamiento de la información

Para hacer posible el levantamiento de la información, la autora acompañada de un ayudante desarrollará las encuestas en los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil, para así cumplir con la recolección de los datos, una vez dado lo antes mencionado, se procesará la información obtenida, para luego ser tabulada a través de la herramienta informática Microsoft Excel, dando cabida a la exposición de los resultados en forma de gráficos y tablas de frecuencias.

Para finalizar, dichos resultados alcanzados cuantitativamente serán analizados e interpretados para lograr mayor discernimiento del estudio realizado.

Análisis de los resultados

1. ¿Le gusta a usted adquirir artículos artesanales? (de responder no, ha finalizado la encuesta, gracias por su atención).

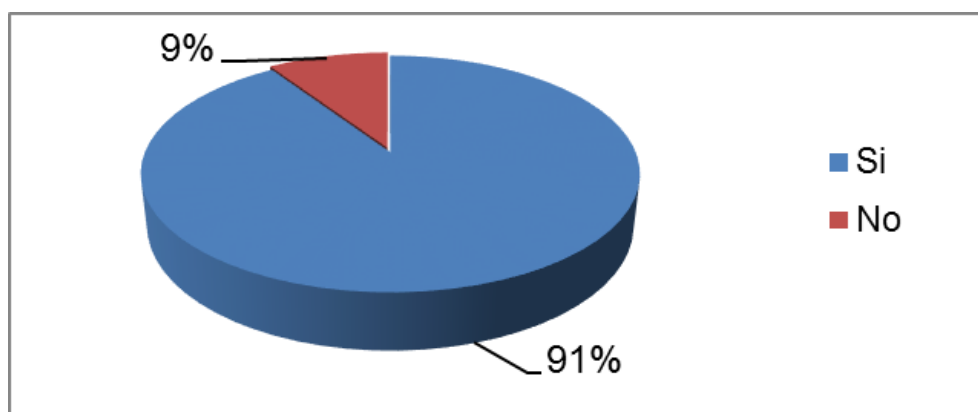
Tabla 3. Adquisición de productos artesanales

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	348	91%
No	36	9%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Gráfico 1. Adquisición de productos artesanales



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

De una muestra establecida en la presente investigación siendo 384 individuos, el 91% de los objetos de estudio manifestó que sí les gusta adquirir artículos artesanales, mientras el 9% señaló no tener fijarse en comprar aquellos tipos de productos, por lo que se puede determinar que los resultados a favor del estudio para medir la factibilidad del negocio se presentaron a favor, dado que se cuenta con casi todos individuos de la muestra.

2. ¿Cuál es el motivo por el que usted le gusta comprar artículos artesanales?

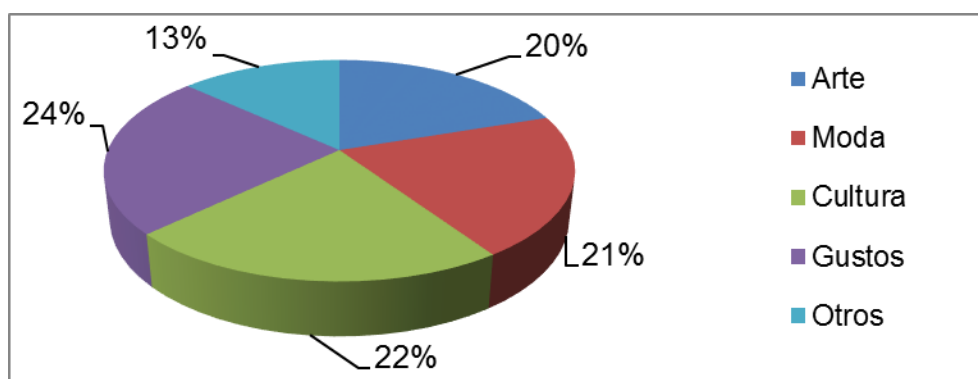
Tabla 4 Motivos para la compra de artículos artesanales

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Arte	69	20%
Moda	72	21%
Cultura	78	22%
Gustos	83	24%
Otros	46	13%
Total	348	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Gráfico 2. Motivos para la compra de artículos artesanales



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

De las personas encuestadas que afirmaron sí agradales adquirir artículos artesanales, el 24% indicó que el motivo principal por el que se inclinan a comprar dichos productos, es por gustos, por otra parte, el 22% señaló que lo adquiere por la cultura, el 21%, por moda, el 20%, por el arte y el 13% por otros motivos. Culminado el estudio se puede discernir que la mayor parte de los habitantes de la ciudad de Guayaquil eligen aquellos productos porque les agrada la artesanía, dado que son artículos pocos frecuentes de obtener y percibir, lo que los hace únicos y agradables.

3. ¿Cuál es el lugar que usted frecuenta regularmente para la compra de aquellos productos?

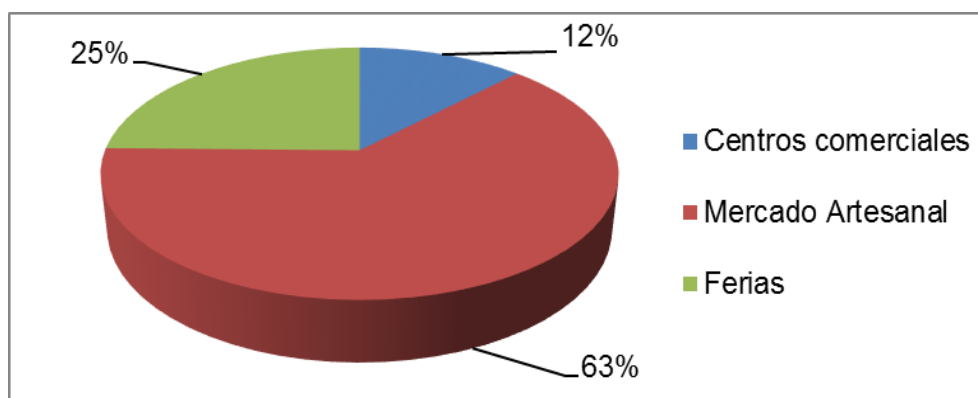
Tabla 5. Lugar donde se compran los artículos artesanales

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Centros comerciales	43	12%
Mercado Artesanal	219	63%
Ferias	86	25%
Total	348	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Gráfico 3. Lugar donde se compran los artículos artesanales



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Al preguntar a los objetos de estudio sobre el lugar donde frecuentan la compra de los artículos artesanales, el 36% manifestó comprarlos en el mercado artesanal, por otro lado, el 25% señaló adquirirlos en las ferias, y el 12% en centros comerciales. Por medio de los resultados se puede discernir que el lugar más frecuente y posicionado en la mente del grupo objetivo es el mercado artesanal, dado que la mayor parte de los negocios que conforman aquel lugar, ofrecen artículos artesanales de todo tipo, ya sean estos productos varios elaborados con materiales cuero, madera, tejidos, entre otros.

4. ¿Con qué frecuencia compra las artesanías?

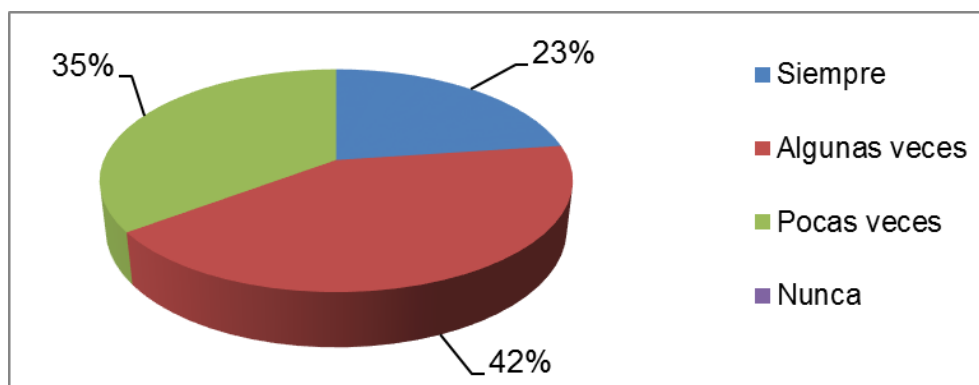
Tabla 6. Frecuencia de compra

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	79	23%
Algunas veces	145	42%
Pocas veces	124	35%
Nunca	0	0%
Total	348	99%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Gráfico 4. Frecuencia de compra



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

En base a los resultados adquiridos a través del estudio, se puede observar que el 42% de los habitantes de la ciudad de Guayaquil adquieren los productos artesanales algunas veces, mientras que el 35% dijo hacerlo pocas veces, y el 23%, siempre. De acuerdo a la investigación efectuada, se puede aludir que la frecuencia de compra en artículos artesanales es alta, siendo resultados factibles para el negocio a desarrollar, ya que la afluencia de clientes posiblemente podría darse de forma considerable.

5. ¿Cuál es el costo promedio de las artesanías tradicionales que usted adquiere?

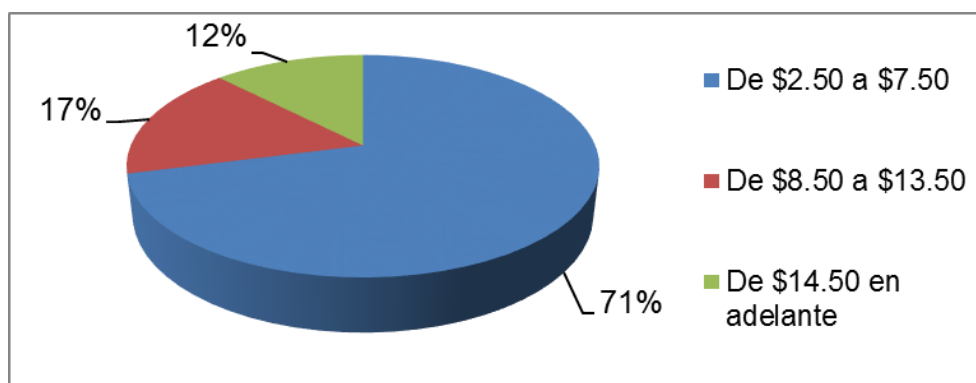
Tabla 7. Costo promedio por artesanías tradicionales

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
De \$2.50 a \$7.50	247	71%
De \$8.50 a \$13.50	58	17%
De \$14.50 en adelante	43	12%
Total	348	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Gráfico 5. Costo promedio por artesanías tradicionales



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Considerando los datos proporcionados a través del estudio, se puede percibir que el 71% de los objetos de estudio, estiman gastos en productos artesanales entre los \$2,50 a \$7,50, por otro lado, el 17% indicó que el costo promedio es de \$8,50 a \$13,50, y en su minoría un 12% mencionó gastar más de \$14.50 en adelante. Obtenidos los resultados se puede conocer que la mayor parte de los habitantes de la ciudad de Guayaquil no dejan de gastar menos de \$7,50 en artículos artesanales, siendo valores considerables que posiblemente permitirán a que el negocio desarrolle en un mediano plazo.

6. ¿Cuál es el aspecto principal en el que usted se fija para tomar su decisión de compra en los artículos artesanales?

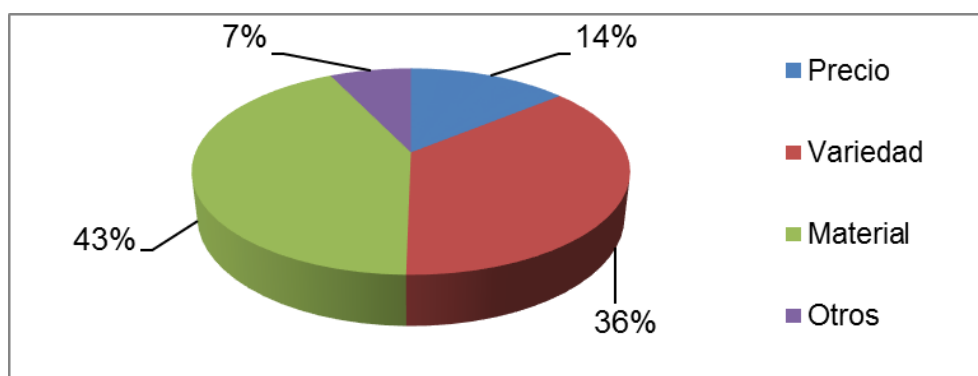
Tabla 8. Aspecto principal para la decisión de compra

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Precio	49	14%
Variedad	126	36%
Material	148	43%
Otros	25	7%
Total	348	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Gráfico 6. Aspecto principal para la decisión de compra



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

El 43% de los encuestados indicó que el aspecto principal en el que se fijan para tomar la decisión de compra en los artículos artesanales es en el material con el que se los elaboran, por otro lado, el 36% dijo fijarse mucho en la variedad, el 14%, en el precio, y el 7% señaló tomar en cuenta otros aspectos. Se puede concluir que en su mayoría los sujetos de estudio consideran mucho el material del producto, dado que exigen durabilidad y resistencia en los artículos artesanales, indiferentemente del precio en el que los adquieren.

7. ¿Cuánto conocimiento tiene usted sobre artesanías fabricadas a base de poliéster?

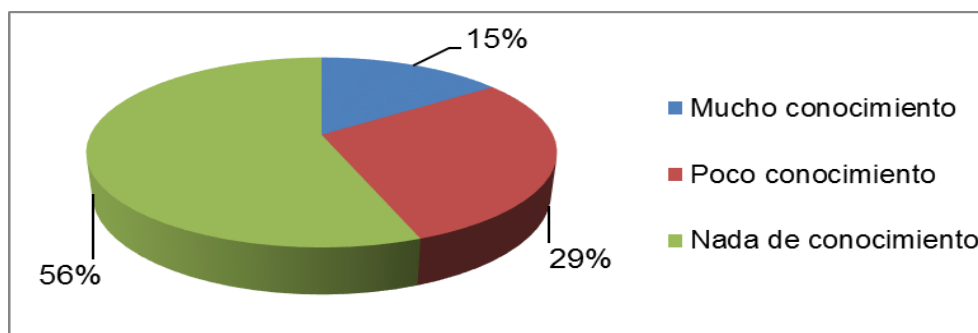
Tabla 9. Conocimiento de artesanías a base de poliéster

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Mucho conocimiento	53	15%
Poco conocimiento	101	29%
Nada de conocimiento	194	56%
Total	348	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Gráfico 7. Conocimiento de artesanías a base de poliéster



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Fue importante conocer el nivel de conocimiento que tienen los objetos de estudio en cuanto a las artesanías fabricadas a base de poliéster, siendo así que se puede observar que el 56% de los encuestados manifestó no tener nada de conocimiento, mientras que el 29% dijo tener poco conocimiento y el 15%, mucho conocimiento. De acuerdo al estudio realizado se puede indicar que la mayor parte de los habitantes de la ciudad de Guayaquil no conocen sobre artículos artesanales elaborados a base de poliéster, ni los beneficios que este ofrece, tal como la resistencia a la humedad, todo esto debido a que más conocen sobre los materiales tradicionales que se usan comúnmente para su fabricación.

8. Al existir un negocio que elabore artesanías a base de poliéster ¿estaría de acuerdo en adquirir sus productos?

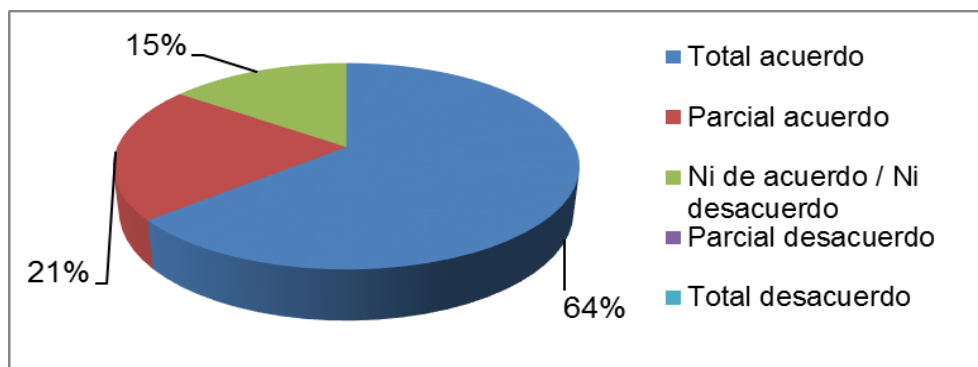
Tabla 10. Aceptación del negocio

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Total acuerdo	222	64%
Parcial acuerdo	74	21%
Ni de acuerdo / Ni desacuerdo	52	15%
Parcial desacuerdo	0	0%
Total desacuerdo	0	0%
Total	348	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Gráfico 8. Aceptación del negocio



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

El 64% de los habitantes de la ciudad de Guayaquil estuvo en total acuerdo con la interrogante expuesta, estando dispuestos en adquirir los productos de un negocio que elabore artesanía a base de poliéster, mientras que el 21% señaló estar en parcial acuerdo y el 15%, ni acuerdo ni desacuerdo. En base a los resultados adquiridos se puede mostrar que la mayor parte de los individuos se encuentran interesados en adquirir productos artesanales a base de poliéster ya que es un producto innovador, original y lo más importante, resistente, resultado que valida la factibilidad del plan de negocios a desarrollar.

9. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría que este situado aquel negocio?

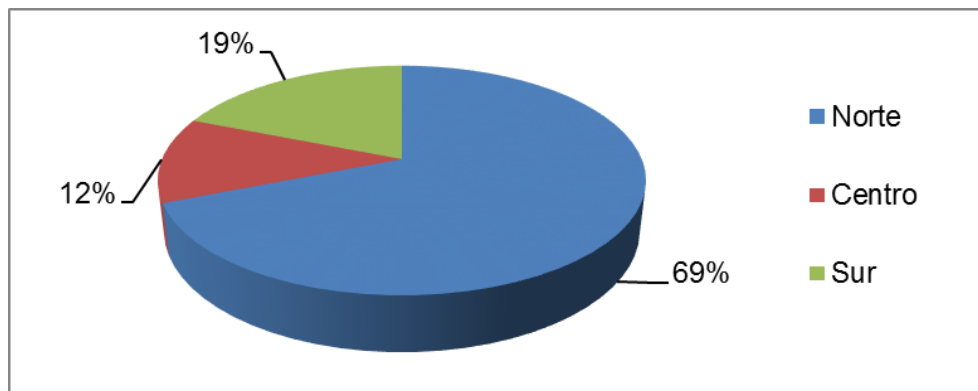
Tabla 11. Sector de instauración del negocio

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Norte	240	69%
Centro	42	12%
Sur	66	19%
Total	348	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Gráfico 9. Sector de instauración del negocio



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

A su vez fue necesario conocer el lugar donde les gustaría adquirir los artículos artesanales el grupo objetivo, siendo así que mediante la investigación se puede percibir que el 69% se inclinó por el sector Norte, mientras que el 19% prefirió el sector sur, y el 12% siendo un mínimo porcentaje señaló el centro de la ciudad, por lo que se puede determinar que el negocio se lo debería de implementar en el norte de Guayaquil, ya que por aquel sector no existen negocios que ofrezcan artículos artesanales, existiendo una oportunidad de posicionarse en el mercado con mayor facilidad, dado que no se contaría con competencia directa.

10. ¿A través de qué medios publicitarios le gustaría conocer acerca de la empresa y los artículos artesanales que ofrece?

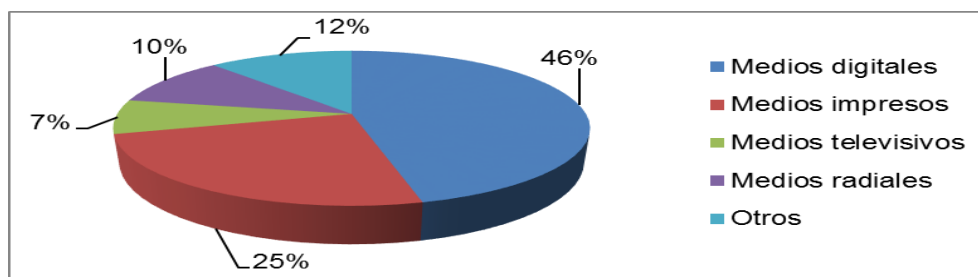
Tabla 12. Medios publicitarios

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Medios digitales	161	46%
Medios impresos	85	25%
Medios televisivos	25	7%
Medios radiales	36	10%
Otros	41	12%
Total	348	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Gráfico 10. Medios publicitarios



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Tania Pumares

Los resultados muestran que las personas prefieren observar publicidad de los productos que brindará la empresa a través de los medios digitales, indicándolo así el 46%, por otro lado, el 25% se inclinó por los medios impresos, el 12% por otros medios, el 10%, por medios radiales, y el 7% por los medios televisivos. En base a los resultados se puede mencionar que la publicidad que se debe de desarrollar para la difusión del negocio al grupo objetivo, se la debería de llevar a cabo a través de los medios digitales, dado que estos con la ayuda del internet permitirían a que el negocio pueda ser conocido por un mayor segmento de mercado con mayor facilidad y en el menor tiempo posible.

2.2. Análisis del mercado

En la ciudad de Guayaquil existe variedad de artesanos informales, así como lugares específicos para el comercio de artesanías con materiales tradicionales tales como son el Hilo, madera, Cuarzo, etc. con los cuales se realizan adornos mediante el uso del poliéster y la fibra de vidrio, lo que permite evidenciar que la competencia de productos sustitutos en el mercado es un poco alta.

El mercado de artesanías de Guayaquil ubicado en las calles Loja y avenida Alfredo Baquerizo Moreno, centro de la ciudad, concentra a una gran cantidad de personas dedicadas a la creación y comercialización de diferentes artesanías, estas variables deben de ser tomadas en cuenta en un mercado cada vez más competitivo.

Si bien existe mayor oferta de artesanías en la ciudad en relación con años pasados, encontramos una pauta importante a considerar, dicha oferta antes mencionada no se debe a una innovación de determinados productos, ni expansión de un conglomerado de empresas consolidadas, esto se debe al incremento de personas informales en muchos casos replicando los mismos productos ya establecidos.

De la amenaza de una oferta considerable nace la oportunidad de diferenciación entre los demás en el mercado, puesto que, los productos ofertados por Ideas Pumares S.A. son realizados a base de un material no tradicional, lo cual ofrece una ventaja competitiva, al combinar una innovación que cautivará a sus mercados objetivos, como en la parte económica financiera usar poliéster como materia prima reduce costos de producción en comparación con las artesanías realizadas con materiales tradicionales.

2.2.1. Mercado Potencial

El mercado potencial de Ideas Pumares S.A. es la ciudad de Guayaquil, esto es debido a las tendencias que indican ser un referente de turismo y comercio de todo tipo de recuerdos entre estos las artesanías, existe una oferta considerable en lo que respecta a artesanías en la ciudad sin embargo estos cubren ciertas necesidades dejando al descuido otras bien por falta de innovación o simple desconocimiento del mercado.

Con la idea de ser un ente diferenciador en la ciudad, Ideas Pumares S.A. encuentra su fortaleza y oportunidad en su materia prima no tradicional, así como su capacidad organizativa y visión estratégica que harán que la empresa destaque y pueda sostenerse en crecimiento constante y sostenible en un mercado de oferta considerable pero no organizado ni estructurado estratégicamente.

2.2.2. Mercado Meta

Considerante las variables estudiadas y la situación analizada de los diferentes entornos en los cuales la empresa se desenvolverá, se ha seleccionado el siguiente mercado meta.

- Hombres y mujeres de la ciudad de Guayaquil de entre 18 a 55 años de edad.

Se seleccionó este grupo objetivo basándose en las tendencias observadas y en la investigación exploratoria realizada lo cual arrojó muestras claras de hacia donde la empresa debe apuntar sus esfuerzos.

2.2.3. Descripción de la necesidad a satisfacer

Ideas Pumares S.A. se especializa en la elaboración de artesanías hechas a base de materia prima poliéster y fibra de vidrio, lo cual le brinda una ventaja diferencial y competitiva, mediante estas la empresa plantea dar solución a necesidades desatendidas dentro del sector artesanal, tales como, la personalización de las artesanías en base a un material duradero que si se mantuviese en un lugar ideal duraría para siempre, por lo que el mercado objetivo son los hombres y mujeres de la ciudad de Guayaquil entre los 18 y 55 años de edad.

Mediante la reducción en costos de producción, gracias a la materia prima eficiente que usa la empresa, Ideas Pumares S.A. busca ofrecer sus productos con precios competitivos y asequibles a estratos sociales más amplios donde los artesanos actuales no apuntan con sus estrategias de producto.

Gráfico 11. Características del mercado objetivo



Elaborado por: Tania Pumares

- Espíritu de innovación en el hogar

El espíritu de innovación en el hogar normalmente lo tienen las mujeres es decir las amas de casa, quienes buscan que el espacio físico en donde reciben a sus familiares y amigos se encuentre completamente arreglado e impecable.

- Comprador impulsivo

Las personas normalmente compran de manera impulsiva cuando un producto es completamente atractivo ya sea por su contenido, color de empaque y simplemente porque al usuario le pareció innovador o bonito.

- Amantes a los adornos

Los adornos, además de ser un artículo de lujo representan un producto que no debe faltar en una casa por lo que existen personas que consideran que la carencia del mismo hace que la casa no se vea bien.

2.3. Competencia

2.3.1. Competencia Directa

Ideas Pumares S.A. busca introducirse en un mercado que como antes fue mencionado, contiene mucha desorganización, si bien existen instituciones que intentar corregir esto, tales como lo indica (Artesanos Ecuador , 2011) en su página web, ellos intentan formar a los artesanos, mediante capacitación general sobre negocios y planeación estratégica.

Esto significa que la competencia directa de la empresa es la gran diversidad de artesanos independientes que se dedican a la elaboración de productos similares o iguales a los de Ideas Pumares S.A. Esto le debe de indicar una pauta de acción a la empresa, sobre cómo esta debe de guiar sus esfuerzos y cómo debe de apuntalar y fidelizar a sus clientes en un mercado con alta oferta.

Entre los competidores directos se tiene:

- **Empresa Troarte**

Actividad Comercial: Fabricantes de trofeos, consolas, mesas de centro Resina- Malecón Salado.

Troarte S.A, es una empresa que tiene como actividad principal la elaboración de productos para la decoración, además de ofrecer la mejor variedad de productos, conservando la calidad e inigualables precios que los clientes merecen.

Servicio

- Venta directa
- Credito
- Servicio a Domicilio

Cuadro 2. Productos de la competencia Troarte S.A

PRODUCTO		ESPECIFICACIONES	PRECIOS	CONDICIONES DE PAGO
		Figura hecha en resina. No se olviden que también tenemos al Popeye, pirata y al capitán	\$ 15,00	Contado
		Nosotros también somos parte del Premio hecho en resina, pedido especial.	\$60	Contado
		Vote regata hecho en resina para premiaciones y más.	\$ 75	Contado
		Reloj hecho en resina	\$60	Contado Entregas a domicilio
		Consola base cerrada hecha en resina.	\$470	Crédito
			Entrada \$70	
			10 meses \$ 40	
		Consola espejo Romano hecho en resina	\$370	Crédito
			Entrada \$50	
			10 meses de \$32	

Elaborado por: Tania Pumares

2.3.2. Competencia Indirecta

La competencia indirecta de Ideas Pumares S.A. es el de contar con una variedad de empresas que trabajan artesanías con materiales muy distintos al de este negocio. Sin embargo, buscan el mismo mercado objetivo y el dinero que estos han decidido disponer para la adquisición de artesanías.

Tales como:

➤ Nefris Joyería Artesanal

La cual realiza ventas en el mercado europeo desde su sede en Quito, esta empresa se dedica a la elaboración de joyería y trabajo en metales, como, por ejemplo, anillos, pulseras de metales preciosos.

➤ Avalon Artesanías Ecu

Empresa ubicada en milagro, especializada en realizar artesanías en paja, siendo los sombreros su producto estrella.

➤ Peña Colección

Ubicada en la ciudad de Cuenca, esta empresa es especialista en trabajar con cuero, ofreciendo una gama de productos que portan a este como su principal materia prima.

2.4. Producto o Servicio

Ideas Pumares S.A. realizará la elaboración de adornos en materia prima de poliéster y fibra de vidrio, el mismo que garantizará un fino acabado y una duración del producto mucho más extensa que la tradicional para este tipo de productos, con ambos materiales como materia prima principales la empresa busca encontrar un nicho de mercado desatendido en donde pueda consolidarse para que paulatinamente ir incrementando la participación que posee.

Las artesanías que ofrecerá el negocio será en tres colores:

- Bronce
- Envejecido
- Dorado

Mientras que los diseños serán en las siguientes características:

- 20 cm de ancho y 37 cm de alto

Figura 4. Adorno 1



- 2.20 cm de largo y 15 cm de alto

Figura 5. Adorno 2



- 3.20 cm de largo y 70 cm de alto

Figura 6. Adorno 3



2.4.1. Descripción de las características tangibles

Gráfico 12. Características tangibles



Elaborado por: Tania Pumares

2.4.1.1. Diseño

El diseño artesanal que se emplea no solo se trabaja a las satisfacciones de necesidades del mercado, sino también en la parte estética dependiendo de la cultura de la figura que se esté plasmando en el adorno.

Hay unos factores ilustrados que definen un buen diseño según en los que intervienen el producto en sus cualidades:

Estética y elegancia

La estética y elegancia de los adornos serán completamente evidentes para los clientes puesto que la forma física de los adornos denotará el cuidado que tienen los trabajadores al elaborar el producto.

2.4.1.2. Color

Los adornos de Ideas Pumares S.A. tendrán una característica particular debido a que los adornos de poliéster serán de color dorado y bronce sin embargo solo se hará establecerá colores personalizados siempre y cuando el cliente lo solicite.

2.4.1.3. Tamaño

Los tamaños de adornos que el negocio proporcionará a sus clientes serán pequeños, medianos y grandes, los que tendrán un precio distinto debido a su característica y diseños.

2.4.2. Características intangibles

Gráfico 13. Características tangibles



Elaborado por: Tania Pumares

2.4.2.1. Uso

Los adornos de poliéster de Ideas Pumares S.A. son dirigidos directamente para el hogar en donde las amas de casa podrán presumir a sus amistadas con un artículo de calidad de excelente acabado que denotará elegancia.

2.4.2.2. Necesidad que cubre

Las necesidades que cubre el producto que Ideas Pumares S.A. proporcionará al mercado será el de elegancia y moda en el hogar para que el entorno familiar se vea más llamativo y denote admiración de las otras personas.

2.4.2.3. Durabilidad

Los adornos de poliéster cuentan con un alto tiempo de duración debido a que el modelo y la materia prima para la elaboración de los artículos son de calidad.

Los adornos al ser del material de poliéster denotan la característica significativa de larga duración por la resistencia a caídas que pueda tener el producto.

2.4.2.4. Servicio

El servicio que se brindará a los clientes será de forma personalizada en donde ellos podrán elegir el color y ciertas especificaciones de los productos que elabora el negocio.

2.4.3. Aspectos innovadores del producto o empresa

2.4.3.1. Tecnología

Ideas Pumares S.A. contará con maquinarias de última tecnología que se utiliza para la elaboración de los adornos para el hogar, puesto que esto ayuda a que los artículos sean elaborados con las especificaciones técnicas de los clientes y de alta duración de los mismos.

2.4.3.2. Medio ambiente

A pesar de que el producto no contribuye de forma positiva al medio ambiente, Ideas Pumares S.A. aplicara otras acciones para fomentar el cuidado del medio ambiente por medio de las siguientes acciones:

- Los equipos de computación siempre estarán en modo de ahorro de energía.
- Se utilizará papel reciclable para imprimir algún documento que debe ser utilizado internamente.
- Utilización de focos ahorradores.

2.5. Precio

Tabla 13. Precio

PRECIO DE VENTA PROYECTADO EN 5 AÑOS					
Precios / Años	2016	2017	2018	2019	2020
ADORNO PEQ	7,92	8,15	8,40	8,65	8,91
ADORNO MED	31,67	32,62	33,60	34,60	35,64
ADORNO GRANDE	63,33	65,23	67,19	69,21	71,28

Elaborado por: Tania Pumares

El precio del producto según el margen de contribución que se desea adquirir son los que se muestra en la tabla de manera anual el mismo que aumentara según la inflación del país.

2.5.1. Políticas de precio

2.5.1.1. Formas de pagos, crédito, descuento

Las políticas de precio que dispone Ideas Pumares S.A. para los habitantes de la ciudad de Guayaquil es el de efectuar pagos de manera directa en efectivo o crédito según sea la preferencia de los clientes, las personas que adquieren de manera frecuente los diversos modelos y tamaños de adornos tendrán el 5% de descuentos en la cuenta total de estos productos.

2.5.2. Estrategias de introducción al mercado

Gráfico 14. Estrategias de marketing mix



Elaborado por: Tania Pumares

Estrategias de Producto:

- En la elaboración de las 3 presentaciones de los productos, mediante las altas ventas que se obtendrá se dispone del desarrollo de nuevas líneas de adornos.
- Brindar una adecuada atención al cliente contando con un personal altamente capacitado para efectuar altas ventas de productos.

Estrategia de Precio:

- A las personas que asistan de manera frecuente a realizar compras grandes se les dispondrá del 15% de descuento.
- Además, a esto se les obsequiarán plumas, jarros y gorras a los clientes fieles al negocio.

Estrategia de Plaza:

- Se establecerán promociones mediante las redes sociales que motiven a las personas a seguir las diversas páginas.
- Se dispondrán de cupones de descuentos para que asistan de manera física al local esto se efectuara mediante la red social Facebook.
- La distribución del producto que el negocio proporcionará a los clientes será selectiva debido a que las artesanías solo estarán en el punto de venta de la empresa.

Estrategia de Promoción

- Los clientes que efectúen compras de gran escala recibirán de manera gratuita la transportación de todos los productos.
- Las artesanías que ofrece el negocio pueden exhibirse en ferias para llamar la atención de nuevos clientes para la empresa.
- La ubicación de los productos en el punto de venta debe de ser de manera estratégica para que los clientes circulen por todo el espacio físico visualizando cada artesanía.

2.6. Publicidad y promoción

2.6.1. Plan de promoción justificado

Tabla 14. Costo y frecuencia de publicidad

Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas					
MEDIO	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año
REDES SOCIALES	0,13	500,00	65,00	12,00	780,00
AFICHES/VOLANTES	0,11	100,00	11,00	12,00	132,00
PÁGINA WEB	450,00	1,00	450,00	1,00	450,00
PAPELERÍA (FACTURA, HOJA MEMBRETADA, TARJETA DE PRESENTACIÓN)	25,00	1,00	25,00	12,00	300,00
TOTAL					1.662,00

Elaborado por: Tania Pumares

En el presupuesto publicitario se puede observar los medios a utilizar como son las redes sociales, los afiches y volantes que serán repartidos para dar a conocer este negocio, la página web en donde se podrán contactar de manera directa con los dueños de la empresa, y la papelería para dar a una excelente imagen de Ideas Pumares S.A. en donde interviene la factura, hoja membretada y la tarjeta de presentación de la emprendedora del negocio.

Papelería

La papelería mostrará todos los recursos impresos como imagen del negocio en donde se dispone de la tarjeta de presentación seguido con la hoja membretada para efectuar los diversos negocios internos y externos que tenga Ideas Pumares S.A.

Figura 7. Tarjeta de presentación



Elaborado por: Tania Pumares

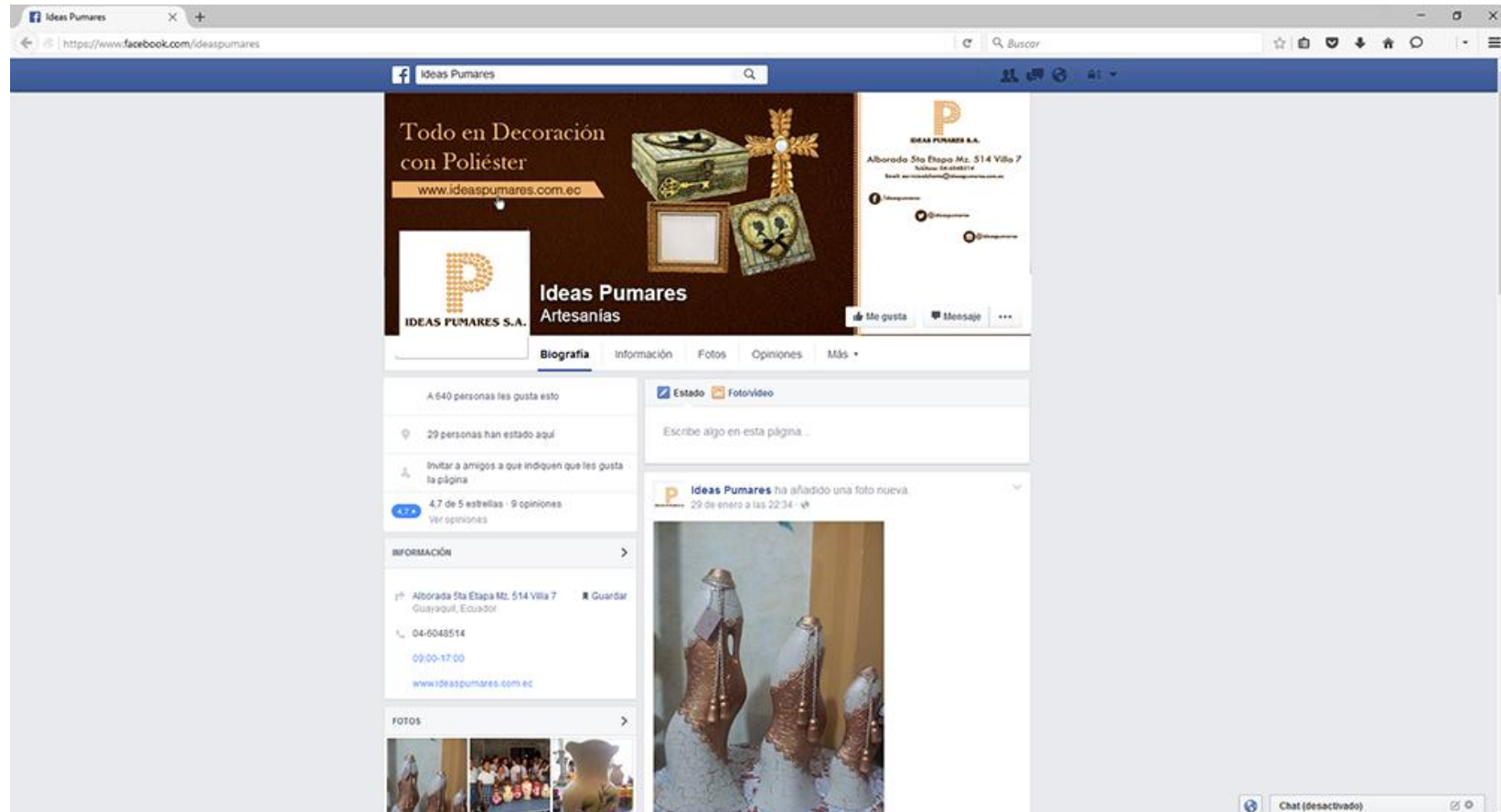
Figura 8 Hoja membretada



Elaborado por: Tania Pumares

Redes sociales

Figura 9. Facebook



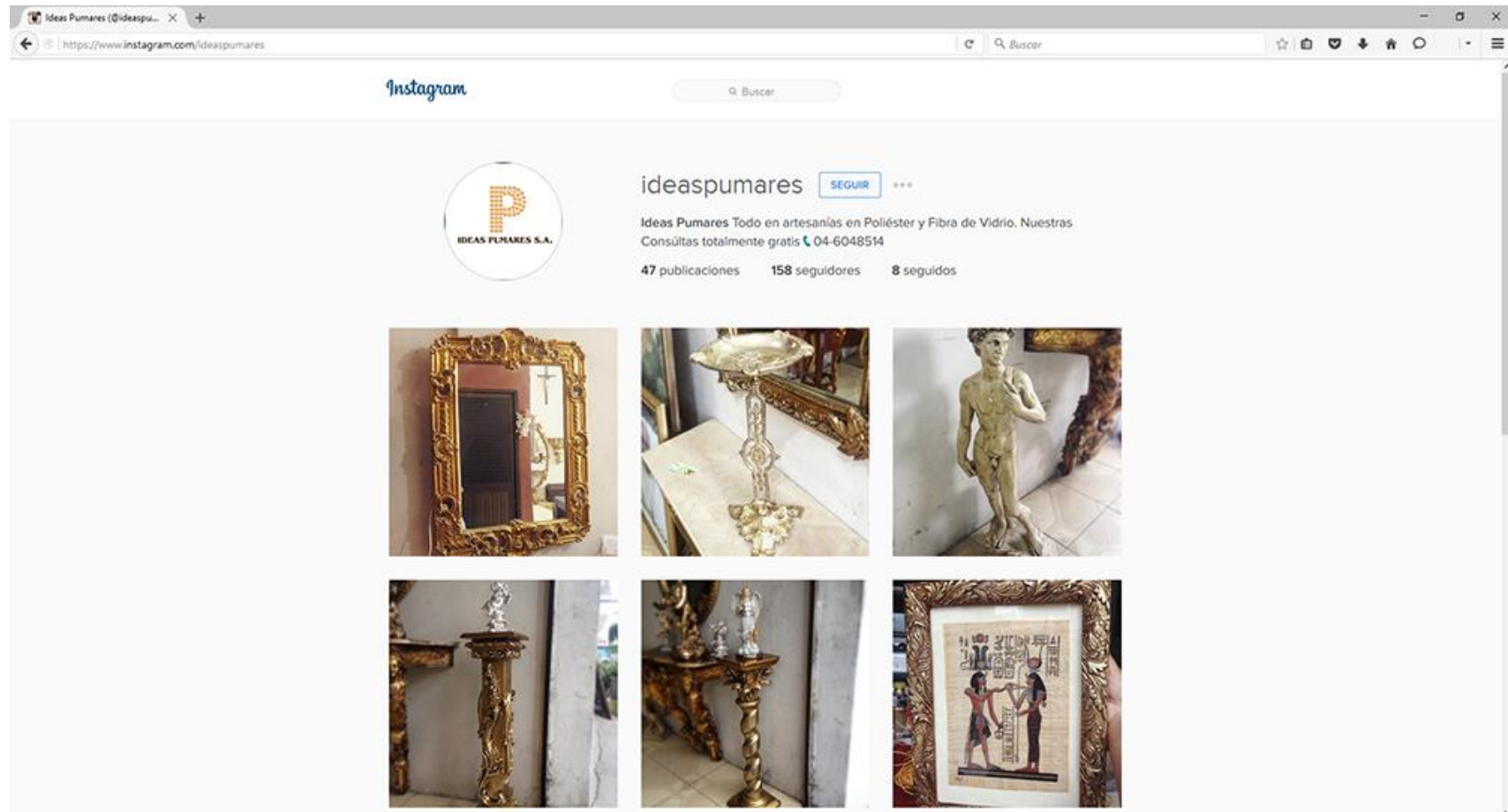
Elaborado por: Tania Pumares

Figura 10. Twitter



Elaborado por: Tania Pumares

Figura 11. Instagram



Elaborado por: Tania Pumares

Figura 12. Sitio web



Elaborado por: Tania Pumares

Afiches/ volantes

Figura 13. Afiches

Todo en Decoración con Poliéster

www.ideaspumares.com.ec

IDEAS PUMARES S.A.



/ideaspumares



@ideaspumares



@ideaspumares

Alborada 5ta Etapa Mz. 514 Villa 7

Teléfono: 04-6048514

Email: servicioalcliente@ideaspumares.com.ec

Elaborado por: Tania Pumares

Figura 14. Volantes



Elaborado por: Tania Pumares

En los medios impresos se mostrarán los afiches y volantes para comunicar de una mejor manera a todos los clientes sobre las promociones que brinda Ideas Pumares S.A. entre otros.

Los volantes y afiches son medios que permiten difundir una información concreta de la actividad a la que se dedica una empresa en este caso en los medios mencionados Ideas Pumares S.A. dará a notar de manera gráfica los productos que produce y comercializa además en la parte inferior las personas encontrarán datos importantes de la empresa como lo es la dirección, teléfonos, correo electrónico y las redes sociales en la que se encuentra presente.

2.7.Comercialización

2.7.1. Canales de distribución y puntos de venta. Analizar ventajas y desventajas de cada canal a utilizar

El canal de distribución que se utilizará será de manera directa el mismo que se encontrará en el mismo lugar de fabricación de productos esto dispone de una alta ventaja puesto que no tiene canales de distribuciones que se pueden convertir en una alta competencia.

La desventaja de este canal directo es que no se puede abarcar a más clientes puesto que no se tiene un alto reconocimiento en el mercado por contar con un solo punto de venta.

2.8.Resumen de estrategias de mercadotecnia

Todo este plan de negocio aplicado de manera correcta con las ventas que se espera efectuar se obtendrá una gran participación en el mercado puesto que se tiene un posicionamiento en las redes sociales y por los medios impresos que serán repartidos en una zona específica para dar a conocer Ideas Pumares S.A.

Las estrategias de mercadotecnia que se aplicarán para Ideas Pumares S.A. será el de utilizar diferentes medios BTL y OTL para difundir el nombre del negocio y los productos que comercializará en el mercado con la finalidad de captar y establecer una cartera de clientes potenciales y fidelizados.

2.9. Proyecciones de ventas por 3 años

Tabla 15. Proyecciones de ventas mensuales

CICLO DE PRODUCTO O ESTACIONALIDAD	6,0%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%	8,0%	8,0%	9,0%	9,0%	10,0%	10,0%	12,0%	100,0%
PROYECCIÓN DE UNIDADES VENDIDAS DEL AÑO 1													
UNIDADES PRODUCIDAS / MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PROYECCIÓN DE UNIDADES VENDIDAS DEL AÑO 1
ADORNO PEQ	214	249	249	249	249	285	285	321	321	356	356	428	3.563
ADORNO MED	114	133	133	133	133	152	152	171	171	190	190	228	1.900
ADORNO GRANDE	57	67	67	67	67	76	76	86	86	95	95	114	950
VENTAS TOTALES EN UNIDADES	385	449	449	449	449	513	513	577	577	641	641	770	6.413

Elaborado por: Tania Pumares

Tabla 16. Proyecciones de ventas anuales

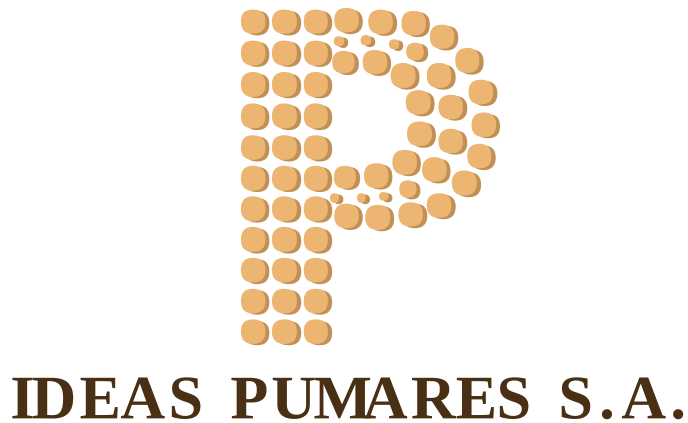
PRESUPUESTO DE VENTAS DEL AÑO 1													
VENTAS EN DÓLARES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PRESUPUESTO DE VENTAS DEL AÑO 1
ADORNO PEQ	1.692,19	1.974,22	1.974,22	1.974,22	1.974,22	2.256,25	2.256,25	2.538,28	2.538,28	2.820,31	2.820,31	3.384,38	28.203,13
ADORNO MED	3.610,00	4.211,67	4.211,67	4.211,67	4.211,67	4.813,33	4.813,33	5.415,00	5.415,00	6.016,67	6.016,67	7.220,00	60.166,67
ADORNO GRANDE	3.610,00	4.211,67	4.211,67	4.211,67	4.211,67	4.813,33	4.813,33	5.415,00	5.415,00	6.016,67	6.016,67	7.220,00	60.166,67
VENTAS TOTALES EN DÓLARES	8.912,19	10.397,55	10.397,55	10.397,55	10.397,55	11.882,92	11.882,92	13.368,28	13.368,28	14.853,65	14.853,65	17.824,38	148.536,46

Elaborado por: Tania Pumares

En las ventas proyectadas se evidencia que se tendrá un aumento en las ventas de manera mensual de cada producto en las que se muestra un incremento en las ventas de manera anual y mensual.

2.10. Imagen de la empresa

Figura 15. Imagotipo



Elaborado por: Tania Pumares

Es la unión del Isotipo con el logotipo con los que se identifica a la empresa, el Isotipo está estructura por figuras geometrías, de los cuales son círculos, que su unión se forma la inicial del apellido de la propietaria, el significado de ésta unión es la lluvia de ideas y creatividad que fomentan a los productos que se elaboran y se expende. El logotipo es el nombre de la marca, de igual forma, es el nombre de la razón social de la empresa.

Colores Utilizados

Café. – Da goce y deleite a la visión del público, transmite vigor, fuerza, solidaridad, confianza y dignidad.

Beige. - Representa conservatismo y como el color gris puede ser percibido como conservador.

Figura 16. Colores



Hexadecimal	492f13
RGB	73, 47, 19
CMYK	0, 36, 74, 71



Hexadecimal	edb572
RGB	237, 181, 114
CMYK	0, 24, 52, 7

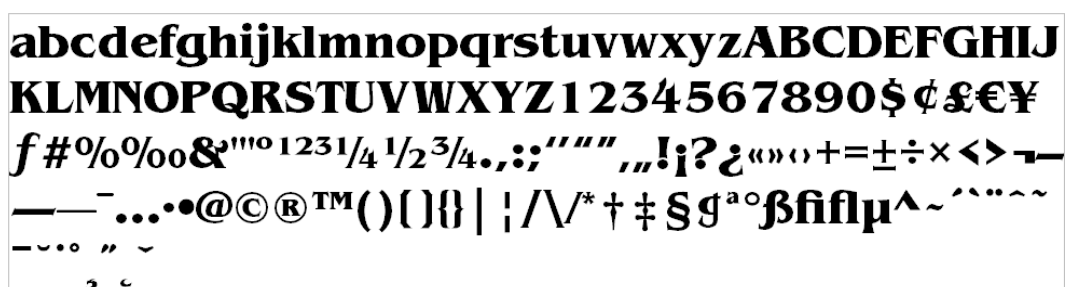


Hexadecimal	c19055
RGB	193, 144, 85
CMYK	0, 25, 56, 24

Elaborado por: Tania Pumares

Tipografía

Figura 17. Tipografía / ITC Benguiat Std Bold



Elaborado por: Tania Pumares

3. Producción / Operación de la Empresa

3.1. Definición de todos los productos /servicios que se brindarán

La empresa Ideas Pumares S.A. se encargará de realizar artesanías basadas en poliéster y fibra de vidrio con un toque fino y elegante que resalta gracias a la mano de obra especializada de esta, así se puede detallar a continuación la gama de productos a puesta.

Estos se dividen en tres grandes categorías puesto que la empresa tiene a su cargo la filosofía de la personalización lo que hará que cada una de sus artesanías sea única.

Tabla 17. Productos Ideas Pumares AÑO 1

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN DIARIA	PRODUCCIÓN POR SEMANA	TOTAL AÑO 1
ADORNO PEQ	15	75	3.750
ADORNO MED	8	40	2.000
ADORNO GRANDE	4	20	1.000
TOTAL UNIDADES PRODUCIDAS			6.750

Elaborado por: Tania Pumares

La presentación del producto se encuentra clasificado por adornos pequeños, mediano, y grandes en donde la producción de los mismos serán en las cantidades que se evidencia en la tabla presentada de forma diaria y semanal.

Tabla 18. Productos Ideas Pumares AÑO 1

PRODUCTOS	CARACTERISTICAS-PRODUCTO
	Color: Bronce
	Figura: Pareja
	Tamaño: Pequeño
	Color: Bronce
	Figura: Elefante
	Tamaño: Mediano
	Color: Bronce
	Figura: Lámpara
	Tamaño: Grande

Elaborado por: Tania Pumares

3.2. Localización geográficos de la empresa

La localización del negocio Ideas Pumares S.A. será en la Alborada 5ta etapa Mz. 514 V. 7.

Figura 18. Localización



Fuente: (Google Maps, 2016)

3.3. Materia prima y proveedores

En esta tabla se observa la cantidad de materia prima a utilizar con los diversos precios, a continuación, se mostrará la cantidad a utilizar en la realización de las 3 presentaciones de producto.

Tabla 19. Materia prima

PROCESO PRODUCTIVO		
COMPONENTES DE MATERIA PRIMA	PROVEEDORES	COSTO UNIT
Poliester	Poliquim Polimeros y Químicos C.A.	\$ 8,00
Fibra de Vidrio	Ecuafibra	\$ 5,00
Pintura	Pinturas Unidas S.A.	\$ 4,00
Resina	Poliquim Polimeros y Químicos C.A.	\$ 2,00

Elaborado por: Tania Pumares

Se presenta en la tabla la materia prima con su respectivo proveedor quien será la empresa que mantendrá relaciones comerciales con Ideas Pumares S.A.

Tabla 20. Presentaciones

PROCESO PRODUCTIVO	
Componentes de Materia Prima	Costo Unit
POLIELSTER	\$ 8,00
FIBRA DE VIDRIO	\$ 5,00
PINTURA	\$ 4,00
RESINA	\$ 2,00

Elaborado por: Tania Pumares

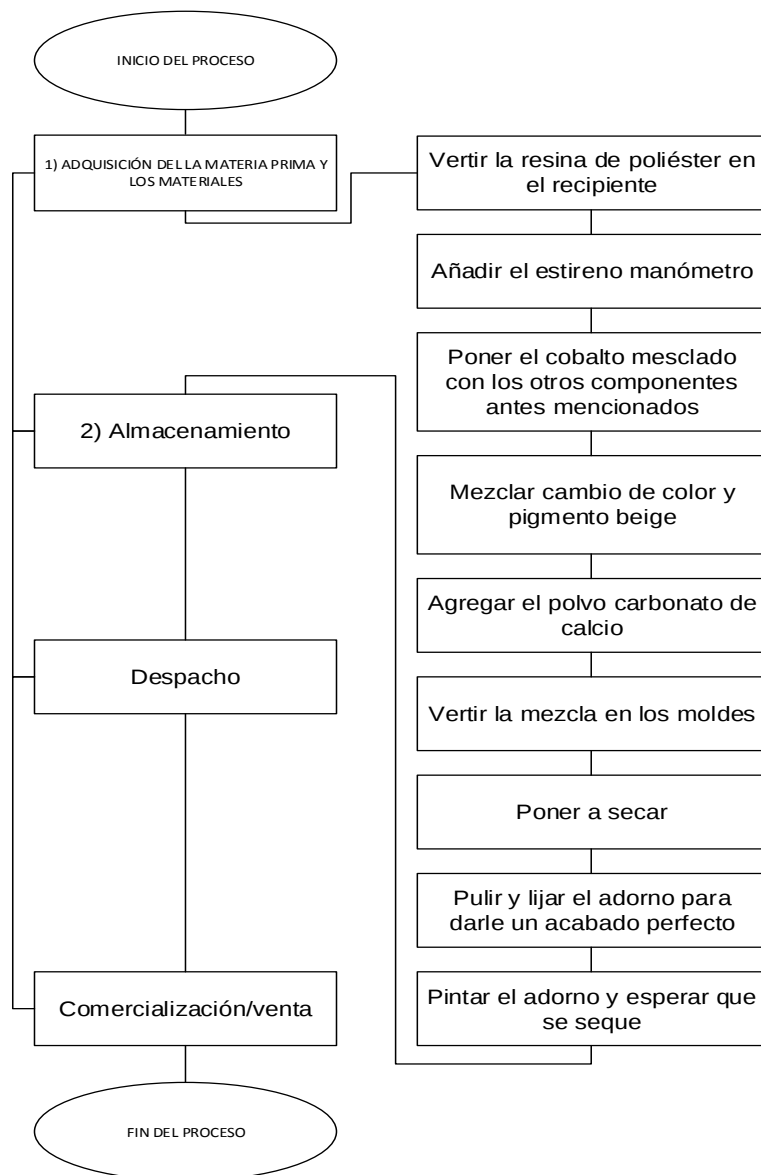
Se comercializarán tres tipos de productos como son los adornos pequeños para el hogar, los medianos y los grandes estos serán

seleccionados por el tipo de necesidad del cliente y la preferencia que estos tengan.

3.4. Proceso de fabricación y/o prestación de servicios

3.4.1. Proceso de fabricación

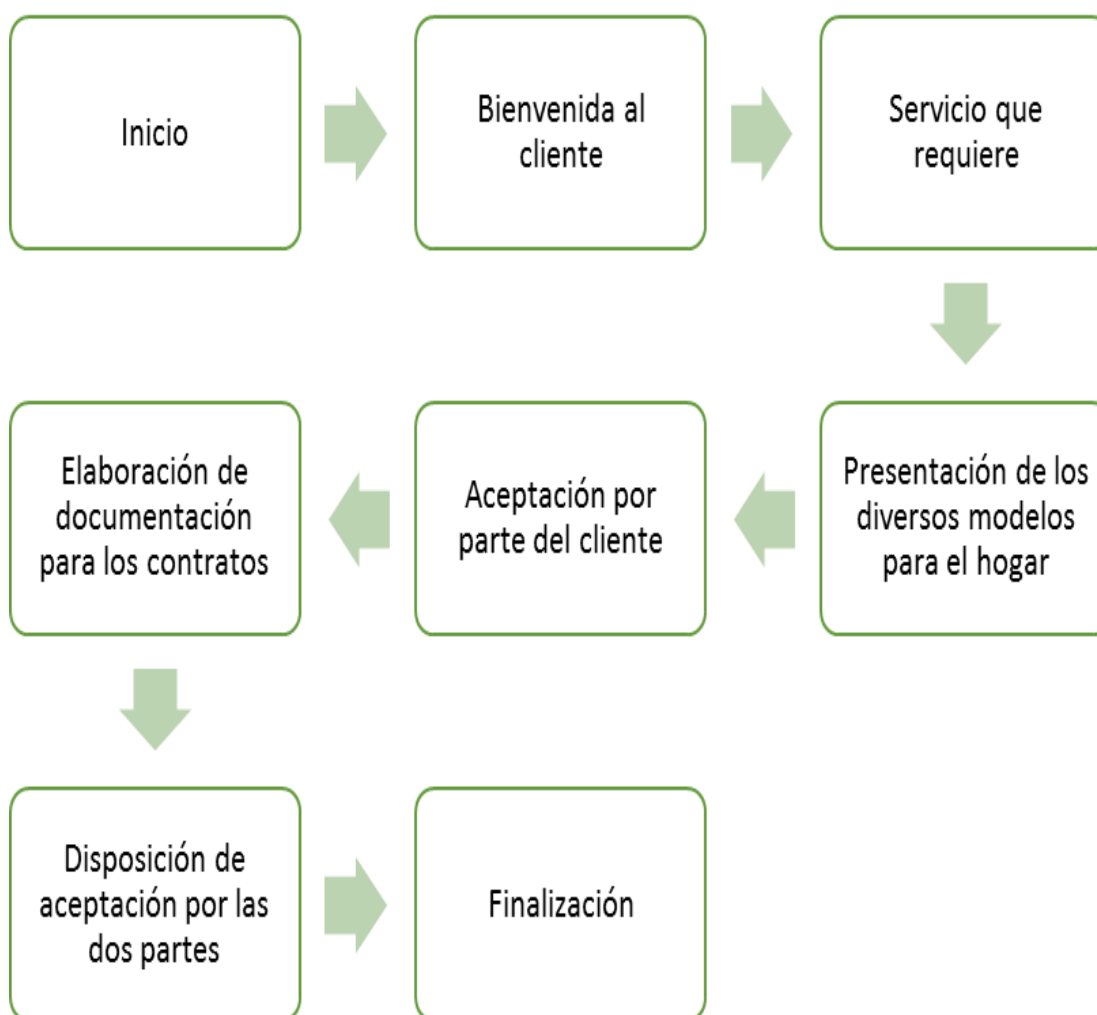
Gráfico 15. Proceso de producción



Elaborado por: Tania Pumares

3.4.2. Proceso de prestación de servicio

Gráfico 16. Prestación de servicio



Elaborado por: Tania Pumares

Se muestra en la gráfica el proceso de servicio que se le va a otorgar a los clientes del negocio Ideas Pumares S.A. en donde el personal interno debe tener conocimiento de cada una de los pasos para que lo puedan aplicar, con la finalidad de brindarle un excelente servicio al usuario y así fidelizarlo.

3.5. Maquinaria y/o herramientas de trabajo

Ideas Pumares S.A. como todo negocio cuenta con equipos de oficina y maquinarias para la producción y elaboración de los adornos en poliéster para el mercado guayaquileño.

Gráfico 17. Maquinaria



Elaborado por: Tania Pumares

El equipo de computación y la impresora servirá para la gestión administrativa del negocio es decir que se lo utilizará para llevar el control de las ventas de los productos y la adquisición de la materia prima.

El aire acondicionado y la silla de oficina serán parte del confort del personal interno y cliente del negocio. Mientras que el mezclador de acero inoxidable es la maquinaria que se utilizará en el proceso de producción.

3.5.1. Nombre, costo y capacidad de producción

3.5.1.1. Muebles y equipos

Tabla 21. Muebles y equipos

MUEBLES Y EQUIPOS		
3	Escritorios MDF	150,00
3	Equipos de computación completo	600,00
3	Sillas de oficina	90,00
2	Impresora A3 Epson Workforce 7620	550,00
4	Mezclador de acero inoxidable 100 ltrs	4.000,00
2	Aire acondicionado split 1200 btu Samsung Split Inverter	1.500,00

Elaborado por: Tania Pumares

Los muebles y equipos son los que Ideas Pumares S.A. necesitará adquirir para desarrollar la actividad comercial a la que se dedica como lo es la producción y comercialización de artesanías hechas a base de poliéster.

3.5.1.2. Capacidad instala de producción

Tabla 22. Capacidad de producción

CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCTO / EMPRESA					
Producto	2016	2017	2018	2019	2020
ADORNO PEQ	3.750,00	3.894,38	4.044,31	4.200,01	4.361,71
ADORNO MED	2.000,00	2.077,00	2.156,96	2.240,01	2.326,25
ADORNO GRANDE	1.000,00	1.038,50	1.078,48	1.120,00	1.163,12
CAPACIDAD INSTALADA EMPRESA	6.750,00	7.009,88	7.279,76	7.560,03	7.851,09

Elaborado por: Tania Pumares

En la presente tabla se muestra la capacidad de producción de las artesanías de poliéster que el negocio ofrecerá al mercado en donde se refleja que Ideas Pumares S.A. producirá 6.750 artesanías en el primer año, mientras que en los proyectados incrementará en función a la tasa de inflación.

3.5.2. Establecimiento del requerimiento de personal

Teniendo en cuenta la demanda estimada y la estimación derivada de esta de la producción que se debe de realizar se procede a establecerse el requerimiento del personal lo cual hará que la empresa funcione en base a bajos gastos en sueldos y optimización de funciones manteniendo al margen la duplicación de las mismas.

Tabla 23. Requerimientos del gerente

PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL PERSONAL	
CARGO:	GERENTE DEL NEGOCIO
PERFIL IDEAL PARA EL CARGO	
EDAD:	30 A 35 AÑOS
SEXO:	INDISTINTO
EDUACION:	TERCER NIVEL O SUPERIOR
ESPECIALIDAD:	ADMINISTRACIÓN
EXPERIENCIA:	3 AÑOS
ESPECIFICACIONES DEL CARGO A DESEMPEÑAR	
EMPRESA:	IDEAS PUMARES S.A.
FUNCIÓN DEL CARGO:	ADMINISTRATIVA GERENCIAL
TIPO DE CONTRATO:	INDEFINIDO
CODIGO:	2105
FUNCIONES DEL CARGO	
* Capacidad de buena toma de decisiones financieras basadas en los análisis y comprensión del mercado.	
* Manejo de conflictos y negociaciones con personal interno y externo	
* Capacidad operativa en el manejo de word, excel, spss y análisis de datos.	

Elaborado por: Tania Pumares

El gerente de negocio es la persona que se encargará de la administración del negocio por lo que gestionará de la mejor manera con la finalidad de tener éxito en el mercado e incrementar las ventas de manera constante.

Tabla 24. Requerimientos del asistente de producción

PERFIL DE REQUERIMIENTO DEL PERSONAL	
CARGO:	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN
PERFIL IDEAL PARA EL CARGO	
EDAD:	21 A 27 AÑOS
SEXO:	INDISTINTO
EDUACION:	Bachiller en bellas artes o especialización en manualidades.
ESPECIALIDAD:	ADMINISTRACIÓN
EXPERIENCIA:	1 AÑO
ESPECIFICACIONES DEL CARGO A DESEMPEÑAR	
EMPRESA:	IDEAS PUMARES S.A.
FUNCIÓN DEL CARGO:	Asistente de Producción
TIPO DE CONTRATO:	INDEFINIDO
CODIGO:	2701
FUNCIONES DEL CARGO	
* Procesar y dar soporte en los materiales a usar tales como la fibra de vidrio y el poliéster.	
* Capacidad de trabajar bajo presión cumpliendo metas establecidas por la empresa	
* Manejo de word y excel básico, registro de actividades y control de materias primas y producción terminada	

Elaborado por: Tania Pumares

En el área de producción habrá dos personas quienes se encargarán de la elaboración de los productos en poliéster, brindándole al cliente final artículos de calidad.

3.6. Control de calidad

En lo concerniente al control de calidad, este será un pilar fundamental para la empresa, aplicando técnicas de calidad total que se basa en la calidad vista como una filosofía de trabajo y de la empresa en general que nos indica a prevenir defectos y direccionarlo a una gerencia comprometida.

Este enfoque es diferente al aplicado antiguamente por las empresas que se dedicaban al control estadístico o post producción que detectaba errores una vez consumado el hecho, esto no les conviene a Pumares S.A. y por lo tanto se realizará el control previo estableciendo parámetros que permitan corregir a priori de un error.

3.7. Infraestructura tecnológica

Las necesidades de infraestructura tecnológica, dígase software o hardware que requiere la empresa se basan primariamente en los recursos necesarios para procesar la materia prima, el poder realizar los procedimientos necesarios, al tratarse de manualidades y siendo este el punto principal de la empresa todo se centra en los insumos para que trabajen los dos asistentes de producción con los que cuenta Pumares S.A. y una mezcladora de acero inoxidable de 100 litros.

Además, el negocio Ideas Pumares S.A. contará con una infraestructura completamente dividida en donde el recurso humano podrá realizar las diferentes actividades de manera eficaz y eficiente, porque tendrán la disponibilidad de recursos materiales todo el tiempo gracias a proceso logístico para la producción y comercialización del producto que vende al mercado.

3.8. Identificación de los costos de producción / operación

Sin embargo, aunque se trate de manualidades de alta calidad, será necesario una serie de software para el área gerencial tales como Word, Excel, Spss y Project lo cual ayudará a llevar un control del personal y realizar las operaciones diarias gerenciales y poder así tomar las riendas del negocio con consciencia y responsabilidad.

Tabla 25. Costos de Producción

PROCESO PRODUCTIVO		ADORNO PEQ		ADORNO MED		ADORNO GRANDE	
Componentes de Materia Prima	Costo Unit	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL
POLIESTER	\$ 8,00	0,25	\$ 2,000	1	\$ 8,00	2	\$ 16,00
FIBRA DE VIDRIO	\$ 5,00	0,25	\$ 1,250	1	\$ 5,00	2	\$ 10,00
PINTURA	\$ 4,00	0,25	\$ 1,000	1	\$ 4,00	2	\$ 8,00
RESINA	\$ 2,00	0,25	\$ 0,500	1	\$ 2,00	2	\$ 4,00
Total			\$ 4,75		\$ 19,00		\$ 38,00
		COSTO UNITARIO PROMEDIO:			\$ 20,58		

Elaborado por: Tania Pumares

Sabiendo los costos de producción se puede obtener un costo unitario promedio que este caso la empresa Pumares S.A. determinó será de \$20,58 el que será utilizado para el desarrollo de punto de equilibrio que se muestra a continuación.

3.9. Punto de equilibrio

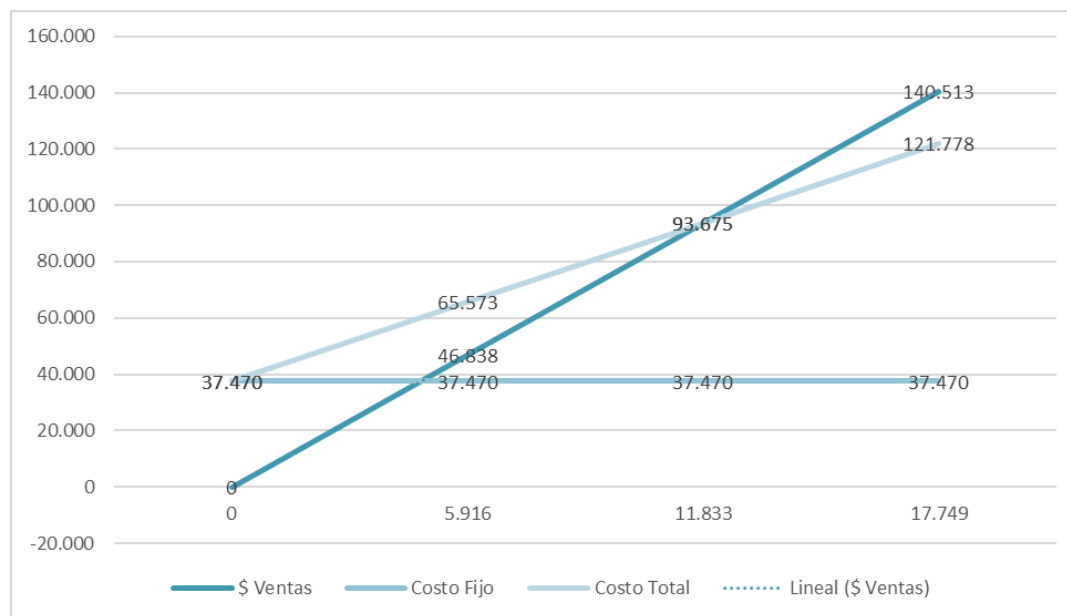
Tabla 26. Punto de Equilibrio de Adornos Pequeños

PUNTO DE EQUILIBRIO (SERVICIO DE MAYOR ROTACIÓN)				
El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costes totales. Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.				
Datos iniciales		Datos para el gráfico		
Precio Venta	7,92	Q Ventas	0	5.916
Coste Unitario	4,75	\$ Ventas	0	46.838
Gastos Fijos Año	37.470,00	Costo Variable	0	28.103
Q de Pto. Equilibrio	11.833	Costo Fijo	37.470	37.470
\$ Ventas Equilibrio	93.675	Costo Total	37.470	65.573
		Beneficio	-37.470	-18.735
			0	18.735
		Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 11.832,63 unidades al año		

Elaborado por: Tania Pumares

Para que la empresa Ideas Pumares S.A. obtenga su punto de equilibrio en los adornos pequeños deberá generar ventas por 11.833 unidades y \$93.675 en dólares.

Gráfico 18. Punto de equilibrio de Adornos Pequeños



Elaborado por: Tania Pumares

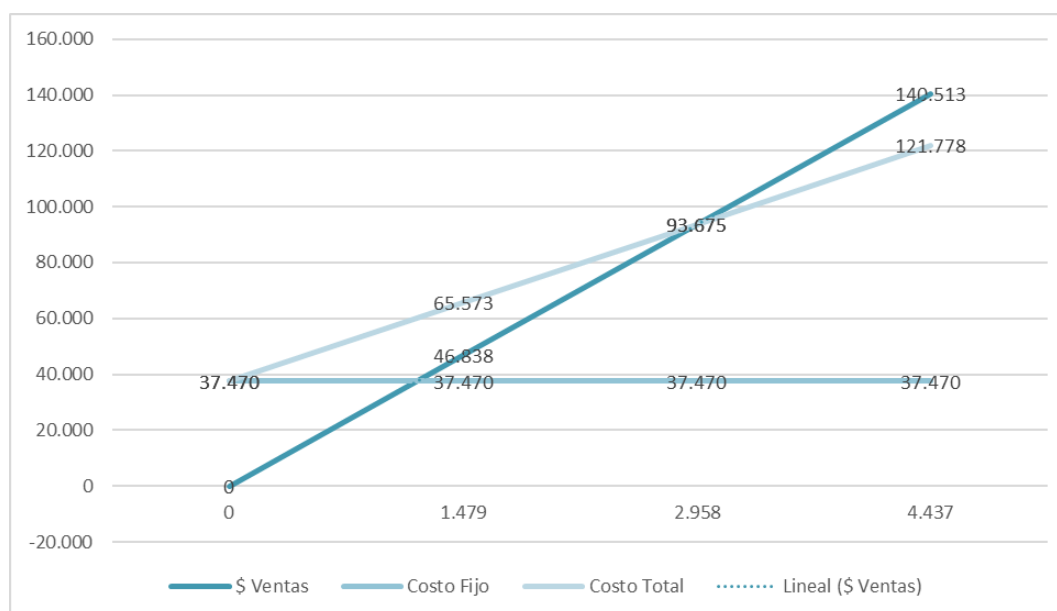
Tabla 27. Punto de Equilibrio de Adornos Medianos

PUNTO DE EQUILIBRIO (SERVICIO DE MAYOR ROTACIÓN)				
El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costes totales. Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.				
Datos iniciales		Datos para el gráfico		
Precio Venta	31,67	Q Ventas	0	1.479
Coste Unitario	19,00	\$ Ventas	0	46.838
Gastos Fijos Año	37.470,00	Costo Variable	0	28.103
Q de Pto. Equilibrio	2.958	Costo Fijo	37.470	37.470
\$ Ventas Equilibrio	93.675	Costo Total	37.470	65.573
		Beneficio	-37.470	-18.735
		Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 2.958,16 unidades al año		
			0	18.735

Elaborado por: Tania Pumares

Para que la empresa Ideas Pumares S.A. obtenga su punto de equilibrio en los adornos pequeños deberá generar ventas por 2.958 unidades y \$93.675 en dólares.

Gráfico 19. Punto de equilibrio de Adornos Medianos



Elaborado por: Tania Pumares

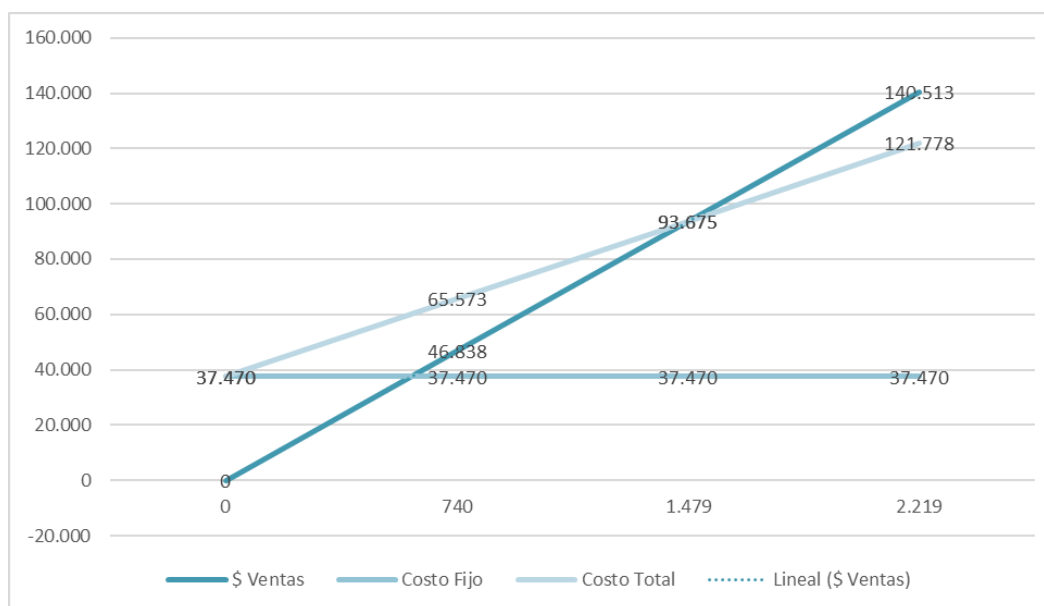
Tabla 28. Punto de Equilibrio de Adornos Grande

PUNTO DE EQUILIBRIO (SERVICIO DE MAYOR ROTACIÓN)				
El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costes totales. Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.				
Datos iniciales		Datos para el gráfico		
Precio Venta	63,33	Q Ventas	0	740
Coste Unitario	38,00	\$ Ventas	0	46.838
Gastos Fijos Año	37.470,00	Costo Variable	0	28.103
Q de Pto. Equilibrio	1.479	Costo Fijo	37.470	37.470
\$ Ventas Equilibrio	93.675	Costo Total	37.470	65.573
		Beneficio	-37.470	-18.735
		Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 1.479,08 unidades al año		
			0	18.735

Elaborado por: Tania Pumares

Para que la empresa Ideas Pumares S.A. obtenga su punto de equilibrio en los adornos pequeños deberá generar ventas por 1.479 unidades y \$93.675 en dólares.

Gráfico 20. Punto de equilibrio de Adornos Grande



Elaborado por: Tania Pumares

4. Administración de Recursos Humanos

4.1. Equipos de líderes del proyecto

Datos personales



Nombres: Tania Yuliana pumares franco

Nacionalidad: ecuatoriana

Fecha de Nacimiento: 26 de septiembre 1989

Cedula de Identidad: 092680991-4

Edad: 26 años

Estado Civil: Soltera

Dirección: 8va y Azuay #300

Teléfono: 042-340474 - 0969338267

Email: tania022@live.com

Formación académica:

- Estudios primarios:
Escuela particular “la presentación”
- Estudios secundarios:
Colegio particular “instituto san marcos”
Titulo obtenido “bachiller en informática”
- Estudios superiores:
“Universidad de Guayaquil”
Facultad de Ciencias Administrativas
8vo Semestre (Escuela Ing. Marketing y Negociación Comercial)

Conocimiento de programas de computación

- Microsoft Word
- Excel
- Power Point

Experiencia laboral

- ANDEC S.A.

Cargo: Logística Materia Prima

Referencias personales

- Sra. Gladis Yépez Castillo

Teléfono: 042454811

- Srta. Teresa Heredia

Teléfono: 042580490

4.2. Definición de funciones y responsabilidades

Gerente de negocio:

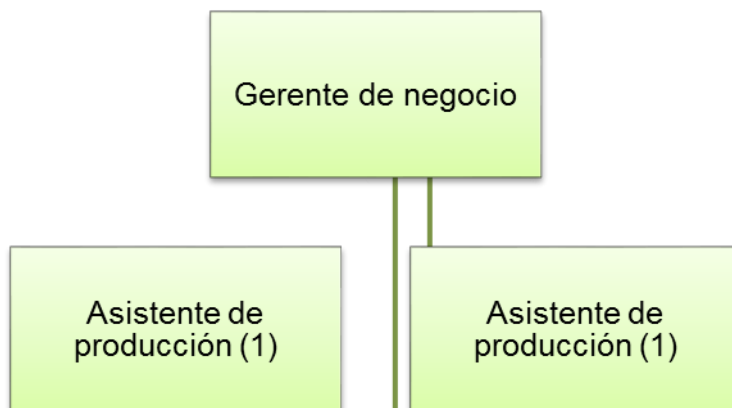
El Gerente de Negocio se encargará de la adecuada organización de todo el personal, además este dispondrá de los pagos de sueldos y salarios con el apropiado mantenimiento del negocio entre otras actividades esenciales que realiza en este cargo.

Asistente de producción:

Estas personas se encuentran altamente capacitadas para efectuar cada adorno, estos tienen el conocimiento necesario de cada elaboración y presentación con las técnicas definidas para satisfacer las necesidades de los clientes.

4.3. Organigrama

Gráfico 21. Organigrama



Elaborado por: Tania Pumares

En el organigrama se muestra el total de personas que efectuarán las diversas presentaciones de los productos.

4.4. Tabla de personal

Tabla 29. Tabla de personal

ROLES DE PAGO									
Cantidad	Cargo	Sueldo o salario	TOTAL SALARIOS MES	Sueldo / año	Comisiones / año	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año	Fondo de Reserva / año	Aporte Patronal / año
1	Gerente negocio	700,00	700,00	8.400,00		700,00	366,00	700,00	936,60
4	Asistentes de producción	366,00	1.464,00	17.568,00	1.485,36	1.587,78	366,00	366,00	1.958,83
	Total	1.066,00	2.164,00	25.968,00	1.485,36	2.287,78	732,00	1.066,00	2.895,43

Elaborado por: Tania Pumares

En la presente tabla se muestran el rol de pagos de las personas que trabajarán en el negocio Ideas Pumares S.A., quienes recibirán los beneficios sociales correspondiente por la prestación de servicios.

5. Contabilidad y finanzas

5.1. Balance inicial

Tabla 30. Balance inicial

BALANCE INICIAL	
ACTIVOS	
CORRIENTES	
Disponible	11.051,32
FIJOS	
Escritorios MDF	450,00
Equipos de computación completo	1.800,00
Sillas de oficina	270,00
Impresora A3 Epson Workforce 7620	1.100,00
Mezclador de acero inoxidable 100 ltrs	16.000,00
Aire acondicionado split 1200 btu Samsung Split Inverter	3.000,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	22.620,00
TOTAL DE ACTIVOS	33.671,32
PASIVOS	
Prestamo entidad financiera	20.202,79
PATRIMONIO	
Capital de accionistas	13.468,53
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	33.671,32

Elaborado por: Tania Pumares

Tabla 31 Datos iniciales

DATOS REFERENCIALES NECESARIOS	
SALARIO BÁSICO UNIFICADO	366
APORTACIÓN PATRONAL	11,15%
NÚMERO DE VENDEDORES	1
PORCENTAJE DE COMISIÓN	1,0%
COMISIONES AÑO 1	1.485,36
INFLACIÓN AÑO ANTERIOR SEGÚN BCE	3,85%
INICIO DE ACTIVIDADES ORGANIZATIVAS	01/01/2016
% DE APORTACIÓN DE ACCIONISTAS	40%
AÑO DE INICIO DEL PROYECTO	2016

Elaborado por: Tania Pumares

Ideas Pumares S.A. busca mantenerse sólida en el mercado y esto incluye estar a la par con las variables macros como lo son el ambiente político/legal del país, calculando así el sueldo reglamentario para este año 2016 que es de \$366 y su respectivo aporte patronal, dejando en claro los parámetros de comisiones por ventas y la inflación para así poder realizar las proyecciones de costos y gastos en los siguientes años.

Se deja en claro el inicio de actividades siendo este el 01/01/2016 y la aportación que cada socio deberá realizar llegando a un monto del 40%, esto indica el índice con el cual la empresa comparte los riesgos en lo que se refiere a la inversión y las decisiones que se deban tomar, teniendo en cuenta que el 40% es un porcentaje significativo para la toma de decisiones empresariales.

Tabla 32. Inversión en activos fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS						
Cantidad	ACTIVO	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	Vida Útil	Depreciación Anual %	Depreciación Anual \$
MUEBLES Y EQUIPOS						
3	Escritorios MDF	150,00	450,00	10	10%	45,00
3	Equipos de computación completo	600,00	1.800,00	3	33%	600,00
3	Sillas de oficina	90,00	270,00	10	10%	27,00
2	Impresora A3 Epson Workforce 7620	550,00	1.100,00	3	33%	366,67
4	Mezclador de acero inoxidable 100 ltrs	4.000,00	16.000,00	5	20%	3.200,00
2	Aire acondicionado split 1200 btu Samsung Split Inverter	1.500,00	3.000,00	5	20%	600,00
TOTAL			\$ 22.620,00			4.838,67

Elaborado por: Tania Pumares

La inversión de activos fijos se encuentra dada por los muebles y equipos que el negocio deberá adquirir para desarrollar la actividad de producción y comercialización de artesanías para el hogar, en la presente tabla se detalla el valor de adquisición individual, valor de adquisición total, vida útil de bien, la depreciación en porcentajes y en dólares anual.

Tabla 33. Inversión de capital

Meses a empezar (antes de producir o vender)	Inversión en Capital de Trabajo		
1	Costos fijos al empezar	2.024,50	2.024,50
1	Materia prima para iniciar	7.426,82	7.426,82
1	Gastos de constitución	1.200,00	1.200,00
1	Depósito en garantía de arriendos oficina comercialización	400,00	400,00
TOTAL			11.051,32

Elaborado por: Tania Pumares

La inversión de capital de trabajo se encuentra estimada un mes antes de que se dé la apertura del negocio en el que se consideró a los costos fijos (gastos de sueldos y salarios, gastos de servicios básicos, gastos en ventas y gastos varios), materia prima, gastos de constitución y deposito en garantica del arriendo que dan un total de \$11.051,32 dólares.

Tabla 34. Inversión inicial

Total de Inversión Inicial	
Inversión en Activos Fijos	22.620,00
Inversión en Capital de Trabajo	11.051,32
	33.671,32

Elaborado por: Tania Pumares

La inversión inicial del negocio Ideas Pumares S.A. será de \$33.671,32 dólares que está determinado por los activos fijos y el capital de trabajo mencionados en las tablas anteriores como evidencia de la inversión que se requiere.

Tabla 35. Financiamiento

Financiamiento de la Inversión de:		33.671,32
Recursos Propios	13.468,53	40%
Recursos de Terceros	20.202,79	60%

Elaborado por: Tania Pumares

El financiamiento de la inversión inicial se obtiene en un 40% por recursos propios \$13.468,53 y la diferencia del 60% mediante un préstamo bancario por la cantidad de \$20.202,79 dólares

Tabla 36. Condiciones del préstamo

CONDICIONES DEL PRÉSTAMO	
CAPITAL	20.202,79
TASA DE INTERÉS BANCO PACÍFICO	10,23%
NÚMERO DE PAGOS	60
FECHA DE PRÉSTAMO	1-ene.-16
CUOTA MENSUAL	431,54
INTERESES DEL PRÉSTAMO	5.689,58

Elaborado por: Tania Pumares

Las condiciones para el préstamo impuesta por el Banco Pacífico son del 10,23% de interés con 60 pagos de \$431,54 dólares una vez culminados los pagos el negocio no tendrá deuda con la entidad financiera.

Tabla 37. Amortizaciones

Amortización de la Deuda Anual					
Años	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Pagos por Amortización	3.261,86	3.611,64	3.998,94	4.427,77	4.902,58
Pago por Intereses	1.916,62	1.566,83	1.179,53	750,71	275,89
Servicio de Deuda	5.178,47	5.178,47	5.178,47	5.178,47	5.178,47

Elaborado por: Tania Pumares

Se presenta la tabla de amortización de la deuda anual en el que se muestra los pagos por amortizaciones, interés y servicio de deuda durante los cinco primeros años proyectados del negocio.

Tabla 38. Pago de préstamo

Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago
0	20.202,79	-	-	-
1	19.943,48	259,31	172,23	431,54
2	19.681,96	261,52	170,02	431,54
3	19.418,21	263,75	167,79	431,54
4	19.152,21	266,00	165,54	431,54
5	18.883,94	268,27	163,27	431,54
6	18.613,39	270,55	160,99	431,54
7	18.340,53	272,86	158,68	431,54
8	18.065,34	275,19	156,35	431,54
9	17.787,81	277,53	154,01	431,54
10	17.507,91	279,90	151,64	431,54
11	17.225,63	282,28	149,25	431,54
12	16.940,94	284,69	146,85	431,54
13	16.653,82	287,12	144,42	431,54
14	16.364,25	289,57	141,97	431,54
15	16.072,22	292,03	139,51	431,54
16	15.777,69	294,52	137,02	431,54
17	15.480,66	297,03	134,50	431,54
18	15.181,09	299,57	131,97	431,54
19	14.878,97	302,12	129,42	431,54
20	14.574,28	304,70	126,84	431,54
21	14.266,98	307,29	124,25	431,54
22	13.957,07	309,91	121,63	431,54
23	13.644,51	312,56	118,98	431,54
24	13.329,29	315,22	116,32	431,54
25	13.011,39	317,91	113,63	431,54
26	12.690,77	320,62	110,92	431,54
27	12.367,42	323,35	108,19	431,54
28	12.041,31	326,11	105,43	431,54
29	11.712,42	328,89	102,65	431,54
30	11.380,73	331,69	99,85	431,54
31	11.046,21	334,52	97,02	431,54
32	10.708,84	337,37	94,17	431,54
33	10.368,60	340,25	91,29	431,54
34	10.025,45	343,15	88,39	431,54
35	9.679,38	346,07	85,47	431,54
36	9.330,35	349,02	82,52	431,54
37	8.978,35	352,00	79,54	431,54
38	8.623,35	355,00	76,54	431,54
39	8.265,33	358,03	73,51	431,54
40	7.904,25	361,08	70,46	431,54
41	7.540,10	364,16	67,38	431,54
42	7.172,84	367,26	64,28	431,54
43	6.802,44	370,39	61,15	431,54
44	6.428,90	373,55	57,99	431,54
45	6.052,16	376,73	54,81	431,54
46	5.672,22	379,94	51,59	431,54
47	5.289,03	383,18	48,36	431,54
48	4.902,58	386,45	45,09	431,54
49	4.512,84	389,75	41,79	431,54
50	4.119,77	393,07	38,47	431,54
51	3.723,35	396,42	35,12	431,54
52	3.323,55	399,80	31,74	431,54
53	2.920,35	403,21	28,33	431,54
54	2.513,70	406,64	24,90	431,54
55	2.103,59	410,11	21,43	431,54
56	1.689,99	413,61	17,93	431,54
57	1.272,86	417,13	14,41	431,54
58	852,17	420,69	10,85	431,54
59	427,89	424,27	7,26	431,54
60	0,00	427,89	3,65	431,54

Elaborado por: Tania Pumares

En la presente tabla se muestra cada uno de los pagos que debe realizar Ideas Pumares S.A. a la entidad financiera.

5.2. Estados financieros

5.2.1. Flujo de efectivo por tres años

Tabla 39. Flujo de efectivo

Flujo de Efectivo					
	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad antes Imptos Renta	15.189,30	16.934,58	18.780,31	21.698,49	23.761,39
(+) Gastos de Depreciación	4.838,67	4.838,67	4.838,67	3.872,00	3.872,00
(-) Amortizaciones de Deuda	3.261,86	3.611,64	3.998,94	4.427,77	4.902,58
(-) Pagos de Impuestos	0,00	5.118,79	5.706,95	6.328,97	7.312,39
Flujo Anual	16.766,11	13.042,81	13.913,09	14.813,76	15.418,41
Flujo Acumulado	16.766,11	29.808,91	43.722,00	58.535,76	73.954,18
Pay Back del flujo	-16.905,21	-3.862,41	10.050,68	24.864,44	40.282,85

Elaborado por: Tania Pumares

El flujo de efectivo de la empresa refleja un Pay Back al tercer año, obteniéndose números rojos durante el 2016, esto les da a Ideas Pumares S.A. la capacidad de evidenciar el momento exacto en que obtendrá el retorno de la inversión del negocio.

Cabe recalcar que al tercer año se obtendrá un retorno en el flujo positivo que será de \$10.050,68 en el año 2018, mientras que en el 2020 se obtendrá \$40.282,85 dólares.

5.2.2. Estado de resultados anual

Tabla 40. Estado de Resultado Anual

Estado de Resultado					
% de Repartición Utilidades a Trabajadores	15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta (puede aplicar el copci)	22%	22%	22%	22%	22%
	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	148.536,46	157.582,33	167.179,09	177.360,30	188.161,54
Costo de Venta	89.121,88	95.329,66	101.969,85	109.072,56	116.670,01
Utilidad Bruta en Venta	59.414,58	62.252,67	65.209,25	68.287,74	71.491,54
Gastos Sueldos y Salarios	25.968,00	26.967,77	28.006,03	29.084,26	30.204,00
Gastos Generales	11.502,00	11.944,83	12.404,70	12.882,28	13.378,25
Gastos de Depreciación	4.838,67	4.838,67	4.838,67	3.872,00	3.872,00
Utilidad Operativa	17.105,92	18.501,41	19.959,85	22.449,20	24.037,28
Gastos Financieros	1.916,62	1.566,83	1.179,53	750,71	275,89
Utilidad Neta (Utilidad antes de Imptos)	15.189,30	16.934,58	18.780,31	21.698,49	23.761,39
Repartición Trabajadores	2.278,39	2.540,19	2.817,05	3.254,77	3.564,21
Utilidad antes Imptos Renta	12.910,90	14.394,39	15.963,27	18.443,72	20.197,18
Impto a la Renta	2.840,40	3.166,77	3.511,92	4.057,62	4.443,38
Utilidad Disponible	10.070,51	11.227,62	12.451,35	14.386,10	15.753,80

Elaborado por: Tania Pumares

Se puede observar en el presente estado de resultado en primer lugar la implementación de todas las normativas legales ya incluidas lo cual nos dan una visión clara y realista dentro del marco legal del Ecuador, segundo se observan los años con utilidades cada uno lo cual nos deja por sentado la viabilidad económica del proyecto al tener dichas utilidades desde el año uno del mismo.

5.2.3. Balance general anual

Tabla 41. Balance General

Balance General						
	Año 0	2016	2017	2018	2019	2020
Activos						
Disponible	11.051,32	27.817,43	40.860,24	54.773,33	69.587,08	85.005,50
Depósitos en garantía (arriendos)	0	400	400	400	400	400
Activo Corriente	11.051,32	28.217,43	41.260,24	55.173,33	69.987,08	85.405,50
Activos Fijos	22.620,00	22.620,00	22.620,00	22.620,00	22.620,00	22.620,00
Dep Acumulada	0	4.838,67	9.677,33	14.516,00	18.388,00	22.260,00
Activos Fijos Netos	22.620,00	17.781,33	12.942,67	8.104,00	4.232,00	360,00
Total de Activos	33.671,32	45.998,76	54.202,90	63.277,33	74.219,08	85.765,50
Pasivos						
Impuestos por Pagar		5.118,79	5.706,95	6.328,97	7.312,39	8.007,59
Pasivo Corriente	0,00	5.118,79	5.706,95	6.328,97	7.312,39	8.007,59
Deuda LP	20.202,79	16.940,94	13.329,29	9.330,35	4.902,58	0,00
Total de Pasivos	20.202,79	22.059,73	19.036,25	15.659,32	12.214,98	8.007,59
Patrimonio						
Capital Social	13.468,53	13.868,53	13.868,53	13.868,53	13.868,53	13.868,53
Utilidad del Ejercicio	0	10.070,51	11.227,62	12.451,35	14.386,10	15.753,80
Utilidades Retenidas	0	0,00	10.070,51	21.298,13	33.749,48	48.135,58
Total de Patrimonio	13.468,53	23.939,03	35.166,66	47.618,01	62.004,11	77.757,91
Pasivo más Patrimonio	33.671,32	45.998,76	54.202,90	63.277,33	74.219,08	85.765,50

Elaborado por: Tania Pumares

Se analiza en el presente balance general proyectado a cinco años el incremento de patrimonio por parte de la empresa Ideas Pumares S.A. que va en un estado inicial de \$13.468,53 a \$77.757,91 lo que indica el crecimiento de la empresa en su capacidad productiva y operativa lo que le permitirá cubrir mayor demanda y así embarcarse en el círculo exitoso de crecimiento, expansión y rentabilidad.

Esto se debe también gracias a que en el quinto año la deuda a largo plazo de la empresa será totalmente cancelada lo cual amortiguará los pasivos y se obtendrá por lo consiguiente mayor utilidad en dicho año y un incremento substancial del patrimonio con el cual cuenta Ideas Pumares S.A.

Tabla 42. Cálculo del TIR y el VAN

TIR Y VAN						
% de Repartición Utilidades a Trabajadores		15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta		22%	22%	22%	22%	22%
Año	0	1	2	3	4	5
Ventas	0	148.536	157.582	167.179	177.360	188.162
Costos Variables	0	89.122	95.330	101.970	109.073	116.670
Costos Fijos	0	37.470	38.913	40.411	41.967	43.582
Flujo de Explotación	0	21.945	23.340	24.799	26.321	27.909
Repart. Util	0	3.292	3.501	3.720	3.948	4.186
Flujo antes de Imp Rta	0	18.653	19.839	21.079	22.373	23.723
Imppto Rta	0	4.104	4.365	4.637	4.922	5.219
Flujo después de Impuestos	0	14.549	15.474	16.441	17.451	18.504
Inversiones	-33.671	0	0	0	0	0
Flujo del Proyecto Puro	-33.671	14.549	15.474	16.441	17.451	18.504
TMAR	15,00%					
Valor Actual	-33.671	12.652	11.701	10.810	9.978	9.200
VAN	65.962	12.652	24.352	35.163	45.141	54.340
TIR	37,31%					

Elaborado por: Tania Pumares

Para determinar si el proyecto es viable para su ejecución de manera económica como financiera se comprobará de la siguiente manera:

La viabilidad financiera es medida por medio del TMAR del 15% que sea inferior al TIR de 37,31%

En la viabilidad económica es obtenida por mediante el valor actual \$33.671 que debe de ser mínima al VAN de \$65.962.

En donde se demuestra que el proyecto es viable de manera financiera y económica y puede ejecutarse con una gran ventaja competitiva.

5.3. Indicadores Financieros

5.3.1. Liquidez / Prueba del acido

Tabla 43. Liquidez/Prueba Acida

Indicadores Financieros						
RATIOS FINANCIEROS		2016	2017	2018	2019	2020
Ratios de Liquidez						
Capital de Trabajo	en dinero	23.099	35.553	48.844	62.675	77.398
Riesgo de liquidez = 1 - (Activos Corrientes / Activos)	en porcentaje	39%	24%	13%	6%	0%

Elaborado por: Tania Pumares

Se puede observar una tendencia a la baja en el porcentaje referente al análisis lo cual se basa en el avance natural de las actividades comerciales de Ideas Pumares S.A. se puede decir también que la tendencia es favorable y se ve en el capital de trabajo con el que cuenta y contará la empresa según sus proyecciones.

5.3.2. Periodo de recuperación de inversión – Payback

Tabla 44. Pay Back del proyecto

PAYBACK	28	meses			
MESES	0	-33.671			
1	1	1.397	1.397	-33.671	-32.274
2	2	1.397	2.794	-33.671	-30.877
3	3	1.397	4.192	-33.671	-29.480
4	4	1.397	5.589	-33.671	-28.083
5	5	1.397	6.986	-33.671	-26.685
6	6	1.397	8.383	-33.671	-25.288
7	7	1.397	9.780	-33.671	-23.891
8	8	1.397	11.177	-33.671	-22.494
9	9	1.397	12.575	-33.671	-21.097
10	10	1.397	13.972	-33.671	-19.700
11	11	1.397	15.369	-33.671	-18.302
12	12	1.397	16.766	-33.671	-16.905
13	1	1.087	17.853	-33.671	-15.818
14	2	1.087	18.940	-33.671	-14.731
15	3	1.087	20.027	-33.671	-13.645
16	4	1.087	21.114	-33.671	-12.558
17	5	1.087	22.201	-33.671	-11.471
18	6	1.087	23.288	-33.671	-10.384
19	7	1.087	24.374	-33.671	-9.297
20	8	1.087	25.461	-33.671	-8.210
21	9	1.087	26.548	-33.671	-7.123
22	10	1.087	27.635	-33.671	-6.036
23	11	1.087	28.722	-33.671	-4.949
24	12	1.087	29.809	-33.671	-3.862
25	1	1.159	30.968	-33.671	-2.703
26	2	1.159	32.128	-33.671	-1.544
27	3	1.159	33.287	-33.671	-384
28	4	1.159	34.447	-33.671	775,29

Elaborado por: Tania Pumares

Se observa que en 38 meses se obtendrán un flujo de retorno positivo por parte de Ideas Pumares S.A. el cual será según proyecciones de \$369,85 siguiendo con una tendencia favorable que hará que la empresa recupere su inversión de forma favorable siendo esto beneficioso para los fundadores y accionistas.

5.3.3. Rentabilidad sobre la inversión

Tabla 45. Rentabilidad sobre la inversión

Indicadores Financieros						
RATIOS FINANCIEROS		2016	2017	2018	2019	2020
Ratios de Rentabilidad						
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	40%	40%	39%	39%	38%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	12%	12%	12%	13%	13%
Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas	en porcentaje	10%	11%	11%	12%	13%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	33%	31%	30%	29%	28%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	63%	48%	39%	35%	31%

Elaborado por: Tania Pumares

El análisis de la presente tabla acerca de la rentabilidad sobre la inversión evidencia los índices de dicha rentabilidad con margen operacional y el margen neto es de 10% en el primer año mientras que en el quinto se obtiene un 13%.

5.3.4. Rentabilidad sobre el capital contable

Tabla 46. Rentabilidad sobre el capital

Indicadores Financieros						
RATIOS FINANCIEROS		2016	2017	2018	2019	2020
Identidad de Dupont:						
a) Utilidad Neta / Ventas	Margen Neto	10%	11%	11%	12%	13%
b) Ventas / Activos	Rotación Act	3,2	2,9	2,6	2,4	2,2
c) ROA = a) * b)		33%	31%	30%	29%	28%
d) Deuda / Activos	Apalancamiento	48%	35%	25%	16%	9%
e) 1 - Apalancamiento		52%	65%	75%	84%	91%
f) ROE = c) / e)		63%	48%	39%	35%	31%

Elaborado por: Tania Pumares

Al analizar el presente se puede observar la concordancia de los indicadores financieros en relación con la rentabilidad sobre la inversión, así mismo se observa como el apalancamiento va gradualmente aumentando desde 52% hasta el 91% en el quinto año.

Mientras que el ROA de 33% va decreciendo hasta llegar 28% en el quinto año evidenciando el movimiento del capital contable.

6. Aspectos legales

Toda empresa o negocio desarrolla sus actividades dentro de un marco legal, el cual le permite que este funcione acorde a las disposiciones establecidas en la ley tanto generales como de su país y en el entorno de sus actividades económicas. Es importante que las empresas se basen en funciones legales puesto que estas pueden estar propensas a alguna dificultad dentro de ese marco, por ello, es propicio que los administradores como los propietarios del negocio conozcan los diferentes requisitos como normativas que envuelven las actividades económicas de su empresa.

Ideas Pumares S.A. es una empresa que se dedicará a la producción y venta de artesanías hechas a base de poliéster, por lo tanto, se deberá conocer los aspectos legales más relevantes para ejercer sus funciones, así como recalcar a la sociedad que pertenece y el proceso a realizar con respecto a ello. Por otro lado, la participación correspondiente de los socios y los requisitos esenciales los trámites y permisos que conllevarán al desarrollo de sus actividades comerciales.

6.1. Forma Legal

La empresa Ideas Pumares está determinada como una sociedad anónima S.A., su denominación se debe a su forma de constitución Según lo determina Ley de Compañías (2012),

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

La ley de Compañías determina que las empresas denominadas como sociedades anónimas, se deben constituir a través de un capital el mismo que es generado por los socios, el capital de estos socios es transformado en acciones negociables en el momento de la inscripción de la empresa, y este tipo de compañías deben estar sujetas a toda normativa de la ley estimada para las mismas.

Es importante que las empresas después de la determinación de la naturaleza de sociedad perteneciente, puedan registrarse de forma debida acorde a lo indicado por Ley de Compañías (2012):

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en 45 el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

La compañía se establecerá mediante un escrito para su posterior registro en la Superintendencia de Compañías para ello la suscripción se realizará en el 45 del Registro mercantil, después de esto la empresa podrá ser registrada y aparecerá en el historial de actividades activas y existentes dentro del organismo mencionado.

6.2. Participación de los Socios

Ideas Pumares S.A. para ejercer sus funciones dentro de la organización deberá conocer los aspectos legales sumergidos en cuanto a la participación de los socios, según lo expuesto en la sección de los Derechos y Obligaciones de los Promotores y Accionistas determinadas en la estipulada Ley de Compañías:

Art. 171.- El monto de las acciones preferidas no podrá exceder del cincuenta por ciento del capital suscrito de la compañía.

De la participación de los socios el art. 171 de la ley de compañías establece que el monto será de acuerdo al 50% del capital de la suscripción realizada para la empresa, de tal manera está no podrá excederse y deberá corresponder parcialmente a esta disposición.

Art. 208.- La distribución de las utilidades al accionista se hará en proporción al valor pagado de las acciones.

Art. 209.- Acordada por la junta general la distribución de utilidades, los accionistas adquieren frente a la compañía un derecho de crédito para el cobro de los dividendos que les correspondan.

A su vez, la distribución de las utilidades para los socios de la compañía se realizará en base al monto aportado en el capital de suscripción, por otro lado, a estos accionistas se les proporcionará un crédito para el retiro de sus dividendos oportunos a los mismos.

En caso de que la distribución de las utilidades para los socios, no se cumplan, los accionistas estarán en el derecho de solicitar a los administradores de la empresa o a su vez a los respectivos encargados para llevar a cabo una junta general, en caso de que esta disposición no sea ejercida en un plazo establecido de quince días, el interesado pedirá esta convocatoria a través de la Superintendencia, tal como lo determina:

Art. 212.- Si dentro del plazo que fija esta Ley no hubiere conocido la junta general de accionistas el balance anual, o no hubiere deliberado sobre la distribución de utilidades, cualquier accionista podrá pedir a los administradores de la compañía o a los comisarios que convoquen a junta general para dicho objeto, y, si dicha convocatoria no tuviere lugar en el plazo de quince días, cualquier accionista podrá pedir a la Superintendencia de Compañías que convoque a la junta general, acreditando ante ella su calidad de accionista.

En otros casos, los accionistas que cuente con un porcentaje del 25% del monto aportado, también podrán acceder a una convocatoria referente a la distribución de las utilidades, el pedido de la junta general puede ser dado por escrito y en el momento conveniente para el interesado.

Art. 213.- El o los accionistas que representen por lo menos el veinticinco por ciento del capital social podrán pedir, por escrito, en cualquier tiempo, al administrador o a los organismos directivos de la compañía, la convocatoria a una junta general de accionistas para tratar de los asuntos que indiquen en su petición.

Por otro lado, es necesario recalcar que el accionista deberá responder por la participación dada en el monto de la suscripción de la compañía, este será el único responsable de su aportación, de esta manera lo señala la Superintendencias en el siguiente art.:

Art. 218.- El accionista debe aportar a la compañía la porción de capital por él suscrito y no desembolsado, en la forma prevista en el estatuto o, en su defecto, de acuerdo con lo que dispongan las juntas generales. El accionista es personalmente responsable del pago íntegro de las acciones que haya suscrito, no obstante cualquier cesión o traspaso que de ellas haga.

6.3. Trámites o permiso adicional

Para el desarrollo de las funciones de la empresa, es necesario determinar los trámites y permisos para el establecimiento de la misma, de tal forma el Municipio de Guayaquil (2014) estipula el proceso para recibir la tasa de habilitación de la empresa:

Tasa de Habilitación

1. Pago de tasa de trámite por tasa de habilitación
2. Llenar formulario de tasa de habilitación.
3. Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
4. Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
5. Copia del RUC actualizado.
6. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
7. Autorización a favor de quien realiza el trámite.
8. Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
9. Nombramiento del representante anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

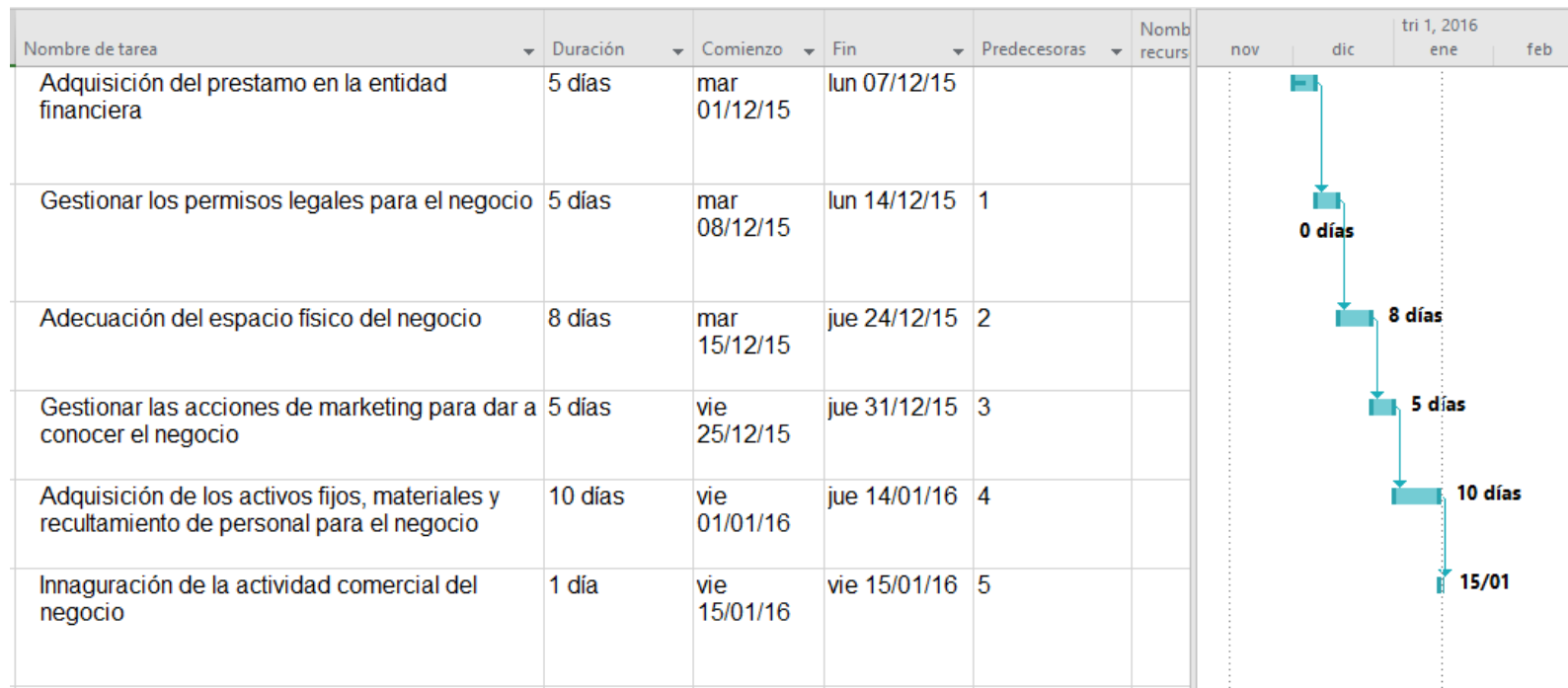
SRI (Servicio de Rentas Internas)

El servicio de Rentas Internas (2014), expone lo requisitos que deberá realizar para que Ideas Pumares S.A. reciba el número de ruc correspondiente:

- Presentar los formularios ruc01-a y ruc01-b (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil, a excepción de los fideicomisos mercantiles y fondos de inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la superintendencia de compañías (datos generales, actos jurídicos y accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.
- Ecuatorianos: original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el certificado de no presentación emitido por la consejo nacional electoral o provincial.

7. Plan de trabajo en diagrama de Gantt

Gráfico 22 Diagrama de Gantt



Elaborado por: Tania Pumares

Bibliografía

- Artesanos Ecuador . (26 de agosto de 2011).
<http://www.artesanosecuador.com/>. Obtenido de
http://www.artesanosecuador.com/artesanos.php?cod_artesano=%20222&categ=0&subcateg=0
- Avelino, J. (2011). Seguridad en el trabajo . Barcelona : Lex Nova.
- Bunge, M. (2011). La investigación científica: su estrategia y su filosofía .
 Barcelona: Pearson Educación.
- Cook, T. (2011). Métodos cualitativos y cuantitativos. Madrid: Ediciones Morata.
- El Comercio. (12 de Diciembre de 2015). Obtenido de
<http://www.elcomercio.com/actualidad/politica/ecuador-convenios-24-paises.html>
- Google Maps. (12 de 01 de 2016). Obtenido de
<https://www.google.com.ec/maps/search/centro+de+guayaquil/@-2.1576605,-79.9415465,13z/data=!3m1!4b1>
- Heinemann, K. (2011). Introducción a la metodología de la investigación.
 Barcelona: Paidotribo.
- INEC. (2015). Guayaquil por edades. Quito: INEC.
- Kendall, J. (2013). Análisis y diseño de sistemas. Madrid: Pearson Educación.
- Lasa, N., & Vergara, A. (2012). Diseños de investigación experimental en psicología: modelos y análisis de datos mediante el SPSS 10.0.
 Barcelona: Pearson Educación.
- Ley de Compañías . (18 de Julio de 2012). www.supercias.gov.ec. Obtenido de
www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf

- M.I. Municipalidad de Guayaquil. (2016). Obtenido de <http://turismo.guayaquil.gob.ec/es/patrimonio-de-la-ciudad/edificios-publicos/mercado-artesanal-de-guayaquil>
- Merino, M. (2010). Introducción a la investigación de mercados. Madrid: ESIC.
- Municipalidad de Guayaquil. (16 de agosto de 2014). <http://www.guayaquil.gob.ec/>.
- Naghi, M. (2011). Metodología de la investigación. Ciudad de México: Limusa.
- Navarro, J. (2012). Maquetas. modelos y moldes: materiales y técnicas para dar forma a las ideas. Sevilla: Universitat Jaume.
- Pro Ecuador. (23 de julio de 2013). <http://www.proecuador.gob.ec/>. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2013_ARTESANIAS.pdf
- SRI . (18 de Octubre de 2014). <http://www.sri.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- Tolley, E. (2012). Investigación Aplicada en Métodos Cualitativos. Whashington: OPS.
- Turok, M. (2011). Cómo acercarse a la artesanía . México : Plaza y vales.

Anexos

Anexos 1 Entrada/Salida del local



Anexos 2 Lado izquierdo del establecimiento



Anexos 3 Lado derecho del establecimiento



Anexos 4 Caja/ servicio al cliente en el establecimiento

