



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE EXHIBICIÓN PARA LA “ASOCIACIÓN DE  
MUJERES EXPENDEDORAS DE ARTESANIAS” DEL  
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA  
DE SANTA ELENA,  
AÑO 2015.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA:** YENESSY JULIETA MORALES QUIJIJE

**TUTOR:** ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”**

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE EXHIBICIÓN PARA LA “ASOCIACIÓN DE  
MUJERES EXPENDEDORAS DE ARTESANIAS” DEL  
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA  
DE SANTA ELENA,  
AÑO 2015.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA: YENESSY JULIETA MORALES QUIJIJE**

**TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2015**

**La Libertad, 7 de Agosto del 2014**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO EXHIBICIÓN PARA LA “ASOCIACIÓN DE MUJERES EXPENDEDORAS DE ARTESANÍAS” DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, elaborado por la Srta. YENESSY JULIETA MORALES QUIJIJE, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....  
**Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.**  
**TUTOR**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios por ser el inspirador para cada uno de mis pasos dados en mí convivir diario por brindarme en cada momento dándome salud, fortaleza y sabiduría.

A mis padres Julio Morales y Alexandra Quijije por todo el Amor y cariño brindado y por ser los guía en el sendero de cada acto que realizo hoy, mañana y siempre.

A mis hermanas queridas Tatiana y Gabriela por sus palabras de aliento, a mi amigo fiel Jumpio, y a mi sobrinito hermoso Julio Antonio por ser los incentivos para seguir adelante con este objetivo anhelado

**Yenessy Morales Q.**

## **AGRADECIMIENTO**

Mis agradecimientos a la Universidad Estatal “Península de Santa Elena” que me brindó todo el apoyo necesario para la elaboración de mi trabajo de titulación que hoy permiten culminar mi carrera profesional.

E igualmente a mi Tutor Johnny Reyes y Especialista Econ. Hermelinda Cochea por la asesoría y orientación a la elaboración de la presente Tesis, que me ayudaron a mejorar mi desempeño en cada capítulo encomendado que me permitió mejorar gracias a sus recomendaciones.

A la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías del Cantón La Libertad, por la colaboración brindada gracias a ellas este proyecto se hizo posible.

**Yenesty Morales Q.**

## **TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc  
DECANA DE LA FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

---

Econ. Félix Tigrero González, MSc.  
DIRECTOR DE LA ESCUELA  
INGENIERÍA COMERCIAL

---

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.  
PROFESOR-TUTOR

---

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá.  
PROFESOR DE ÁREA

---

Abg. Joe Espinoza Ayala.  
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Exhibición para la  
“Asociación De Mujeres Expendedoras de Artesanías” del Cantón La Libertad,  
Provincia de Santa Elena.

**Autora:** Yenessy Julieta Morales Quijije.

**Tutor:** Ing. Reyes De la Cruz, MSc.

## **RESUMEN**

El presente Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Exhibición para la “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías” del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena. El trabajo se lo ha planteado, de acuerdo a las condiciones técnicas y necesidades servicio a ofrecer. Es por ello que este Estudio de Factibilidad se realiza con el fin de reunir a la Asociación en un cómodo y amplio lugar para la demostración y ventas de sus artesanías a los habitantes ya sea dentro o fuera de la Provincia de Santa Elena de diferentes diseños y modelos elaboradas manualmente. A continuación se muestra una breve síntesis de lo tratado en cada capítulo del informe final de trabajo, mismo que con 4 capítulos, con conclusiones y recomendaciones al finalizar. El capítulo I refleja Marco Teórico el mismo que contiene conceptos teóricos que se toman en cuenta en el proceso de la elaboración de la tesis, donde se visualiza los problemas que enfrenta la Asociación y a la vez deberá solucionarse, en el capítulo II se refiere a la Metodología de la Investigación de la tesis, la recolección de datos donde se aplica las fuentes primarias y secundarias a utilizar para conocer los beneficios que el proyecto presenta. En el capítulo III se refiere a los análisis de la observación, entrevista y encuestas por parte de los encuestados. El capítulo IV es el diseño de la propuesta, se refiere a la estructura organizativa y jurídica, el mercado, el estudio técnico se ha determinado la localización del centro y la capacidad instalada para ofertar el producto. Se consideró el plan económico-financiero, ponderación del precio y del costo, evaluación financiera, capital de trabajo, estos aspectos fueron considerados parte importante de la propuesta culminando con las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada, adjuntando bibliografías y anexos.

## ÍNDICE GENERAL

|  |           |
|--|-----------|
| APROBACIÓN DEL TUTOR.....  | ii        |
| DEDICATORIA .....  | iii       |
| AGRADECIMIENTO .....   | iv        |
| TRIBUNAL DE GRADO .....  | v         |
| RESUMEN.....   | vi        |
| ÍNDICE DE TABLA .....  | xi        |
| ÍNDICE DE CUADRO .....   | xii       |
| ÍNDICE DE GRÁFICO .....  | xv        |
| INTRODUCCIÓN .....   | 1         |
| MARCO CONTEXTUAL .....   | 2         |
| Planteamiento del Problema.....  | 2         |
| Formulación del Problema.....  | 5         |
| Sistematización del Problema.....  | 5         |
| Evaluación del Problema.....   | 5         |
| Justificación.....   | 8         |
| Objetivo de la Investigación.....  | 9         |
| Objetivo General.....  | 9         |
| Objetivos Específicos.....   | 10        |
| Hipótesis.....   | 10        |
| Operacionalización de las Variables.....   | 11        |
| <b>CAPÍTULO I.....</b>   | <b>13</b> |
| <b>MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO: .....</b>   | <b>13</b> |
| 1.1. ANTECEDENTES DE LAS BISUTERÍAS ARTESANALES.....                                   | 13        |
| 1.1.1    Reseña Histórica del Cantón La Libertad.....                                  | 14        |
| 1.1.2    Organización Territorial del Cantón La Libertad.....                          | 15        |
| 1.1.3    Características Demográficas del Cantón La Libertad.....                      | 16        |
| 1.1.5    Relación de Género en las Actividades Productivas del Cantón La Libertad..... | 20        |
| 1.1.6    Desarrollo del Área en Empresarial del Cantón la Libertad.....                | 21        |

|  |   |    |
|--|---|----|
| 1.1.7  | Actividades Tradicionales del Cantón La Libertad.....                           | 21 |
| 1.1.8  | Procedencia de la Materia Prima (Chaquira, Chaquirón, Checa.) ..                | 22 |
| 1.1.9  | Formas de Organización Colectiva de las Artesanas. ....                         | 22 |
| 1.2.   | RECURSOS DEL ÁREA PARA EL CENTRO DE EXHIBICIÓN DE<br>ARTESANÍAS. ....           | 22 |
| 1.2.1.                                       | Recursos para la construcción del Centro de Exhibición de<br>Artesanías. ....   | 22 |
| 1.2.2.                                       | Clasificación de los Recursos del Área Artesanal del Cantón La<br>Libertad..... | 24 |
| 1.2.3.                                       | Sector Artesanal. ....  | 24 |
| 1.3  | MARCO LEGAL. ....   | 24 |
| 1.3.1  | Constitución de la República del Ecuador. ....                                  | 24 |
| 1.3.2  | Plan del Buen Vivir.....  | 25 |
| 1.3.3  | Plan Nacional de Desarrollo. ....   | 26 |
| 1.3.4  | Código Orgánico de la Producción .....  | 28 |
| 1.3.5  | Normas ISO.....   | 34 |
| 1.4  | FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: Estudio de factibilidad .....                           | 35 |
| 1.4.1  | Aspectos Generales de un Estudio de Factibilidad .....                          | 35 |
| 1.4.2  | Etapas del Estudio de factibilidad .....  | 36 |
| 1.4.2.1                                      | Estudio de Mercado.....   | 36 |
| 1.4.2.2                                      | Estudio Técnico.....  | 38 |
| 1.4.2.3                                      | Análisis Económico .....  | 39 |
| 1.4.2.4                                      | Análisis Financiero .....   | 40 |
| <b>CAPÍTULO II</b> .....                     |   | 41 |
| <b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> ..... |   | 41 |
| 2.1  | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....  | 41 |
| 2.2  | MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....   | 41 |
| 2.3  | TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....  | 42 |
| 2.4  | MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....  | 43 |
| 2.5  | TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN .....  | 44 |
| Entrevista:.....                             |   | 44 |

|  |           |
|--|-----------|
| Observación:.....  | 44        |
| 2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....   | 45        |
| CORRESPONDENCIA DE ÍTEM .....  | 48        |
| OBJETIVO, CALIDAD TÉCNICA Y LENGUAJE.....  | 48        |
| 2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.....   | 50        |
| 2.8 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....   | 52        |
| <b>CAPÍTULO III.....</b>   | <b>54</b> |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....</b>   | <b>54</b> |
| 1.3.1 Análisis de Resultado de la Encuesta.....  | 57        |
| 1.3.2 Conclusiones y Recomendaciones .....   | 83        |
| <b>CAPÍTULO IV .....</b>   | <b>85</b> |
| <b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO<br/>DE EXHIBICIÓN PARA LA “ASOCIACIÓN DE MUJERES<br/>EXPENDEDORAS DE ARTESANÍAS” DEL CANTÓN LA LIBERTAD,<br/>PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015. ....</b> | <b>85</b> |
| 4.1.1 Responsable del Proyecto .....   | 85        |
| 4.1.2 Promotores del Proyecto .....  | 85        |
| 4.1.3 Actividad Económica .....  | 86        |
| 4.2 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y JURÍDICA.....  | 86        |
| 4.2.1 Necesidades a Satisfacer .....   | 92        |
| 4.2.2 Productos/Servicios a Ofrecer.....   | 94        |
| 4.2.3 Justificación e Importancia .....  | 95        |
| 4.3 Mercado.....   | 95        |
| 4.3.2 Valoración de la Demanda.....  | 98        |
| 4.3.3 Análisis Situacional .....   | 98        |
| 4.4 Estudio Técnico.....   | 102       |
| 4.4.1 Ubicación .....  | 102       |
| 4.4.2 Tamaño de Planta Seleccionado.....   | 104       |
| 4.4.3 Proceso de Comercialización .....  | 107       |
| 4.4.4 Instalaciones Físicas.....   | 108       |
| 4.4.5 Maquinarias y Equipos.....   | 109       |

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 4.4.6 | Recursos Humanos.....                                       | 111 |
| 4.4.7 | Materias Primas para la Elaboración de las Artesanías ..... | 112 |
| 4.5   | Plan Económico – Financiero .....                           | 114 |
| 4.5.1 | Plan de inversiones.....                                    | 114 |
| 4.5.2 | Plan de Financiamiento .....                                | 116 |
| 4.5.3 | Cronograma de Ejecución .....                               | 118 |
| 4.5.4 | Costo de Operación .....                                    | 118 |
| 4.5.5 | Ingresos .....  | 119 |
| 4.6   | Evaluación Financiera .....                                 | 119 |
| 4.6.1 | Estados Financiero Proyectado .....                         | 119 |
| 4.6.2 | Punto de Equilibrio .....                                   | 121 |
| 4.6.3 | Indicadores de Rentabilidad de la Inversión .....           | 122 |
|       | CONCLUSIONES .....  | 124 |
|       | RECOMENDACIONES.....  | 125 |
|       | BIBLIOGRAFÍA .....  | 126 |
|       | ANEXOS.....   | 128 |

## ÍNDICE DE TABLA

|   |     |
|---|-----|
| TABLA 1: Inflación.....                                   | 19  |
| TABLA 2: Inversión .....                                  | 137 |
| TABLA 3: Capital de Trabajo.....                          | 138 |
| TABLA 4: Total de la Inversión .....                      | 139 |
| TABLA 5: Ponderación del Precio. ....                     | 140 |
| TABLA 6: Ponderación del Costo .....                      | 140 |
| TABLA 7: Amortización .....                               | 140 |
| TABLA 8: Gastos Administrativos.....                      | 141 |
| TABLA 9: Costo de la Inversión .....                      | 141 |
| TABLA 10: Flujo de Caja.....                              | 142 |
| TABLA 11: Ventas Proyectadas Anuales por Unidades .....   | 143 |
| TABLA 12: Ventas Proyectadas Mensuales por Unidades ..... | 143 |
| TABLA 13: Ventas Proyectadas – Anuales.....               | 144 |
| TABLA 14: Ventas Proyectadas- Mensuales .....             | 144 |
| TABLA 15: Estado de Resultados .....                      | 145 |
| TABLA 16: Balance General.....                            | 146 |
| TABLA 17: Análisis de la Sensibilidad.....                | 147 |
| TABLA 18: Razones Financieras .....                       | 148 |
| TABLA 19: Rol de Pagos .....                              | 149 |

## ÍNDICE DE CUADRO

|   |    |
|---|----|
| CUADRO 1: Operacionalización de las Variables .....   | 12 |
| CUADRO 2: Población de Santa Elena .....  | 18 |
| CUADRO 3: PIB Nominal Del Ecuador .....   | 19 |
| CUADRO 4: Actividades Productivas.....  | 20 |
| CUADRO 5: Etapas y Pasos del Instrumento.....   | 46 |
| CUADRO 6: Validez y Confiabilidad .....   | 48 |
| CUADRO 7: Distribución de la Población.....   | 50 |
| CUADRO 8: Muestra.....  | 51 |
| CUADRO 9: Población Objetivo.....   | 54 |
| CUADRO 10: Comercialización de las Artesanías .....   | 57 |
| CUADRO 11: Herramientas adecuados para las artesanas.....   | 58 |
| CUADRO 12: ¿Ha visitado lugares donde se elaboran artesanías en el cantón la libertad?.....   | 59 |
| CUADRO 13: ¿Cree usted que las artesanías que elaboran las artesanas son de muy buena calidad?.....                                     | 60 |
| CUADRO 14: ¿Las organizaciones establecidas por las artesanas poseen una buena función administrativa? .....                            | 61 |
| CUADRO 15: ¿Considera que existe suficiente producción de artesanías en el cantón la libertad? .....                                    | 62 |
| CUADRO 16: ¿Considera que los productos elaborados artesanalmente se direccionan a mercados establecidos?.....                          | 63 |
| CUADRO 17: ¿Cree usted que existe una buena comunicación dentro de las asociaciones de los artesanas?.....                              | 64 |
| CUADRO 18: ¿Considera usted un beneficio que exista agrupaciones artesanales? .....   | 65 |
| CUADRO 19: ¿Considera necesario la implementación de un centro de exhibición de artesanías en el cantón la libertad?.....               | 66 |
| CUADRO 20: ¿Un centro de exhibición de artesanías aportaría al desarrollo productivo del sector artesanal del cantón la libertad? ..... | 67 |

|  |     |
|--|-----|
| CUADRO 21: ¿Es conveniente que los directivos de las organizaciones artesanales sean los encargados de la administración del centro de exhibición de artesanías? ..... | 68  |
| CUADRO 22 : ¿Cree usted que el centro de exhibición de artesanías tendría aceptación por las artesanas del cantón la libertad?.....                                    | 69  |
| CUADRO 23: Género .....  | 70  |
| CUADRO 24: Edad .....  | 71  |
| CUADRO 25: Todo Tipo de Artesanías .....   | 72  |
| CUADRO 26: Adquisición de Artesanías.....  | 73  |
| CUADRO 27: Compra de Artesanías .....  | 74  |
| CUADRO 28: Promedio en Adquirir Artesanías.....  | 75  |
| CUADRO 29: Tipo de Artesanías .....  | 76  |
| CUADRO 30: Precios Accesibles.....   | 77  |
| CUADRO 31: Calidad del Producto .....  | 78  |
| CUADRO 32 : Gusto y Preferencias .....   | 79  |
| CUADRO 33: Creación de un centro de exhibición.....  | 80  |
| CUADRO 34: Acudiría al centro de Exhibición.....   | 81  |
| CUADRO 35: Medios de Publicidad .....  | 82  |
| CUADRO 36: Demanda por Unidades .....  | 98  |
| CUADRO 37: Foda.....   | 99  |
| CUADRO 38: Publicidad.....   | 102 |
| CUADRO 39: Instalaciones.....  | 108 |
| CUADRO 40: Equipo de Computación.....  | 109 |
| CUADRO 41: Muebles y Enseres.....  | 110 |
| CUADRO 42: Equipo de Oficina .....   | 110 |
| CUADRO 43: Recurso Humano Requerido .....  | 111 |
| CUADRO 44: Materiales.....   | 114 |
| CUADRO 45: Inversión Total del Proyecto .....  | 115 |
| CUADRO 46: Inversión Fija Tangible .....   | 115 |
| CUADRO 47: Inversión Fija Intangible .....   | 116 |
| CUADRO 48: Capital de trabajo .....  | 116 |

|   |     |
|---|-----|
| CUADRO 49: Plan de Financiamiento .....                   | 117 |
| CUADRO 50: Tabla de Amortización.....                     | 117 |
| CUADRO 51: Cronograma de Actividades de “CENEXMUAR” ..... | 118 |
| CUADRO 52: Costos de Operación .....                      | 118 |
| CUADRO 53: Ingresos en Dólares .....                      | 119 |
| CUADRO 54: Punto de Equilibrio .....                      | 121 |
| CUADRO 55: Análisis de Sensibilidad .....                 | 123 |

## ÍNDICE DE GRÁFICO

|   |    |
|---|----|
| GRÁFICO 1: Comercialización de las Artesanías.....  | 57 |
| GRÁFICO 2: Herramientas adecuados para las artesanas.....   | 58 |
| GRÁFICO 3: ¿Ha visitado lugares donde se elaboran artesanías en el cantón la libertad?.....   | 59 |
| GRÁFICO 4: ¿Cree usted que las artesanías que elaboran las artesanas son de muy buena calidad?.....   | 60 |
| GRÁFICO 5: ¿Las organizaciones establecidas por las artesanas poseen una buena función administrativa? .....  | 61 |
| GRÁFICO 6: ¿Considera que existe suficiente producción de artesanías en el cantón la libertad? .....  | 62 |
| GRÁFICO 7: ¿Considera que los productos elaborados artesanalmente se direccionan a mercados establecidos?.....  | 63 |
| GRÁFICO 8: ¿Cree usted que existe una buena comunicación dentro de las asociaciones de los artesanas?.....  | 64 |
| GRÁFICO 9: ¿Considera usted un beneficio que exista agrupaciones artesanales? .....   | 65 |
| GRÁFICO 10: ¿Considera necesario la implementación de un centro de exhibición de artesanías en el cantón la libertad? .....   | 66 |
| GRÁFICO 11: ¿Un centro de exhibición de artesanías aportaría al desarrollo productivo del sector artesanal del cantón la libertad? .....                                | 67 |
| GRÁFICO 12: ¿Es conveniente que los directivos de las organizaciones artesanales sean los encargados de la administración del centro de exhibición de artesanías? ..... | 68 |
| GRÁFICO 13: ¿Cree usted que el centro de exhibición de artesanías tendría aceptación por las artesanas del cantón la libertad?.....                                     | 69 |
| GRÁFICO 14: Género .....  | 70 |
| GRÁFICO 15: Edad.....   | 71 |
| GRÁFICO 16: Todo Tipo de Artesanías .....   | 72 |
| GRÁFICO 17: Adquisición de Artesanías.....  | 73 |

|   |     |
|---|-----|
| GRÁFICO 18: Compra de Artesanías.....                 | 74  |
| GRÁFICO 19: Promedio en Adquirir Artesanías .....     | 75  |
| GRÁFICO 20: Tipo de Artesanías .....                  | 76  |
| GRÁFICO 21: Precios Accesibles.....                   | 77  |
| GRÁFICO 22: Calidad del Producto .....                | 78  |
| GRÁFICO 23: Gusto y Preferencias.....                 | 79  |
| GRÁFICO 24: Creación de un centro de exhibición ..... | 80  |
| GRÁFICO 25: Acudiría al centro de Exhibición.....     | 81  |
| GRÁFICO 26: Medios de Publicidad .....                | 82  |
| GRÁFICO 27: Estructura Organizacional .....           | 87  |
| GRÁFICO 28: Líneas de Productos.....                  | 94  |
| GRÁFICO 29: Mapa Macro Localización.....              | 103 |
| GRÁFICO 30: Micro Localización.....                   | 104 |
| GRÁFICO 31: Infraestructura Planta Alta.....          | 105 |
| GRÁFICO 32: Infraestructura Planta Baja .....         | 106 |
| GRÁFICO 33: Líneas de Producto .....                  | 107 |
| GRÁFICO 34: Productos .....                           | 112 |
| GRÁFICO 35: Punto de Equilibrio.....                  | 122 |

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está enfocado a las artesanías del Cantón La Libertad, se describe el problema para su respectivo planteamiento, el análisis de los datos por los actores de la investigación nos permitió entender la magnitud de las necesidades que carecen las artesanías por la inexistencia de una estructura física de un centro de exhibición de artesanías provocando así un limitado desarrollo socio económico para las artesanías. En la provincia no existe un centro de esta magnitud con un amplio y cómodo lugar que se dedique a la elaboración y comercialización de artesanías, estableciendo el objetivo de elaborar un Estudio de Factibilidad considerando el estudio de mercado y los aspectos económicos, financieros, que oriente la viabilidad de la creación de un centro de Exhibición para las artesanías del Cantón la Libertad de la provincia de Santa Elena. El Centro permitirá que la Asociación se una para obtener una producción de volumen de tal manera que genere rentabilidad. Es importante el trabajo y su orientación a la rama artesanal para determinar la situación real y actual de las Artesanías mediante un estudio con las variables , de esta manera la metodología que se empleará para la recopilación de la información se realizará mediante el uso de las diversas técnicas que nos ayudarán a recopilar la datos importante que nos darán una perspectiva más amplia del objeto de estudio y las opiniones que poseen cada uno de los involucrados en este proceso de investigación. También contiene un sumario donde están los aspectos inherentes al trabajo de titulación referente al tema, un cronograma reflejado en una representación gráfica muestran las actividades o etapas de desarrollo de la tesis con sus respectivos tiempo de ejecución y un presupuesto que detalla los gastos incurridos para la realización del presente trabajo de titulación, y por último la bibliografía donde están los libros que fueron de gran ayuda para la elaboración del presente trabajo. El estudio tiene como propósito desarrollar un estudio de factibilidad, donde nos permite realizar un análisis completo señalando la definición y desarrollo de la propuesta donde se obtuvo las conclusiones y recomendaciones por efecto del estudio de esta se comprobó la creación del Centro.

## MARCO CONTEXTUAL

### TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE EXHIBICIÓN PARA LA “ASOCIACIÓN DE MUJERES EXPENDEDORAS DE ARTESANÍAS” DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.**

### Planteamiento del Problema.

La Provincia de Santa Elena cuenta con una población aproximada de 308.693 habitantes de los cuales 151.831 son mujeres y 156.862 son hombres según el censo de población y vivienda realizado en el año 2010, por el Instituto Nacional de Estadísticas y censo (INEC), con una extensión territorial de 3.762,80 km<sup>2</sup>. Está dividido en tres cantones; Salinas, la Libertad, Santa Elena. Reconocido como provincia el 7 de Noviembre del año 2007, según el registro oficial # 206.

La Libertad tiene una población 95.942 habitantes netamente urbana que está representada con un amplio sector artesanal, por ende las personas no tienen un lugar adecuado para realizar las diferentes clases de artesanías, por ello es la falta de emprendimiento de parte de los habitantes, por tal motivo no se desarrollan las habilidades y destrezas que poseen.

Santa Elena es una provincia con un amplio sector artesanal que se caracteriza por pequeñas economías de sustentos familiar, la producción que realizan los artesanos se enfocan en mayor volumen en la provincia, la variedad de productos elaborados por dichos artesanos no se direccionan a mercados establecidos debido a la poca gestión empresarial que poseen los productores siendo así no se vuelven competitivos frente a otros productos existentes.

Los mercados a los que se direccionan los artesanos de la provincia no han sido estudiados por lo que no se establecen estudios que los direccionen a un lugar o sitio oportuno para la elaboración de los diferentes clases o diseños de artesanías.

Los productos elaborados la realizan en sus lugares de residencias el mismo que lo utilizan para originar todas las actividades antes mencionadas, en su mayoría, otros artesanos direccionan sus productos a otros mercados del país por contar con pequeños establecimientos que le permite llamar la atención a clientes que hacen de estas oportunidades empresariales. Los productores de la localidad no poseen estudios empresariales que le permitan desarrollar sus niveles económicos en base a la producción que realizan.

Por la falta de una infraestructura las artesanas deben buscar métodos, para volverse competitivos contra las exigencias que le impone el mercado, indispensables a raíz de todos los cambios que genera el entorno económico y social, es por ello que se recomendó la realización del Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Exhibición para “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías” en el Cantón La Libertad. El trabajo que realizan es de forma manual porque no cuentan con las herramientas necesarias para el proceso de elaboración y de esta manera el nivel productivo se proporciona en pequeñas cantidades, además de no contar con una infraestructura adecuada para la realización de las actividades les impide poseer espacio para implementar maquinarias de mayor tecnologías.

Por lo antes descrito se evidencia un subdesarrollo al sector micro empresarial artesanal de la provincia por los bajos niveles de ventas que poseen sobre los productos elaborados dejando como resultados un incumplimiento a los objetivos empresariales, además los intermediarios aprovechan estas oportunidades de negocios siendo los artesanos los explotadores mediante la compra de los productos a bajos precios y direccionándolos a mercados internacionales.

Los materiales que utilizan los artesanos en la producción, no les permiten cumplir con los estándares de calidad durante el proceso productivo, de esta manera el producto terminado no alcanza su ciclo completo una vez direccionado en el mercado objetivo. Esta situación conlleva a la aparición de nuevos productos diseñados en base a los existentes convirtiéndolo así en productos

competitivos para el sector artesanal de la provincia. El sector micro empresarial del cantón La Libertad es menos competitivo con otros sectores provocando una pronta desaparición de las microempresas elaborados de forma artesanal de estos productos. El estudio de aceptación de los productores artesanales en el mercado local incide de forma directa para la determinación de un control sobre los elaborados y aceptados productos.

Además el sector micro empresarial dedicado a esta actividad debe proporcionar información relevante sobre la actividad que realiza y cuantificar las que se dedican a esta labor manual, para lograr establecer marcas registradas a los productos elaborados por una buena materia prima de calidad que permite mayor captación de clientes en un mercado determinado, además a ser muy competitivo con los otros existentes.

La población artesanal de la ciudad no cuenta con la suficiente capacidad económica para desarrollar sus negocios individualmente, tanto en la producción y comercialización de sus productos, así tener oportunidad de salir al mercado nacional e internacional con productos más representativos, por esta razón, se ven en la necesidad de asociarse con diferentes instituciones para gestionar el apoyo económico o financiero, donde se podrán exponer las variedades de productos ante sus clientes y poder así comercializarlo de una forma eficiente.

Por ello es que se debe crear el Centro de Exhibición para la “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías” que expongan los diseños y modelos a la vez ser visitados por personas de diferentes lugares del país, por ende va hacer un lugar apropiado para todos los artesanos de la provincia de Santa Elena.

El estudio de factibilidad sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación, es un conjunto de técnicas de planificación que se aplican al análisis económico de las inversiones productivas y de las actividades

de interés social, para lograr la utilización racional y eficiente de los escasos recursos disponibles, en la producción de bienes o servicios que satisfagan las necesidades de la población, en un determinado contexto político, económico, social y cultural.

### **Formulación del Problema.**

¿De qué manera influye un estudio de factibilidad, considerando los indicadores financieros en la creación un Centro de Exhibición para la “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías” en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena?

### **Sistematización del Problema.**

- ¿Existe algún estudio referente al tema de investigación?
- ¿Cuál ha sido el nivel de aceptación y compromiso por parte de las artesanas en la realización del Estudio de factibilidad?
- ¿Piensa que el Estudio de Factibilidad encontrará soluciones al problema de elaboración y comercialización de las Artesanías?
- ¿De qué manera actualmente las artesanas del Cantón La Libertad comercializan su producto?
- ¿El Centro de Exhibición de Artesanías cuenta con el respaldo de quienes están inmerso en la elaboración de artesanías?

### **Evaluación del Problema.**

Para la evaluación del presente trabajo es indispensables hacerlo con los siguientes criterios:

**Delimitado.**

El presente estudio es limitado ya que se realiza con enfoque a las Artesanas del Cantón la Libertad de la Provincia de Santa Elena, donde la población es aproximadamente de 47.912 mujeres, durante años se ha desarrollado la cultura de bajo emprendimiento y por ende la falta de calidad en algunos de los productos y servicios que ofrece en la Provincia.

**Claro.**

Su redacción detalla claramente los síntomas causas y efectos del sector artesanal del cantón la libertad que se caracteriza por pequeñas economías de sustento familiar, la producción que realizan los artesanos se enfocan en mayor volumen en la provincia, la variedad de productos elaborados por dichos artesanos no se direccionan a mercados establecidos, debido a la poca gestión empresarial que poseen los productores, siendo así no se vuelven competitivos frente a otros productos existentes.

**Evidente.**

Sus componentes y circunstancias son visualizados con facilidad y ayudará a detectar el contexto de los problemas que afronta los artesanos tales como los recursos insuficientes, procesos inadecuados, desconocimiento de mercadeo y de comercialización.

**Concreto.**

Beneficiará a la comunidad en general, a la vez será visitado por los diferentes turistas de cada parte del país, por ende también de las personas a sus alrededores, que podrán obtener el producto que desee, entre ellos habrá modelos de diferentes tamaños, dependiendo los gustos y preferencias de los habitantes, de esta manera el producto estará a la vista de todos.

**Relevante.**

En la fase de control al pronóstico se visualiza las alternativas de solución direccionado a los artesanos del cantón La Libertad, es importante ya que es de gran interés para ellos, consiste en un Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Exhibición para la “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías” con el fin de evitar las adversidades de los artesanos.

**Factible.**

El presente estudio cuenta con herramientas necesarias para la elaboración de la propuesta y así los Artesanos podrán realizar el producto con dedicación y esmero, a la vez será lugar adecuado donde exhibirán sus productos donde las personas de diferentes géneros y status social podrán visitar el Centro de Exhibición y así escoger el producto que más le guste.

**Contextual.**

Es un producto artesanal que puede ser obtenido por todos ya que no es perjudicial para la salud, así niños, jóvenes y adultos pueden adquirirlo, Toda institución educativa puede acudir al lugar, tanto niños como jóvenes puedan instruirse y tener el deseo de aprender elaborar estos productos artesanales.

**Original.**

En el Cantón la Libertad no se ha realizado la respectiva investigación por ende no se sabe con claridad las falencias de las Artesanas y las necesidades que presentan, por tal motivo es la creación del Centro del Centro de Exhibición donde cada una podrán acceder toda clase de beneficios que se les ofrecerá y a la vez mejorar las ventas de sus productos artesanales.

**Identifica los productos esperado.**

En la parte de control al pronóstico refleja los resultados que se espera alcanzar en el presente trabajo de titulación. Las diversas alternativas en si son válidos pero la más esencial para la situación actual y que más se ajusta es el de un Estudio de

Factibilidad para un Centro de Exhibición para la “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías”.

### **Variables.**

La variable independiente es el Estudio de Factibilidad donde serán motores Económicos que brindan fuentes de ingresos en las artesanas. La variable Dependiente para la Creación de un Centro de Exhibición, “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías” del cantón La Libertad, son entes que permiten el progreso y desarrollo de la Provincia y parte fundamental dentro de la misma. Dentro del planteamiento del problema la variable dependiente son los síntomas y la independiente son las causas de las mismas.

### **Justificación.**

El presente trabajo, trata presentar un Estudio de Factibilidad para la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías, del Cantón La libertad Provincia de Santa Elena, el propósito de la investigación conduce a encontrar conclusiones a situaciones concretas y en torno a la temática de la investigación, es preciso explorar libros que coadyuven a entender los componentes de la misma, a través de teoría de autores de distintas nacionalidades con enfoques y percepciones diferentes ya sea en aspectos financieros, mercadotecnia, metodología de la investigación para discernir y asimilar el proceso de elaboración del presente trabajo con la búsqueda de información de fuentes secundarias que involucran los elementos tales como: centro de exhibición ,artesanas, estudio de factibilidad. Este a su vez, nos permite disentir estos fundamentos teóricos en relación con el trabajo de investigación.

Esta investigación con el fin de lograr los objetivos planteados se desarrolla por medio de métodos como deductivo-inductivo que describirá el contexto abordando desde una perspectiva general y consecutivamente a conclusiones de perspectiva particular, de este modo tener un mejor rumbo de la situación y de los

problemas de las artesanas a tratarse con la observación y la utilización de técnicas de investigación la entrevista para la obtención de datos e información reales del campo de estudio, lo cual le da a la investigación la convicción de ser verídica porque lo que se va a describir, analizar la realidad del objeto de estudio y a indicar además, la determinación del grado de profundidad que posee la investigación en relación a los habitantes de la Provincia de Santa Elena, donde se tomará en cuenta las opiniones de cada ente.

El desarrollo del presente trabajo es de utilidad para la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías del cantón La Libertad y sus resultados es brindar facilidades direccionado a impulsarla diversificación de productos artesanales y a la incrementación de sus competencias.

El presente trabajo consiste en un estudio de factibilidad para la creación de un centro de Exhibición para la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías, ocasionado un impacto positivo porque daría solución a las diversas problemáticas, cuyo objetivo es orientar la viabilidad de la propuesta antes mencionadas, por lo consiguiente, el desarrollo de las artesanas del cantón La Libertad, estos son entes que son protagonistas del cambio para el desarrollo sustentable y sostenible de la provincia de Santa Elena.

## **Objetivo de la Investigación.**

### **Objetivo General.**

Elaborar un estudio de Factibilidad considerando el estudio de mercado y los aspectos económicos, financieros, que oriente la viabilidad de la creación de un centro de Exhibición para la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías del Cantón la Libertad, provincia de Santa Elena.

## **Objetivos Específicos.**

- Fundamentar teóricamente los elementos del estudio de factibilidad mediante consultas bibliográficas para una efectiva comprensión del tema de investigación.
- Determinar el Proceso Metodológico mediante métodos, técnicas e instrumentos de investigación que facilite el desarrollo de la investigación.
- Establecer los procesos administrativos para la creación del centro de exhibición en el cantón La Libertad, mediante el cumplimiento de sus requisitos.
- Identificar las técnicas de elaboración de las artesanías, mediante un estudio técnico de esta manera facilitar el proceso del proyecto.
- Elaborar los instrumentos a través de la Operacionalización de las variables para la recolección de información del objeto de estudio.
- Elaborar la propuesta de Estudio de Factibilidad considerando el estudio de mercado y los aspectos económicos, financieros, que oriente la viabilidad de la creación de un centro de Exhibición para la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías del Cantón la Libertad, provincia de Santa Elena.

## **Hipótesis.**

¿El estudio de Factibilidad permitirá conocer mediante indicadores financieros la viabilidad de la creación de un Centro de Exhibición para la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías del Cantón la Libertad, Provincia de Santa Elena?

## **Operacionalización de las Variables.**

La Operacionalización de las variables son aquellas propiedades que se dan dentro de las características o peculiaridades y que estas son apropiadas de medir y de observar dicho evento, las variables muestran los aspectos relevantes del fenómeno que se estudia y conlleva a considerar la relación directa del problema del objeto de estudio.

Ante esta situación se seleccionan las técnicas e instrumentos que proporcionan información válida para la ejecución del problema de estudio con el propósito de analizar las situaciones pertinentes.

Analizar el Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Exhibición para la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías del Cantón la Libertad, Provincia de Santa Elena, Año 2014

**Variable Independiente.-** Estudio de Factibilidad

**Variable Dependiente.-** Creación de un Centro de Exhibición para la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías del Cantón la Libertad, Provincia de Santa Elena.

**CUADRO 1: Operacionalización de las Variables.**

| <b>OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES</b>  |   |  |  |  |
|---|---|--|--|--|
| <b>VARIABLES</b>  | <b>DEFINICIÓN</b>   | <b>DIMENSIÓN</b>   | <b>INDICADORES</b>   | <b>ÍTEMS</b>   |
| <p align="center">VARIABLE<br/>INDEPENDIENTE</p> <p align="center">ESTUDIO<br/>DE FACTIBILIDAD</p>  | <p>Sirve para recopilar información de datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto, en base a ello tomar la mejor decisión de la investigación del estudio.</p> | <p>Estudio<br/>de Mercado</p> <p>Estructura Jurídica</p> <p>Estudio Técnico</p> <p>Estudio<br/>Económico-<br/>Financiero</p> | <p>Análisis de la Oferta</p> <p>Objetivo de la Investigación</p> <p>Constitución de la Compañía</p> <p>Análisis y determinación de la<br/>localización óptima del proyecto</p> <p>Requerimientos físicos para el correcto<br/>funcionamiento del proyecto</p> <p>Activos Tangibles e Intangibles</p> <p>Indicadores Financieros.</p> | <p>¿Qué población objetiva considera en este estudio?</p> <p>¿Qué aspectos legales consideran en la constitución?</p> <p>¿Cuál sería el tamaño óptimo de una empresa?</p> <p>¿Cómo encontrar la factibilidad de un proyecto?</p> |
| <p align="center">VARIABLE<br/>DEPENDIENTE</p> <p align="center">CREACIÓN DE UN CENTRO DE<br/>EXHIBICIÓN<br/>PARA LA ASOCIACIÓN DE MUJERES<br/>EXPENDEDORAS DE ARTESANÍAS DEL<br/>CANTÓN LA LIBERTAD.</p> | <p>Es un establecimiento dedicado a la elaboración y comercialización de artesanías, con la finalidad de mejorar el ingreso de cada una de las socias</p>             | <p>Recursos para el</p> <p>Centro de Exhibición</p> <p>Mercado</p> <p>Producto</p> <p>Precio</p>                             | <p>Producto a ofrecer</p> <p>Investigación de Mercado</p> <p>Variedades de Productos</p> <p>Tamaño y diseño del producto</p>   | <p>¿Qué producto tiene más salida?</p> <p>¿Cuáles son los posibles clientes?</p> <p>¿Al comprar el producto considera la calidad?</p> <p>¿Cuáles son los costos del producto?</p>  |

**Fuente:** Operacionalización de las Variables  
**Elaboración:** Yenesty Morales Quijije

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO:**

#### **1.1. ANTECEDENTES DE LAS BISUTERÍAS ARTESANALES.**

Las bisuterías es todo un arte, pero hay que recalcar que como arte tiene su historia, la bisutería no es la excepción. La bisutería ha existido desde ya muchos siglos, desde hace 300 años.

Al principio durante el año 1700 la bisutería se realizaba con vidrios y comenzó a recibir importancia casi un siglo después, fue entonces cuando la bisutería empezó en auge y emprendió a ser fabricada con materiales semi-preciosos a mediados del siglo XX durante la revolución industrial, la nueva clase media estaban deseosos de poseer hermosas joyas de un modo más económico y la bisutería era la mejor opción para poder obtener preciosas joyas de fantasías.

Alcanzó mucha popularidad debido a que muchos diseñadores utilizaban este arte, para embellecer sus pasarelas; hoy en día debido a su gran popularidad y sus precios económicos muchas mujeres se vuelcan a obtener la bisutería artesanal. Un detalle muy importante que debemos recalcar, es como la bisutería ha llegado a ser tan popular en nuestros días. Hoy en día debido a la ingeniería y las nuevas tecnologías lograron la denominada “belleza inteligente” es decir elaborar bisutería con materiales preciosos a muy bajo costo.

La Provincia de Santa Elena es una provincia con un amplio sector artesanal que se caracteriza por pequeñas economías de sustentos familiar, la producción que realizan las artesanas se enfocan en mayor volumen en la provincia, la variedad de productos elaborados por dichas artesanas se direccionan a mercados establecido, debido a que no poseen un mejor lugar las clientas que adquieren el producto no siempre visitan los locales ya que es un espacio reducido.

Los mercados a los que se direccionan las artesanías de la provincia no han sido estudiados por lo que no se establecen estudios que los direccionen a un lugar o sitio oportuno para la elaboración de los diferentes tipos o diseños de artesanías.

Las artesanías que elaboran el producto lo realizan en sus lugares de residencias el mismo que lo utilizan para originar todas las actividades antes mencionadas, en su mayoría, otras artesanías direccionan sus productos a otros mercados del país por contar con pequeños establecimientos que le permite llamar la atención a clientes que hacen de estas oportunidades empresariales.

El estudio de factibilidad sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación, es un conjunto de técnicas de planificación que se aplican al análisis económico de las inversiones productivas y de las actividades de interés social, para lograr la utilización racional y eficiente de los escasos recursos disponibles, en la producción de bienes o servicios que satisfagan las necesidades de la población, en un determinado contexto político, económico, social y cultural.

### **1.1.1 Reseña Histórica del Cantón La Libertad.**

Gobierno descentralizado del cantón La Libertad (2011): La Libertad tenía, y tiene todavía, una geografía muy accidentada. Había en su territorio "huecos", cerros como Engoroy, quebradas, esteros y pequeñas represas naturales de agua. De allí proviene el adjetivo de agujereada y la denominación "La Hueca". Entonces al crearse el Registro Civil, como resultado de la transformación liberal de 1895, quienes nacieron en La Libertad, en las primeras décadas de este siglo, declaraban ser naturales del recinto La Hueca.

Este hermoso cantón de la provincia de Santa Elena, posee una interesante tradición en lo relacionado con su denominación. Su territorio está situado en un lugar privilegiado en la Bahía de Santa Elena, contiguo a un conjunto pintoresco formado por rocas.

### **1.1.2 Organización Territorial del Cantón La Libertad.**

INEC (2010): Según el VI Censo de la población realizado por el INEC en el 2.001, el Cantón La Libertad contaba con una población de 77.646 habitantes, creciendo a una tasa de 3,5%. Actualmente y de acuerdo al Censo de noviembre del 2.010 la población es de 95.942 habitantes; de los cuales 47.912 son mujeres y 48.030 son hombres, existiendo una baja en la tasa de crecimiento de la población, ubicándose en este nuevo periodo intercensal en el 2,16%; población que distribuida en el territorio representa una densidad poblacional de 3.747 habitantes por Km<sup>2</sup>.

La población del cantón es mayoritariamente joven, menor de 20 años, 41.938, que representa el 43,71 % de la población del cantón La Libertad, con una alta tasa de fecundidad, para jóvenes entre 12 y 19 años es de 31.34% y para las jóvenes entre 19 y 25 es de 43.42 %. El nivel de instrucción de la población en el área del proyecto es mayoritariamente secundario, es decir, posee una instrucción media.

Existe una deficiencia en la provisión de servicios para la población. El saneamiento ambiental, agua segura, energía eléctrica y telefonía convencional, son servicios a los cuales no tienen acceso todos los segmentos poblacionales de la urbe, especialmente de los sectores urbanos marginales.

La población que se ubica en el centro urbano, es mejor dotada de los servicios básicos, sobre todo en el sector céntrico y hacia el oeste de la Refinería La Libertad, de igual manera cuenta con un sistema de salud y de educación bastante amplio, sin embargo, no cubre todas las demandas de la población. En cuanto a los niveles de incidencia de la indigencia, en cambio, lucen relativamente bajos.

En lo educativo la presencia de la Universidad Península de Santa Elena, UPSE marca nuevas expectativas para la juventud del cantón y cambia el nivel de migración de los jóvenes para realizar sus estudios universitarios en Quito o Guayaquil.

La Libertad tiene una población de 47912 habitantes (mujeres) netamente urbana que está representada con un amplio sector artesanal, por ende las personas no tienen un lugar adecuado para realizar las diferentes clases de artesanías, por ello es la falta de emprendimiento de parte de los habitantes, ya que por eso no se desarrollan las habilidades y destrezas que poseen.

En el aspecto económico, La Libertad es el centro de acopio para la actividad turística de la Provincia de Santa Elena, principalmente de alimentos (hoteles, almacenes, tiendas, restaurantes), constituyéndose el comercio en el sector de mayor crecimiento en el cantón, su movimiento es muy dinámico brindando trabajo a la población durante el año, aunque en su mayoría se trata de un comercio informal, que ocasiona un desorden en la ciudad.

Las actividades turísticas asimismo y aunque en menor escala, están siendo potencialmente destinadas hacia el entretenimiento y diversión.

En la industria, la refinería de petróleo de La Libertad constituye una actividad que aporta con sus derivados al país, y genera fuentes de trabajo para sus habitantes.

### **1.1.3 Características Demográficas del Cantón La Libertad.**

Gobierno descentralizado del canton la libertad (2010): La Libertad se muestra ubicada en la parte más occidental de la Provincia de Santa Elena, entre los cantones de Santa Elena y Salinas, que sin duda alguna es la parte más occidental del Ecuador y aún de la América del Sur, partiendo desde el Canal de Panamá, siendo superado únicamente en longitud geográfica por punta Peña negra en Perú.

### **LIMITES.**

Gobierno descentralizado del cantón la libertad (2010): **AL NORTE:** Desde el término del carretero que une la Represa VELASCO IBARRA con el

sitio Punta Suche, en la Bahía de Santa Elena, por la línea de Costa hacia el Este, hasta la desembocadura del Estero Murciélago.

**AL ESTE:** Del Estero Murciélago, aguas arriba, hasta sus nacientes. De estas nacientes la línea imaginaria al Sur, hasta alcanzar la confluencia de los ríos Hondo y Pinargoti.

**AL SUR:** Desde la confluencia de los ríos Hondo y Pinargoti, la línea latitudinal al Oeste, pasando por los campamentos mineros de San Francisco y Achallán, alcanza la bifurcación de los carreteros que conectan el sitio Punta de Suche, con Punta Carnero y el sitio Punta de Suche con la Represa Velasco Ibarra.

**AL OESTE:** Desde este punto de bifurcación de los carreteros indicados, sigue por la carretera hacia el norte, hasta alcanzar el sitio Punta de Suche en la Bahía de Santa Elena.

### **Hidrografía del Cantón La Libertad.**

Gobierno descentralizado del cantón La Libertad (2010): La Libertad está situada en un lugar privilegiado de la Bahía de Santa Elena, contiguo a un conjunto pintoresco de rocas denominado geográficamente La Caleta, en el que la naturaleza ha construido un hermoso arco.

Fue habitada desde tiempos prehistóricos, pues en ella se hallan restos cerámicos en capas superpuestas que pertenecieron a diferentes culturas precolombinas. La topografía es bastante irregular debido a que existen dos *divortium aquarum* que pasan aproximadamente por el eje longitudinal de la ciudad, dividiéndola en dos partes iguales en superficie.

### **CLIMA.**

En resumen, el clima de La Libertad es seco, con escasas precipitaciones pluviométricas que promedian los cien milímetros para los últimos años, considerando los valores extremos anuales de 8,9 para 1.968 y 299 milímetros en 1971.

## CARTOGRAFÍA.

Gobierno descentralizado del cantón La Libertad (2010): En los archivos de CELIR, Comisión Especial de Límites Internos de la República, están los planos cartográficos elaborados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, con el debido señalamiento y nomenclatura de sus principales servicios básicos, a través de los cuales se podrá claramente apreciar el crecimiento poblacional, su poder económico, su infraestructura debida y suficiente, que hace al planteamiento de CANTONIZACIÓN de La Libertad, lógico, real, coherente y necesario.

El INEC. Nos asegura que la provincia de Santa Elena tiene una población de Santa Elena es de 308.693 habitantes de acuerdo al censo de población y de vivienda del año 2010.

**CUADRO 2: Población de Santa Elena.**

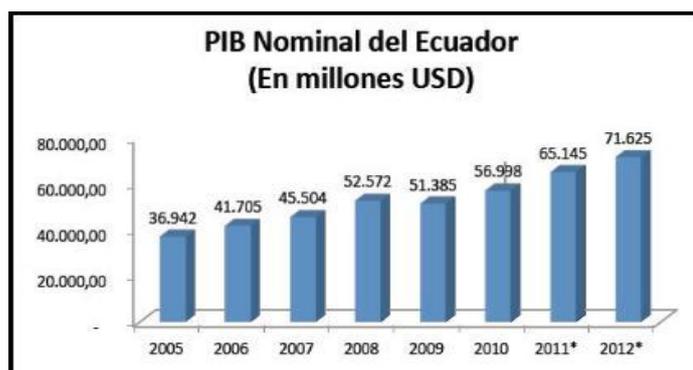
| <b>Cantones</b> | <b>Hombres</b> | <b>%</b>    | <b>Mujeres</b> | <b>%</b>    | <b>Total</b>   |
|-----------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|
| La Libertad     | 48.030         | 30,6%       | 47.912         | 31,6%       | 95.942         |
| Salinas         | 35.436         | 22,6%       | 33.239         | 21,9%       | 68.675         |
| Santa Elena     | 73.396         | 46,8%       | 70.680         | 46,6%       | 144.076        |
| <b>Total</b>    | <b>156.862</b> | <b>100%</b> | <b>151.831</b> | <b>100%</b> | <b>308.693</b> |

**Fuente:** Elaborado por el Inec. 2010  
**Elaborado por:** Yenesty Morales

## 1.1.4 Análisis Económico.

### 1.1.4.1 PIB del Sector Artesanal.

**CUADRO 3: PIB Nominal Del Ecuador.**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Yenesty Morales

El PIB expresa en valor monetario el nivel de crecimiento que ha tenido durante los últimos cinco años, debido a la producción de bienes y servicios que se realizan en el país, lo cual permite determinar un mejor desarrollo económico en el sector.

### 1.1.4.2 Inflación.

**TABLA 1: INFLACIÓN.**

| MES    | VALOR |
|--------|-------|
| ENE-13 | 4,10% |
| FEB-13 | 3,48% |
| MAR-13 | 3,01% |
| ABR-13 | 3,03% |
| MAY-13 | 3,01% |
| JUN-13 | 2,68% |
| JUL-13 | 2,39% |
| AGO-13 | 2,27% |
| SEP-13 | 1,71% |
| OCT-13 | 2,04% |
| NOV-13 | 2,30% |
| DIC-13 | 2,70% |
| ENE-14 | 2,92% |

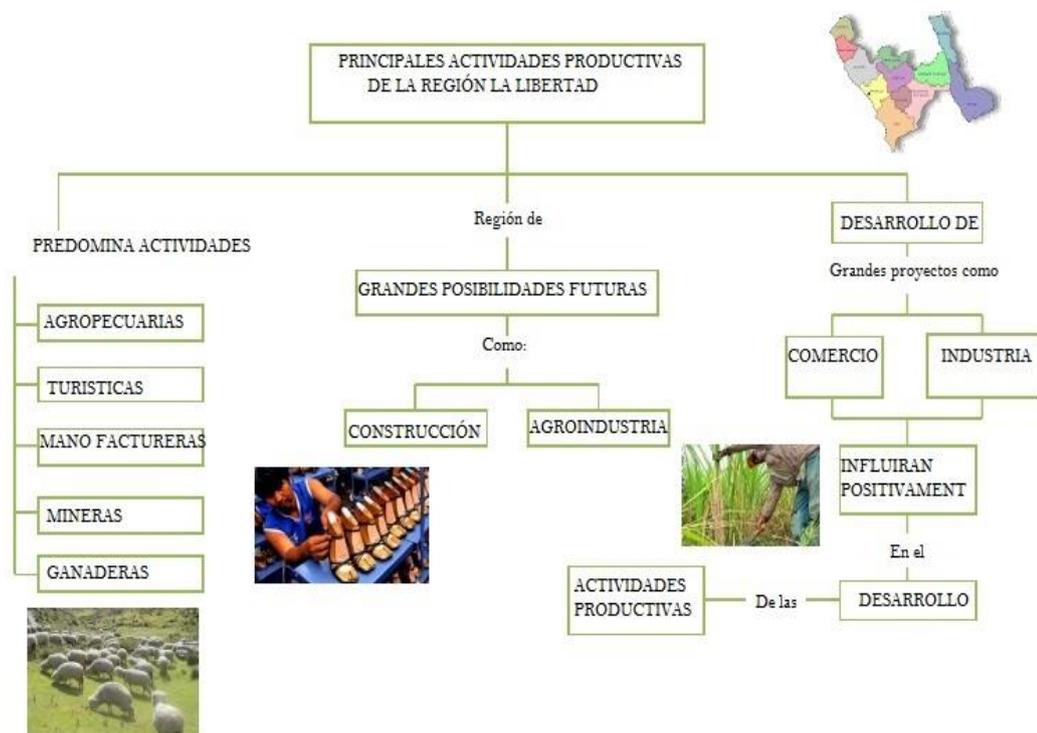
Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Yenesty Morales Quijije

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

### 1.1.5 Relación de Género en las Actividades Productivas del Cantón La Libertad.

La Relación de género es muy equitativa ya que realizan sus actividades por igualdad, en diferentes mercados en la lleva al sector a imponer un nuevo conjunto de criterios para valorar y fijar precios a una variedad de actividades económicas y sus productos, para generar grandes sectores de la economía nacional y de esta manera se han sustentado un importante cambio en la organización de género.

**CUADRO 4: Actividades Productivas.**



**Fuente:** Actividades Productivas del Cantón La Libertad  
**Elaborado por:** Yenessy Morales Quijije

### **1.1.6 Desarrollo del Área en Empresarial del Cantón la Libertad.**

El Centro de Exhibición de Artesanías es una actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes o la prestación de servicios, en las que predominan el trabajo manual, resultado del conocimiento o habilidad en algún arte u oficio que pueda realizar las artesanas dentro del Centro donde se exhibirán los diferentes modelos y diseños que desarrollaran las artesanas, generalmente como una actividad principal y con cierto grado de sostenibilidad que cuentan con posibilidades de desarrollo competitivo.

Los artesanos cada día vienen fortaleciendo su capacidad creativa que ven reflejados en nuevos productos por su originalidad y manifestación cultural. Sobre estos principios se encontraron las siguientes líneas artesanales.

- Tallados en madera
- Bisutería en general
- Artesanía amazónica
- Trabajos en resina
- Tallados en coco
- Tejidos en hilo
- Otras líneas artesanales no especificadas

### **1.1.7 Actividades Tradicionales del Cantón La Libertad.**

La mayoría de las socias realizan sus actividades de producción de bienes totalmente a mano y con ayuda de herramientas manuales e incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado.

Las artesanías que se generan en el Cantón La libertad son productos de la utilización de recursos naturales que generosamente brinda la naturaleza, estos son

manejados adecuadamente, tratando de proteger y preservar cada una de las especies porque por ella se sustenta el futuro en la artesanía de la Provincia.

#### **1.1.8 Procedencia de la Materia Prima (Chaquira, Chaquirón, Checa.)**

Las artesanías se las encuentran de nuestro país se elaboran aún con materias primas de origen natural, Por tal razón, un diagnóstico de las artesanías es parte de las tareas que permiten evaluar el impacto de las actividades humanas sobre la adversidad.

Antiguamente había un uso racional de las materias primas de origen natural que se utilizaban para hacer artesanías. Actualmente los artesanos se encuentran en transición de una economía comercial cada vez más extendida, por lo que la producción de artesanías para la venta se ha disparado, provocando a su vez alguna de los recursos naturales.

#### **1.1.9 Formas de Organización Colectiva de las Artesanas.**

La forma de mejorar la situación de las artesanas, ha logrado que en la actualidad existan asociaciones y otras formas, todas con un fin económico. La producción de las Artesanías la realizan desde sus casas, pero en la actualidad son promocionadas en las diferentes cantones de la Provincia de Santa Elena, entre ellos están ubicados en el malecón en tiempos de feriados, también son vendidas en la Zona Norte.

### **1.2. RECURSOS DEL ÁREA PARA EL CENTRO DE EXHIBICIÓN DE ARTESANÍAS.**

#### **1.2.1. Recursos para la construcción del Centro de Exhibición de Artesanías.**

Aunque no se conoce con exactitud el origen de las artesanías manuales, se conoce que existe desde el tiempo de la prehistórica, debido a los hallazgos realizados de artesanías elaboradas manualmente sin la intervención previa de algún tipo de maquinaria.

Las artesanías comprenden esencialmente obras y trabajos realizados de forma manual en la que no interviene ningún tipo de máquinas.

Normalmente es un producto decorado de uso común y cada pieza es diferente a las demás, y distinta al trabajo industrial. Las personas que se dedican a esta actividad se le denominan artesano o artesano de acuerdo al género.

También se considera a la artesanía como un término medio entre el diseño y el arte, siendo uno de los oficios tradicionales en que las artesanas tienen un papel destacado. Uno de los principales problemas de las artesanías es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales.

Otra dificultad para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que es una forma característica de la artesanía, que se elaboran en sus casas y existe la poca capacidad de llegar al mercado. Es importante el movimiento turístico nacional y extranjero en los múltiples balnearios, ya que han permitido mantener y desarrollar la actividad productiva artesanal de la cual viven muchas familias residentes en el Cantón.

### **Centro de Exhibición.**

McCarthy Jerome (2009). El centro de exhibición tiene como finalidad la promoción y el desarrollo de comercializar el producto en beneficio de la economía de las personas que lo integran, ayuda a la generación de ingreso con el fin de brindar la venta permanente a los habitantes y turistas de la ciudad de esta manera tengan la posibilidad de comprar artesanías.

### **¿Qué son los Centros de Artesanías?**

Mariño Wilson (2010). Son instalaciones administradas por un comité que cumplan la función de concertar o reunir la materia prima, para que puedan competir en cantidad y calidad, los mismos están equipados.

Para efecto denominamos al centro como la elaboración y producción de artesanías.

### **1.2.2. Clasificación de los Recursos del Área Artesanal del Cantón La Libertad.**

A continuación, se desarrolló una breve clasificación de las artesanías de acuerdo a los materiales que las artesanas utilizan para su diseño.

Chaquirón

Chaquira

Checa

Perlas

Murano

Cristales

Pepas plásticas.

### **1.2.3. Sector Artesanal.**

El desarrollo de la industria artesanal está en función en competir en los mercados con otros materiales; entre ellos la tagua, coco, ya que continuamente están mejorando sus productos es por eso que el producto que utilizan las artesanas (chaquira, chaquirón, checa, perlas, Murano, cristales y pepas plásticas), deben de ser competitivo, tanto en el precio como en calidad.

## **1.3 MARCO LEGAL.**

### **1.3.1 Constitución de la República del Ecuador.**

Dentro del ámbito del marco legal de dicho estudio, la constitución vigente del Ecuador está incluida como una de los principales mandatos con las que se debe cumplir y aplicar en el momento de ejecutar el proyecto en sí, por lo que se examinan los artículos que más énfasis hacen en relación al tema en estudio, los cuales son los siguientes:

**Art. 304.-** La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

- Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
- Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
- Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
- Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
- Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
- Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

### **1.3.2 Plan del Buen Vivir.**

Al examinar el Plan Nacional del Buen Vivir, se puede constatar que también es una medida reguladora la cual ingresa en función ya que por medio de este Plan el Gobierno ha establecido parámetros para lograr el buen vivir de las personas, a continuación se muestra el objetivo en el cual se ve inmerso el tema de estudio para cumplir y aplicar, lo cual expresa lo siguiente:

Los Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir a los que el proyecto contribuye son:

- Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad, los derechos y la Justicia
- Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible
- Construir un Estado democrático para el Buen Vivir.

### **1.3.3 Plan Nacional de Desarrollo.**

#### **OBJETIVO 11: ESTABLECER UN SISTEMA ECONÓMICO SOCIAL, SOLIDARIO Y SOSTENIBLE.**

La Constitución del 2008 establece que el sistema económico ecuatoriano es social y solidario; ésta no es una caracterización exacta de la realidad actual sino un gran objetivo a alcanzar. Se abre, de este modo, una etapa de transición que deberá partir de un sistema marcado por la hegemonía capitalista neoliberal, que profundizó la concentración de la riqueza, la pérdida de soberanía, la privatización, la mercantilización extrema, las prácticas especulativas y depredadoras de los seres humanos, de los pueblos y de la naturaleza, para llegar a un sistema económico soberano regido por el Buen Vivir, que supere estas injusticias y desigualdades.

La centralidad asignada al Buen Vivir y a la soberanía alimentaria y económica lleva a reubicar fines y medios del sistema económico. El fin es la reproducción de ciclos de vida, en su sentido integral, y el logro de equilibrios entre producción, trabajo y ambiente, en condiciones de autodeterminación, justicia y articulación internacional soberana. Esto supone cambios en todo el ciclo económico: producción, reproducción, distribución y consumo; y determina el tránsito hacia una nueva matriz productiva: de un esquema primario exportador y extractivista a uno que privilegie la producción diversificada y eficiente, así como los servicios basados en los conocimientos y la biodiversidad: ecoturismo y biomedicina por ejemplo.

La transición se hace viable a partir del reconocimiento y potenciación de las bases que ya existen en nuestra economía: formas o lógicas diversas de producción y reproducción, casi siempre comprometidas con el logro del sustento material de las personas y las colectividades. La diversidad económica, como clave de la transición, es indisociable de una democratización económica que

abarca varias dimensiones: acceso a recursos en condiciones equitativas; revalorización y fortalecimiento de actores, territorios, procesos y relaciones económicas –especialmente de aquellos que han afrontado sistemáticamente desventajas que determinan su empobrecimiento; y participación directa en la toma de decisiones.

La acción del Estado no sólo como ente regulador de la economía sino como redistribuidor y protagonista directo de la actividad económica—es una condición indispensable para la justicia económica y el tránsito hacia otro modelo. Se trata de acciones y procesos, tales como la desprivatización y el control público de recursos e infraestructura –estratégico y fundamental–, como sustento material de la vida y como fuente de riqueza social; la planificación de la economía endógena para el Buen Vivir; la inversión y las compras públicas, orientadas a crear condiciones productivas y a estimular a sectores y territorios en situación de desventaja; la ampliación y consolidación de empresas y servicios públicos; y el impulso de una integración regional y económica en condiciones beneficiosas para el país.

Como parte del ciclo económico, y en el marco de una conciencia social y ambiental, se requieren políticas activas en torno al consumo. Resulta urgente la generalización de patrones de consumo responsables para, de ese modo, fortalecer la soberanía alimentaria y la economía endógena.

## **POLÍTICAS.**

**11.1.** Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción.

**11.2.** Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.

**11.6.** Diversificar los mecanismos para los intercambios económicos, promover esquemas justos de precios y calidad para minimizar las distorsiones de la intermediación, y privilegiar la complementariedad y la solidaridad.

**11.7.** Promover condiciones adecuadas para el comercio interno e internacional, considerando especialmente sus interrelaciones con la producción y con las condiciones de vida.

**11.8.** Identificar, controlar y sancionar las prácticas de competencia desleales, y toda violación a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos para fomentar la igualdad de condiciones y oportunidades en los mercados.

**11.10.** Promover cambios en los patrones de consumo, a fin de reducir su componente importado y suntuario, generalizar hábitos saludables y prácticas solidarias, social y ambientalmente responsables.

**11.11.** Promover la sostenibilidad eco sistémica de la economía a través la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia.

**11.13.** Promover el ahorro y la inversión nacionales, consolidando el sistema financiero como servicio de orden público, con un adecuado funcionamiento y complementariedad entre sector público, privado y popular solidario.

#### **1.3.4 Código Orgánico de la Producción**

#### **Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)**

**Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.-** La micro, pequeña y mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que

cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

## **Capítulo II**

### **De los Órganos de Regulación de las MIPYMES.**

**Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.-** El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- a) Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;
- b) Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;
- c) Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requiera para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;
- d) Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción

comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional;

- e) Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;
- f) Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;
- g) Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;
- h) Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;
- i) Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y,
- j) Las demás que establezca la Ley.

## **CÓDIGO DE TRABAJO.**

**Art. 8.- Contrato individual.-** contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

**Art. 12.- Contratos expreso y tácito.-** el contrato es expreso cuando el empleador y el trabajador acuerden las condiciones, sea de palabra o reduciéndolas a escrito. A falta de estipulación expresa, se considera tácita toda relación de trabajo entre empleador y trabajador.

## **Capítulo II**

### **De la capacidad para contratar.**

**Art. 35.- Quienes pueden contratar.-** Son hábiles para celebrar contratos de trabajos todos los que la ley reconoce con capacidad civil para obligarse.

**Art. 36.- Representantes de los empleadores.-** Son representantes de los empleadores los directores, gerentes, administradores, capitanes de barco, y en general, las personas que a nombre de sus principales ejercen funciones de dirección y administración, aun sin tener poder escrito y suficiente según el derecho común.

## **Capítulo IV**

### **De las obligaciones del empleador y del trabajador.**

**Art. 44.- Prohibiciones del empleador.-**Prohibiese al empleador:

- Imponer multas que no se hallaren previstas en el respectivo reglamento interno, legalmente aprobado;
- Retener más del 10% de la remuneración por concepto de multas;
- Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en el trabajo, o por cualquier otro motivo;
- Cobrar al trabajador interés, sea cual fuere, por las cantidades que le anticipe por cuenta de remuneración;
- Obligar al trabajador, por cualquier medio, a retirarse de la asociación a que pertenezca o a que vote por determinada candidatura;
- Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;

**Art. 45.- Obligaciones del trabajador.-** Son obligaciones del trabajador:

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;
- Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aun en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador;
- Observar buena conducta durante el trabajo;
- Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma normal;
- Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;

**Art. 46.- Prohibiciones al trabajador.-** Es prohibido al trabajador:

- a) Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de otras personas, así como de la de los establecimientos, talleres y lugares de trabajo;
- b) Tomar de la fábrica, taller, empresa o establecimiento, sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materia prima o artículos elaborados;
- c) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes;
- d) Portar armas durante las horas de trabajo, a no ser con permiso de la autoridad respectiva;
- e) Hacer colectas en el lugar de trabajo durante las horas de labor, salvo permiso del empleador;
- f) Usar los útiles y herramientas suministrados por el empleador en objetos

- distintos del trabajo a que están destinados;
- g) Hacer competencia al empleador en la elaboración o fabricación de los artículos de la empresa;
  - h) Suspender el trabajo, salvo el caso de huelga; e.
  - i) Abandonar el trabajo sin causa legal.

## **Capítulo V**

**Art. 47.- De la jornada máxima.-** La jornada máxima de trabajo será de 8 horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.

## **Capítulo VI**

**Art. 81.- Estipulación de sueldos y salarios.-** Los sueldos y salarios se estipularán libremente, pero en ningún caso podrán ser inferiores a los mínimos legales, de conformidad con lo prescrito en el artículo 117 de este Código.

**Art. 86.- A quien y donde debe pagarse.-** Los sueldos y salarios deberán ser pagados directamente al trabajador o a la persona por él designada, en el lugar donde preste sus servicios, salvo convenio escrito en contrario.

## **Ley de Defensa del Artesano.**

La Ley de Defensa del Artesano en el artículo 2, define a la actividad artesanal como la práctica manual para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con el auxilio de maquinaria, pero que predomina la actividad manual.

**Art. 7.-** Son deberes y atribuciones de la Junta Nacional de Defensa del Artesano:

- a) Velar por el estricto cumplimiento de la Ley y demás leyes conexas relacionadas con el desarrollo de la artesanía y la defensa de los artesanos.

b) Formular, de acuerdo con las Juntas Provinciales de Defensa del Artesano, los reglamentos correspondientes para la agremiación de las diversas ramas de artesanos; reglamentos que serán aprobados por el Ministerio de Relaciones Laborales, dentro del plazo improrrogable de treinta días contados desde su presentación y entrarán en vigencia a partir de su programación en el Registro Oficial.

### **1.3.5 Normas ISO.**

La familia de Normas ISO 9000 distingue entre requisitos para los sistemas de gestión de la calidad y requisitos para los productos. Los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad se especifican en la Norma ISO 9001. Los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad son genéricos y aplicables a organizaciones de cualquier sector económico e industrial con independencia de la categoría del producto ofrecido.

La Norma ISO 9001 no establece requisitos para los productos.

Los requisitos para los productos pueden ser especificados por los clientes o por la organización, anticipándose a los requisitos del cliente o por disposiciones reglamentarias.

Los requisitos para los productos y, en algunos casos, los procesos asociados pueden estar contenidos en, por ejemplo: especificaciones técnicas, normas de producto, normas de proceso, acuerdos contractuales y requisitos reglamentarios.

Un enfoque para desarrollar e implementar un sistema de gestión de la calidad comprende diferentes etapas tales como:

- Determinar las necesidades y expectativas de los clientes y de otras partes interesadas;
- Establecer la política y objetivos de la calidad de la organización;

- Determinar los procesos y las responsabilidades necesarias para el logro de los objetivos de la calidad;
- Determinar y proporcionar los recursos necesarios para el logro de los objetivos de la calidad;
- Establecer los métodos para medir la eficacia y eficiencia de cada proceso;
- Aplicar estas medidas para determinar la eficacia y eficiencia de cada proceso;
- Determinar los medios para prevenir no conformidades y eliminar sus causas;
- Establecer y aplicar un proceso para la mejora continua del sistema de gestión de la calidad.

Un enfoque similar es también aplicable para mantener y mejorar un sistema de gestión de la calidad ya existente. Una organización que adopte el enfoque anterior genera confianza en la capacidad de sus procesos y en la calidad de sus productos, y proporciona una base para la mejora continua.

## **1.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: Estudio de factibilidad**

### **1.4.1 Aspectos Generales de un Estudio de Factibilidad**

Según Ramírez E. (2007) Sostiene que “Permite determinar si se cuenta con el mercado suficiente para cumplir las proyecciones financieras de un negocio.

La complejidad de las decisiones de los negocios modernos exige un conocimiento confiable de los diversos mercados. La experiencia administrativa y los juicios son, por supuesto, ingredientes importantes para la toma de decisiones, pero deben reforzarse y expandirse con datos objetivos de investigaciones de campo sistemáticas. La investigación de mercados tiene una función específica: auxiliar en la planeación efectiva y la toma de decisiones en los mercados. Éstos pueden ser de muchos tipos e implican actividades de consumo, industriales, comerciales e institucionales. Los estudios de factibilidad tienen como objetivo determinar el potencial de mercado de productos o servicios.” Pág. # 44-45

El Estudio de Factibilidad es un análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio, desarrollo o implementación.

### **1.4.2 Etapas del Estudio de factibilidad**

El estudio de factibilidad para los proyectos de inversión se componen de:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio económico
- Estudio Financiero

#### **1.4.2.1 Estudio de Mercado.**

Gómez Marcelo M. (2006), dice que el estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Se responderá a la pregunta “¿existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva, el estudio de factibilidad continúa caso contrario se verá la posibilidad de un nuevo estudio más preciso y confiable; si el estudio hecho ya tiene esas características, lo recomendable sería detener la investigación.

El objetivo principal de un Estudio de Mercado es determinar cuatro elementos fundamentales en el proyecto:

- Cantidad a vender
- Características de los productos/servicios
- Estrategia Comercial
- Canales de comercialización/distribución).

## **Objetivos del Estudio de Mercado**

Como objetivo necesaria para la investigación de mercado es conocer la viabilidad del proyecto, es decir conocer la aceptación que va a tener el producto basándose en la necesidades de los clientes potenciales, estableciendo los gustos y preferencias de los posibles clientes, permitiendo así la creación de un Centro de Exhibición de Artesanías.

La información necesaria para la investigación de mercado se basa en obtener una clasificación en forma porcentual de los posibles clientes:

- Edad, género
- Conocimiento del producto
- Posicionamiento en la mente de los consumidores
- Nivel de aceptación del nuevo Centro de Exhibición de Artesanías
- Determinación de la ubicación geográfica del Centro de Exhibición de Artesanías.
- Analizar las atracciones de los posibles clientes por otro producto similar al que se le va a ofrecer.

Para alcanzar los objetivos antes mencionado el estudio de mercado deberá enfocar los siguientes factores:

**La Demanda:** Según (Córdova Padilla, 2006), reside en estudiar la evolución histórica y proyectada del requerimiento del producto mediante la ayuda de estadísticas. Pág. # 22.

Los elementos básicos en la determinación de la demanda son: los precios, los productos complementarios y sustitutos. La disminución del precio de un recurso puede provocar que este recurso sea utilizado más comúnmente como sustituto. Los sustitutos son aquellos que reemplazan al producto por ciertas características que el cliente solicite.

**La Oferta:** Según (Córdova Padilla, 2006), reside en establecer el vínculo entre la demanda y la forma en que ésta será cubierta por la elaboración o futura imagen que se pretende introducir en el mercado. Pág. 22

**Los canales de distribución:** Se trata de la forma en que el bien será distribuido a las clientas. Los aspectos referentes a la comercialización, y se dividen en variables.

- a) **Producto:** Analizar la forma de presentación, logotipo y marca así como la variedad en la presentación del contenido.
- b) **Precio:** Gastos y costos de distribución, almacenamiento e imagen de la empresa.
- c) **Publicidad:** La cantidad destinada en el presupuesto para la promoción del producto y su comercialización.

#### 1.4.2.2 Estudio Técnico

Según (Sosa Flores Miguel 2007), Se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base del cálculo financiero y la evaluación financiera del proyecto a realizar; y determinar la cantidad necesaria de maquinarias; los equipos e implementos, recursos humanos, etc. Pág. 23

Con el objeto de identificar los procesos productivos, proveedores de materia prima, la tecnología necesaria, la selección del personal idóneo para su cargo ya sea operativo ya administrativo, los sistemas de control tanto interno y externo.

Este estudio comprende los siguientes aspectos que a su vez son las partes que lo conforman:

**Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.-** La ubicación geográfica de las instalaciones de la organización, así como explicación técnica de dicha decisión. Este punto hace referencia del local al financiamiento

(Infraestructura, Tamaño, Ubicación), señala los aspectos técnicos como la capacidad de producción con que contará el centro, capacidad que será utilizada, localización de quipos.

**Requerimientos Físicos para el correcto funcionamiento del proyecto.-** Este punto señala los requerimientos físicos que serán necesarios para hacer funcionar el centro, como los edificios, terreno, equipos, herramientas, insumos o materia prima. Se describirán la organización interna de la institución, así como los distintos órganos de administración, especificando número de personal, experiencia, nivel académico y ubicación dentro de la organización.

#### **1.4.2.3 Análisis Económico**

Navarro Peter, (2010) El objetivo principal del estudio económico es determinar el presupuesto de ingresos, costos y gastos del proyecto, así como proyectar los Estados Financieros, con el fin de determinar datos relevantes que sirvan de parámetro para las decisiones acerca del mismo.

- **Inversión Fija (Activos Tangibles)**

Representan propiedades físicamente de la empresa que se han de utilizarse en un periodo determinado en las operaciones que se vaya a realizar, los valores de cada uno de ellos. Entre ellos tenemos.

**Muebles y Enseres.-** Son los mobiliarios como, mesas, sillas, escritorios, archivadores, perchas, modulares, etc.

**Equipo de Oficina.-** Son Computadoras, impresoras, teléfonos, sistema de alarmas, etc.

**Equipos contra Incendios.-** Extintores.

**Terreno y Edificio.-** Comprende el terreno, construcciones e infraestructura, como la inversión requerida para la implementación del local.

- **Activos Intangibles**

Hace referencia a la parte importante de la empresa, bienes inmateriales que contribuyen a un aumento en ingresos o utilidades que se desarrollaran en el curso normal de la empresa.

**Investigación y Desarrollo:** Corresponde al estudio del proyecto, e investigación de mercado, diseño del producto.

**Gastos de Constitución y Legalización:** Es la constitución legal de la empresa, obtención de licencias, permisos, etc.

#### **1.4.2.4 Análisis Financiero**

Hernández Carlos Evaristo (2009), considera en normalizar cada información de carácter monetario; con el fin de evaluar el proyecto y así determinar su rentabilidad, como los beneficios o pérdidas que se puede incidir al proyectar realizar una inversión. Y para lograr aquello es necesario analizar los siguientes elementos:

- Estado de Resultados o Estado de Perdida o Ganancias
- Balance General
- Estudios y proyectos
- Inversión total
- Depreciación y amortización
- Nómina

Así mismo indica que luego de haber obtenido las variables y los parámetros del proyecto desarrollado en los elementos anterior mente mencionados, se procede a evaluar los resultados. Para ello es necesario analizar:

- Punto de equilibrio
- Capital de trabajo
- Flujo de Caja
- Rentabilidad: Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Presente Neto (VPN)

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

En la presente se desarrolló la investigación de tipo cualitativa, la cual busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento. En otras palabras, se investigó el por qué y el cómo se tomó una decisión, en contraste con la investigación cuantitativa que responde a las preguntas tales como: cuál, dónde, cuándo, en los que se especifican las tareas que demanda la ejecución del propósito y el objetivo de estudio; el diseño combina teoría, metodología y técnicas.

Esta fase estuvo comprendida por los recursos técnicos que se emplearon para estudiar la información obtenida con el fin de conocerla en forma detallada, podemos determinar alternativas de acción específicas que permitan derivar soluciones óptimas para lograr los resultados deseados del Estudio.

#### **2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La modalidad del trabajo de titulación que se utilizó en esta investigación, es el de proyecto factible o de intervención, el mismo que de acuerdo a la definición por Yépez, E. (2005) expresa que Proyecto factible es:

La elaboración y el desarrollo de una propuesta del modelo operativo son viables, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades, puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos.

Para su formulación y ejecución debe apoyarse a las investigaciones de tipo documental, de campo o un diseño que incluyan ambas modalidades. Pág. 4.

Al aplicar el sistema de proyecto factible, la base teórica de la misma, es como una representación, que se fundamente primeramente en realizar el diagnóstico respectivo, para luego planear las estrategias y la fundamentación teórica que es la base fundamental del proyecto.

En la estructura del proyecto factible, debe constar las siguientes etapas: diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la investigación, procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del Proyecto.

Es un proceso que mediante la aplicación de métodos científicos procura obtener información relevante y fidedigna para extender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento. La investigación científica orientada a la resolución de problemas; sin embargo, no todo problema es científico, para lo cual debe reunir algunas condiciones, las cuales sirven a su vez de criterios de evaluación.

Según la definición expresada en la cita, el trabajo se encuadra como un proyecto factible porque según la formulación del problema comprende la elaboración de una propuesta a fin de solucionar un problema de una institución.

### **2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Para el presente proyecto se utilizó los siguientes tipos de investigación para llevar a cabo la recopilación de información:

#### **INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA**

Según Yépez E. (2005) manifiesta que “Esta modalidad de investigación tiene mayor incidencia en la formulación teórica, conceptualización de nuevos modelos de interpretación, a partir de la confrontación de las teorías existentes con los datos empíricos de la realidad”. Pág. # 3.

El trabajo requirió de fundamentos teóricos de autores, se solicitó la búsqueda de información mediante consultas bibliográficas de áreas diversas con analogía del trabajo de investigación, tales como: de estadísticas, finanzas, marketing, metodología de la investigación, para un estudio analítico a través de la lectura comprensiva, se revisó informes del INEC y trabajos de titulación.

## **INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

Según Yépez (2005) manifiesta que “Encontrándose entre estos: tipos, niveles, carácter, teniendo relación con los objetivos: Lugar, naturaleza, alcance, factibilidad, según su criterio realiza la siguiente clasificación: Exploratoria, descriptivo, explicativo y evaluativo” Pág. # 2.

Considerada como uno de los tipos de investigación, que permite el estudio sistemático del problema de estudio en el lugar de los acontecimientos. En la modalidad de investigación de campo, se utilizaron generalmente, la observación, y las encuestas, entre las más esenciales, sin dejar de descartar aquellas técnicas que nos permitieron afianzar las posibilidades de mejoramiento de la información para la propuesta.

### **2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Los métodos empleados en el presente trabajo fueron:

#### **Método de la Observación**

Según Méndez C. (2006) Proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad; es advertir los hechos como se presentan, de una manera espontánea, y consignarlos por escrito”.

#### **Método Inductivo**

Según Méndez C. (2006), Proceso de conocimiento que se inicia por las observaciones de fenómenos o hechos particulares con el fin de llegar a formular conclusiones generales del objeto de estudio”.

### **Método Deductivo**

Según Carlos Méndez (2006); Proceso de conocimiento y a la vez se inicia con el estudio de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general”

### **Método de Análisis**

Según Méndez C. (2006), “Proceso de conocimiento, inicia con la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. Se establece relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación”

## **2.5 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

El éxito de la investigación depende de la calidad de la información que se adquirió, tanto de las fuentes primarias como de las secundarias así como del procesamiento y presentación de la información, para llevar a cabo una adecuada interpretación de resultados, y así analizar las respectivas conclusiones y recomendaciones del proyecto.

### **LA FUENTE PRIMARIA**

Es muy necesaria para la investigación, ya que se obtuvo directamente de los artesanos del Cantón la Libertad, a través de una investigación directa en donde se obtuvo información relevante sobre el tema, la misma que se utilizó las siguientes técnicas:

**Entrevista:** Es la comunicación interpersonal establecida entre las socias, al fin de obtener respuestas verbales sobre el problema propuesto. Se considera que este método es muy eficaz porque permite obtener información cualitativa.

**Observación:** Es un proceso cuya función es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración. El observador debe incorporarse sin llamar la atención con una manera de actuar, respetando las convenciones sociales del grupo a trabajar; consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar, este caso las razones de un centro de Exhibición de Artesanías en el Cantón La Libertad.

**Encuesta:** Según Méndez Carlos (2006) “La recolección de información a la vez permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos en relación con su objeto de investigación” Pág. # 252.

Para ello se procedió a entregar los cuestionarios a los Turistas, Habitantes de la Libertad, Asociaciones, Directivos.

## **LA FUENTE SECUNDARIA**

Lectura científica de textos y revistas, en estos se consultaron diferentes clases de autores de textos especializados en ventas, estudio de factibilidad, formulación y evaluación de proyectos.

Documento de Internet, este permitió recopilar información, los servidores como Google, Yahoo y otras páginas web que nos permitieron indagar en temas relacionados al desarrollo de la información y este a la vez facilitó el desarrollo del proyecto a ejecutar, así mismo fue necesario para la elaboración del marco teórico, tener referencia de la investigación, como respaldo para fuentes fidedignas y confiables. Estas bibliografías facilitaron el desarrollo del proyecto a ejecutar, tener referencia de la investigación, como respaldo para fuentes fidedignas y confiables, de la misma manera, se utilizaron datos estadísticos del INEC

## **2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Con la finalidad de dar respuestas a los objetivos planteados en la investigación, se diseñó un instrumento que permitió recoger información de la Directiva, Socias y los clientes del Cantón la Libertad de la Provincia de Santa Elena, para ello se utilizó la técnica de la encuesta, y se diseñó un cuestionario, el mismo que consta en el anexo, con preguntas cerradas y con aplicación de la escala de tipo Likert.

### CUADRO 5: Etapas y Pasos del Instrumento

| ETAPAS                             | PASOS   |
|------------------------------------|---|
| <b>DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS</b> | Revisión y análisis del problema de investigación.<br>Definición del propósito.<br>Revisión Bibliográfica.<br>Consulta a expertos.<br>Determinación de la población.<br>Determinación de los objetivos. |
| <b>DISEÑO DEL INSTRUMENTO</b>      | Construcción de los ítems.<br>Estructura.<br>Redacción.   |
| <b>ENSAYO –PILOTO</b>              | Entrega del instrumento.<br>Revisión.<br>Aplicación.  |
| <b>ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO</b> | Impresión del Instrumento   |

**Fuente:** Etapas y pasos del Instrumento.  
**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

El estudio de diagnóstico se lo realizó a través del cuestionario, aplicados a la Directiva, Socias y Clientes del Cantón la Libertad de la Provincia de Santa Elena, Los ítems, tuvieron el propósito de recolectar información sobre los Artesanos. Previamente a la aplicación se efectuó la prueba piloto y el juicio de expertos.

La muestra seleccionada fue individual, Clientas 481, Socias 27 y Directivos 4, del Cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena. Las respuestas fueron cerradas en un 99% del tipo Likert, de tal manera que el investigado marque con una (x), la respuesta que el creyera conveniente.

Siempre: 5

A Menudo: 4

A Veces: 3

Casi Nunca 2

Nunca: 1

## **VALIDEZ Y CONFIABILIDAD**

La validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende investigar, Kerlinger (2007), asegura “que el procedimiento más adecuado es el de enjuiciar la representatividad de los reactivos en términos de los objetivos de la investigación a través de la opinión de los especialistas” (pág. #132). En cambio, Hernández (2003), sostiene que la validez, es el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir (pág. # 346)

La validez considerada en el instrumento, se relaciona con la validez de contenidos que constituye el grado en el cual una prueba está en consonancia con los objetivos de la investigación y del planteamiento del problema. Considera además la vinculación de cada uno de las preguntas con el proceso de operacionalización de las diferentes variables de estudio.

Un instrumento puede ser confiable pero no válido, la validez y confiabilidad del instrumento se lo realiza en base a su contenido, criterio y constructo. Diferentes son los factores que afectan la validez y confiabilidad de un instrumento, la improvisación, instrumentos desarrollados con características diferentes a los objetivos de la investigación, instrumentos inadecuados, condiciones de aplicación, la falta de adecuación a las características del encuestado o que él mismo haya sido hecho para otro contexto, por ello el instrumento debe ser confeccionado evitando estos aspectos. A fin de cumplir los requisitos técnicos de validez y confiabilidad se realizó las siguientes tareas:

Se consultó a expertos y especialistas en elaboración de instrumentos tomando en cuenta las variables, Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Exhibición para los Artesanos del Cantón La Libertad Provincia de Santa Elena.

Con la orientación del juicio de 2 expertos se elaboró el primer instrumento, la misma que contenía 15 ítems. Los validadores que actuaron en calidad de

expertos, señalaron las correcciones y recomendaciones que se deben considerar en la elaboración del instrumento, para ellos existió la necesidad de entregar los siguientes documentos:

- Carta de presentación, instructivo y formularios para registrar la correspondencia de cada ítems con los objetivos de la investigación, calidad técnica, representatividad y lenguaje utilizado.
- Objetivos del instrumento, planteamiento del problema, definiciones conceptuales de las variables, matriz de operacionalización de variables, objetivos de la investigación, e instrumento a ser validado. Estos instrumentos constan en Anexos.

A continuación se presenta el cuadro resumen de las opiniones y observaciones realizadas que sirvieron de base para la elaboración definitiva del instrumento.

**CUADRO 6: Validez y Confiabilidad**

| <b>CORRESPONDENCIA DE ÍTEM<br/>OBJETIVO, CALIDAD TÉCNICA Y LENGUAJE</b> |                   |  |
|---|-------------------|--|
| <b>ÍTE<br/>M</b>  | <b>COR<br/>R.</b> | <b>OBSERVACIONES</b>   |
| 1   | R                 | El ítem no evalúa la gestión empresarial sino el aspecto personal, requiere modificación |
| 3   | R                 | Considera el aspecto personal y no toma en cuenta la organización, requiere modificarlo. |
| 5   | R                 | No se considera el desempeño en la institución. Modificarlo                              |
| 8   | R                 | La evaluación es personal y no considera la institución. Modificarlo                     |
| 11  | NP                | No responde a los requerimientos del objetivo. Es preferible eliminarlo                  |
| 14  | I                 | Completar la pregunta que oriente el objetivo  |
| 15  | I                 | Completar la pregunta que oriente el objetivo  |

**Fuente:** Datos de la Investigación.

**Elaboración:** Yenesty Morales Quijije

## **Confiabilidad**

La confiabilidad según Hernández R (2005), “se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados” (Pág. # 346). Dalen y Meyer (1981) se refiere “a la consistencia, exactitud y estabilidad de los resultados obtenidos al aplicar un instrumento repetidas veces” (p. 128). Ary y Razavieh (1992), plantean que ésta constituye “La determinación de la precisión con que se mide lo que se pretende valorar, la que abarca dos dimensiones estabilidad y precisión” (p.200)

Existen diversas formas de establecer la confiabilidad de un instrumento, algunos utilizan fórmulas que producen un coeficiente de confiabilidad de 0 a 1, donde el cero indica ninguna confiabilidad en cambio uno indica una confiabilidad máxima. Los procedimientos más utilizados para medir la confiabilidad son:

- a.- El test y retest, consiste en aplicar el mismo instrumento en más de una ocasión a un mismo grupo de personas, después de cierto periodo.
- b.- Formas alternativas o paralelas, en este caso no se administra el mismo instrumento, sino instrumentos alternativos, son similares en contenidos.
- c.- Métodos de mitades partidas, se divide en dos partes el instrumento y se procede a recabar la información, y se compara los resultados de cada una de las mitades y se establece la correlación.
- d.- Coeficiente de alfa de Cron Bach, una sola administración y se establece la correlación.

El procedimiento utilizado para probar la confiabilidad del instrumento, en la presente investigación fue, la prueba previa y el juicio de expertos, los mismos que permitieron redefinir el instrumento de investigación antes de su aplicación final; por lo que se realizó con personas que forman parte del universo de la investigación.

La prueba previa también permitió observar si el instrumento responde a los objetivos establecidos inicialmente en la investigación, así como el tiempo que se requiere para responder el mismo.

## 2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

Según Eladio Ortiz (2005) plantea que: “Es el conjunto de unidades o elementos claramente definidos por las características que posee, conforman un todo, y pueden ser personas, empresas, países, ciudades, etc., pues, después es que se extrae de ese gran grupo la muestra. La población corresponde a la del Cantón la Libertad de la Provincia de Santa Elena. El presente trabajo está conformado por 512 personas.

**CUADRO 7: Distribución de la Población**

| <b>POBLACIÓN</b> | <b>Ni</b>  |
|------------------|------------|
| Directiva        | 4          |
| Socias           | 27         |
| Clientes         | 481        |
| <b>TOTAL</b>     | <b>512</b> |

**Fuente:** Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanas.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

### **Muestra**

Es aquella parte representativa de la población, considerado como el subconjunto del conjunto población. Aunque existen autores que, consideran a la muestra desde dos puntos de vista. La una como muestra con enfoque cualitativo y la otra como muestra cuantitativa.

En el presente trabajo se realizó considerando el muestreo probabilístico.

### **MUESTREO PROBABILÍSTICO**

La muestra probabilística seleccionada para el presente trabajo se realizó de manera que cada elemento o persona en la población que se estudió obtuvo la misma oportunidad conocida de quedar incluida en la muestra.

### Fórmula de la muestra

$$\frac{Ni}{e^2 * (Ni - 1) + 1}$$

Número de la Muestra: **n**

Nivel de Confiabilidad: **K**

Población Objetivo Total: **N**

Probabilidad de Aceptación: **P**

Probabilidad de Rechazo: **Q**

Error: **e**

$$n = \frac{512}{0,05^2 * (512 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{512}{2,2675}$$

$$n = 224$$

### CUADRO 8: Muestra

| <b>MUESTRA</b> | <b>Ni</b>  |
|----------------|------------|
| Directiva      | 2          |
| Socias         | 10         |
| Clientes       | 212        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>224</b> |

**Fuente:** Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías.

**Elaboración:** Yenesty Morales Quijije

En este cuadro se presentó el total de 224 de las personas que conformaron la muestra, como la Directiva, Socias y Clientes del Cantón la Libertad de la Provincia de Santa Elena.

## **2.8 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación se desarrolló tomando en cuenta el siguiente procedimiento:

- Planteamiento del Problema
- Revisión Bibliográfica
- Justificación
- Definición de la Población
- Selección de la Muestra
- Operacionalización de las Variables
- Elaboración del Instrumento
- Estudio de Campo
- Proceso y Análisis de Datos
- Conclusiones y Recomendaciones
- Formulación de la Propuesta
- Preparación de Informe Final.

La información se procesó en función de los instrumentos y técnicas utilizadas, en lo que se refiere a la tabulación, se empleó el programa Microsoft Excel, tanto para las entrevistas y las encuestas, puesto que éste nos permitió elaborar las correspondientes tablas de manera sencilla y ordenada.

### **PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS**

La información se procesó en función de los instrumentos y técnicas utilizadas, en la investigación de los diferentes personas para la Creación del Centro de Exhibición de Artesanías, en lo que se refiere a la tabulación, se utilizará el programa Excel, puesto que nos permite establecer, la tendencia central, dispersión, representación gráfica o determinar el grado de concentración de las variables en estudio.

Establecidos los estadígrafos se procederá al análisis de la información, relacionando los diferentes aspectos del problema.

### **Objetivo de la Investigación.**

La población objetivo se dirigió a las clientas del Cantón la Libertad ya que representan la población más interesada en el análisis de la encuesta, ya que son la parte femenina quienes están constantemente adquiriendo este tipo de producto de acuerdo a sus gustos o preferencias, en su totalidad son 47.912 de mujeres; que representa el 88% de porcentaje que demostró interés y aceptación en la creación de un centro de exhibición para la “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías” obteniendo como resultado final una población objetivo de 42.163 personas.

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo muestra los resultados de la investigación, el cual involucra el análisis e interpretación de los resultados de la investigación y sus respectivas conclusiones y recomendaciones del estudio realizado.

Las encuestas y entrevista son unas de las herramientas más elementales en una investigación, ya que a través de ellas se puede acceder a una mayor información del estudio, ¿De qué manera influye la creación de un centro de exhibición para la “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías” en el Cantón la Libertad, Provincia de Santa Elena?

Los resultados reflejan gráficamente una mayor interpretación y un mejor análisis.

**CUADRO 9: Población Objetivo**

|                    |        |
|--------------------|--------|
| Población Total    | 47.912 |
| % Interesado       | 88%    |
| Población Objetivo | 42.163 |

Fuente: INEC.

Elaborado por: Yenesty Morales Quijije

#### Universo de la Muestra

Las encuestas se emplearon a las 42.163 personas que se obtuvo como población objetivo a las que se realizó las encuestas, en la que se tomó en cuenta a las clientas que constituyen las principales demandas (mercado meta) para la Creación del Centro de Exhibición de Artesanías.

#### Muestreo

Para la realización de la muestra de la población del estudio se empleó la siguiente fórmula.

$$N = \frac{K^2(N)(P)(Q)n}{e^2(N-1) + K^2(P)(Q)}$$

Donde las siglas de la fórmula aplicada en esta investigación tiene el siguiente significado.

- Número de la Muestra: n
- Nivel de la Confiabilidad: k
- Población Objetivo Total: N
- Probabilidad de Aceptación: P
- Probabilidad de Rechazo: Q
- Error: e

Entonces desarrollando la fórmula para el estudio quedo lo siguiente:

|  |
|--|
| $n = \frac{1.96^2 * 42163 * 0.5 * 0.5}{0.10^2 * (42163 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$ |
| $n = \frac{40493.3452}{106.1179}$  |
| $n = 379$  |

La muestra alcanzada fue de 379 encuestas que se deben de realizar en el estudio de mercado, ya que el principal objetivo es investigar el nivel del centro de exhibición de artesanías del Cantón la Libertad

## **ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA**

### **ENTREVISTA DIRIGIDA A LA SOCIAS –ARTESANAS**

Dentro de la entrevista realizada a las socias-artistas del Cantón La Libertad, se le pregunto si el producto artesanal que ofrecen es muy adquirido, nos respondieron que son visitadas por las diferentes edades de clientas ya que realizan variedades de este producto, realizando así diseños únicos, y hacen que a las clientas les llamen la atención por sus modelos, pero no siempre logran obtener mejores ingresos ya que los intermediarios compran sus productos que elaboran manualmente, y así duplicándole el valor, la diferencia es que sus intermediarios están posesionados, restándole a ellas capacidad de crecer.

Así mismo se le pregunto dónde adquieren el producto, nos supieron responder que se trasladan a la ciudad de Guayaquil para comprar la respectiva materia prima porque en es la única ciudad que más cercana y adquieren la materia prima a un precio menor.

En la encuesta también se les pregunto qué herramientas utilizan para la elaboración del producto artesanal, su respuesta fue lo siguiente; utilizan nylon elástico, nylon elástico fino, aguja de pelo y alicate, pero son sus manos que realizan el trabajo final, dijeron también que a ellas las diferencia de otras artesanas es que su producto es realizado 100% manualmente mientras que otros compran el producto ya listo para la venta.

De acuerdo a la entrevista realizada las artesanas-socias, manifestaron que les parece idóneo que exista el Centro de Exhibición, de tal forma ellas mejorarían sus ventas y así posesionarse en el mercado, ofertando más variedad de producto artesanal, en un lugar amplio y cómodo.

### 1.3.1 Análisis de Resultado de la Encuesta

¿La comercialización de las artesanías contribuye al desarrollo de las socias?

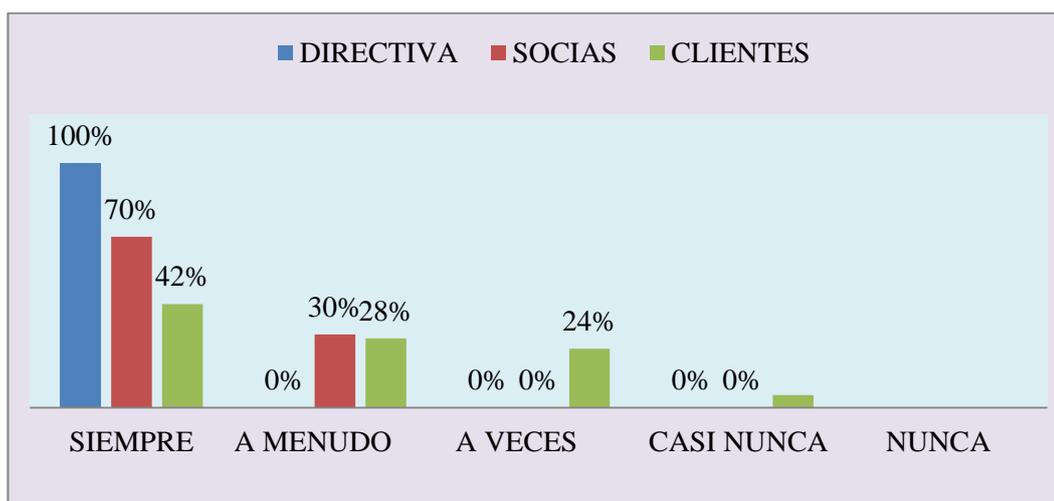
**CUADRO 10: Comercialización de las Artesanías**

| ÍTEM | VALORACIÓN | DIRECTIVA |      | SOCIAS |      | CLIENTES |      |
|------|------------|-----------|------|--------|------|----------|------|
|      |            | f         | %    | f      | %    | f        | %    |
| 1    | SIEMPRE    | 2         | 100% | 7      | 70%  | 90       | 42%  |
|      | A MENUDO   | 0         | 0%   | 3      | 30%  | 60       | 28%  |
|      | A VECES    | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 51       | 24%  |
|      | CASI NUNCA | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 11       | 5%   |
|      | NUNCA      | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | TOTAL      | 2         | 100% | 10     | 100% | 212      | 100% |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**GRÁFICO 1: Comercialización de las Artesanías**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

### Análisis

En el gráfico nos muestra los resultados de la pregunta si la comercialización de artesanías contribuye al desarrollo económico de las socias.

En conclusión en su mayoría la directiva dijo siempre e igualmente las socias con las clientas, a menudo respondieron las socias y clientas estarían de acuerdo que las artesanías contribuyen al desarrollo económico del Cantón La Libertad.

¿Cree usted que las herramientas que utilizan las artesanas para la elaboración de los productos son los adecuados?

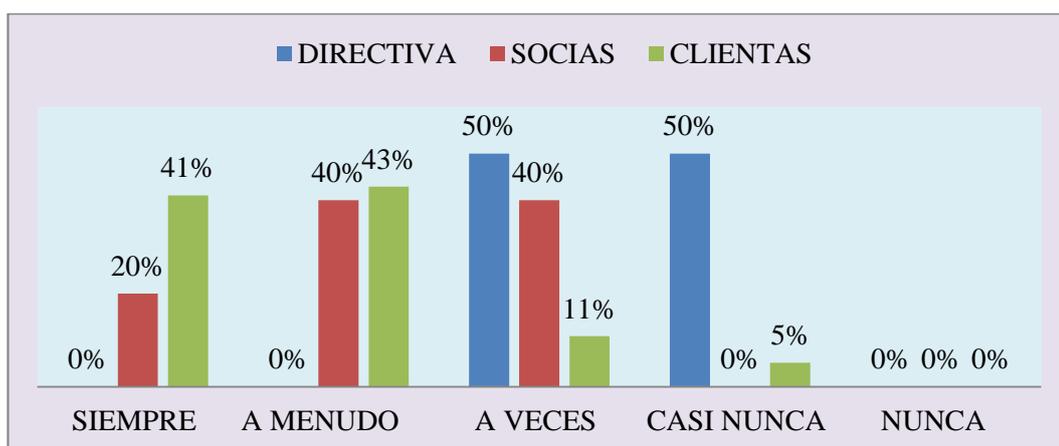
**CUADRO 11: Herramientas adecuados para las artesanas**

| ÍTEM | VALORACIÓN | DIRECTIVAS |     | SOCIAS |     | CLIENTAS |     |
|------|------------|------------|-----|--------|-----|----------|-----|
|      |            | f          | %   | f      | %   | f        | %   |
| 2    | SIEMPRE    | 0          | 0%  | 2      | 20% | 87       | 41% |
|      | A MENUDO   | 0          | 0%  | 4      | 40% | 91       | 43% |
|      | A VECES    | 1          | 50% | 4      | 40% | 23       | 11% |
|      | CASI NUNCA | 1          | 50% | 0      | 0%  | 11       | 5%  |
|      | NUNCA      | 0          | 0%  | 0      | 0%  | 0        | 0%  |
|      | TOTAL      |            | 2   | 100%   | 10  | 100%     | 212 |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 2: Herramientas adecuados para las artesanas**



Fuente: Datos de la Investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

### Análisis.

Los resultados que refleja la gráfica determinan si las herramientas que utilizan las artesanas para la elaboración de las artesanías son los adecuados.

En conclusión tiene que existir las herramientas necesarias para la elaboración de las artesanías para que haya un mejor acabado del producto y de esta manera fortalecer las ventas.

**¿Ha visitado lugares donde se elaboran artesanías en el cantón La Libertad?**

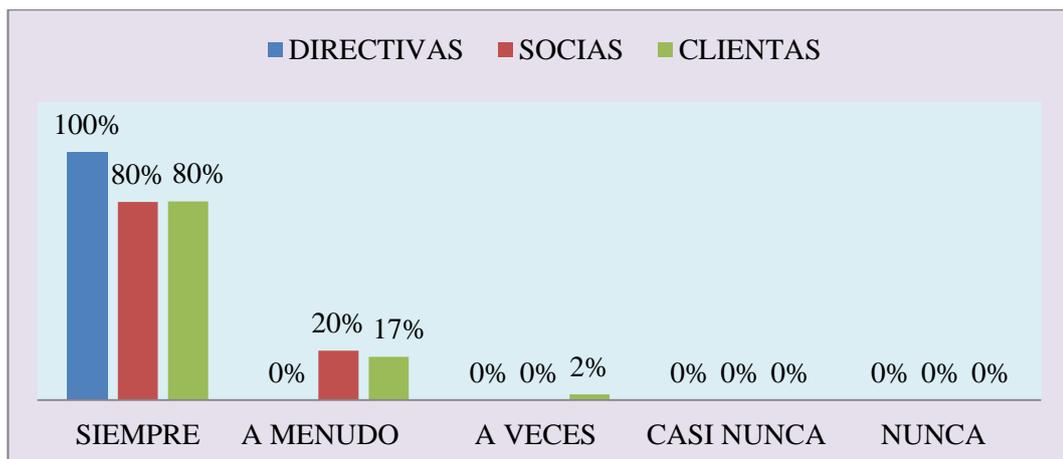
**CUADRO 12: ¿Lugares donde se elaboran artesanías?**

| ÍTEM | VALORACIÓN | DIRECTIVAS |      | SOCIAS |      | CLIENTAS |      |
|------|------------|------------|------|--------|------|----------|------|
|      |            | f          | %    | f      | %    | f        | %    |
| 3    | SIEMPRE    | 2          | 100% | 8      | 80%  | 170      | 80%  |
|      | A MENUDO   | 0          | 0%   | 2      | 20%  | 37       | 17%  |
|      | A VECES    | 0          | 0%   | 0      | 0%   | 5        | 2%   |
|      | CASI NUNCA | 0          | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | NUNCA      | 0          | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | TOTAL      | 2          | 100% | 10     | 100% | 212      | 100% |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**GRÁFICO 3: ¿Lugares donde se elaboran artesanías?**



Fuente: Datos de la Investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**Análisis.**

En los resultados que muestra los gráficos sintetiza si las encuestadas han visitado lugares donde elaboran artesanías en el cantón La Libertad.

En conclusión la mayoría de las encuestadas tanto de la directiva, socias y clientas si han visitado lugares donde se elaboran las artesanía, esto asume que si adquieren este producto en el Cantón La Libertad.

¿Cree usted que las artesanías que elaboran las artesanas son de muy buena calidad?

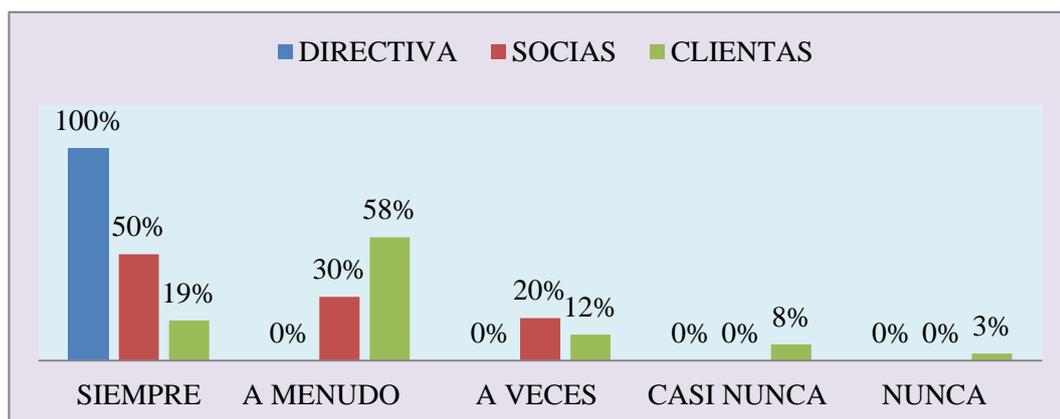
**CUADRO 13: ¿Las artesanías son de muy buena calidad?**

| ÍTEM | VALORACIÓN | DIRECTIVA |      | SOCIAS |     | CLIENTAS |     |
|------|------------|-----------|------|--------|-----|----------|-----|
|      |            | f         | %    | f      | %   | f        | %   |
| 4    | SIEMPRE    | 2         | 100% | 5      | 50% | 40       | 19% |
|      | A MENUDO   | 0         | 0%   | 3      | 30% | 123      | 58% |
|      | A VECES    | 0         | 0%   | 2      | 20% | 26       | 12% |
|      | CASI NUNCA | 0         | 0%   | 0      | 0%  | 16       | 8%  |
|      | NUNCA      | 0         | 0%   | 0      | 0%  | 7        | 3%  |
|      | TOTAL      |           | 2    | 100%   | 10  | 100%     | 212 |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 4: ¿Las artesanías son de muy buena calidad?**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

### Análisis.

En esta pregunta se identifica si las artesanías que elaboran las artesanas son de muy buena calidad, cabe recalcar que esta pregunta nos direcciona si están satisfechas con el producto que ellas adquieren.

En conclusión la directiva y las socias están consciente que el producto es de calidad, por lo tanto las clientas señalaron a menudo, esto quiere decir que hay q mejorar en la calidad del producto que adquieren pero con la diferencia mínima.

**¿Las organizaciones establecidas por las artesanas poseen una buena función administrativa?**

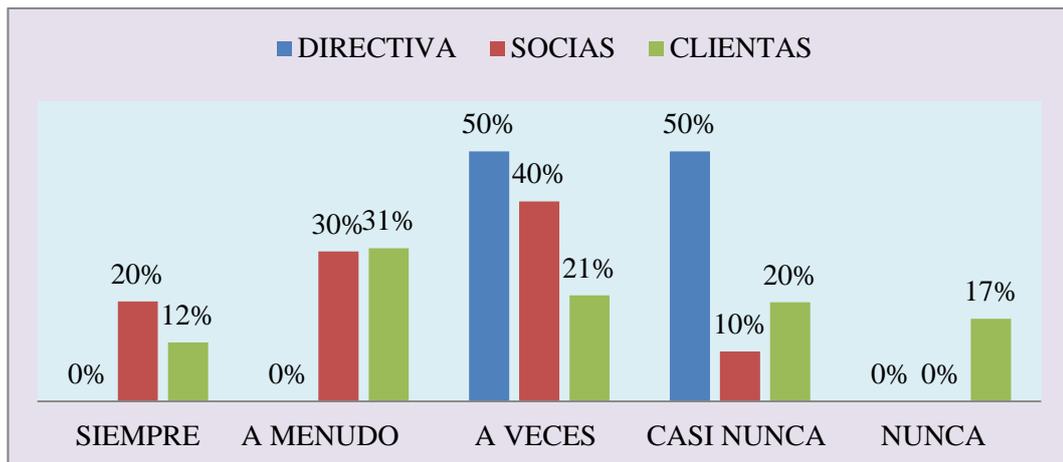
**CUADRO 14: ¿Las artesanas poseen una buena función administrativa?**

| ÍTEM | VALORACIÓN | DIRECTIVA |     | SOCIAS |     | CLIENTAS |     |
|------|------------|-----------|-----|--------|-----|----------|-----|
|      |            | f         | %   | f      | %   | f        | %   |
| 5    | SIEMPRE    | 0         | 0%  | 2      | 20% | 25       | 12% |
|      | A MENUDO   | 0         | 0%  | 3      | 30% | 65       | 31% |
|      | A VECES    | 1         | 50% | 4      | 40% | 45       | 21% |
|      | CASI NUNCA | 1         | 50% | 1      | 10% | 42       | 20% |
|      | NUNCA      | 0         | 0%  | 0      | 0%  | 35       | 17% |
|      | TOTAL      |           | 2   | 100%   | 10  | 100%     | 212 |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije

**GRÁFICO 5: ¿Las artesanas poseen una buena función administrativa?**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**Análisis.**

En esta pregunta determina si las organizaciones establecidas por las artesanas poseen una buena comunicación.

En conclusión se debe mejorar la función administrativa dentro de la asociación, para que exista una buena organización, planificación dentro de la misma, y así mismo mejore en las ventas del producto.

**Considera que existe suficiente producción de artesanías en el cantón La Libertad?**

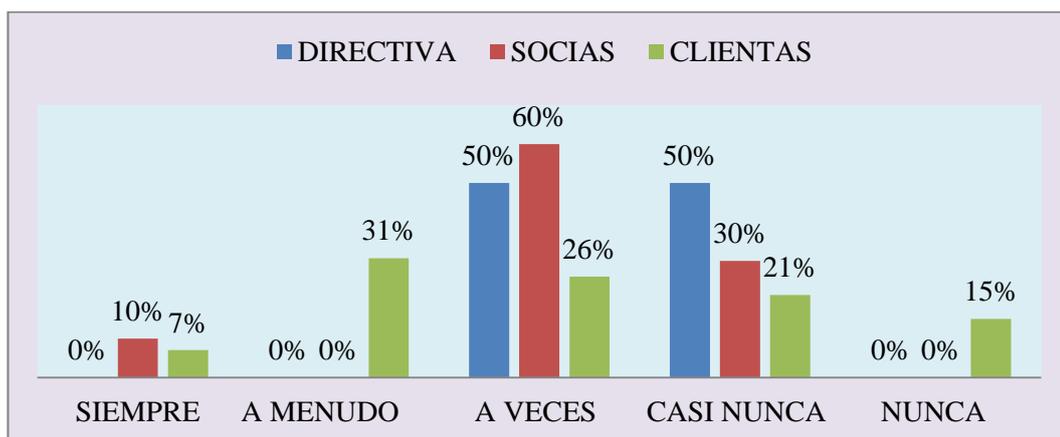
**CUADRO 15: ¿Producción de artesanías en el cantón la libertad?**

| ÍTEM | VALORACIÓN   | DIRECTIVA |          | SOCIAS      |           | CLIENTAS    |            |
|------|--------------|-----------|----------|-------------|-----------|-------------|------------|
|      |              | f         | %        | f           | %         | f           | %          |
| 6    | SIEMPRE      | 0         | 0%       | 1           | 10%       | 15          | 7%         |
|      | A MENUDO     | 0         | 0%       | 0           | 0%        | 65          | 31%        |
|      | A VECES      | 1         | 50%      | 6           | 60%       | 55          | 26%        |
|      | CASI NUNCA   | 1         | 50%      | 3           | 30%       | 45          | 21%        |
|      | NUNCA        | 0         | 0%       | 0           | 0%        | 32          | 15%        |
|      | <b>TOTAL</b> |           | <b>2</b> | <b>100%</b> | <b>10</b> | <b>100%</b> | <b>212</b> |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**GRÁFICO 6: ¿Producción de artesanías en el cantón la libertad?**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije

### Análisis

En esta pregunta nos describe por medio de las encuestadas si consideran que existen suficientes producción de artesanías en el Cantón La Libertad.

En conclusión las socias señalaron que a veces, mientras las clientas a menudo esto pretenden decir, los que adquieren el producto no siempre encuentran lo que buscan o desean.

**¿Considera que los productos elaborados artesanalmente se direccionan a mercados establecidos?**

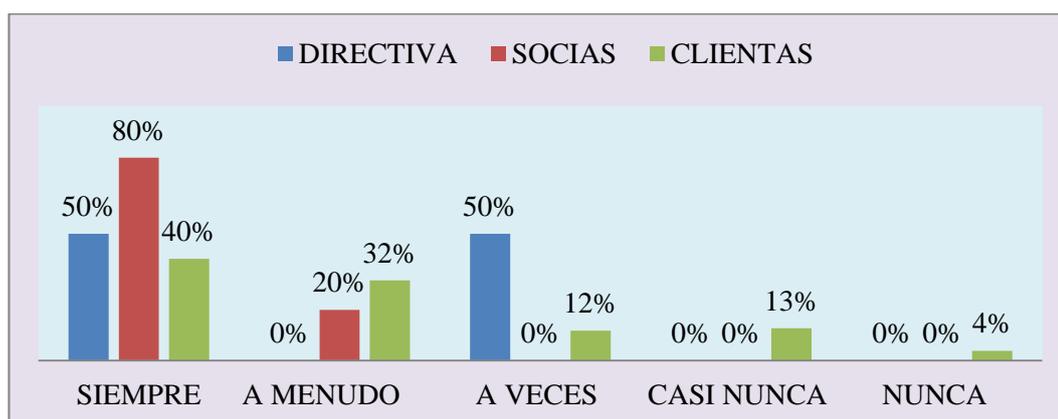
**CUADRO 16: ¿Los producto se direccionan a mercados establecidos?**

| ÍTEM | VALORACIÓN | DIRECTIVA |     | SOCIAS |     | CLIENTAS |     |
|------|------------|-----------|-----|--------|-----|----------|-----|
|      |            | f         | %   | f      | %   | f        | %   |
| 7    | SIEMPRE    | 1         | 50% | 8      | 80% | 85       | 40% |
|      | A MENUDO   | 0         | 0%  | 2      | 20% | 67       | 32% |
|      | A VECES    | 1         | 50% | 0      | 0%  | 25       | 12% |
|      | CASI NUNCA | 0         | 0%  | 0      | 0%  | 27       | 13% |
|      | NUNCA      | 0         | 0%  | 0      | 0%  | 8        | 4%  |
|      | TOTAL      |           | 2   | 100%   | 10  | 100%     | 212 |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 7: ¿Los productos se direccionan a mercados establecidos?**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

### **Análisis.**

Los datos mostrados anteriormente hacen referencia si los productos artesanales se direccionan a mercados establecidos.

Como conclusión la mayoría de las socias señalaron en un mayor porcentaje que su producto si se direccionan a un mercado establecido, así mismo las clientas con un bajo porcentaje refirieron a casi nunca.

**¿Cree usted que existe una buena comunicación dentro de las asociaciones de las artesanas?**

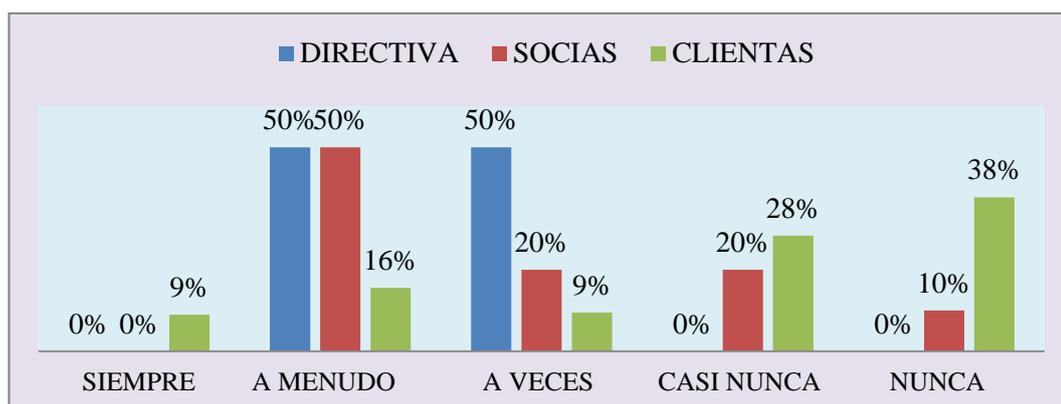
**CUADRO 17: ¿Existe una buena comunicación?**

| ÍTEM | VALORACIÓN | DIRECTIVA |     | SOCIAS |     | CLIENTAS |     |
|------|------------|-----------|-----|--------|-----|----------|-----|
|      |            | f         | %   | f      | %   | f        | %   |
| 8    | SIEMPRE    | 0         | 0%  | 0      | 0%  | 19       | 9%  |
|      | A MENUDO   | 1         | 50% | 5      | 50% | 33       | 16% |
|      | A VECES    | 1         | 50% | 2      | 20% | 20       | 9%  |
|      | CASI NUNCA | 0         | 0%  | 2      | 20% | 60       | 28% |
|      | NUNCA      | 0         | 0%  | 1      | 10% | 80       | 38% |
|      | TOTAL      |           | 2   | 100%   | 10  | 100%     | 212 |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**GRÁFICO 8: ¿Existe una buena comunicación?**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

### Análisis.

Esta pregunta realizada por las encuestadas de acuerdo a la muestra se refiere si existe una buena comunicación dentro de las asociaciones de las Artesanas.

En conclusión la directiva y socias señalaron ca menudo, mientras las clientas respondieron nunca; en el momento de ofrecer el producto las socias no siempre están de acuerdo, por lo tanto tiene que existir un buena comunicación para que todo sea más efectivo.

**¿Considera usted un beneficio que exista agrupaciones artesanales?**

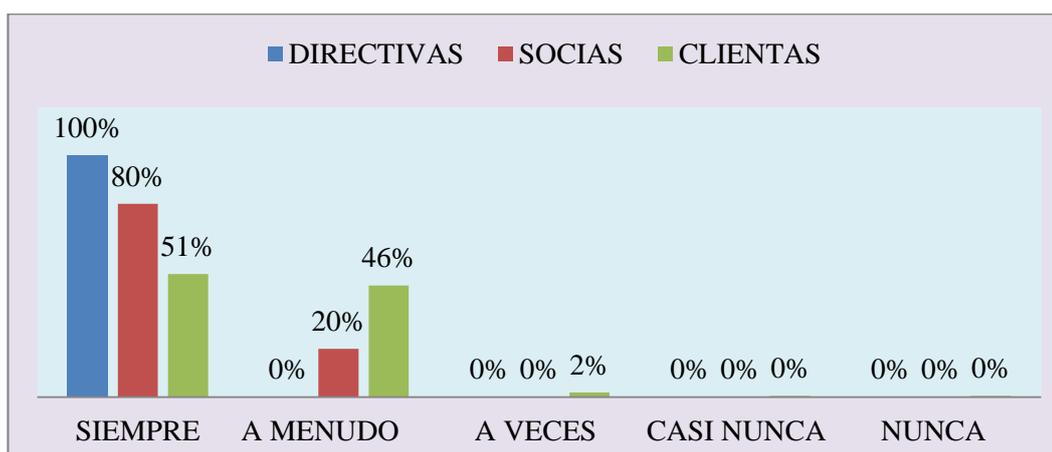
**CUADRO 18: ¿Beneficio que exista agrupaciones artesanales?**

| ÍTEM | VALORACIÓN   | DIRECTIVAS |          | SOCIAS      |           | CLIENTAS    |            |
|------|--------------|------------|----------|-------------|-----------|-------------|------------|
|      |              | f          | %        | f           | %         | f           | %          |
| 9    | SIEMPRE      | 2          | 100%     | 8           | 80%       | 108         | 51%        |
|      | A MENUDO     | 0          | 0%       | 2           | 20%       | 98          | 46%        |
|      | A VECES      | 0          | 0%       | 0           | 0%        | 4           | 2%         |
|      | CASI NUNCA   | 0          | 0%       | 0           | 0%        | 1           | 0%         |
|      | NUNCA        | 0          | 0%       | 0           | 0%        | 1           | 0%         |
|      | <b>TOTAL</b> |            | <b>2</b> | <b>100%</b> | <b>10</b> | <b>100%</b> | <b>212</b> |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije

**GRÁFICO 9: ¿Beneficio que exista agrupaciones artesanales?**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije

**Análisis.**

De acuerdo al gráfico nos muestra los porcentajes de la encuesta realizada si consideran beneficio que exista agrupaciones artesanales.

Como conclusión se obtuvo mediante las encuestas realizadas por la directiva, socias y las clientas que si es factible que existan agrupaciones artesanales, de esta manera haya una mejor organización y a la vez una planificación en las ventas de las artesanías.

**¿Considera necesario la implementación de un centro de exhibición de artesanías en el cantón la libertad?**

**CUADRO 19: ¿La implementación de un centro de exhibición de artesanías en el cantón la libertad?**

| ÍTEM | VALORACIÓN | DIRECTIVA |      | SOCIAS |      | CLIENTAS |      |
|------|------------|-----------|------|--------|------|----------|------|
|      |            | f         | %    | f      | %    | f        | %    |
| 10   | SIEMPRE    | 2         | 100% | 10     | 100% | 210      | 99%  |
|      | A MENUDO   | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 2        | 1%   |
|      | A VECES    | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | CASI NUNCA | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | NUNCA      | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | TOTAL      | 2         | 100% | 10     | 100% | 212      | 100% |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije

**GRÁFICO 10: ¿La implementación de un centro de exhibición de artesanías en el cantón la libertad?**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

### **Análisis.**

En esta pregunta menciona si se considera la implementación de un Centro de Exhibición de Artesanías en el Cantón La Libertad.

La directiva, socias y clientas respondieron con un alto porcentaje que siempre; en consideración si es factible la implementación del centro de exhibición de artesanías, ya que les permitirá mejorar sus ventas.

**¿Un centro de exhibición de artesanías aportaría al desarrollo productivo del sector artesanal del cantón la libertad?**

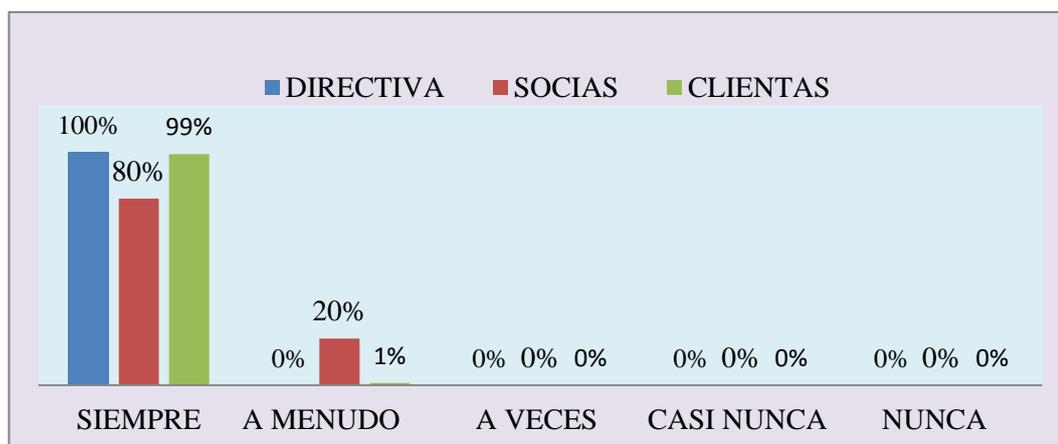
**CUADRO 20: ¿Un centro de exhibición aportaría al desarrollo del sector artesanal?**

| ÍTEM | VALORACIÓN | DIRECTIVA |      | SOCIAS |      | CLIENTAS |      |
|------|------------|-----------|------|--------|------|----------|------|
|      |            | f         | %    | f      | %    | f        | %    |
| 11   | SIEMPRE    | 2         | 100% | 8      | 80%  | 210      | 99%  |
|      | A MENUDO   | 0         | 0%   | 2      | 20%  | 2        | 1%   |
|      | A VECES    | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | CASI NUNCA | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | NUNCA      | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | TOTAL      | 2         | 100% | 10     | 100% | 212      | 100% |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**GRÁFICO 11: ¿Un centro de exhibición aportaría al desarrollo del sector artesanal?**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

### Análisis.

En esta pregunta recalca si el centro de exhibición aportaría al desarrollo productivo del sector artesanal del Cantón La Libertad.

Como conclusión las tres ítems (directiva, socias y clientas) consideran que si es realizable que exista un centro de exhibición de artesanías ya que aportaría al desarrollo productivo del sector artesanal.

**¿Es conveniente que los directivos de las organizaciones artesanales sean los encargados de la administración del centro de exhibición de artesanías?**

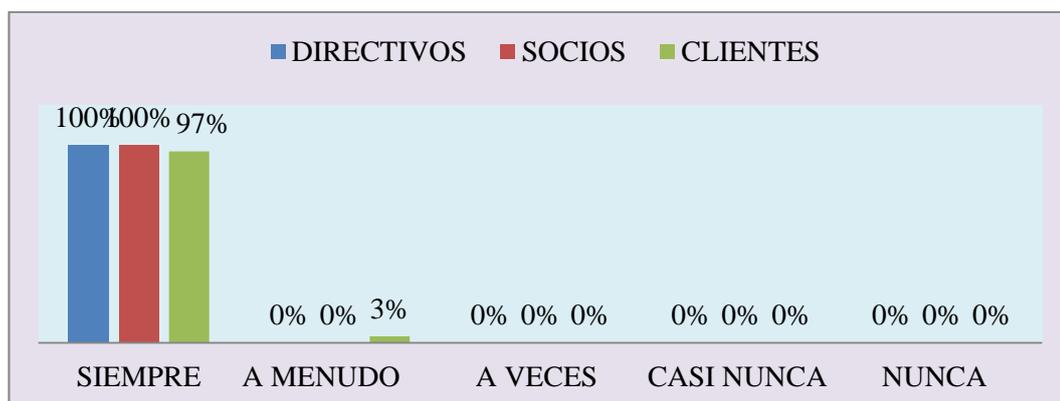
**CUADRO 21: ¿Los directivos sean los encargados de la administración del centro de exhibición de artesanías?**

| ÍTEM | VALORACIÓN | DIRECTIVA |      | SOCIAS |      | CLIENTAS |      |
|------|------------|-----------|------|--------|------|----------|------|
|      |            | f         | %    | f      | %    | f        | %    |
| 12   | SIEMPRE    | 2         | 100% | 10     | 100% | 205      | 97%  |
|      | A MENUDO   | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 7        | 3%   |
|      | A VECES    | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | CASI NUNCA | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | NUNCA      | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | TOTAL      | 2         | 100% | 10     | 100% | 212      | 100% |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**GRÁFICO 12: ¿Los directivos sean los encargados de la administración del centro de exhibición de artesanías?**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije

### **Análisis.**

El gráfico nos muestra por los resultados obtenidos, si es conveniente que los directivos de las organizaciones artesanales sean los encargados de la administración del Centro de Exhibición de Artesanías.

Como conclusión se obtuvo por la directiva siempre, e igualmente las socias, quedando como resultado que si es conveniente que la directiva sean los encargados del centro de Exhibición de esta manera para que ellas sean las únicas responsables de su administración y así funcione de la mejor manera.

**¿Cree usted que el centro de exhibición de artesanías tendría aceptación por las artesanas del cantón la libertad?**

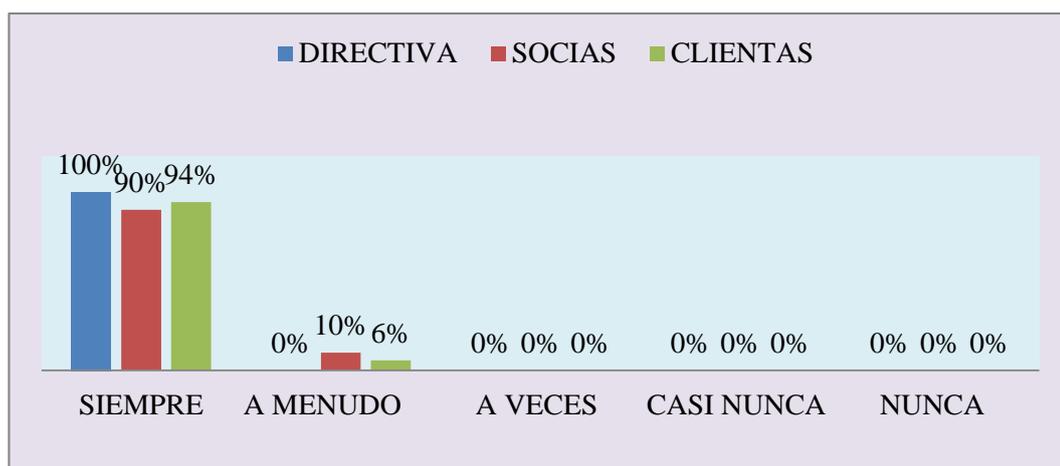
**CUADRO 22 : ¿El centro de exhibición de artesanías tendría aceptación?**

| ÍTEM | VALORACIÓN | DIRECTIVA |      | SOCIAS |      | CLIENTAS |      |
|------|------------|-----------|------|--------|------|----------|------|
|      |            | f         | %    | f      | %    | f        | %    |
| 13   | SIEMPRE    | 2         | 100% | 9      | 90%  | 200      | 94%  |
|      | A MENUDO   | 0         | 0%   | 1      | 10%  | 12       | 6%   |
|      | A VECES    | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | CASI NUNCA | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | NUNCA      | 0         | 0%   | 0      | 0%   | 0        | 0%   |
|      | TOTAL      | 2         | 100% | 10     | 100% | 212      | 100% |

Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 13: ¿Cree usted que el centro de exhibición de artesanías tendría aceptación por las artesanas del cantón la libertad?**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

### Análisis.

El gráfico nos muestra por los datos obtenidos por las encuestadoras se refiere si el Centro de Exhibición de Artesanías tendría aceptación por las Artesanas del Cantón La Libertad.

En conclusión se consiguió la directiva siempre, socias siempre, teniendo una respuesta favorable por las encuestadas que el Centro de Exhibición de Artesanías tendría aceptación por las Artesanas en el Cantón La Libertad, ya que para ellas les resultaría un lugar idóneo para las ventas de sus productos.

## ANÁLISIS DE RESULTADO DE LA ENCUESTA A LAS CLIENTAS.

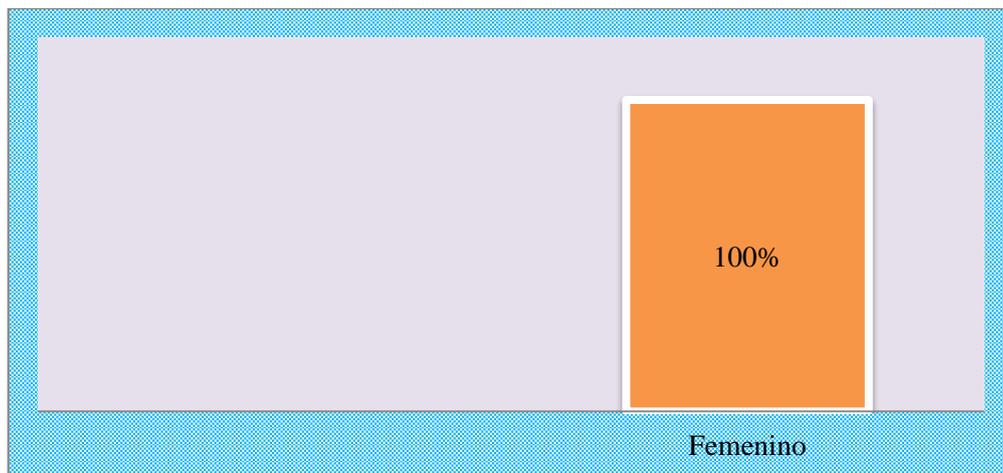
**CUADRO 23: Género**

| Frecuencia          |          | Respuesta  |            |
|---------------------|----------|------------|------------|
|                     |          | Nº         | %          |
| ¿Cuál es su género? |          |            |            |
|                     | Femenino | 379        | 100        |
| <b>Total</b>        |          | <b>379</b> | <b>100</b> |

Fuente: Datos de la encuesta

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 14: Género**



Fuente: Datos de la encuesta

Elaboración: Yenessy Morales Quijije

### ANÁLISIS

En el estudio de mercado se realizó la encuesta a las clientas (parte femenina), siendo una parte fundamental en el estudio, se escogió a la población del Cantón La Libertad. Obteniendo una muestra de 379, las que se realizó las respectivas encuestas, como resultado, todas aceptaron la encuesta y a su vez sacar las conclusiones respectivas.

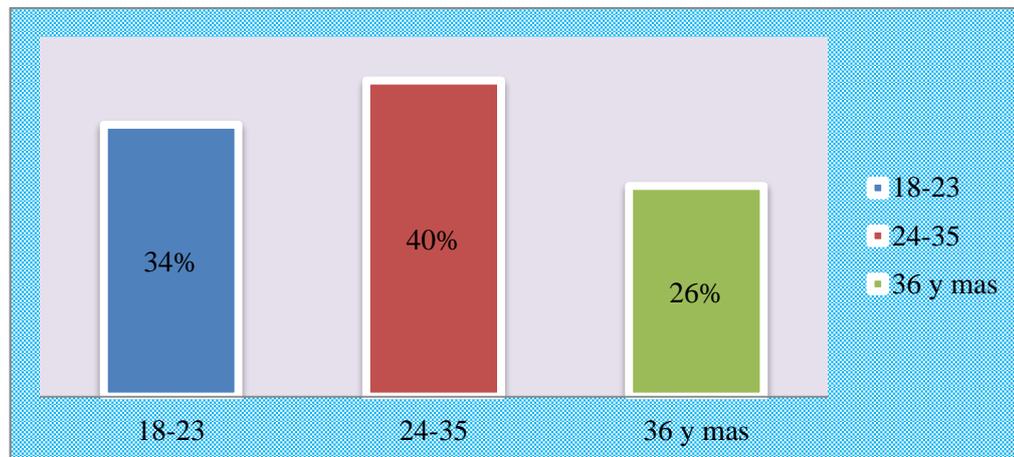
**CUADRO 24: Edad**

| Frecuencia        |          | Respuesta  |            |
|-------------------|----------|------------|------------|
|                   |          | Nº         | %          |
| ¿Cuál es su edad? | 18-23    | 129        | 34         |
|                   | 24-35    | 150        | 40         |
|                   | 36 y mas | 100        | 26         |
| <b>Total</b>      |          | <b>379</b> | <b>100</b> |

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**GRÁFICO 15: Edad**



Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije

## ANÁLISIS

La edad es importante en el estudio, ya que permite analizar la manera de responder cada pregunta de la encuesta, se escogió la edad comprendida entre los 18 años a 36 y más (mujeres), cabe recalcar ella son las que más adquieren el producto, las edades entre 24 -35 años son las que más adquieren el producto.

## 1. ¿Ud. Adquiere todo tipo de artesanías?

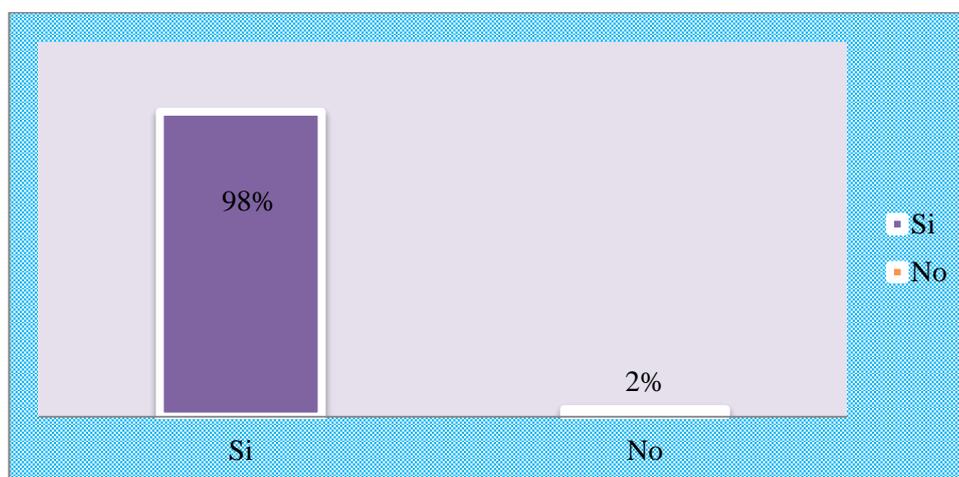
**CUADRO 25: Todo Tipo De Artesanías**

| Frecuencia                                |    | Respuesta  |               |
|---|----|------------|---------------|
|   |    | Nº         | %             |
| 1. ¿Ud. Adquiere todo tipo de artesanías? | Si | 370        | 98            |
|   | No | 9          | 2             |
| <b>Total</b>                              |    | <b>379</b> | <b>100,00</b> |

**Fuente:** Datos de la encuesta.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 16: Todo Tipo De Artesanías**



**Fuente:** Datos de la encuesta.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

## ANÁLISIS

En su mayoría las clientas si adquieren artesanías de toda clase, mientras que un porcentaje menor respondió, en si la mayoría de la población si adquiere producto artesanal para su uso, teniendo como resultado la mayoría adquiere el producto artesanal en sus diferentes clases.

## 2.- ¿Con que frecuencia adquiere Artesanías?

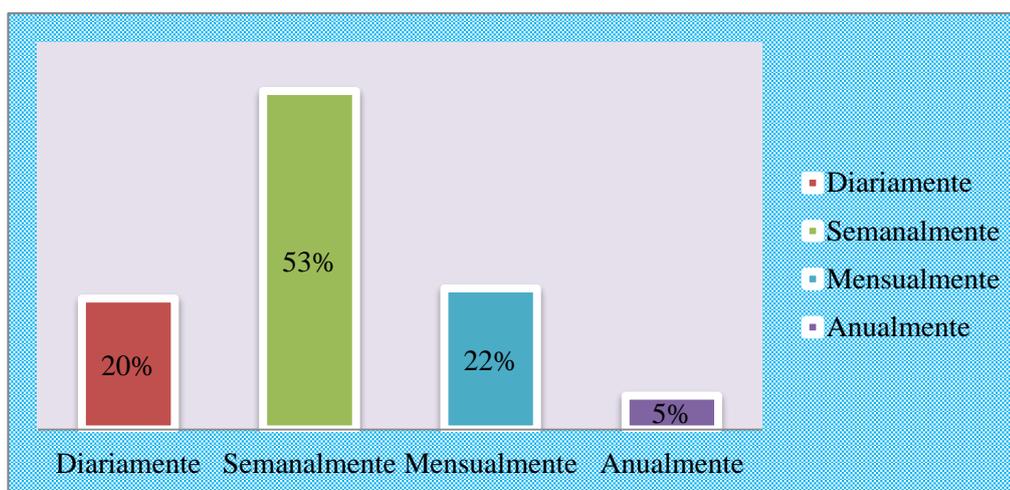
**CUADRO 26: Adquisición de Artesanías**

| Frecuencia                                  |              | Respuesta  |            |
|---|--------------|------------|------------|
|   |              | Nº         | %          |
| 2. ¿Con que frecuencia adquiere artesanías? | Diariamente  | 77         | 20         |
|   | Semanalmente | 199        | 53         |
|   | Mensualmente | 83         | 22         |
|   | Anualmente   | 20         | 5          |
| <b>Total</b>                                |              | <b>379</b> | <b>100</b> |

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**GRÁFICO 17 : Adquisición de Artesanías**



Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

## ANÁLISIS

En el gráfico anterior muestra los porcentajes realizados por las encuestas, las clientas adquieren el producto semanalmente, quiere decir que el producto si es adquirido constantemente, mientras que el siguiente refleja mensualmente, después señala diariamente, y ultimo anualmente, indica una variación idónea en los resultados mencionados

### 3.- ¿Dónde normalmente compra las artesanías?

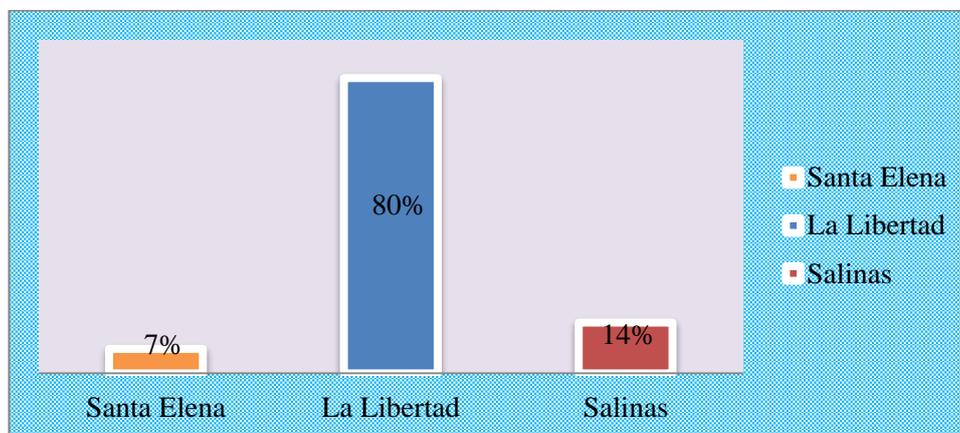
**CUADRO 27: Compra de Artesanías**

| Frecuencia                                    |             | Respuesta  |            |
|---|-------------|------------|------------|
|   |             | Nº         | %          |
| 3.- ¿Dónde normalmente compra las artesanías? | Santa Elena | 25         | 7          |
|   | La Libertad | 302        | 80         |
|   | Salinas     | 52         | 14         |
| <b>Total</b>                                  |             | <b>379</b> | <b>100</b> |

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije

**GRÁFICO 18: Compra de Artesanías**



Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

### ANÁLISIS

Según el gráfico refleja el 80% de las clientas compran el producto en el Cantón La Libertad, en cambio en Salinas el 14%, mientras que en Santa Elena el 7%. En conclusión en Libertad el producto artesanal es más utilizado que en los otros cantones de la provincia, en conclusión el producto artesanal si es adquirido en los 3 cantones de la provincia de Santa Elena.

4.- ¿Cuánto es el promedio que usted gasta en el momento de adquirirlas?

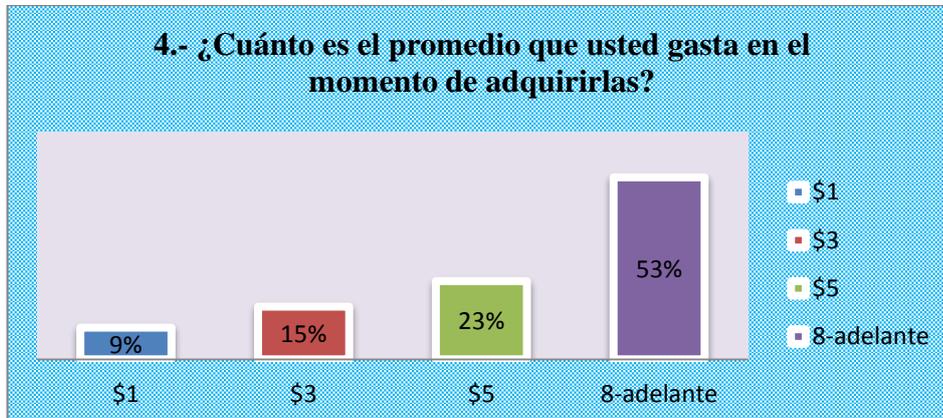
**CUADRO 28: Promedio en Adquirir Artesanías**

| Frecuencia   |            | Respuesta  |            |
|--|------------|------------|------------|
|  |            | Nº         | %          |
| 4.- ¿Cuánto es el promedio que usted gasta en el momento de adquirirlas? | \$1        | 35         | 9          |
|  | \$3        | 58         | 15         |
|  | \$5        | 86         | 23         |
|  | 8-adelante | 200        | 53         |
| <b>Total</b>   |            | <b>379</b> | <b>100</b> |

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**GRÁFICO 19: Promedio en Adquirir Artesanías**



Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije

**ANÁLISIS**

En el gráfico anterior muestra, el promedio que las clientas adquieren el producto artesanal para su respectivo uso es de \$8 , mientras el siguiente con un valor de \$5, en conclusión las féminas usan este producto para su respectivos usos.

5.- ¿En el momento de comprarlas, que tipo de artesanías son las que más utiliza?

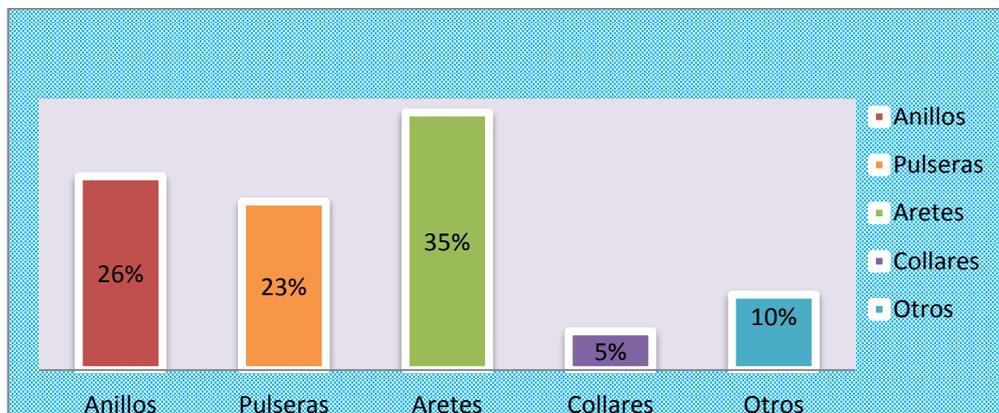
**CUADRO 29: Tipo de Artesanías**

| Frecuencia  |          | Respuesta  |            |
|---|----------|------------|------------|
|   |          | Nº         | %          |
| 5.- ¿En el momento de comprarlas, que tipo de artesanías son las que más utiliza? | Anillos  | 100        | 26         |
|   | Pulseras | 87         | 23         |
|   | Aretes   | 133        | 35         |
|   | Collares | 20         | 5          |
|   | Otros    | 39         | 10         |
| <b>Total</b>  |          | <b>379</b> | <b>100</b> |

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 20: Tipo de Artesanías**



Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije

## ANÁLISIS

Según la encuesta realizada las clientes más preferencias tiene con los aretes, anillos y pulseras para sus uso, basándose a satisfacer sus necesidades de mujeres, collares y otros producto artesanal, concluyendo que si gustan del producto artesanal tanto como anillos, pulseras, aretes y collares.

**6.- ¿Considera usted, los precios son accesibles para su situación económica?**

**CUADRO 30: Precios Accesibles**

| Frecuencia   |         | Respuesta  |            |
|--|---------|------------|------------|
|  |         | Nº         | %          |
| <b>6.- ¿Considera Usted, los precios son accesibles para su situación económica?</b> | Si      | 350        | 92         |
|  | No      | 4          | 1          |
|  | A veces | 25         | 7          |
| <b>Total</b>   |         | <b>379</b> | <b>100</b> |

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 21: Precios Accesibles**



Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**ANÁLISIS**

En el gráfico muestra que los resultados de acuerdo a la pregunta realizada si los precios son accesibles, las mayorías de féminas señalaron que sí, mientras que un mínimo porcentaje dijo a veces En conclusión las clientas asumieron que el precio de los productos artesanales es adecuado para su respectiva compra y a la vez para su uso.

## 7.- ¿Cómo considera la calidad del producto que adquiere?

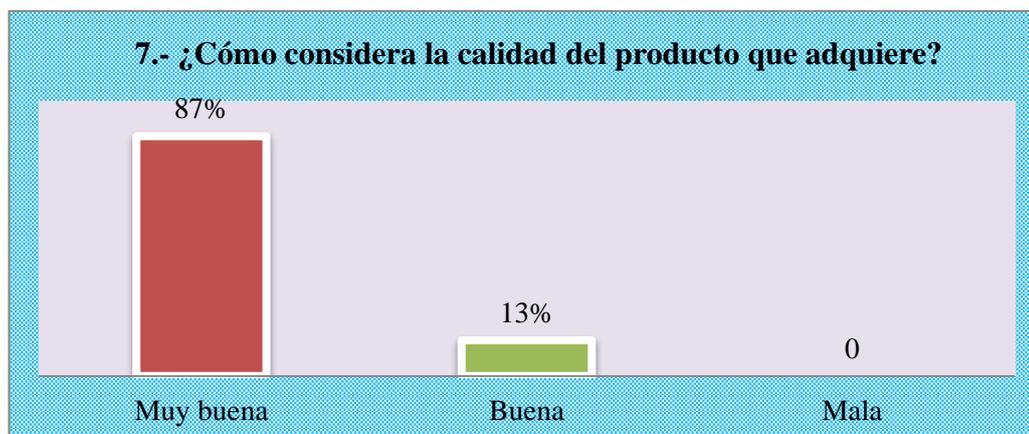
**CUADRO 31: Calidad del Producto**

| Frecuencia  |           | Respuesta  |            |
|---|-----------|------------|------------|
|   |           | N°         | %          |
| 7.- ¿Cómo considera la calidad del producto que adquiere? | Muy buena | 330        | 87         |
|   | Buena     | 49         | 13         |
|   | Mala      | 0          | 0          |
| <b>Total</b>  |           | <b>379</b> | <b>100</b> |

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 22: Calidad del Producto**



Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

### ANÁLISIS.

Con respecto a esta pregunta si la calidad del producto que adquiere Muy Bueno, Buena, o Mala, las mayorías de las féminas dijeron, es de muy buena calidad, por lo tanto los otros datos en su minoría féminas dijo buena, quedando como conclusión que la mayoría dijo que calidad de las artesanías es muy buena.

**8.- ¿Cree usted que las artesanías elaboradas son de su gusto y preferencias?**

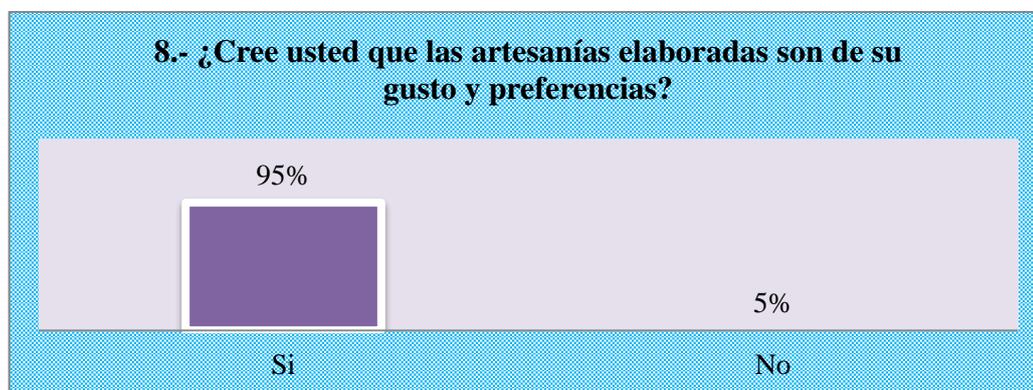
**CUADRO 32 : Gusto y preferencias**

| Frecuencia  |    | Respuesta  |               |
|---|----|------------|---------------|
|   |    | N°         | %             |
| 8.- ¿Cree usted que las artesanías elaboradas son de su gusto y preferencias? | Si | 360        | 95            |
|   | No | 19         | 5             |
| <b>Total</b>  |    | <b>379</b> | <b>100,00</b> |

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 23: Gusto y Preferencias**



Fuente: Datos de la encuesta.

Elaborado por: Yenessy Morales Quijije

**ANÁLISIS**

En el gráfico anterior muestra, la mayoría de las féminas, estuvieron de acuerdo que las artesanías elaboradas son de sus gustos y preferencias, mientras que un mínimo porcentaje respondió no; aprobando que ellas adquieran el producto para su respectivo uso, en conclusión si existe variedad de artesanías por parte de las artesanas.

9.- ¿Estaría de acuerdo con la creación de un centro de exhibición de artesanías con el fin de obtener un lugar adecuado para la adquisición de las mismas?

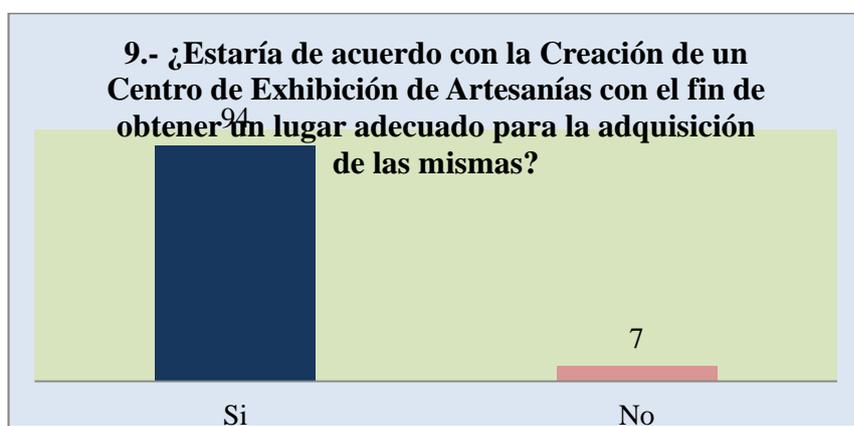
**CUADRO 33: Creación de un centro de exhibición**

| Frecuencia  |    | Respuesta  |               |
|---|----|------------|---------------|
|   |    | Nº         | %             |
| 9.- ¿Estaría de acuerdo con la Creación de un Centro de Exhibición de Artesanías con el fin de obtener un lugar adecuado para la adquisición de las mismas? | Si | 353        | 93            |
|   | No | 26         | 7             |
| <b>Total</b>  |    | <b>379</b> | <b>100,00</b> |

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 24: Creación de un centro de exhibición**



Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije

## ANÁLISIS

En esta pregunta realizada a las féminas, si están de acuerdo con la creación de un centro de exhibición con el fin de obtener un lugar adecuado, la mayoría de las clientas respondió que sí está de acuerdo que exista el centro de exhibición de artesanías, solo un mínimo porcentaje señaló que no, en conclusión si es factible la creación de este centro para las ventas de las artesanías.

**10.- ¿En caso de crearse el centro de exhibición de artesanías estaría dispuesto acudir en adquirir el producto.**

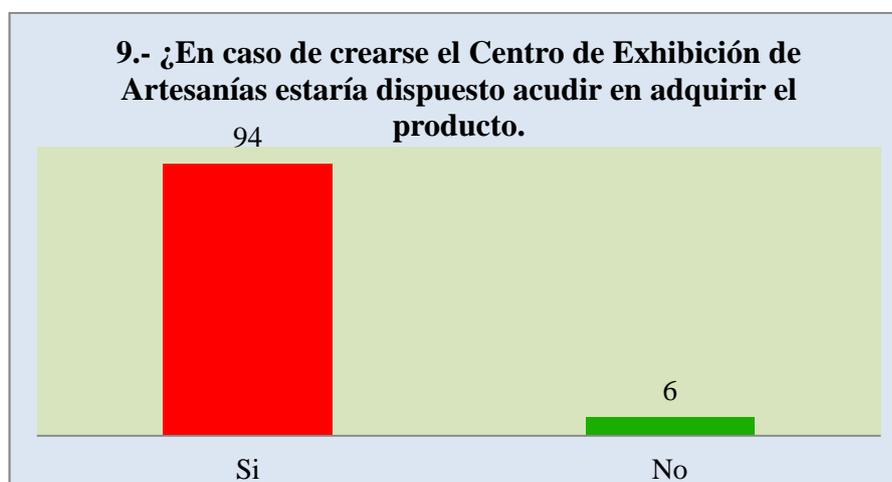
**CUADRO 34: Acudiría al centro de exhibición**

| Frecuencia   |    | Respuesta  |               |
|--|----|------------|---------------|
|  |    | Nº         | %             |
| <b>10.- ¿En caso de crearse el Centro de Exhibición de Artesanías estaría dispuesto acudir a adquirir el producto.</b> | Si | 355        | 94            |
|  | No | 24         | 6             |
| <b>Total</b>   |    | <b>379</b> | <b>100,00</b> |

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**GRÁFICO 25: Acudiría al centro de exhibición**



Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

## ANÁLISIS

La encuesta realizada en esta pregunta, en caso de crearse el centro de exhibición de artesanías estaría dispuesto acudir en adquirir el producto, las féminas respondieron que sí, por ende estarán dispuestos a adquirir el producto artesanal.

**11.- Para la publicidad de nuestro servicio de compra de artesanías. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación sería el más influyente para usted?**

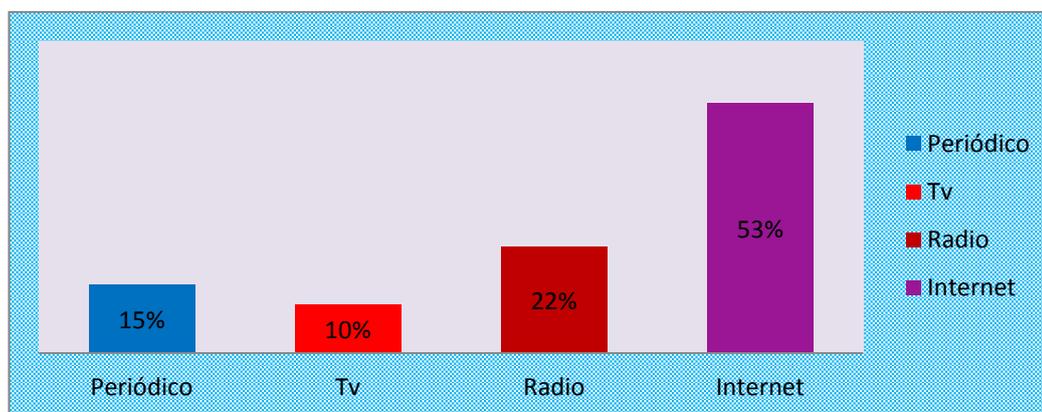
**CUADRO 35: Medios de publicidad**

| Frecuencia   |           | Respuesta  |            |
|--|-----------|------------|------------|
|  |           | Nº         | %          |
| <b>10.- Para la Publicidad de nuestro servicio de compra de artesanías. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación sería el más influyente para usted?</b> | Periódico | 55         | 15         |
|  | Tv        | 39         | 10         |
|  | Radio     | 85         | 22         |
|  | Internet  | 200        | 53         |
| <b>Total</b>   |           | <b>379</b> | <b>100</b> |

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**GRÁFICO 26: Medios de publicidad**



Fuente: Datos de la encuesta.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije..

**ANÁLISIS.**

En el grafico anterior corresponde a la pregunta en que medio sería más influyente para la publicidad de las artesanías, en su mayoría el internet , quedando como conclusión que el medio más factible para la publicidad es por internet ya que la tecnología es un medio que cada día se vuelve más penetrante en la sociedad.

### **1.3.2 Conclusiones y Recomendaciones**

#### **Conclusiones**

- El marco teórico establece que es idóneo la ejecución del estudio de factibilidad, porque de esta manera los instrumentos metodológicos son favorables para la empresa
- De acuerdo a la encuesta si poseen una buena función administrativa, hacen referencia que aún no la poseen porque no siempre llegan a un acuerdo mutuo para las decisiones que sean para el beneficio de sus actividades.
- Es muy favorable el desarrollo de la empresa ya que beneficiaria el sector de la plaza de trabajo, de esta manera exista un mejor nivel económico para los habitantes
- Tanto la directiva, socias y clientes asumieron que la propuesta es muy atractiva para la realización de la empresa, ya que es un lugar muy amplio y cómodo para las ventas de sus productos.

## **Recomendaciones**

- Es necesario fortalecer la asociación para la ejecución del proyecto de Estudio de Factibilidad.
- Se recomienda capacitación para que exista una buena organización, planificación y un buen control dentro de la Asociación de esta manera saber elegir a sus mandantes ya que de ellos depende la antes mencionada funcione de la mejor manera.
- Debe de existir el centro de Exhibición de Artesanías para un ambiente de trabajo favorable, así lograr mejorar las ventas ya que esto conlleva a que exista mucho más diversificación de productos.
- De acuerdo al estudio realizado se recomienda que debe existir la propuesta de un Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Exhibición para la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías en el Cantón La Libertad.

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE EXHIBICIÓN PARA LA “ASOCIACIÓN DE MUJERES EXPENDEDORAS DE ARTESANÍAS” DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.

#### 4.1.1 Responsable del Proyecto

El presente documento que tiene como título lo expuesto anteriormente, se desarrolló con la finalidad de que la Asociación de la Mujeres Expendedoras de Artesanías tenga su espacio físico-comercial en el Cantón La Libertad.

El proyecto muestra un estudio de factibilidad que determina la viabilidad económica y financiera de la Asociación presentada en estados actuales y proyectados por la Srta. Yenesty Julieta Morales Quijije, como responsable del proyecto.

#### 4.1.2 Promotores del Proyecto

El estudio de factibilidad para la creación de un centro de exhibición para la asociación de mujeres expendedoras de artesanías del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, tendrá como principales promotoras el siguiente listado de socias, y como respaldo a la elaboración, socialización y ejecución del proyecto se cuenta con una carta aval.

**Presidenta:** Lucy De Los Ángeles Galarza Caicedo

**Vicepresidenta:** Gladys Yolanda Cepeda Jácome

**Secretaria:** Bertilde Ofelia Sánchez Calderón

**Tesorera:** Lidia Marina Ajila Valladares

### **4.1.3 Actividad Económica**

La actividad económica del Centro de Exhibición para la Asociación de Mujeres Expendedora de Artesanías “CENEXMUAR” predomina en la elaboración y comercialización de artesanías para las féminas de la península, quienes gustan de la utilización diaria de este producto ofrecido por las mujeres emprendedoras de esta asociación la misma que tiene como visión fundamental ser reconocido e instituirse como unos de los principales centros artesanales en el mercado local y nacional.

## **4.2 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y JURÍDICA**

El centro de Exhibición de Artesanías tendrá una estructura jurídica organizacional jerárquica vertical diseñada de acuerdo a las actividades y responsabilidades que mantiene cada personal del centro de artesanías. El centro de artesanías establece los niveles y jerarquías de la siguiente forma:

- **Nivel Directivo**

  - Junta Accionista de la Asociación

  - Gerente General

- **Nivel Ejecutivo**

  - Jefe Financiero

  - Jefe Administrativo

- **Nivel de Apoyo**

  - Secretaria

  - Contador

  - Bodeguero

  - Comercial

  - Marketing

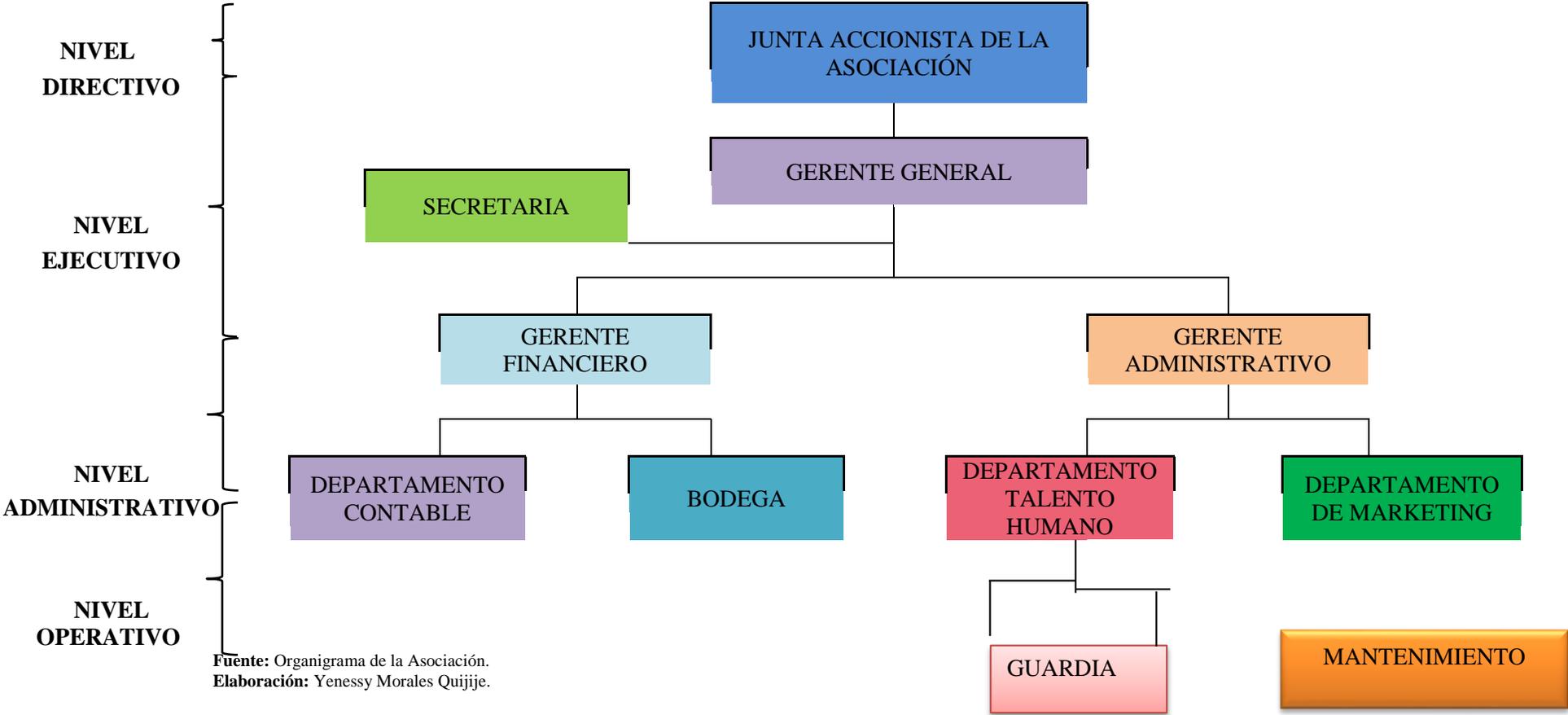
- **Nivel Operativo**

  - Vendedoras

  - Mantenimiento- Guardia

**ORGANIGRAMA**

**GRÁFICO 27: Estructura Organizacional**



Fuente: Organigrama de la Asociación.  
Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

## **FUNCIONES DEL PERSONAL**

### **DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVO**

#### **CARGO: GERENTE GENERAL**

El Gerente General es la persona encargada de la empresa, por lo tanto debe estar bien informado con relación a dicha empresa. Ver que todo esté en regla, debe velar por los intereses de los miembros que conforman la institución.

#### **FUNCIONES:**

- Funciones administrativas; analizar, planear, organizar, controlar y dirigir.
- Tomar decisiones que van en beneficio de la empresa.
- Buscar mejores estrategias.
- Negociar con proveedores y clientes.
- Estar siempre pendiente de las necesidades del personal.
- Establecer las políticas que rigen al orden y las responsabilidades.
- Trabajar conjuntamente con los otros departamentos.
- Motivar mediante incentivos y premios al personal.

#### **CARGO: JEFE FINANCIERO**

El Jefe Financiero es la persona responsable de la realizar la parte financiera de la empresa, sus responsabilidades está en el manejo del dinero de la empresa.

#### **FUNCIONES:**

- Administrar los recursos financieros de la empresa para realizar operaciones como: compra de materia prima, adquisiciones de máquinas y equipo, pago de salarios entre otros.
- Manejar la elección de productos y de los mercados de la empresa.

### **CARGO: JEFE DEPARTAMENTO DE MARKETING.**

El Jefe de Marketing es la persona encargada de realizar la parte del mercado de la empresa, la promoción y publicidad para posesionar el producto en el mercado.

#### **FUNCIONES:**

- Mantener contacto directo con los clientes.
- Establecer metas de ventas.
- Estar actualizado con los cambios del entorno de la empresa.
- Calcular la demanda y pronosticar las ventas.
- Administrar un stock de productos.
- Organizar, coordinar y controlar el volumen de las ventas proyectadas.

### **CARGO: CONTADOR**

La contabilidad de la empresa es una herramienta de poderosa información, ya que como asesor informante es de vital importancia en los asuntos económicos, financieros y tributarios que le corresponde a la empresa.

#### **FUNCIONES:**

- Entregar información analítica y actualizada durante el periodo de la empresa.
- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera.
- Realizar los avisos de ingreso y salida del personal.
- Elaborar las liquidaciones del personal.
- Revisar que todas las actividades operativas contables estén al día.
- Informar a gerencia la situación de la empresa, de esta manera tomar las respectivas decisiones.

## **ESTRUCTURA JURÍDICA**

El Centro de Exhibición para la Asociación de mujeres Expendedoras de Artesanías será constituido legalmente como una compañía unipersonal, la misma que deberá tener los siguientes requisitos.

Nombre del Centro de Artesanías correctamente aprobado por la Secretaría de la Constitución.

Presentar al Superintendente de compañías las escrituras públicas de la Constitución.

La compañía tendrá 27 socias.

El centro deberá afiliarse a la cámara de la pequeña industria.

Para que el centro pueda cumplir con los requisitos se deberá seguir los siguientes pasos.

- a) Solicitar la aprobación y reserva del nombre de la compañía.
- b) Abrir una cuenta de integración de capitales en un banco.
- c) Elevar la escritura pública la constitución de la empresa.
- d) Afiliar la compañía a la cámara de la pequeña industria.
- e) Ingresar a la intendencia e compañía una solicitud al intendente de compañías requiriendo la aprobación del trámite de constitución, adjuntando el nombre, la cuenta de apertura de capital y la escritura pública de la compañía.
- f) Afiliar a la compañía a la cámara de la pequeña industria.
- g) Obtener la resolución de aprobatoria del trámite de constitución.
- h) Publicar el extracto de la constitución en un periodo local.
- i) Anotar en el margen de la escritura la resolución de la intendencia de compañía.
- j) Inscribir la compañía en el registro mercantil.
- k) Inscribir el nombramiento del representante legal en el registro mercantil.

- l) Pagar impuestos municipales y de defensa nacional.
- m) Regresar los documentos a la intendencia de compañías con todos los documentos anteriormente mencionados.
- n) La intendencia realizará la numeración correspondiente de la compañía.
- o) Obtención del RUC en el SRI.

Requerimientos municipales para el Centro de Exhibición de Artesanías.

Para que el centro de artesanías pueda ofrecer sus productos deberá tener los siguientes permisos municipales:

- a) Formulario y tasa de habilitación.
- b) Copia de Cédula
- c) Copia de RUC.
- d) Copia de patente del año a tramitar
- e) Copia original de los bomberos del año actual
- f) Traer un croquis bien detallado de la ubicación del centro.

## **VALORES DE LA EMPRESA**

### **MISIÓN**

CENEXMUAR se ha constituido para la elaboración y comercialización de productos creativos para los diferentes gustos y necesidades de las clientas, garantizando la calidad e impulsando el proceso artesanal provincial.

### **VISIÓN**

CENEXMUAR liderará la exhibición artesanal en el mercado nacional, por la innovación y calidad de los productos ofrecidos, destacado además por la habilidad de sus colaboradoras; comprometidas con el desarrollo artesanal capacitación, esfuerzo constante y trabajo en equipo.

## **VALORES ORGANIZACIONALES**

**Puntualidad.-** Valor que representa los que integran en la empresa, hace referencia en la seriedad del trabajo, siendo puntuales en todo momento.

**Trabajo en Equipo.-** La asociación de mujeres expendedoras de artesanías “CENEXMUAR” formaran equipos de trabajos con el fin de mejorar rendimientos en sus labores, ya que el trabajo el trabajo compartido fortalece la relaciones personales en la institución, de esta manera facilitar el logro de las metas y sus objetivos.

**Ambiente Adecuado.-** El ambiente se convierte en un elemento importante para que no existan conflictos en el desempeño de las funciones de cada una de las socias, a su vez facilitando un ambiente adecuado y una buena comunicación.

**Capacitación al personal.-** La capacitación es de vital importancia ya que permite mejorar u optimizar los productos o servicios que ofrece la empresa.

**Responsabilidad.-** Actuar con transparencia en todos los actos encomendados, con la finalidad de garantizar la correcta ejecución de las actividades emprendidas por el centro de exhibición para la asociación de mujeres expendedoras de artesanías.

**Igualdad.-** Todas las socias tendrán los mismos derechos y obligaciones, sin diferencia de raza, socio-económica, creencias religiosas o afinidades políticas.

### **4.2.1 Necesidades a Satisfacer**

El centro de exhibición para la asociación de mujeres expendedoras de artesanías, “CENEXMUAR” se construye con el propósito de ofrecer variedades de productos de calidad con diseños personalizados que buscan satisfacer las

necesidades de las clientas entre ellos se encuentran líneas de productos tales como anillos, pulseras, cadenas, aretes u otros productos de artesanías.

#### **Proceso de decisión de compra:**

- Nace de la necesidad de las clientas por comprar artesanías en un lugar amplio y cómodo.
- Las clientas de satisfacer sus gustos y preferencias acuden al Centro de Exhibición donde podrán encontrar el producto que deseen.
- Las clientas a en base a sus gustos y preferencias toman su decisión de adquirir el producto.
- Dependiendo de que el Centro de Exhibición de Artesanías haya o no satisfecho las expectativas de las clientas, decidirá si repite o no la compra del producto.

#### **OBJETIVO GENERAL**

Proponer la creación de un centro de exhibición, para la “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías” que se dedique a la elaboración y comercialización de artesanía, mediante un estudio de mercado en el Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

#### **OBJETIVO ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercado que proporcione la recolección de información a cerca del centro de Exhibición de Artesanías.
- Mejorar el ingreso de los habitantes del Cantón la Libertad mediante el Centro de Exhibición de Artesanías.

- Presentar cada uno de los productos de diseños, modelos elaborados por las Artesanas.
- Mantener el aspecto cultural, ya que les permitirá obtener ingresos para el sostenimiento familiar, y para mejoramiento del Cantón La Libertad.
- Determinar la factibilidad técnica-económica –financiera para la estudio del proyecto de creación de exhibición de artesanías para la elaboración y comercialización de la misma.

#### 4.2.2 Productos/Servicios a Ofrecer

La tarea de las necesidades en los niveles del producto es un compromiso de buscar una responsabilidad realista entre las necesidades y expectativas de las clientas. Las líneas de productos serán aprovechadas para generar los respectivos ingresos en “CENEXMUAR”.

**GRÁFICO 28: Líneas de Productos**



**Fuente:** Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías.  
**Elaborado por:** Yenessy Morales Quijije

La calidad del producto también se determina a través de como los clientes ven el producto. De una perspectiva comercial por ende la calidad significa la capacidad de un producto para los satisfacer los gustos y las necesidades o los requerimientos de las clientas. Las artesanas son quienes elaboran los productos de tal forma ellas los realizan con la mejorar calidad y así ofrecerlo en el centro de exhibición para su respectiva ventas.

### **4.2.3 Justificación e Importancia**

Las artesanías en la Provincia de Santa Elena son muy representativas, realizadas de diferentes materiales que tiene la provincia. Las artesanías son un rubro muy importante dentro de la economía nacional, los productos artesanales representan la cultura popular y tradicional de un pueblo, su patrimonio y su forma de vida. Uno de los beneficios del sector artesanal es que ha sostenido a muchos países y sigue sosteniendo a los más pobres; en el caso específico del cantón la Libertad, es importante mantener ese aspecto cultural, ya que les permite obtener ingresos para sostenimiento de su grupo familiar, y para mejoramiento de la provincia de Santa Elena.

A través del centro de exhibición de artesanías se promocionaran los productos ya que las artesanas no cuentan con un lugar adecuado para la representación de cada uno de sus productos, a la vez pueden ser visitados por las diferentes clases sociales y de todas las edades.

De esta manera se lograría la exhibición de cada de uno de los diseños con el tiempo se ayudaría a cada uno de las artesanas en ofertar sus productos, donde su creatividad de la elaboración de cada uno de sus productos se tomarían en cuenta donde las personas podrán escoger los modelos o diseños que les guste.

Así el ingreso de los habitantes del Cantón La Libertad mejoraría, porque contarán con el centro de exhibición de artesanías donde se pondrán a la venta cada producto elaborado por las artesanas del Cantón la Libertad.

### **4.3 Mercado**

La investigación de mercado es una herramienta muy importante ya que permite la búsqueda correcta e idónea para todo proyecto empresarial. El origen de información fue de realizar encuestas a los habitantes del Cantón La Libertad, los

mismos que fueron seleccionados partiendo de la necesidad de adquirir las artesanías para las féminas en un ambiente amplio y cómodo, es la forma más adecuada para gestionar información expresiva y real.

Se investigó directamente a las posibles clientas, los que adquieren este tipo de artesanías de acuerdo sus gustos y preferencias y a la vez sus opiniones acerca de la creación del centro de exhibición para la asociación de mujeres expendedoras de artesanías. La investigación de mercado ayudo a comprender el ambiente actual e identificar los problemas, oportunidades en el Cantón La Libertad para poner en marcha el centro de exhibición.

El mercado de las artesanías direccionadas exclusivamente para las mujeres durante todo el año ya que ellas las adquieren en cualquier momento dependiendo de sus preferencias o cuando deseen utilizarlas, dicha institución también va dirigido a las turistas en tiempo de temporada, permitiendo buena acogida por las extranjeras porque logran adquirir los productos artesanales para diferentes usos.

## **ANÁLISIS DE LA OFERTA**

El centro de exhibición para la asociación de mujeres expendedoras de artesanías, “CENEXMUAR” se trata de la elaboración y comercialización de artesanías se orienta aquellas mujeres que sienten la necesidad de adquirir este producto en un lugar amplio y adecuado donde puedan encontrar variedades de artesanías de acuerdo a sus gustos y preferencias.

La demanda potencial del estudio de mercado para la creación de un centro de exhibición de artesanía fue definida por el Total de la población objetivo de 47912, de las mujeres del Cantón la Libertad, datos determinados por medio de representantes de la competencia, a la vez se tiene en cuenta los datos de las personas encuestadas en el instrumento de investigación son quienes están de acuerdo con la aceptación con un porcentaje del 88% del Estudio de Factibilidad

para la creación de un centro de exhibición para la “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías” en el Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, por ende se realiza una investigación de mercado donde se recoge, tabula y se analiza resultados.

#### **4.3.1.1 Clientes y Proveedores**

El centro de exhibición para la asociación de mujeres expendedoras de artesanías, “CENEXMUAR” tendrá como clientes potenciales a las mujeres de todas las edades que estén dentro de la población económicamente activa de la provincia de Santa Elena. Así mismo se considera como clientes a los turistas que visitan en tiempo de temporada.

Las consumidoras siempre buscan un lugar amplio y cómodo donde puedan encontrar algo creativo y llamativo de artesanías para su respectivo uso.

Es por tanto de quienes son sus proveedores se movilizan a la ciudad de Guayaquil ya que la materia prima sabe a un menor costo y establecen en que deben aportar, recibir ya que son elementos básicos para alcanzar la calidad, entonces es preciso organizar las medidas oportunas que permitan al cliente expresar sus necesidades; de esta forma captar proveedores para reducir los costos de la materia prima y buscar la calidad del producto.

#### **4.3.1.2 Sustitutos**

Se consideró a los productos sustitutos aquellos que puedan satisfacer la misma necesidad a las clientas actuales y potenciales, se consideró las ventas de los vendedores ambulantes en el malecón del cantón la libertad, en el malecón de salinas; e igualmente dentro de la Ruta del Spondylus se encuentra una variedad de artesanías que pueden reemplazar el gusto de adquirir las artesanías, existen entre ellos artesanías de tagua, madera, coco, concha de perla tejidos entre otros.

### 4.3.2 Valoración de la Demanda

La demanda potencial para el centro de artesanías para la asociación de mujeres expendedoras de artesanías se consideró la población comprendían entre los 18 años hasta los 36 años y más, es decir adolescentes, adulto-joven, adulto-mayor, de acuerdo a las encuestas realizadas se considera la demanda a las mujeres que forman parte de la población económicamente activa, así mismo se les denomina a las turistas nacionales y extranjeras quienes también visitarán el centro de artesanías en temporadas altas.

**CUADRO 36: Demanda por Unidades**

| MENSUAL | PRODUCTO     | ANUAL          |
|---------|--------------|----------------|
| 27216   | ARETES       | 326.592        |
| 10206   | PULSERAS     | 122.472        |
| 20412   | ANILLOS      | 244944         |
| 10206   | COLLARES     | 122472         |
| 68040   | <b>Total</b> | <b>816.480</b> |

Fuente: Datos de la Investigación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

La venta anual de todos los productos detallados en el cuadro #36 es de 816.480, que corresponden a una venta mensual de 68.040 unidades.

La venta mensual de cada uno de ellos se detalla a continuación; 27.216 de aretes, 10.206 de pulseras, 20.412 de anillos, 10.206 collares, con un total de 68.040 unidades.

### 4.3.3 Análisis Situacional

#### 4.3.3.1 Herramienta FODA

Es muy importante detallar mediante el análisis FODA, ya que ayuda a conocer las falencias que posee la asociación, cuyos resultados permitirán estructurar los diferentes mecanismos claves que ayudarán a fortalecer las estrategias. Esta herramienta de análisis situacional FODA, será base principal para que las socias establezcan vínculos con sus clientas, de esta forma existan buenas relaciones laborales y trabajar en equipo, solo así podrán alcanzar beneficios en un futuro.

**CUADRO 37:** Foda.

| <b>FORTALEZAS</b>  | <b>OPORTUNIDADES</b>  |
|--|---|
| Habilidad Manual   | Visita de turistas nacionales y extranjeros   |
| Ofrecer un producto 100% artesanal                                       | Aprovechar la tecnología  |
| Conocimiento y experiencia en las Artesanías                             | Nuestro país cuenta con una diversidad de materiales para la elaboración de las artesanías. |
| Precios accesibles   | Es un producto apetecible a nivel mundial   |
| Variedades de producto   | El porcentaje de aceptación por crear el centro de exhibición                               |
| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>   |
| Capacidad limitada en comercializar en volúmenes grandes.                | Competencia de los artesanos de la Ruta del Spondylus                                       |
| Inexistencia de coordinación y comunicación entre las Socias.            | Alto costo de la materia prima  |
| No existe capacitación constante.  | No exista fuentes de financiamiento   |
| Carencia de trabajo en equipo para realizar más variedades de artesanías | Desastres naturales   |

**Fuente:** FODA.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

#### **4.3.3.2 Estrategia de Mercado**

Son aquellas que nos van a permitir comercializar las artesanías en el centro de exhibición “CENEXMUAR” de manera eficiente a través del posicionamiento del producto para los posibles clientes, de esta manera cumplir con sus objetivos.

#### **Estrategias en los Consumidores.**

Se emplearan para darle fuerza a las ventas de artesanías, mediante la publicidad y propaganda de tal forma que los clientes potenciales se sientan incentivados en conocer el lugar donde puedan adquirir las artesanías para su respectivo uso, se promocionara por medio de cuñas radiales, hojas volantes, prensa escrita y la tv, para difundir el producto al mercado global.

### **Estrategias Geográficas.**

La comercialización del producto se dará en el centro de Artesanías “CENEXMUAR” que estará ubicado en el Cantón La Libertad por ser un punto estratégicamente para la construcción de dicha entidad y así las clientas podrán visitar el lugar para adquirir el producto que deseen.

### **Estrategias Corporativas.**

Se basa en buscar que las ventas aumenten de tal forma acaparar el mercado meta, se tomó en cuenta esta estrategia donde se hará conocer la razón de ser de la empresa y hacia dónde se dirige el centro, todo esto se logrará con el compromiso que cada socia o colaboradora realice en el proceso de la elaboración del producto artesanal y también en la atención al cliente. Lo importante de esa estrategia es proyectar una imagen corporativa que nos poseione en la mente de los consumidores.

### **Marketing Mix.**

Para el desarrollo del marketing mix del centro de exhibición para la asociación de mujeres expendedoras de artesanías “CENEXMUAR” de aplicarán cinco variables importantes para el desarrollo de la estructura. Esta estrategia de mercado se la aplicara para lograr posesionarse en la mente de las clientas vendiendo una imagen capaz de satisfacer sus gustos y preferencias.

### **Producto**

El producto está dirigido a satisfacer los gustos y las necesidades de nuestras clientas en base al producto, dentro del centro de exhibición para la asociación de mujeres expendedoras de artesanías “CENEXMUAR” se encontrará cadenas, anillos, pulseras, aretes entre otros para el respectivo uso de las clientas.

## Slogan de la Empresa

*“El arte de las manos femeninas”*



## Precio

Los precios se establecerán de acuerdo al tamaño y diseño del producto teniendo en cuenta los gastos de la materia prima que se necesita, de tal manera que se puedan obtener márgenes de utilidad en la empresa. Los precios que tendrá “CENEXMUAR”, son accesibles para el alcance de la situación económica de cada clienta.

## Plaza

“CENEXMUAR” estará ubicado en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena diagonal a la iglesia matriz del mismo nombre.

## Promoción

“CENEXMUAR” tendrá como promoción tanto para los anillos los días martes, pulseras los 15 de cada mes, aretes los días viernes y collares los días sábados;

tendrá como descuento en los días mencionados entre 15% y el 20% por cada producto en las fechas establecidas.

## Publicidad

La publicidad se realizara por medio del internet ya que es un medio que cada día se va posesionando en los hogares de los habitantes, Tv es un medio donde ya está en la mente de las personas, periódico es la prensa escrita donde día a día nos enteramos de los sucesos, cuyo valor mensual por la publicidad es de \$300, y anualmente \$3600.

**CUADRO 38: Publicidad**

| Concepto                | CANTIDAD | MENSUAL   | TOTAL MENSUAL | ANUAL       |
|-------------------------|----------|-----------|---------------|-------------|
| Publicidad Y Propaganda |          | \$ 300,00 | \$ 300,00     | \$ 3.600,00 |

**Fuente:** Datos de la Investigación.

**Elaborado por:** Yenessy Morales Quijije.

## 4.4 Estudio Técnico

### 4.4.1 Ubicación

“CENEXMUAR” será una unidad de negocio, donde predomina la elaboración y comercialización de artesanías, el estudio se realizó teniendo en cuenta la información recopilada por el estudio de mercado, su importancia radica en obtener el recurso humano, material y financiero para lograr los objetivos de posicionamiento y el crecimiento artesanal dentro del mercado de acuerdo a la capacidad instalada que tendrá el centro de exhibición.

Para determinar la respectiva evaluación se debe tomar en cuenta varios factores geográficos que se relacionen con las condiciones naturales que rigen las distintas zonas de la región, como el clima, contaminación, comunicaciones, carreteras, así

mismo los factores institucionales relacionados con los planes y estrategias de desarrollo. El centro estará ubicado en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, donde dispone de los siguientes factores.

- Dispone de la infraestructura básica con agua, luz, teléfono, acceso vial, facilidad de transporte y todo lo necesario para poner en marcha el proyecto.
- Dispone de Mano de obra calificada.

#### 4.4.1.1 Macro localización

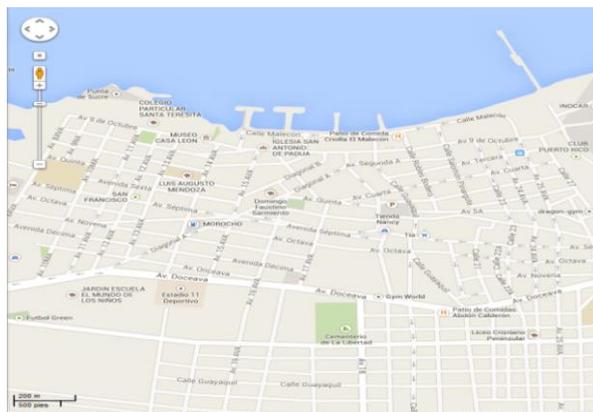
En la macro localización estará ubicado en:

Provincia: Santa Elena

Cantón: La Libertad

Barrio: # 10 de Agosto, calle Montecristi y 3ra Avenida Esq.

**GRÁFICO 29: Mapa Macro Localización**



Fuente: Google Maps  
Elaborado por: Yenessy Morales Quijije

#### 4.4.1.2 Micro Localización

Es donde se propone la construcción de “CENEXMUAR”, en el cantón la Libertad diagonal a la Iglesia Central; Calle Montecristi y 3ra Avenida.

**GRÁFICO 30: Micro Localización**



Fuente: Google Maps  
Elaborado por: Yenessy Morales Quijije

#### 4.4.2 Tamaño de Planta Seleccionado

El tamaño de un proyecto es la capacidad instalada de producción de bienes o servicios para el cual se diseña la instalación. La determinación del tamaño es la inicial parte de la ingeniería del proyecto, está claramente vinculado a los datos que se generan en la etapa previa, como el estudio de mercado que condiciona directamente en el estudio técnico.

En la actualidad no existe un método eficiente y seguro que determine el tamaño óptimo de la planta, de todos los modos propuestos tal vez se considere los factores que logren localizar el tamaño, como el mercado, los recursos monetarios disponibles y la tecnología, y a la vez haciendo una serie de aproximaciones para llegar a un tamaño que se supone como óptimo.

#### **Factores que condicionan el tamaño de la planta:**

El proyecto contribuirá con el desarrollo económico y social de las socias de “CENEXMUAR” y ayudará a dinamizar la afluencia de turistas nacionales y extranjeras.

A continuación se puede observar el plano de “CENEXMUAR” y como van estar establecidos sus instalaciones.

GRÁFICO 31: Infraestructura Planta Alta

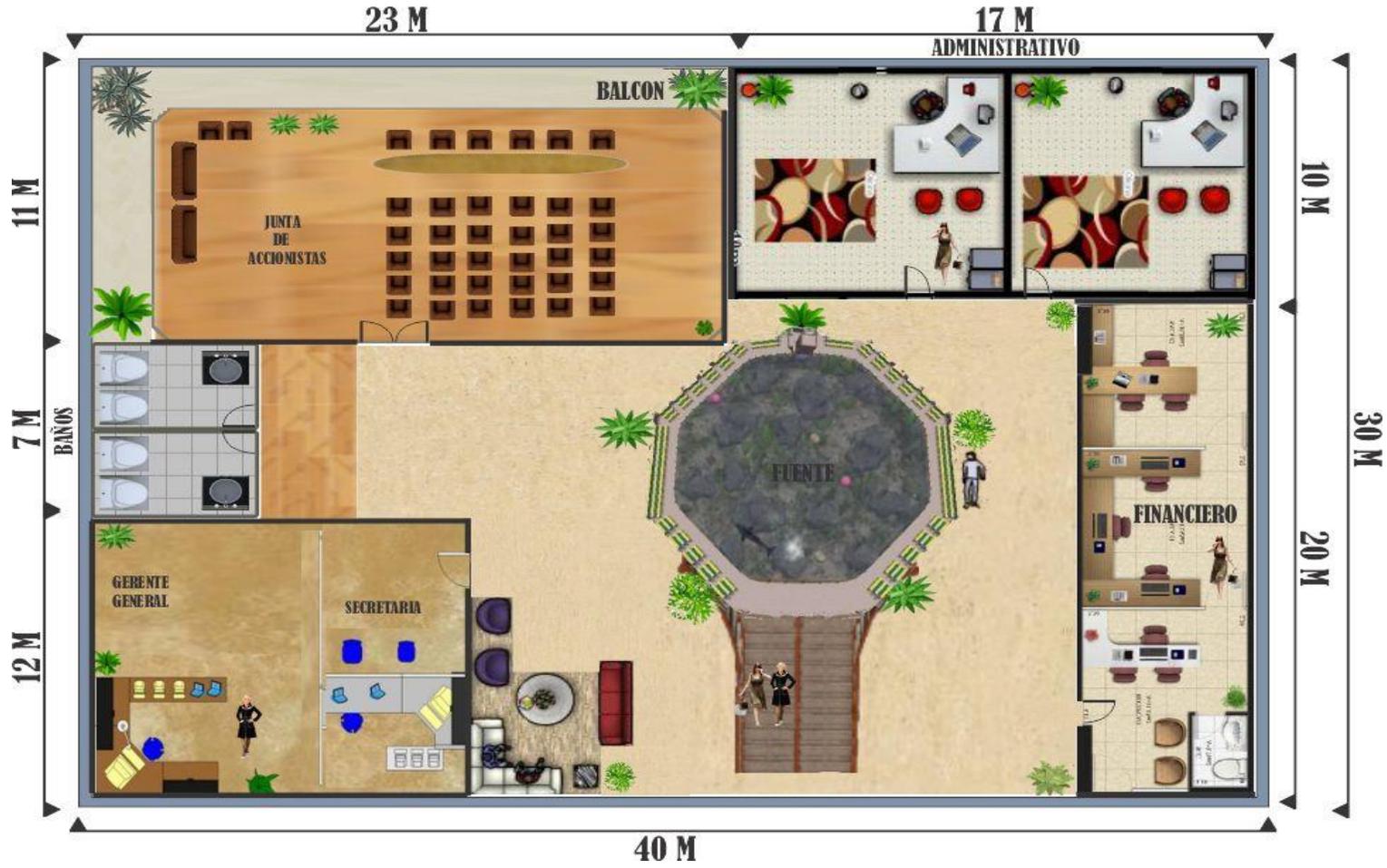
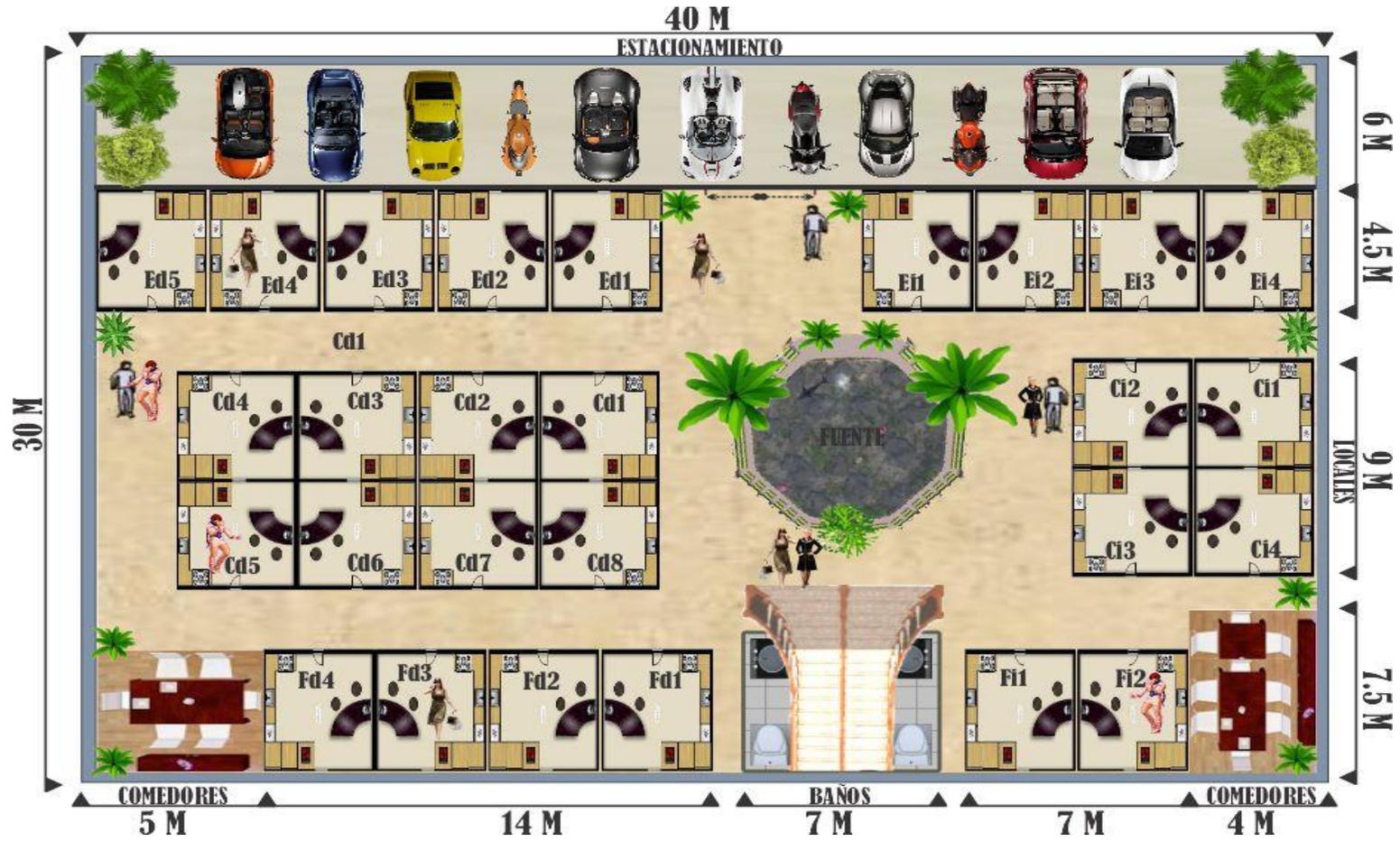


GRÁFICO 32: Infraestructura Planta Baja



#### 4.4.3 Proceso de Comercialización

La lista de producto de “CENEXMUAR”, que va a ofrecer a sus clientas son las siguientes:

- Anillos, Pulseras, aretes, cadenas elaborados de chaquira, chaquirón, checa, Murano, perlas, cristales, pepas plásticas.
- Aretes también elaborados de coco, alpaca, azas, alambre de hilo

**GRÁFICO 33: Líneas de Producto**



**Fuente:** Asociación de Mujeres Exendedoras de Artesanías.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

Los productos de “CENEXMUAR”, están dirigidos al género femenino del Cantón La Libertad, de acuerdo al estudio realizado el 94% está de acuerdo en adquirir el producto una vez creado el centro de exhibición de artesanías.

Los medios de comunicación en donde se va dar conocer el producto son:

- Periódico
- Tv

- Radio e
- Internet

Los precios de las artesanías varían por el nivel de situación económica de las clientas ya que su nivel de compra de acuerdo al estudio realizado es de \$8 en adelante, lo cual indica que adquieren dichos productos para un uso personal diversificado.

#### 4.4.4 Instalaciones Físicas

El terreno que se pretende adquirir está ubicado en la Provincia de Santa Elena, Cantón La Libertad, tendrá una distancia de  $40\text{mt}_2 \times 30\text{mt}_2 = 1200\text{mt}_2$ , con un total de \$ 365.000 dólares de inversión necesaria en terreno e infraestructura. Cada metro del terreno es de \$ 12,5 dólares con un total de \$ 15.000 dólares por 1200 mts. Así mismo la infraestructura está valorada por cada mt de \$ 291,67 dólares con un total de \$ 350.000 con la cantidad de 1200mts.

El espacio establecido de la junta accionista de las socias es de 11mts ancho por 23mts de largo, el Gerente General junto a la secretaria su espacio determinado es de 12 mts d ancho y 11 mts de largo, el área administrativa (Dpto. de Talento Humano, Dpto. de Marketing,) con un espacio físico de 10 mts de ancho y 17 mts de largo, concluyendo con el área financiera 10 mts de ancho y 20 mts de largo.

**CUADRO 39: Instalaciones**

| TERRENO                  |          |      |        |
|--------------------------|----------|------|--------|
| ADMINISTRACIÓN DE VENTAS |          |      |        |
| Cantidad m <sub>2</sub>  | Concepto | C.U  | C.T    |
| 1200                     | Terreno  | 12.5 | 15.000 |

| INFRAESTRUCTURA         |                      |        |         |
|-------------------------|----------------------|--------|---------|
| Cantidad m <sup>2</sup> | Concepto             | C.U    | C.T     |
| 1200                    | Infraestructura (2P) | 291.67 | 350.000 |

Fuente: Instalaciones.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

#### 4.4.5 Maquinarias y Equipos

Las maquinarias y equipos se determinaron por cada área de trabajo establecida que se va a necesitar para cumplir cada una de sus funciones, a la vez adquiriendo una depreciación mensual y anual.

De los Equipos de Computación se necesitarán 5 computadoras cada una de ellas \$ 920 dólares con un total de \$ 4.600 con una vida útil de 3 años. También se necesitarán 2 impresoras a \$ 251 cada una total de \$ 502 con una vida útil de 3 años. En total del Equipo de Computación es de \$ 5.102 dólares.

**CUADRO 40: Equipo de Computación**

| Máquinas   | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total  | Vida Útil Años |
|--|----------|----------------|--------------|----------------|
| <b>Equipos de computación</b>                                |          |                |              |                |
| NEETBOOK SONY WAIO<br>Procesador Intel Core 5 3230M          | 5        | 920            | 4.600        | 3              |
| Impresora L210 Epson +<br>Sistema Tinta Continua<br>Original | 2        | 251            | 502          | 3              |
| <b>TOTAL</b>   |          |                | <b>5.102</b> |                |

Fuente: Equipo de Computación.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije,

De los Muebles y enseres se necesitaran 3 Escritorio Ejecutivo De 1.50 M X 0.60 Con Cajonera cuyo valor es \$ 155, total \$465 dólares, su vida útil de 5 años, 3 Silla Giratoria Gerente Cuerina Negra Mueble Modular su valor equivale a \$ 35 dólares, total \$105 con una vida útil de 5 años, también se necesitarán 2 Silla Grafitti Fija Tela Azul Mueble Modular cada una es de \$ 15; su total, con su vida útil de 5 años, así mismo se necesitara 1 Escritorios L 1.63 X 1.40 - Mesas De Pc cuyo valor es de \$ 179, con una depreciación de 5 años, 1 Mesa De Sala De Reuniones de \$ 90 dólares, vida útil de 5 años, y 1 Sillón Ejecutiva Gerencial Giratoria su precio es de \$ 89 dólares, con una vida útil de 5 años. El costo Total de los Muebles de Oficina equivale a \$ 958 dólares.

**CUADRO 41: Muebles y Enseres**

| Máquinas                                     | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total | Vida Útil Años |
|--|----------|----------------|-------------|----------------|
| <b>Muebles y Enseres</b>                     |          |                |             |                |
| Escritorio                                   | 3        | 155            | 465         | 5              |
| Silla  | 3        | 35             | 105         | 5              |
| Silla Grafitti Fija Tela Azul Mueble Modular | 2        | 15             | 30          | 5              |
| Escritorios L 1.63 X 1.40 - Mesas De Pc      | 1        | 179            | 179         | 5              |
| Mesa De Sala De Reuniones                    | 1        | 90             | 90          | 5              |
| Sillón Ejecutiva Gerencial Giratoria         | 1        | 89             | 89          | 5              |
| <b>TOTAL</b>                                 |          |                | <b>958</b>  |                |

Fuente: Muebles y Enseres.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

En los Equipos de oficina se necesitarán 5 teléfono Panasonic Kx-Tg1061 C/Contest + 1 Inalámbrico su valor de \$ 166 con un total de \$ 830 dólares su depreciación es de 5 años, 2 Dispensador De Agua Fria Y Caliente Con Compresor Tcl de \$ 160 cada uno, con un total de \$ 320 dólares con una depreciación de 5 años, 3 Archivador Metálico 4 Gavetas cada uno de \$ 160, total \$ 480 dólares, depreciación de 5 años, 1 Televisor cuyo precio de \$ 499 dólares con una vida útil de 5 años, así mismo 2 Radios con un valor de \$ 98, total \$ 196 dólares. El costo Total de los Equipos de Oficina es de \$ 2.325 dólares.

**CUADRO 42: Equipo de Oficina**

| Máquinas  | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total  | Vida Útil Años |
|---|----------|----------------|--------------|----------------|
| <b>Equipos de Oficina</b>                                   |          |                |              |                |
| teléfono Panasonic Kx-Tg1061 C/Contest + 1 Inalámbrico      | 5        | 166            | 830          | 5              |
| Dispensador De Agua Fria Y Caliente Con Compresor Tcl       | 2        | 160            | 320          | 5              |
| Archivador Metálico 4 Gavetas                               | 3        | 160            | 480          | 5              |
| Televisor Lcd Sony Led 32 Hd Slim Usb + Radio Sb Kdl-32r405 | 1        | 499            | 499          | 5              |
| Radios Motorola 56 Kilómetros Talkabout Walkie Talkie       | 2        | 98             | 196          | 5              |
| <b>TOTAL</b>  |          |                | <b>2.325</b> |                |

Fuente: Equipo de Oficina.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

#### 4.4.6 Recursos Humanos

El departamento de Recursos Humanos estará la junta accionista de las socias, el área administrativa, y los departamentos de acuerdo a las funciones encomendadas a cada una de ellas.

A continuación se detalla el personal que se solicita de acuerdo al organigrama estructural de “CENEXMUAR”

**CUADRO 43: Recurso Humano Requerido**

| N°<br>TRABAJADORES         | CARGO                  | SUELDO           | SUELDO            |
|----------------------------|------------------------|------------------|-------------------|
|                            |                        | UNIFICADO        | ANUAL             |
| <b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b> |                        |                  |                   |
| 1                          | Gerente General        | 800,00           | 9.600,00          |
| 1                          | Gerente Financiero     | 700,00           | 8.400,00          |
| 1                          | Gerente Administrativo | 700,00           | 8.400,00          |
| 1                          | Secretaria             | 450,00           | 5.400,00          |
| 1                          | Contador               | 600,00           | 7.200,00          |
| 1                          | Talento Humano         | 600,00           | 7.200,00          |
| 1                          | Bodeguero              | 500,00           | 6.000,00          |
| <b>ÁREA DE VENTAS</b>      |                        |                  |                   |
| 1                          | Jefe de Marketing      | 600,00           | 7.200,00          |
| 27                         | Vendedoras             | 9.450,00         | 113.400,00        |
| <b>ÁREA AOPERATIVA</b>     |                        |                  |                   |
| 2                          | Guardia                | 760,00           | 9.120,00          |
| 2                          | Mantenimiento          | 760,00           | 9.120,00          |
| 38                         | <b>TOTAL</b>           | <b>15.920,00</b> | <b>191.040,00</b> |

**Fuente:** Recurso Humano.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

#### 4.4.7 Materias Primas para la Elaboración de las Artesanías

En todo proceso de comercialización existen clases de materiales o gastos, directos e indirectos. Los directos corresponden a las materias primas, partes o elementos que conforman el producto terminado y cuya caracterización con el costo unitario de los bienes finales es sencillamente probado. Los materiales indirectos son los que emplean en la elaboración del producto y cuyo costo no se ubican directamente en el producto.

Loa productos artesanales están elaborados por chaquiras precio es de \$1,5, chaquirón \$1,75, checa \$1,25, Murano \$1,75, perlas \$2,00, cristales \$1,80 Pepas plásticas \$1,40, es el costo unitario por cada funda de la materia prima antes mencionada, los productos artesanales se elaboran con cada una de ellas.

**GRÁFICO 34: Productos**



Los materiales que se utilizan para la elaboración de las artesanías son los siguientes:



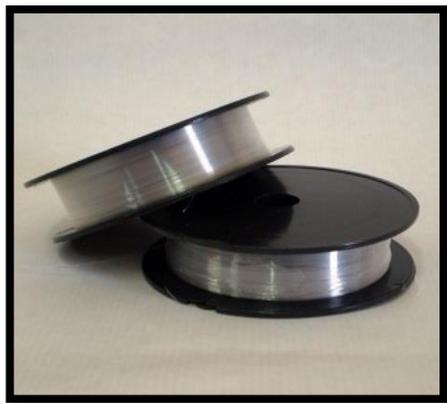
Alicates



Aguja de Pelo



Nylon Elástico



Nylon Elástico Fino

**Fuente:** Materiales.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

Son los cuatros únicas herramientas que manejan para la respectiva elaboración de cada producto artesanal, dándole el toque final con cada creatividad que realizan con sus manos, ya que es lo más importante para el producto final.

Para la elaboración del producto artesanal ya sea anillos, pulseras, aretes, o cadenas se necesita un alicate cuyo valor es de \$3, así mismo la aguja de pelo su valor por unidad es de \$0,15, el nylon elástico el precio es de \$4, y el nylon elástico fino es de \$3,5.

#### CUADRO 44: Materiales

| Material                   | Cantidad | Costo. Unitario |
|----------------------------|----------|-----------------|
| <b>Alicate</b>             | 1        | 3,00            |
| <b>Aguja de Pelo</b>       | 1        | 0,15            |
| <b>Nylon Elástico</b>      | 1        | 4,00            |
| <b>Nylon Elástico Fino</b> | 1        | 3,50            |
| <b>Total</b>               | <b>4</b> | <b>10,65</b>    |

**Fuente:** Costo de Materiales

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

### 4.5 Plan Económico – Financiero

#### 4.5.1 Plan de inversiones

Las inversiones y el financiamiento del proyecto exigen un análisis profundo sobre los principales bienes de capital que requiere el centro de exhibición de artesanías para que pueda funcionar perfectamente.

El objetivo de este capítulo es analizar como la información que aprovisionan los estudios de mercado, técnico y organizacional puede precisar la importancia de las inversiones que un proyecto debe reglamentar, a fin de ser añadida como un historial más en la proyección del flujo de caja que viabilice su posterior estimación.

Si bien es cierta la mayor parte de las inversiones debe ejecutarse antes de la puesta en marcha del proyecto, pueden existir inversiones que sean necesarias realizar durante el transcurso de evolución ya sea porque se precise reemplazar activos desgastados o porque se solicita aumentar la capacidad en caso de ser necesario por aumentos de la demanda proyectada.

**CUADRO 45: Inversión Total del Proyecto**

| Concepto                              | Valor          |
|---------------------------------------|----------------|
| <b>Capital de trabajo</b>             | 15.000         |
| <b>Activos Fijos + Terreno + Inf.</b> | 373.385        |
| <b>Total de Inversión</b>             | <b>388.385</b> |

**Fuente:** Inversión Total.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

#### **4.5.1.1. Inversión Fija Tangible**

Como se puede observar en el cuadro la inversión tangible asciende a un total de \$ 373.385 dólares que corresponden a la inversión de equipos de computación, equipos de oficina, muebles de oficina, terreno e infraestructura para llevar a cabo las actividades del centro de exhibición de artesanías.

**CUADRO 46: Inversión Fija Tangible**

| <b>ACTIVOS FIJOS</b>   | <b>TOTAL</b>   |
|------------------------|----------------|
| Equipos de Oficina     | 2.325          |
| Muebles y Enseres      | 958            |
| Equipos de Computación | 5.102          |
| Infraestructura        | 350.000        |
| Terreno                | 15.000         |
| <b>Total</b>           | <b>373.385</b> |

**Fuente:** Inversión Fija Tangible.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

#### **4.5.1.2. Inversión Fija Intangible**

La inversión Intangible es muy importante ya que son requisitos que se realiza para la obtener la respectiva documentación y así llevar en marcha la empresa, la inversión asciende en \$ 1.200 dólares.

### CUADRO 47: Inversión Fija Intangible

| REQUISITOS              | TOTAL        |
|-------------------------|--------------|
| Trámite en el Municipio | 300          |
| Trámite SRI             | 400          |
| Otros documentos        | 500          |
| <b>TOTAL</b>            | <b>1.200</b> |

Fuente: Inversión Fija Intangible.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

#### 4.5.1.3. Capital de Trabajo

Para obtener el capital de trabajo se utilizó el método analítico donde se manejan las cuentas corrientes de la empresa entre ellos se incorporan las siguientes cuentas: Inventario, Producción Terminada, Costo de Producción, Costo de Ventas y ventas de esta manera se pone en marcha las actividades con normal desarrollo de “CENEXMUAR”, se necesita \$ 15.000 de capital, para que exista una rentabilidad favorable dentro de la administración de la empresa

### CUADRO 48: Capital de trabajo

|                                 |               |
|---------------------------------|---------------|
| <b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b> | <b>15.000</b> |
|---------------------------------|---------------|

Fuente: Capital de Trabajo.

Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

#### 4.5.2 Plan de Financiamiento

El plan de financiamiento del centro de exhibición de artesanías “CENEXMUAR”, ha sido desarrollado de acuerdo a estudios observados en el mercado del Cantón La Libertad, a partir de aquello se han hecho cada uno de los estados financieros, considerando los respectivos costos y gastos y así estableciendo el personal con que se contará para preparar sus actividades administrativas y/o operativas de la empresa.

Para cubrir la inversión total de \$ 388.385 dólares, será financiado el 25% de acciones comunes que corresponden a cuatro accionistas en partes iguales, es decir, \$ 97.096, cada una pertenecen al capital social del centro de exhibición de artesanías y el 75% mediante préstamo bancario por la cantidad de \$ 291.289.

#### CUADRO 49: Plan de Financiamiento

| CONCEPTO            | %   | APORTES        |
|---------------------|-----|----------------|
| Acciones Comunes    | 25% | 97.096         |
| Préstamos Bancarios | 75% | 291.289        |
| <b>Total</b>        |     | <b>388.385</b> |

Fuente: Plan de Financiamiento.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

La entidad financiera con más arranque a créditos, por ende la matriz productiva donde le pertenece al emprendedor como ente para el progreso económico del país y por la cual se le determinó para financiar el presente proyectos se la denomina Corporación Financiera Nacional. Los financiamientos vas dirigidos a personas naturales o jurídicas.

#### CUADRO 50: Tabla de Amortización

El saldo bancario asciende a \$291.289, el pago se realizará en los 10 años correspondientes, a continuación se detalla la los intereses y los pagos realizados durante cada año.

**Banco:** Banco Nacional de Fomento

**Año:** 10 años

**Interés:** 12%

| PERIODO     | DIVIDENDOS | INTERES | AMORTIZACIÓN DE CAPITAL | SALDO FINAL |
|-------------|------------|---------|-------------------------|-------------|
|             |            |         |                         | 291.289     |
| <b>2014</b> | 64.084     | 34.955  | 29.129                  | 262.160     |
| <b>2015</b> | 60.588     | 31.459  | 29.129                  | 233.031     |
| <b>2016</b> | 57.093     | 27.964  | 29.129                  | 203.902     |
| <b>2017</b> | 53.597     | 24.468  | 29.129                  | 174.773     |
| <b>2018</b> | 50.102     | 20.973  | 29.129                  | 145.644     |
| <b>2019</b> | 46.606     | 17.477  | 29.129                  | 116.516     |
| <b>2020</b> | 43.111     | 13.982  | 29.129                  | 87.387      |
| <b>2021</b> | 39.615     | 10.486  | 29.129                  | 58.258      |
| <b>2022</b> | 36.120     | 6.991   | 29.129                  | 29.129      |
| <b>2023</b> | 32.624     | 3.495   | 29.129                  | 0           |

Fuente: Yenessy Morales Quijije

Elaboración: Yenessy Morales Quijije

### 4.5.3 Cronograma de Ejecución

Esta herramienta va a permitir medir el tiempo y poder planificar en orden cronológicamente las actividades de acuerdo al cronograma de trabajo estipulado

**CUADRO 51: Cronograma de Actividades de “CENEXMUAR”**

| ACTIVIDAD                          | TIEMPO | MESES |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |   |
|------------------------------------|--------|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|---|
|                                    |        | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |   |
| Elaboración del estudio            |        | ■     |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |   |
| Constitución de la empresa         |        | ■     |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |   |
| Compra de terreno                  |        |       | ■ | ■ | ■ |   |   |   |   |   |    |    |    |   |
| Acondicionamiento de Terreno       |        |       |   |   | ■ |   |   |   |   |   |    |    |    |   |
| Construcción de la obra civil      |        |       |   |   |   | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■  | ■  |    |   |
| Compra de mobiliario y equipo      |        |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    | ■  | ■ |
| Instalación de mobiliario y equipo |        |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    | ■  | ■ |
| Inicio de operaciones              |        |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    | ■  | ■ |

Fuente: Cronograma de Actividades.  
Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

### 4.5.4 Costo de Operación

El proceso de determinación de costos constituye la parte importante para el centro de exhibición de artesanías, que permite medir el nivel de utilidad o contribución marginal en la obtención de beneficios que posee como ente competitivo, luego de cubrir con los gastos necesarios en la elaboración de artesanías. Con relación a los rubros establecidos varían de acuerdo a los diseños que realice cada socias, se ha establecido el tiempo en que elaboran cada producto artesanal, a continuación se detallará:

**CUADRO 52: Costos de Operación**

| PONDERACIÓN DEL COSTO |                |          |        |             |
|-----------------------|----------------|----------|--------|-------------|
| PRODUCTO              | MONTO          | %        | PRECIO | PONDERADO   |
| ARETES                | 326.592        | 0,4      | 0,6    | 0,24        |
| PULSERAS              | 122.472        | 0,15     | 0,9    | 0,135       |
| ANILLOS               | 244.944        | 0,3      | 0,6    | 0,18        |
| COLLARES              | 122.472        | 0,15     | 1,5    | 0,225       |
| <b>Total</b>          | <b>816.480</b> | <b>1</b> |        | <b>0,78</b> |

Fuente: Costos de Operación.  
Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

#### **4.5.5 Ingresos**

Es el pronóstico de ventas de la empresa correspondientes a un periodo determinado, que proporciona el departamento de marketing al gerente de finanzas.

“CENEXMUAR” ofrecerá líneas de productos tanto anillos, pulseras, aretes, collares entre otros, este producto artesanal es muy adquirido por las clientes para su respectivo uso, además de ser modelos creativos, llamativos el precio es muy cómodo para adquirirlo, se pronosticó de acuerdo a una variación, sus ventas son de \$ 88.452 productos mensuales a continuación se detalla los ingresos anuales de acuerdo al análisis financiero.

**CUADRO 53: Ingresos en Dólares**

|        | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      | 2018      | 2019      | 2020      | 2021      | 2022      | 2023      |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| VENTAS | 1.061.424 | 1.170.220 | 1.290.168 | 1.422.410 | 1.568.207 | 1.728.948 | 1.906.165 | 2.101.547 | 2.316.955 | 2.554.443 |

#### **4.6 Evaluación Financiera**

##### **4.6.1 Estados Financiero Projectado**

El Estado Financiero se basa en cálculos estimativos de transacciones que aún no se han realizado, es un estado considerado que acompaña frecuentemente a un presupuesto. La planeación financiera es la parte importante de las instrucciones del centro de exhibición de artesanías “CENEXMUAR”, ya que provee para guiar, coordinar y controlar los movimientos con el propósito de lograr sus objetivos.

##### **4.6.1.1 Estado de Pérdida y Ganancias**

Este documento contable muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida), de la empresa durante los 10 años determinado, además presenta la situación financiera de la empresa, tomando en cuenta los ingresos y gastos efectuados, proporcionado la utilidad neta de la empresa.

El Estado de Resultados o Estado de Pérdida y Ganancias, es un estado financiero que especifica detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante el período terminante; por lo que debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que dicha información se presente confiable para la toma de decisiones respectivamente.

El Estado de Resultados de “CENEXMUAR”, se proyectó a 10 años de vida, en los ingresos se muestra restando el costo de venta para lograr la utilidad bruta; desglosando los gastos operativos, gastos administrativos, gastos de ventas, para así obtener la utilidad antes de impuestos y finalmente para obtener la utilidad neta, cabe recalcar que también se consideran los financieros, intereses del préstamo anuales, los impuestos y participación de trabajadores. La utilidad neta para el año 2014 es de \$ 112.316, siguiendo en el años 2015 de \$ 139.474, y así sucesivamente en los años posteriores, finalmente para el año 2023 de \$495.448 la utilidad neta es de \$ 241.817, dando como resultado que se obtendrá ganancia en el proyecto.

#### **4.6.1.2 Flujo de Caja**

En este estado se muestra la tendencia de egresos e ingresos y la disponibilidad de fondos del periodo definitivo, es decir se estudia el movimiento de dinero del mercado. Los resultados obtenidos en el flujo de efectivo consiente en conocer el dinero con que contará la empresa una vez efectuada con cada una de las obligaciones por pagar, además se evalúa la capacidad que tiene el centro de exhibición de artesanías, para generar efectivo, así como sus necesidades de liquidez, de esta forma tomar decisiones económicas.

Las proyecciones muestran resultados variables ya que en cada año se realizan transacciones diferentes, como la compra de nuevos activos, además se realizan pagos de dividendos a los accionistas que se cancelan una vez que la empresa genere utilidades. Describiendo el Flujo de Efectivo del centro de Exhibición de Artesanías “CENEXMUAR”, se tiene una proyección de diez años consecutivamente.

El Estado de Flujo de Efectivo en el años 2014, representa un saldo positivo de \$ 101.176, el cual indica que en este año se cumplió con sus obligaciones, así mismo del año 2015 a 2023, donde también existe todas las obligaciones necesarias, además cuenta con un saldo inicial. Como ingresos en el año 2014 se obtuvo en el primer año \$ 1.062.639 así posteriormente para los demás años hasta el 2023. De esta manera se analiza la utilidad bruta, utilidad operacional y Utilidad Neta. Además se obtiene la sumatoria de la depreciación menos la inversión sumando el préstamo con el valor de desecho de los activos fijos dando como resultado el Flujo Neto del Efectivo. La empresa del mercado de liquidez aumentará de manera significativa de acuerdo a los estudios realizados donde se tomó en cuenta muchos parámetros.

#### 4.6.2 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio para la empresa “CENEXMUAR” Se obtuvo de productos a vender 235450,00 en valor monetario \$306.085 anuales

$$Pe_{(u)} = \frac{CF}{(PV - CV)}$$

$$Pe_{(\$)} = \frac{CF}{1 - (CV/PV)}$$

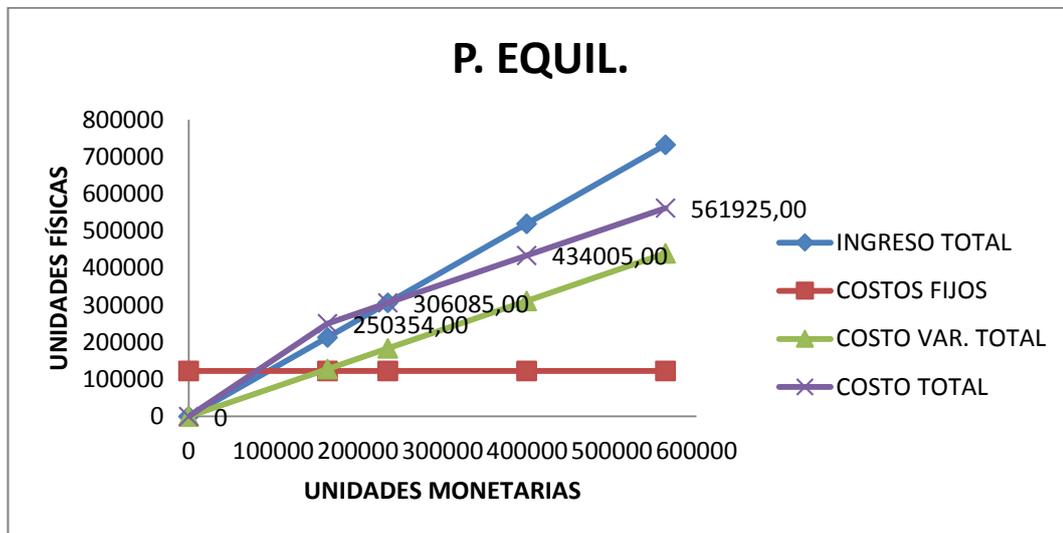
**CUADRO 54: Punto De Equilibrio**

| DATOS   |  |  |            |
|---|--|--|------------|
| PRECIO VTA. UNITARIO                          |  |  | 1,3        |
| UNIDADES VENDIDAS                             |  |  | 816.480    |
| INGRESO TOTAL                                 |  |  | 1.061.424  |
| COSTO FIJO TOTAL                              |  |  | 122.434    |
| COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)                    |  |  | 636.854,4  |
| COSTO VARIABLE UNITARIO= CVT/N UNID. VENDIDAS |  |  | 0,7800     |
|   |  |  |            |
| <b>CANTIDAD DE EQUILIBRIO</b>                 |  |  | 235.450,00 |
| <b>VALOR MONETARIO DE EQUIL</b>               |  |  | 306.085,00 |

Fuente: Punto de Equilibrio.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije

**GRÁFICO 35: Punto De Equilibrio**



Fuente: Punto de Equilibrio.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije

### 4.6.3 Indicadores de Rentabilidad de la Inversión

#### 4.6.3.1 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno consiste en determinar una tasa la cual es aplicada al valor actual de las entradas operativas. El rendimiento promedio anual de 42%. Esto indica que el proyecto es atractivo ya que posee condiciones favorables de rentabilidad.

#### 4.6.3.2 Valor Presente neto

La evaluación financiera realizada, partiendo de la inversión inicial de \$ 15.000, en lo que concierne a equipos de cómputo, muebles y equipos de oficina, terreno e infraestructura, se recupera en los dos años. Para la aceptación del proyecto se debe medir el valor actual neto, por lo tanto si es mayor a cero el proyecto es aceptado, y si es menor a cero el proyecto es rechazado.

El Valor Presente Neto del proyecto es de \$ \$ 908.021,09

### 4.6.3.3 Análisis de Sensibilidad

Para concluir el estudio de factibilidad se hará un análisis de sensibilidad para saber si el proyecto puede resistir a variaciones internas o externas. Se puede observar que el proyecto es rentable con un precio de \$ 1.3 con una demanda de 816840 productos artesanales anuales, con un VAN de \$908021,07 y un TIR del 42%, con un 1,1 de precio pesimista hace que tenga una rentabilidad de 800000 productos anuales, con un VAN de \$63165,28079, y un TIR 14% y esto hace que le proyecto no sea atractivo en este escenario, con el 1,5 se entiende que la rentabilidad tenga una demanda constante con un VAN de 1860318.551 y un TIR 71% .

**CUADRO 55: Análisis de Sensibilidad**

| <b>ESCENARIOS DE SENSIBILIDAD</b> |                   |                  |                 |
|-----------------------------------|-------------------|------------------|-----------------|
| <b>INDICADORES</b>                | <b>ESCENARIOS</b> |                  |                 |
|                                   | <b>OPTIMISTA</b>  | <b>PESIMISTA</b> | <b>PROBABLE</b> |
| PRECIO                            | 1,3               | 1,1              | 1,5             |
| DEMANDA                           | 816840            | 800.000          | 850.000         |
| <b>RESULTADO</b>                  |                   |                  |                 |
| <b>PRECIO</b>                     |                   |                  |                 |
| VAN                               | 8.908.021,07      | 63.165,28079     | 1.860.318,551   |
| TIR                               | 42%               | 14%              | 71%             |
| PRI                               | 4                 |                  |                 |
| <b>DEMANDA</b>                    |                   |                  |                 |
| VAN                               | 888.272,42        | 63165,28079      | 1.860.318,551   |
| TIR                               | 0,41              | 14%              | 71%             |
| PRI                               | 4                 |                  |                 |

Fuente: Análisis de sensibilidad.

Elaborado Por: Yenessy Morales Quijije.

## CONCLUSIONES

- De acuerdo a los instrumentos metodológicos que se ha utilizado va hacer viable ya que tendrá la suficiente capacidad operativa para satisfacer los gustos y necesidades de las clientas.
- Se estableció la estructura organizacional, recursos materiales y el talento humano necesario para implementar y operar el centro de exhibición de artesanías que permitan ofertar, las artesanías con diseños personalizados elaborados manualmente.
- Dentro del aspecto legal se consideró que el centro de exhibición de artesanías, estará legalizada con los requisitos establecidos, cumpliendo así con la legalización de la misma.
- El análisis financiero para el centro de exhibición de artesanías, reflejó ser factible, obteniendo una rentabilidad adecuada para el proyecto, de esta pronosticando que si es factible el centro.
- Los productos artesanales realizados manualmente por las artesanas se caracterizan por su elaboración, elaborados con esmero y mucha paciencia para que cada diseño sea único.

## **RECOMENDACIONES**

- Considerar el Estudio de Factibilidad para establecer un Centro de Exhibición de Artesanías en el Cantón La Libertad, cuya investigación instituirá un objetivo de iniciación, así mismo como la rentabilidad que le proyecto ofrecerá a la Asociación.
- Diversificar la elaboración de las artesanías con el fin de aumentar las ventas en el mercado y considerar la estructura organizacional requerida, los recursos materiales y el personal especializado necesarios para operar el proyecto ofrecido con estándares de calidad en las líneas de productos y de esta manera ofrecer un costo razonable.
- Se recomienda monitorear continuamente los aspectos legales en caso de que existan cambios de leyes, con el objetivo de adaptar el planteamiento técnico y financiero del proyecto.
- Estableciendo que el proyecto es factible, se recomienda ponerlo en ejecución; es conveniente la realización de este proyecto ya que ayudaría al nivel económico de las socias con las ventas realizadas de los productos artesanales en el centro de exhibición.
- En el sector artesanal de bisuterías cada vez está llamando la atención por la elaboración de los diseños manualmente ya que existen variedades para el uso respectivo de las clientas, así cumpliendo con sus gustos y preferencia.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Baca Urbina, Gabriel (2005), Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill Editora Vicentina, Edición Cuarta, México.
- Bernal Torres César Augusto (2006), Metodología de la investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales, Pearson Educación, Segunda Edición, México.
- Carlos León: (2007) Evaluación de Inversiones: Un enfoque privado y social, Editorial la Republica, Edición Primera, México.
- Claret, V Arnoldo (2006), Como Hacer y Defender una Tesis, ECOE Editores, Edición Quinta, Caracas - Venezuela.
- Córdoba Padilla Marcial (2006), Formulación y Evaluación de Proyectos. Eco Ediciones, Edición Primera, Colombia.
- Delgado Victore Roberto (2007), La dirección integrada por proyectos (Project Management) en el marco de la ciencia y la innovación tecnológica, El Cid Editor, Argentina.
- García Santillán, A. (2010) Administración Financiera I, Editorial Pro empresas, Edición Segunda, Cuba.
- Gómez Marcelo M. (2006), Introducción a la Metodología de la Investigación Científica, Editoriales Brujas, Primera Edición, Argentina.
- Hernández R & Fernández C & Baptista L. (2006), Metodología de la investigación, Editorial Nueva, Hill. Edición Tercera, México.
- Hernández Carlos Evaristo (2009), La evaluación de proyectos como un sistema, El Cid Editor, Argentina.
- Lerma González Héctor, (2007), metodología de la investigación, ECOE Ediciones, Tercera Edición, Colombia.
- McCarthy Jerome, (2009), Marketing Un Enfoque Global, Editorial McGraw-Hill, Edición Quinta, México
- Mariño Wilson, (2010), Tips Para Crear Tu Propia Empresa. Editorial. Aguilar - Grupo Santillana, Edición Primera, Ecuador.

- Méndez Álvarez Carlos Eduardo (2006), Metodología: Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en ciencias Empresariales, Editorial Limusa S.A. Cuarta Edición, Bogotá - Colombia.
- Miranda (2005). Gestión de proyectos. Identificación. Formulación, Evaluación Financiera-Económica-Social-Ambiental, MM Editores, Edición Quinta, Colombia.
- Navarro Peter, (2010), Microeconomía Para Empresarios, Editorial Bresca Edición Primera, España.
- Ortiz Velásquez, S. (2010) La inversión y su comportamiento, Editorial Limusa, Edición Primera, México.
- Pes Ángel & Bilbeny Norbert, (2012), Emprender Con Responsabilidad, Editorial Lid, Edición Primera, Colombia.
- Pulido Castrillón, A., (2008) Crecimiento económico y riesgo de los mercados financieros, Editorial República de Colombia, 2da Edición, Colombia.
- Sapag Chain Nassir (2007), Proyectos de inversión: Formulación y Evaluación, Pearson Editores; Edición Primera, México.
- Sosa Flores Miguel (2007), Fundamentos teórico-metodológicos para la evaluación económico-financiera de proyectos de inversión, El Cid Editor, Argentina.
- Tamayo y T. Mario (2005) Metodología Formal de la Investigación Científica, Editorial Limusa, Edición Segunda, México.
- Zapata Oscar A. (2006), Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas, México, Editoriales Pax, Edición Primera, México.

# ANEXOS

## ANEXO 1



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE  
SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL  
INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**



### INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Instrumento dirigido a la directiva, socias, clientes, orientada al Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Exhibición para la “Asociación de Mujeres Exendedoras de Artesanías” en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

El objetivo de la encuesta, es recopilar información proporcionada por parte de las personas involucradas con el tema tratado para definición de la viabilidad de la investigación.

**INSTRUCCIONES:** Para contestar este instrumento sírvase marcar con una X el número que corresponda a la alternativa que crea conveniente tomando en cuenta los siguientes parámetros.

- 5 Siempre**
- 4 A menudo**
- 3 A veces**
- 2 Casi nunca**
- 1 Nunca**

Seleccione una sola alternativa. No olvide que de sus respuestas depende el éxito de nuestro estudio.

#### Información General

Mujer

1 Directiva

2 Socias

3 Clientes

## ANEXO 2

### I. Información Específica

| <i>ÁREAS E INDICADORES</i>  | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1.- ¿La comercialización/venta de las artesanías contribuye al desarrollo económico de las socias?                      |          |          |          |          |          |
| 2.- ¿Cree usted que las herramientas que utilizan los artesanos para la elaboración de los productos son los adecuados? |          |          |          |          |          |
| 3.- ¿Ha visitado lugares donde se elaboran artesanías en el Cantón La Libertad?   |          |          |          |          |          |
| 4.- ¿Cree usted que las artesanías que elaboran las artesanas son de muy buena calidad?                                 |          |          |          |          |          |
| 5.- ¿Las organizaciones establecidas por los artesanos poseen una buena función administrativa?                         |          |          |          |          |          |
| 6.- ¿Considera que existe suficiente producción de artesanías en el cantón la Libertad?                                 |          |          |          |          |          |
| 7.- ¿Considera que los productos elaborados artesanalmente se direccionan a mercados establecidos?                      |          |          |          |          |          |
| 8.- ¿Cree usted que existe una buena comunicación dentro de las asociaciones de los Artesanas?                          |          |          |          |          |          |
| 9.- ¿Considera usted un beneficio que exista agrupaciones artesanales?  |          |          |          |          |          |
| 10.- ¿Considera necesario la implementación de un Centro de Exhibición de Artesanías en el Cantón la Libertad?          |          |          |          |          |          |
| 11.- ¿Un centro de Exhibición de Artesanías aportaría al desarrollo productivo del sector artesanal del Cantón La       |          |          |          |          |          |

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| Libertad?   |  |  |  |  |  |
| 12.- ¿Es conveniente que los directivos de las organizaciones artesanales sean los encargados de la administración del Centro de Exhibición de Artesanías?  |  |  |  |  |  |
| 13.- ¿Cree usted que el centro de exhibición de artesanías tendría aceptación por los artesanos del Cantón la Libertad?   |  |  |  |  |  |
| <p>Sírvase expresar, alguna sugerencia sobre el tema:</p> <p>.....</p> |  |  |  |  |  |
| No escriba su nombre (recuerde que éste instrumento es anónimo)   |  |  |  |  |  |

Lugar y Fecha.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO 3



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

### ENCUESTA DE MERCADO

**OBJETIVO ESTUDIO DE MERCADO:** Determinar la aceptación del Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Exhibición para la “Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías” en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, por medio de la encuesta la obtención de datos y sus respectivos análisis.

Buenas días/tardes, Apreciada Señora la información que Usted proporcione al contestar estas preguntas de la encuesta será presentada con mucha cautela ya que es importante para el desarrollo del proyecto.

**1. ¿Ud. Adquiere todo tipo de artesanías?**

Si                    -----  
No                    -----

**2. ¿Con que frecuencia adquiere artesanías?**

Diariamente      -----  
Semanalmente    -----  
Mensualmente    -----  
Anualmente       -----

**3.- ¿Dónde normalmente compra las artesanías?**

Santa Elena       -----  
La Libertad       -----  
Salinas            -----

**4.- ¿Cuánto es el promedio que usted gasta en el momento de adquirirlas?**

\$1            -----  
\$3            -----  
\$5            -----  
\$8            -----

**5.- ¿En el momento de comprarlas, que tipo de artesanías son las que más utiliza?**

Anillos      -----  
Pulseras     -----  
Aretes       -----  
Collares     -----  
Otros         -----

**6.- ¿Considera Usted, los precios son accesibles para su situación económica?**

Si             -----  
No             -----  
A veces      -----

**7.- ¿Cómo considera la calidad del producto que adquiere?**

Muy Buena-----  
Buena         -----  
Mala           -----

**8.- ¿Cree usted que las artesanías elaboradas son de su gusto y preferencias?**

Si             -----  
No             -----

**9.- ¿Estaría de acuerdo con la Creación de un Centro de Exhibición de Artesanías con el fin de obtener un lugar adecuado para la adquisición de las mismas?**

Si             -----  
No             -----

**10.- ¿En caso de crearse el Centro de Exhibición de Artesanías estaría dispuesto acudir a adquirir el producto.**

Si           -----

No           -----

**11.- Para la Publicidad de nuestro servicio de compra de artesanías. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación sería el más influyente para usted?**

Periódico   -----

Tv           -----

Radio       -----

Internet     -----

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO 4

### PLAN DE ACCIÓN

| PLAN DE ACCIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE EXHIBICIÓN PARA LA ASOCIACIÓN DE MUJERES EXPENDEDORAS DE ARTESANÍAS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA SANTA ELENA.   |  |                                    |  |  |
|--|--|------------------------------------|--|--|
| <b>Problema Principal</b><br>A la Asociación le hace falta de un lugar adecuado para la presentación de las artesanías en el cantón La Libertad  |  |                                    |  |  |
| <b>Fin del Proyecto</b><br><br>Crear un centro de Exhibición para la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías del cantón La Libertad   | <b>Indicadores:</b><br><br>* Datos de personas dentro de la Asociación<br>* Encuestas a clientas<br>* Entrevistas a las socias |                                    |  |  |
| <b>Propósito del Proyecto</b><br>Crear un Centro de Exhibición para la Asociación de Mujeres Expendedoras para la elaboración y comercialización de productos creativos para los diferentes gustos y necesidades de las clientas garantizando la calidad e impulsando el proceso artesanal provincial. | <b>Indicador:</b><br>* Numero de las féminas que prefieren adquirir el producto artesanal.                                     |                                    |  |  |
| VARIABLES  | OBJETIVOS  | ESTUDIOS                           | ESTRATEGIAS  | ACTIVIDADES  |
|  | Realizar un estudio de mercado que proporcione la recolección de información a cerca del centro de Exhibición de Artesanías.   | Estudio de Mercado                 | <b>Estrategia de Mercado</b><br><br>Consiste con qué frecuencia las Clientas adquieren el producto.                                | *Comercializar las Artesanías<br>*Posicionamiento del Producto (Logotipo)          |
| <b>TEMA:</b> Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de exhibición para la Asociación de Mujeres Expendedoras de Artesanías en el cantón La Libertad.  | Mejorar la estructura jurídica del Centro de Exhibición de Artesanías.   | Estructura Organizativa y Jurídica | <b>Estrategia de Jerarquías</b><br><br>Corresponde a la manera de organizar y planificar para llevar a cabo una mejor organización | * Organigrama Estructural<br><br>* Funciones del Personal<br>* Estructura Jurídica |
|  |  |                                    | <b>Estrategia de Comercialización</b>  |  |

|  |   |                              |  |   |
|--|---|------------------------------|--|---|
|  | Presentar cada uno de los Productos de diseños, modelos elaborados por las Artesanas.   | Estudio Técnico              | Determina la infraestructura adecuada del proyecto y variedad de diseños artesanales   | * Proceso de Comercialización<br><br>* Variedad de Precios<br>* Variedad de Diseños                     |
|  | Mantener el aspecto cultural, ya que les permitirá obtener ingresos para el sostenimiento familiar, y para mejoramiento del Cantón La Libertad. | Estudio Económico-Financiero | <b>Identificación de la viabilidad del Proyecto</b><br><br>Indican los indicadores financieros que permiten la factibilidad del proyecto | * Proyección de Ventas (Ingresos)<br><br>* Realizar Estados financieros<br>* Determinar el VAN y el TIR |

**Fuente:** Plan de acción.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

## ANEXO 5

### TABLA 2: Inversión

#### EXPRESADO EN DOLARES

| Departamento         | Grupo                  | Adquisición | Descripción   | Costo original | Depreciación mensual | Meses de vida | Depreciación acumulada | Valor en libros |
|----------------------|------------------------|-------------|---|----------------|----------------------|---------------|------------------------|-----------------|
| GERENCIA GENERAL     | Equipos de Computación | 01/may/2014 | NEET BOOK SONY W AIO Procesador Intel Core 5 3230M          | 920.00         | 25.56                | 3.13          | 80.07                  | 839.93          |
| GERENCIA GENERAL     | Equipos de computación | 01/may/2014 | NEET BOOK SONY W AIO Procesador Intel Core 5 3230M          | 920.00         | 25.56                | 3.13          | 80.07                  | 839.93          |
| GERENCIA GENERAL     | Equipos de Oficina     | 23/may/2012 | Telefono Panasonic Kx-tg1061 C/contest + 1 Inalambrico      | 166.00         | 2.77                 | 26.40         | 73.04                  | 92.96           |
| GERENCIA GENERAL     | Equipos de Oficina     | 23/may/2012 | DISPENSADOR DE AGUA FRIA Y CALIENTE CON COMPRESOR TCL       | 160.00         | 2.67                 | 26.40         | 70.40                  | 89.60           |
| GERENCIA GENERAL     | Equipos de Oficina     | 23/may/2012 | ARCHIVADOR METALICO 4 GAVETAS                               | 160.00         | 2.67                 | 26.40         | 70.40                  | 89.60           |
| GERENCIA GENERAL     | Equipos de Oficina     | 23/may/2012 | TELEVISOR LCD SONY LED 32 HD SLIM USB + RADIO SB KDL- 32R40 | 499.00         | 8.32                 | 26.40         | 219.56                 | 279.44          |
| FINANCIERO           | Equipos de computación | 18/may/2012 | NEET BOOK SONY W AIO Procesador Intel Core 5 3230M          | 920.00         | 25.56                | 26.57         | 678.93                 | 241.07          |
| FINANCIERO           | Equipos de computación | 18/may/2012 | Impresora L210 Epson + Sistema Tinta Continua Original      | 251.00         | 6.97                 | 26.57         | 185.23                 | 65.77           |
| FINANCIERO           | Equipos de Oficina     | 29/may/2012 | Telefono Panasonic Kx-tg1061 C/contest + 1 Inalambrico      | 166.00         | 2.77                 | 26.20         | 72.49                  | 93.51           |
| FINANCIERO           | Muebles Y Enseres      | 15/jun/2012 | Escritorio Ejecutivo De 1.50 MX 0.60 Con Cajonera           | 155.00         | 2.58                 | 25.67         | 66.31                  | 88.69           |
| FINANCIERO           | Muebles Y Enseres      | 15/jun/2012 | SILLA GIRATORIA GERENTE CUERINA NEGRA MUJBLE MODULAR        | 35.00          | 0.58                 | 25.67         | 14.97                  | 20.03           |
| FINANCIERO           | Muebles Y Enseres      | 21/jun/2012 | SILLA GRAFITI FJJA TELA AZUL MUJBLE MODULAR                 | 15.00          | 0.25                 | 25.47         | 6.37                   | 8.63            |
| MANTENIMIENTO        | Equipos de oficina     | 23/jun/2012 | Radios Motorola 56 Kilometros Talkabout Walkie Talkie       | 98.00          | 1.63                 | 25.40         | 41.49                  | 56.51           |
| ADMINISTRATIVA       | Equipos de computación | 18/may/2012 | NEET BOOK SONY W AIO Procesador Intel Core 5 3230M          | 920.00         | 25.56                | 26.57         | 678.93                 | 241.07          |
| ADMINISTRATIVA       | Equipos de computación | 18/may/2012 | Impresora L210 Epson + Sistema Tinta Continua Original      | 251.00         | 6.97                 | 26.57         | 185.23                 | 65.77           |
| ADMINISTRATIVA       | Equipos de Oficina     | 09/jun/2012 | Telefono Panasonic Kx-tg1061 C/contest + 1 Inalambrico      | 166.00         | 2.77                 | 25.87         | 71.56                  | 94.44           |
| ADMINISTRATIVA       | Equipos de Oficina     | 12/jun/2012 | ARCHIVADOR METALICO 4 GAVETAS                               | 160.00         | 2.67                 | 25.77         | 68.71                  | 91.29           |
| ADMINISTRATIVA       | Equipos de Oficina     | 22/jun/2012 | DISPENSADOR DE AGUA FRIA Y CALIENTE CON COMPRESOR TCL       | 160.00         | 2.67                 | 25.43         | 67.82                  | 92.18           |
| ADMINISTRATIVA       | Equipos de oficina     | 21/jun/2012 | Telefono Panasonic Kx-tg1061 C/contest + 1 Inalambrico      | 166.00         | 2.77                 | 25.47         | 70.46                  | 95.54           |
| TODAS LAS ÁREAS      | INFRAESTRUCTURA        | 12/ago/2013 | Edificación del Complejo                                    | 350.000.00     | 1.458.33             | 11.77         | 17.159.72              | 332.840.28      |
| ADMINISTRATIVA       | Equipos de oficina     | 24/jun/2012 | Radios Motorola 56 Kilometros Talkabout Walkie Talkie       | 98.00          |                      |               |                        |                 |
| ADMINISTRATIVA       | Equipos de computación | 18/may/2012 | NEET BOOK SONY W AIO Procesador Intel Core 5 3230M          | 920.00         | 25.56                | 26.57         | 678.93                 | 241.07          |
| GERENCIA GENERAL     | Muebles Y Enseres      | 15/jun/2012 | Escritorios L 1.63 X 1.40 - Mesas De Pc                     | 179.00         | 2.98                 | 25.67         | 76.57                  | 102.43          |
| GERENCIA GENERAL     | Muebles Y Enseres      | 15/jun/2012 | Escritorio Ejecutivo De 1.50 MX 0.60 Con Cajonera           | 155.00         | 2.58                 | 25.67         | 66.31                  | 88.69           |
| GERENCIA GENERAL     | Muebles Y Enseres      | 16/jun/2012 | SILLA GIRATORIA GERENTE CUERINA NEGRA MUJBLE MODULAR        | 35.00          | 0.58                 | 25.63         | 14.95                  | 20.05           |
| ADMINISTRATIVA       | Equipos de Oficina     | 12/jun/2012 | Telefono Panasonic Kx-tg1061 C/contest + 1 Inalambrico      | 166.00         | 2.77                 | 25.77         | 71.29                  | 94.71           |
| ADMINISTRATIVA       | Equipos de Oficina     | 12/jun/2012 | ARCHIVADOR METALICO 4 GAVETAS                               | 160.00         | 2.67                 | 25.77         | 68.71                  | 91.29           |
| GERENCIA GENERAL     | Muebles Y Enseres      | 17/jun/2012 | SILLA GRAFITI FJJA TELA AZUL MUJBLE MODULAR                 | 15.00          | 0.25                 | 25.60         | 6.40                   | 8.60            |
| GERENCIA GENERAL     | Muebles Y Enseres      | 18/jun/2012 | MESA DE SALA DE REUNIONES                                   | 90.00          | 1.50                 | 25.57         | 38.35                  | 51.65           |
| GERENCIA GENERAL     | Muebles Y Enseres      | 19/jun/2012 | SILLA SILLON EJECUTIVA GERENCIAL GIRATORIA                  | 89.00          | 1.648.49             | 667.07        | 20.983.26              | 337.024.74      |
| ADMINISTRATIVA       | Muebles Y Enseres      | 21/jun/2012 | Escritorio Ejecutivo De 1.50 MX 0.60 Con Cajonera           | 155.00         | 2.58                 | 25.47         | 65.79                  | 89.21           |
| ADMINISTRATIVA       | Muebles Y Enseres      | 21/jun/2012 | SILLA GIRATORIA GERENTE CUERINA NEGRA MUJBLE MODULAR        | 35.00          | 15.00                | 25.47         | 382.00                 | (347.00)        |
| <b>TOTAL GENERAL</b> |                        |             |   | <b>358.385</b> | <b>3.315</b>         | <b>1.385</b>  | <b>42.414</b>          | <b>673.792</b>  |

Fuente: Inversión.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

## ANEXO 6

| RESUMEN                |            |           |                |
|------------------------|------------|-----------|----------------|
| GRUPOS                 | OPERATIVOS | GENERALES | TOTAL          |
| Equipos de computación | 5.102      | 0         | 5.102          |
| Muebles Y Enseres      | 958        | 0         | 958            |
| Equipos de oficina     | 2.325      | 0         | 2.325          |
| INFRAESTRUCTURA        | 280.000    | 70.000,00 | 350.000        |
|                        | 288.385    | 70.000    | <b>358.385</b> |
| TERRENO                | 15.000     |           | 15000          |
|                        |            |           | 373.385        |
|                        |            |           | 15000          |
|                        |            |           | 388.385        |

**Fuente:** Resumen

**Elaboración:** Yenesty Morales Quijije.

## ANEXO 7

**TABLA 3: Capital de Trabajo.  
EXPRESADO EN DOLARES**

| ELEMENTO                     | VOLUMEN DE LAS OPERACIONES | PMM | VALOR MEDIO      |
|------------------------------|----------------------------|-----|------------------|
|                              |                            |     | MASA PATRIMONIAL |
| Proveedores (p)              | 275.558                    | 1   | 765,44           |
| Pasivo circulante (Pc)       |                            |     | <u>765,44</u>    |
| Materiales (m)               | 275.558                    | 1   | 765,44           |
| Productos en fabricación (f) | 636.854                    | 2   | 3.538,08         |
| Productos terminados (v)     | 636.854                    | 4   | 7.076,16         |
| Clientes (c)                 | 948.785                    | 1   | 2.635,51         |
| Activo circulante (Ac)       |                            |     | <u>14.015,19</u> |

**Fuente:** Capital de trabajo.

**Elaboración:** Yenesty Morales Quijije.

## ANEXO 8

### TABLA 4: Total de la inversión

|   |                   |
|---|-------------------|
| Vida Proyecto                           | 10 AÑOS           |
| <b>Inversión Equipos de computación</b> | <b>5.102 \$</b>   |
| AÑO DE INVERSION EQUIPO DE COMPUTO      | 0 AÑOS            |
| VALOR DE RESCATE EQUIPO DE COMPUTO      | 255 \$            |
| VIDA UTIL EQUIPO DE COMPUTO             | 3 AÑOS            |
| <b>Inversión Equipos de oficina</b>     | <b>2.325 \$</b>   |
| AÑO DE INVERSION EQUIPOS DE OFICINA     | 0 AÑOS            |
| VALOR DE RESCATE EQUIPOS DE OFICINA     | 116 \$            |
| VIDA UTIL EQUIPOS DE OFICINA            | 5 AÑOS            |
| <b>Inversión Muebles y Enseres</b>      | <b>958 \$</b>     |
| AÑO DE INVERSION MUEBLES Y ENSERES      | 0 AÑOS            |
| VALOR DE RESCATE MUEBLES Y ENSERES      | 48 \$             |
| VIDA UTIL MUEBLES Y ENSERES             | 10 AÑOS           |
| <b>Inversión Infraestructura</b>        | <b>350.000 \$</b> |
| AÑO DE INVERSION INFRAESTRUCTURA        | 0 AÑOS            |
| VALOR DE RESCATE INFRAESTRUCTURA        | 35.000 \$         |
| VIDA UTIL INFRAESTRUCTURA               | 20 AÑOS           |
| <b>INVERSIÓN TERRENO</b>                | <b>15.000</b>     |
| AÑO DE INVERSIÓN TERRRENO               | 0                 |
| <b>Inversión Capital de Trabajo</b>     | <b>15.000 \$</b>  |
| AÑO DE INVERSION CAPITAL DE TRABAJO     | 0 AÑOS            |
| Total Inversión                         | 388.385           |
| IMPUESTO A LA RENTA                     | 22% %             |
| <b>PARTICIPACION TRABAJADORES</b>       | <b>15% %</b>      |
| DEMANDA LOCALES                         | 27                |
| DEMANDA ARTESANÍAS                      | 816.480           |
| <b>TASA DE CRECIMIENTO DEMANDA</b>      | <b>5%</b>         |
| PRECIO ALQUILER LOCALES                 | 45                |
| PRECIO PROMEDIO ARTESANÍAS              | 1,3               |
| <b>TASA DE CRECIMIENTO DEL PRECIO</b>   | <b>5%</b>         |
| MATERIAS PRIMAS ARTESANÍAS              | 0,33749           |
| <b>MANO DE OBRA</b>                     | <b>193.918</b>    |
| <b>CIF</b>                              | <b>0,205</b>      |
| GASTO DE MANTENIMIENTO COMPLEJO         | 3000              |
| IMPUESTO AL VALOR AGREGADO              | 12% %             |
| CTO. MO                                 | 193.918 \$        |
| COSTO ANUAL DE MANTENIMIENTO COMPLEJO   | 3.000 \$          |
| GTOS. ADMINISTRATIVOS FIJOS             | 86.581 \$         |
| COSTO DE CAPITAL                        | 12% %             |
| INFLACION                               | 5% %              |

**Fuente:** Total de inversión.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijje.

## ANEXO 9

**TABLA 5: Ponderación del Precio.**

| PONDERACIÓN DEL PRECIO |              |                |          |        |            |
|------------------------|--------------|----------------|----------|--------|------------|
|                        | Fuentes      | Monto          | %        | PRECIO | Ponderado  |
| 27216                  | ARETES       | 326.592        | 0,4      | 1,0    | 0,4        |
| 10206                  | PULSERAS     | 122.472        | 0,15     | 1,5    | 0,225      |
| 20412                  | ANILLOS      | 244944         | 0,3      | 1,0    | 0,3        |
| 10206                  | COLLARES     | 122472         | 0,15     | 2,5    | 0,375      |
| 68040                  | <b>Total</b> | <b>816.480</b> | <b>1</b> |        | <b>1,3</b> |

Fuente: Ponderación de precio.

Elaboración: Yenessy Morales.

## ANEXO 10

**TABLA 6: Ponderación del costo**

| PONDERACIÓN DEL COSTO |                |          |     |             |
|-----------------------|----------------|----------|-----|-------------|
| ARETES                | 326.592        | 0,4      | 0,6 | 0,24        |
| PULSERAS              | 122.472        | 0,15     | 0,9 | 0,135       |
| ANILLOS               | 244.944        | 0,3      | 0,6 | 0,18        |
| COLLARES              | 122.472        | 0,15     | 1,5 | 0,225       |
| <b>Total</b>          | <b>816.480</b> | <b>1</b> |     | <b>0,78</b> |

Fuente: Ponderación del costo.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

## ANEXO 11

**TABLA 7: Amortización**

| <u>PERIODO</u> | <u>DIVIDENDOS</u> | <u>INTERES</u> | <u>AMORTIZACIÓN DE CAPITAL</u> | <u>SALDO FINAL</u> |
|----------------|-------------------|----------------|--------------------------------|--------------------|
|                |                   |                |                                | 291.289            |
| <b>2014</b>    | 64.084            | 34.955         | 29.129                         | 262.160            |
| <b>2015</b>    | 60.588            | 31.459         | 29.129                         | 233.031            |
| <b>2016</b>    | 57.093            | 27.964         | 29.129                         | 203.902            |
| <b>2017</b>    | 53.597            | 24.468         | 29.129                         | 174.773            |
| <b>2018</b>    | 50.102            | 20.973         | 29.129                         | 145.644            |
| <b>2019</b>    | 46.606            | 17.477         | 29.129                         | 116.516            |
| <b>2020</b>    | 43.111            | 13.982         | 29.129                         | 87.387             |
| <b>2021</b>    | 39.615            | 10.486         | 29.129                         | 58.258             |
| <b>2022</b>    | 36.120            | 6.991          | 29.129                         | 29.129             |
| <b>2023</b>    | 32.624            | 3.495          | 29.129                         | 0                  |

Fuente: Amortización.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

## ANEXO 12

### TABLA 8: Gastos Administrativos

**EXPRESADO EN DÓLARES**

| <b>GASTOS GENERALES, ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS</b> |                 |                  |
|--|-----------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN  | REQ. MENSU      | REQ. ANUAL       |
| <b>SERVICIOS BÁSICOS</b>                               |                 |                  |
| <b>Sueldos y Salarios</b>                              | <b>6.116,09</b> | <b>73.393,10</b> |
| Agua   | 30              | 360              |
| Electricidad   | 40              | 480              |
| Otros  | 100             | 1.200            |
| Publicidad   | 300             | 3.600            |
| Teléfono   | 65              | 780              |
| <b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>                          |                 |                  |
| Escobas  | 25              | 300              |
| Trapeadores  | 25              | 300              |
| Baldes capacidad 10 litros                             | 8               | 96               |
| Jabón  | 15              | 180              |
| Desinfectante  | 12              | 144              |
| Esponjas (Paca)  | 12              | 144              |
| Detergente   | 12              | 144              |
| Repelente  | 5               | 60               |
|  |                 |                  |
|  |                 |                  |
| <b>MATERIALES DE OFICINA</b>                           |                 |                  |
| Suministros de oficina                                 | 200             | 2.400            |
| Papelera   | 100             | 1.200            |
| Imprevistos  | 150             | 1.800            |
| <b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                    |                 | <b>86.581,10</b> |

**Fuente:** Gastos administrativos.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

## ANEXO 13

### TABLA 9: Costo de la inversión

|                                  |          |
|----------------------------------|----------|
| AÑOS                             | 0        |
|                                  |          |
| Inversión Equipos de computación | -5.102   |
| Inversión Equipos de oficina     | -2.325   |
| Inversión Muebles y Enseres      | -958     |
| Inversión Infraestructura        | -350.000 |
| Inversión Terreno                | -15.000  |
| Inversión Capital de Trabajo     | -15.000  |

**Fuente:** Costo de la inversión.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

**ANEXO 14**  
**TABLA 10: Flujo de Caja**  
**EXPRESADO EN DÓLARES**

|  | 2014             | 2015           | 2016           | 2017           | 2018           | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           | 2023           |                |
|--|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>FLUJO DE EFECTIVO</b>               |                  |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| INGRESOS BRUTOS                        | 1.062.639        | 1.171.496      | 1.291.507      | 1.423.816      | 1.569.684      | 1.730.499      | 1.907.793      | 2.103.257      | 2.318.751      | 2.556.328      |                |
| COSTOS DE PRODUCCIÓN                   | 639.854          | 695.251        | 755.817        | 822.054        | 894.520        | 973.822        | 1.060.633      | 1.155.692      | 1.259.810      | 1.373.883      |                |
| COSTOS OPERATIVOS                      | 121.536          | 122.369        | 123.419        | 124.697        | 126.213        | 127.979        | 130.009        | 132.315        | 134.911        | 137.811        |                |
| PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES     | 25.411           | 31.555         | 38.386         | 45.736         | 54.175         | 63.459         | 73.635         | 85.208         | 98.062         | 112.092        |                |
| PAGO DE PRESTAMO                       | 29.129           | 29.129         | 29.129         | 29.129         | 29.129         | 29.129         | 29.129         | 29.129         | 29.129         | 29.129         |                |
| PAGO DE IMPUESTO                       | 145.533          | 164.856        | 186.230        | 209.570        | 235.718        | 264.522        | 296.205        | 331.576        | 370.688        | 413.634        |                |
| CASH FLOW                              | 101.176          | 128.335        | 158.526        | 192.630        | 229.929        | 271.587        | 318.182        | 369.337        | 426.150        | 489.779        |                |
| <b>CASH FREE</b>                       |                  |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Inversión Equipos de computación       | -5102            | 0              | 0              | -5102          | 0              | 0              | -5102          | 0              | 0              | -5102          | 0              |
| Inversión Equipos de oficina           | -2325            | 0              | 0              | 0              | 0              | -2324,99       | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              |
| Inversión Muebles y Enseres            | -958             | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              |
| Inversión Infraestructura              | -350000          | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              |
| Inversión Terreno                      | -15000           | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              |
| Inversión Capital de Trabajo           | -15000           | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              |
| Recuperación Equipos de computación    | 0                | 0              | 255            | 0              | 0              | 255            | 0              | 0              | 255            | 0              |                |
| Recuperación Equipos de oficina        | 0                | 0              | 0              | 0              | 116            | 0              | 0              | 0              | 0              | 116            |                |
| Rcuperación Maquinarias y herramientas | 0                | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 48             |                |
| Recuperación Infraestructura           | 0                | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              |                |
| Recuperación Capital de Trabajo        | 0                | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              | 15.000         |                |
| <b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>              | <b>-388.385</b>  | <b>101.176</b> | <b>128.335</b> | <b>153.679</b> | <b>192.630</b> | <b>227.720</b> | <b>266.740</b> | <b>318.182</b> | <b>369.337</b> | <b>421.303</b> | <b>504.943</b> |
| VAN                                    | \$ 908.021,09    | -287.209       | -158.874       | -5.195         | 187.436        | 415.156        | 681.896        |                |                |                |                |
| TIR                                    | 42%              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| DECISIÓN DE INVERSIÓN                  | aceptar proyecto |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
|  |                  |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |

Fuente: Flujo de caja.  
Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

## ANEXO 15

**TABLA 11: Ventas Proyectadas Anuales por Unidades**

| Ventas Proyectadas ANUAL POR UNIDADES |               |               |               |               |               |                |                |                |                |                |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                                       | 2014          | 2015          | 2016          | 2017          | 2018          | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           | 2023           |
| ARETES                                | 326592        | 342922        | 360068        | 378071        | 396975        | 416823         | 437665         | 459548         | 482525         | 506651         |
| PULSERAS                              | 122472        | 128596        | 135025        | 141777        | 148865        | 156309         | 164124         | 172330         | 180947         | 199042         |
| ANILLOS                               | 244944        | 257191        | 270051        | 283553        | 297731        | 312618         | 328248         | 344661         | 361894         | 398083         |
| COLLARES                              | 122472        | 128596        | 135025        | 141777        | 148865        | 156309         | 164124         | 172330         | 180947         | 199042         |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>816480</b> | <b>857304</b> | <b>900169</b> | <b>945178</b> | <b>992437</b> | <b>1042058</b> | <b>1094161</b> | <b>1148869</b> | <b>1206313</b> | <b>1266628</b> |

**Fuente:** Ventas anuales

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

## ANEXO 16

**TABLA 12: Ventas Proyectadas Mensuales por Unidades**

| Ventas Proyectadas MENSUAL POR UNIDADES |              |              |              |              |              |              |              |              |               |               |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
|   | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         | 2020         | 2021         | 2022          | 2023          |
| ARETES                                  | 27216        | 28577        | 30006        | 31506        | 33081        | 34735        | 36472        | 38296        | 40210         | 42221         |
| PULSERAS                                | 10206        | 10716        | 11252        | 11815        | 12405        | 13026        | 13677        | 14361        | 15079         | 15833         |
| ANILLOS                                 | 20412        | 21433        | 22504        | 23629        | 24811        | 26051        | 27354        | 28722        | 30158         | 31666         |
| COLLARES                                | 10206        | 10716        | 11252        | 11815        | 12405        | 13026        | 13677        | 14361        | 15079         | 15833         |
| <b>TOTAL</b>                            | <b>68040</b> | <b>71442</b> | <b>75014</b> | <b>78765</b> | <b>82703</b> | <b>86838</b> | <b>91180</b> | <b>95739</b> | <b>100526</b> | <b>105552</b> |

**Fuente:** Ventas mensuales.

**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije

**ANEXO 17**  
**TABLA 13: Ventas Proyectadas – Anuales**  
**EXPRESADO EN DÓLARES**

| VENTAS PROYECTADAS-ANUALES |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                            | 2014           | 2015           | 2016           | 2017           | 2018           | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           | 2023           |
| ARETES                     | 326592         | 360068         | 396975         | 437665         | 482525         | 531984         | 586512         | 646630         | 712909         | 785983         |
| PULSERAS                   | 183708         | 202538         | 223298         | 246186         | 271420         | 299241         | 329913         | 363729         | 401012         | 442115         |
| ANILLOS                    | 244944         | 270051         | 297731         | 328248         | 361894         | 398988         | 439884         | 484972         | 534682         | 589487         |
| COLLARES                   | 306180         | 337563         | 372164         | 410310         | 452367         | 498735         | 549855         | 606215         | 668353         | 736859         |
| <b>TOTAL</b>               | <b>1061424</b> | <b>1170220</b> | <b>1290168</b> | <b>1422410</b> | <b>1568207</b> | <b>1728948</b> | <b>1906165</b> | <b>2101547</b> | <b>2316955</b> | <b>2554443</b> |

Fuente: Ventas proyectadas anuales  
 Elaboración: Yenesty Morales Quijije.

**ANEXO 18**  
**TABLA 14: Ventas Proyectadas- Mensuales**  
**EXPRESADO EN DÓLARES**

| VENTAS PROYECTADAS-MENSUALES |              |              |               |               |               |               |               |               |               |               |
|------------------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                              | 2014         | 2015         | 2016          | 2017          | 2018          | 2019          | 2020          | 2021          | 2022          | 2023          |
| ARETES                       | 27216        | 30006        | 33081         | 36472         | 40210         | 44332         | 48876         | 53886         | 59409         | 65499         |
| PULSERAS                     | 15309        | 16878        | 18608         | 20516         | 22618         | 24937         | 27493         | 30311         | 33418         | 36843         |
| ANILLOS                      | 20412        | 22504        | 24811         | 27354         | 30158         | 33249         | 36657         | 40414         | 44557         | 49124         |
| COLLARES                     | 25515        | 28130        | 31014         | 34193         | 37697         | 41561         | 45821         | 50518         | 55696         | 61405         |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>88452</b> | <b>97518</b> | <b>107514</b> | <b>118534</b> | <b>130684</b> | <b>144079</b> | <b>158847</b> | <b>175129</b> | <b>193080</b> | <b>212870</b> |

Fuente: Ventas proyectadas mensuales.  
 Elaboración: Yenesty Morales Quijije

## ANEXO 19

### TABLA 15: Estado de Resultados

**EXPRESADO EN DÓLARES**

| <b>ESTADO DE RESULTADOS</b>              |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |  |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|--|
|  | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             | 2018             | 2019             | 2020             | 2021             | 2022             | 2023             |  |
| INGRESOS POR ARRENDAMIENTOS              | 1.215            | 1.276            | 1.340            | 1.407            | 1.477            | 1.551            | 1.628            | 1.710            | 1.795            | 1.885            |  |
| INGRESOS POR VENTAS                      | 1.061.424        | 1.170.220        | 1.290.168        | 1.422.410        | 1.568.207        | 1.728.948        | 1.906.165        | 2.101.547        | 2.316.955        | 2.554.443        |  |
| <b>TOTAL INGRESOS BRUTOS</b>             | <b>1.062.639</b> | <b>1.171.496</b> | <b>1.291.507</b> | <b>1.423.816</b> | <b>1.569.684</b> | <b>1.730.499</b> | <b>1.907.793</b> | <b>2.103.257</b> | <b>2.318.751</b> | <b>2.556.328</b> |  |
| IVA                                      | 113.854          | 125.517          | 138.376          | 152.552          | 168.180          | 185.411          | 204.406          | 225.349          | 248.438          | 273.892          |  |
| <b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>              | <b>948.785</b>   | <b>1.045.978</b> | <b>1.153.131</b> | <b>1.271.264</b> | <b>1.401.503</b> | <b>1.545.088</b> | <b>1.703.387</b> | <b>1.877.908</b> | <b>2.070.313</b> | <b>2.282.436</b> |  |
| <b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>               |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |  |
| MATERIAS PRIMAS ARTESANÍAS               | 275.558          | 303.802          | 334.942          | 369.274          | 407.124          | 448.855          | 494.862          | 545.585          | 601.508          | 663.163          |  |
| MANO DE OBRA                             | 193.918          | 203.614          | 213.795          | 224.485          | 235.709          | 247.494          | 259.869          | 272.862          | 286.506          | 300.831          |  |
| <b>CIF</b>                               | <b>167.378</b>   | <b>184.535</b>   | <b>203.449</b>   | <b>224.303</b>   | <b>247.294</b>   | <b>272.642</b>   | <b>300.588</b>   | <b>331.398</b>   | <b>365.366</b>   | <b>402.816</b>   |  |
| Depreciación Equipos de computación      | 1.616            | 1.616            | 1.616            | 3.231            | 3.231            | 3.231            | 4.847            | 4.847            | 4.847            | 6.463            |  |
| Depreciación Equipos de oficina          | 442              | 442              | 442              | 442              | 442              | 883              | 883              | 883              | 883              | 883              |  |
| Depreciación Infraestructura             | 12.600           | 12.600           | 12.600           | 12.600           | 12.600           | 12.600           | 12.600           | 12.600           | 12.600           | 12.600           |  |
| Depreciación Muebles y Enseres           | 182              | 182              | 182              | 182              | 182              | 364              | 364              | 364              | 364              | 364              |  |
| MANTENIMIENTO MAQUINARIAS Y HERRAMIENTAS | 3.000            | 3.300            | 3.630            | 3.993            | 4.392            | 4.832            | 5.315            | 5.846            | 6.431            | 7.074            |  |
| <b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>         | <b>654.694</b>   | <b>710.091</b>   | <b>770.656</b>   | <b>838.509</b>   | <b>910.975</b>   | <b>990.901</b>   | <b>1.079.328</b> | <b>1.174.386</b> | <b>1.278.505</b> | <b>1.394.193</b> |  |
| UTILIDAD BRUTA                           | 294.091          | 335.888          | 382.475          | 432.755          | 490.529          | 554.187          | 624.059          | 703.521          | 791.808          | 888.243          |  |
| <b>COSTOS OPERATIVO</b>                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |  |
| Gastos Administrativos Y Ventas          | 86.581           | 90.910           | 95.456           | 100.228          | 105.240          | 110.502          | 116.027          | 121.828          | 127.920          | 134.316          |  |
| Gastos de Intereses                      | 34.955           | 31.459           | 27.964           | 24.468           | 20.973           | 17.477           | 13.982           | 10.486           | 6.991            | 3.495            |  |
| Depreciación Infraestructura             | 3.150            | 3.150            | 3.150            | 3.150            | 3.150            | 3.150            | 3.150            | 3.150            | 3.150            | 3.150            |  |
| <b>TOTAL COSTO OPERATIVOS</b>            | <b>124.686</b>   | <b>125.519</b>   | <b>126.569</b>   | <b>127.847</b>   | <b>129.363</b>   | <b>131.129</b>   | <b>133.159</b>   | <b>135.465</b>   | <b>138.061</b>   | <b>140.961</b>   |  |
| UTILIDAD OPERATIVA                       | 169.405          | 210.368          | 255.906          | 304.908          | 361.166          | 423.058          | 490.900          | 568.057          | 653.748          | 747.281          |  |
| 15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES         | 25.411           | 31.555           | 38.386           | 45.736           | 54.175           | 63.459           | 73.635           | 85.208           | 98.062           | 112.092          |  |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA        | 143.994          | 178.813          | 217.520          | 259.172          | 306.991          | 359.599          | 417.265          | 482.848          | 555.685          | 635.189          |  |
| 22% IMPUESTO RENTA                       | 31.679           | 39.339           | 47.854           | 57.018           | 67.538           | 79.112           | 91.798           | 106.227          | 122.251          | 139.742          |  |
| <b>UTILIDAD NETA</b>                     | <b>112.316</b>   | <b>139.474</b>   | <b>169.666</b>   | <b>202.154</b>   | <b>239.453</b>   | <b>280.487</b>   | <b>325.467</b>   | <b>376.622</b>   | <b>433.435</b>   | <b>495.448</b>   |  |

Fuente: Estado de resultados.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

**ANEXO 20**  
**TABLA 16: Balance General**  
**EXPRESADO EN DÓLARES**

| <b>ACTIVOS</b>             |                | 2014           | 2015           | 2016           | 2017           | 2018             | 2019             | 2020             | 2021             | 2022             | 2023             |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| EFFECTIVO                  | 15.000         | 116.176        | 244.511        | 403.037        | 595.667        | 825.597          | 1.097.184        | 1.415.366        | 1.784.703        | 2.210.854        | 2.700.632        |
|                            |                |                |                |                |                |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
|                            |                |                |                |                |                |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>       |                |                |                |                |                |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Equipos de computación     | 5.102          | 5.102          | 5.102          | 5.102          | 5.102          | 5.102            | 5.102            | 5.102            | 5.102            | 5.102            | 5.102            |
| DEP.EQUIPO COMPUTO         |                | 1.616          | 3.231          | 4.847          | 8.078          | 11.309           | 14.541           | 19.388           | 24.235           | 29.081           | 35.544           |
| Equipos de oficina         | 2.325          | 2.325          | 2.325          | 2.325          | 2.325          | 2.325            | 2.325            | 2.325            | 2.325            | 2.325            | 2.325            |
| DEP.EQUIPO OFICINA         |                | 442            | 884            | 1.325          | 1.767          | 2.209            | 3.092            | 3.976            | 4.859            | 5.743            | 6.626            |
| Muebles y Enseres          | 958            | 958            | 958            | 958            | 958            | 958              | 958              | 958              | 958              | 958              | 958              |
| DEP.MUEBLES Y ENSERES      |                | 182            | 364            | 546            | 728            | 910              | 1.274            | 1.638            | 2.002            | 2.366            | 2.730            |
| Infraestructura            | 350.000        | 350.000        | 350.000        | 350.000        | 350.000        | 350.000          | 350.000          | 350.000          | 350.000          | 350.000          | 350.000          |
| DEP. INFRAESTRUCTURA       |                | 15.750         | 31.500         | 47.250         | 63.000         | 78.750           | 94.500           | 110.250          | 126.000          | 141.750          | 157.500          |
| TERRENO                    | 15000          | 15000          | 15000          | 15000          | 15000          | 15000            | 15000            | 15000            | 15000            | 15000            | 15000            |
| <b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b> | <b>373.385</b> | <b>355.396</b> | <b>337.406</b> | <b>319.417</b> | <b>299.812</b> | <b>280.207</b>   | <b>259.978</b>   | <b>238.133</b>   | <b>216.289</b>   | <b>194.445</b>   | <b>170.985</b>   |
| <b>TOTAL DE ACTIVOS</b>    | <b>388.385</b> | <b>471.572</b> | <b>581.917</b> | <b>722.454</b> | <b>895.479</b> | <b>1.105.803</b> | <b>1.357.162</b> | <b>1.653.500</b> | <b>2.000.992</b> | <b>2.405.298</b> | <b>2.871.617</b> |
|                            |                |                |                |                |                |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>PASIVOS</b>             |                |                |                |                |                |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| PRESTAMO BANCARIO          | 291.289        | 262.160        | 233.031        | 203.902        | 174.773        | 145.644          | 116.516          | 87.387           | 58.258           | 29.129           | 0                |
|                            |                |                |                |                |                |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| PATRIMONIO                 |                |                |                |                |                |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| CAPITAL                    | 97.096         | 97.096         | 97.096         | 97.096         | 97.096         | 97.096           | 97.096           | 97.096           | 97.096           | 97.096           | 97.096           |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO     |                | 112.316        | 251.790        | 421.456        | 623.610        | 863.063          | 1.143.550        | 1.469.017        | 1.845.638        | 2.279.073        | 2.774.521        |
|                            |                |                |                |                |                |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>TOTAL PASIVOS</b>       | <b>388.385</b> | <b>471.572</b> | <b>581.917</b> | <b>722.454</b> | <b>895.479</b> | <b>1.105.803</b> | <b>1.357.162</b> | <b>1.653.500</b> | <b>2.000.992</b> | <b>2.405.298</b> | <b>2.871.617</b> |

Fuente: Balance general.

Elaboración: Yenessy Morales Quijije.

## ANEXO 21

**TABLA 17: Análisis de la Sensibilidad**

| <b>ESCENARIOS DE SENSIBILIDAD</b> |                   |                  |                 |  |
|-----------------------------------|-------------------|------------------|-----------------|--|
| <b>INDICADORES</b>                | <b>ESCENARIOS</b> |                  |                 |  |
|                                   | <b>OPTIMISTA</b>  | <b>PESIMISTA</b> | <b>PROBABLE</b> |  |
|                                   |                   |                  |                 |  |
| PRECIO                            | 1,3               | 1,1              | 1,5             |  |
| DEMANDA                           | 816840            | 800000           | 850000          |  |
| <b>RESULTADO</b>                  |                   |                  |                 |  |
| <b>PRECIO</b>                     |                   |                  |                 |  |
| VAN                               | 888272,42         | 63165,28079      | 1860318,551     |  |
| TIR                               | 41%               | 14%              | 71%             |  |
| PRI                               | 4                 |                  |                 |  |
| <b>DEMANDA</b>                    |                   |                  |                 |  |
| VAN                               | 888272,42         | 63165,28079      | 1860318,551     |  |
| TIR                               | 0,41              | 14%              | 71%             |  |
| PRI                               | 4                 |                  |                 |  |

**Fuente:** Análisis de sensibilidad.  
**Elaboración:** Yenessy Morales Quijije.

## ANEXO 22

**TABLA 18: Razones Financieras**

|                              |                            | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------------------------|----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>LIQUIDEZ</b>              |                            |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| <b>APALANCAMIENTO</b>        |                            |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Deuda a capital              | PASIVO TOTAL/ CAPITAL      | 1,25 | 0,67 | 0,39 | 0,24 | 0,15 | 0,09 | 0,06 | 0,03 | 0,01 | 0    |
| Índice de endeudamiento      | PASIVO TOTAL/ ACTIVO TOTAL | 0,56 | 0,40 | 0,28 | 0,20 | 0,13 | 0,09 | 0,05 | 0,03 | 0,01 | 0    |
| <b>ACTIVIDAD</b>             |                            |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Rotación de Activos Totales  | VN / Act Total             | 2,01 | 1,80 | 1,60 | 1,42 | 1,27 | 1,14 | 1,03 | 0,94 | 0,86 | 0,79 |
| <b>RENTABILIDAD</b>          |                            |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Margen de utilidad bruta     | UB / Vtas                  | 31%  | 32%  | 33%  | 34%  | 35%  | 36%  | 37%  | 37%  | 38%  | 39%  |
| Margen de utilidad operativa | UO / Vtas                  | 18%  | 20%  | 22%  | 24%  | 26%  | 27%  | 29%  | 30%  | 32%  | 33%  |
| Margen de utilidad neta      | UN / Vtas                  | 12%  | 13%  | 15%  | 16%  | 17%  | 18%  | 19%  | 20%  | 21%  | 22%  |
| Rendimiento de activos       | UN / AT                    | 24%  | 24%  | 23%  | 23%  | 22%  | 21%  | 20%  | 19%  | 18%  | 17%  |

**Fuente:** Razones financieras.

**Elaboración:** Yenesty Morales Quijije.



### FOTO #N° 1

#### Encuesta Realizada con una de las socias



Fuente: Asociación de Mujeres Expendedoras.  
Elaborado por: Yenessy Morales Quijije.

### FOTO N° 2 Visita de Campo



Fuente: Asociación de Mujeres Expendedoras.  
Elaborado por: Yenessy Morales Quijije

**FOTO N° 3**  
**Anillos elaborados de Chaquira & Chaquirón**



**Fuente:** Asociación de Mujeres Exendedoras.  
**Elaborado por:** Yenessy Morales Quijije.

**FOTO N° 4**  
**Artesanías elaboradas Manualmente**



**Fuente:** Asociación de Mujeres Exendedoras.  
**Elaborado por:** Yenessy Morales Quijije.



Santa Elena, Septiembre 10, 2014

Economista

**FELIX TIGRERO MSc**

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

En su despacho.-

Por medio de la presente, comunico a Ud:

### CARTA AVAL

Yo, Economista **JIMMY QUISPE GONZABAY**, Gerente Comercial del Banco Nacional de Fomento Sucursal Santa Elena, me permito emitir la presente carta aval, para que la señorita **YENESSY JULIETA MORALES QUIJJE** estudiante de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, de la UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA, solicite información técnica en nuestra institución con fines académicos, al respecto con su tema denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE EXHIBICIÓN PARA LA "ASOCIACIÓN DE MUJERES EXPENDEDORAS DE ARTESANÍAS" EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.**

Cabe destacar que actualmente contamos con una línea de crédito para este tipo de financiamientos.

Es importante destacar que para la aprobación del financiamiento el sujeto de crédito deberá cumplir con todos los requisitos reglamentados, que en esta carta aval no se especifican.

Atentamente,



**Eco. Jimmy Quispe Gonzabay**  
**GERENTE COMERCIAL**  
**BANCO NACIONAL DE FOMENTO**  
**SUCURSAL SANTA ELENA**