



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL “BISUTERIA GUISEL”,
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

Kevin Adalberto Laínez Granda

LA LIBERTAD – ECUADOR

2018



TEMA:

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL “BISUTERIA GUSEL”,
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”**

AUTOR:

Laínez Granda Kevin Adalberto

TUTOR:

Eco. Hermelinda Cochea MSc

RESUMEN

El presente trabajo contiene los estudios necesarios para la creación de una empresa artesanal de bisutería en la provincia de Santa Elena, con la finalidad de cubrir con la necesidad existente de la población consumidora de bisuterías artesanales en dicha localidad. La investigación realizada es de tipo descriptiva, ya que, identifica factores indispensables que permiten determinar la viabilidad y aceptación final de la propuesta. Se desarrolló un plan de negocios conformado por los estudios de mercado, técnico y económico – financiero, los cuales permiten concluir finalmente que el proyecto es rentable y sus indicadores tales como VAN, TIR, PRI demuestran que los flujos son atractivos para los inversionistas.

Palabras claves: Creación, empresa, bisutería, artesanal, demanda.



**“CREATION OF A HANDCRAFTED COMPANY "BISUTERIA GUISEL",
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCE OF SANTA ELENA, 2018”**

AUTHOR:

Laínez Granda Kevin Adalberto

TUTOR:

Eco. Hermelinda Cochea MSc

ABSTRACT

The present work contains the necessary studies for the creation of a handmade jewelry company in the province of Santa Elena, with the proposal to cover the existing need of the consumer population of handmade jewelry in that locality. The research carried out is descriptive, since it identifies the essential factors that allow determining the feasibility and final acceptance of the proposal. Verify a business plan conformed by market, technical and economic-financial studies, whatever the project is finally finalized is profitable and its indicators such as VAN, TIR, PRI affected that controls are sensitive for investors.

Keywords: Creation, company, jewelery, craft, demand.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, “ CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL “BISUTERIA GUISEL”, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”, elaborado por la Sr. Kevin Adalberto Laínez Granda, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Eco. Hermelinda Cochea
PROFESOR GUÍA

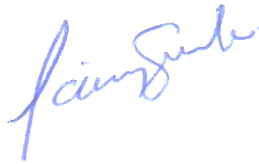
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL “BISUTERIA GUISEL”, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018**”, elaborado por **Kevin Adalberto Láinez Granda**, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de emprendimiento otorgado por la Facultad de **Ciencias Administrativas** carrera de **Ingeniería de Administración de Empresas** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



Láinez Granda Kevin Adalberto
C.C. No.: 2450015066

TRIBUNAL DE GRADO



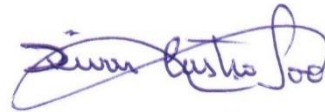
.....
Ing. Mercedes Freire Rendón, Mgs.
DECANA DE LA FACULTAD (E)
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



.....
Lcdo. José X. Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA (E)
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



.....
Econ. Hermelinda Cochea Tomalá, MSc.
DOCENTE TUTORA



.....
Ing. Divar Castro Loor, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA



.....
Ab. Víctor Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL (E)

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	iv
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	v
TRIBUNAL DE GRADO.....	vi
CAPÍTULO I.....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
1.1 Revisión de la literatura	7
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos.	9
Variable independiente.....	9
1.2.1 Creación de una empresa	9
1.2.1.1 Estudio de mercado	10
1.2.1.2 Estudio Técnico - Administrativo	15
1.2.1.3 Estudio Económico - Financiero	17
1.2.2 Satisfacción de necesidades del cliente	19
1.2.2.1 Percepción	20
1.2.2.2 Conducta del Cliente	23

1.3	Fundamentos: Sociales, psicológicos, filosóficos y Legales.....	25
1.3.1	Fundamentos sociales	25
1.3.2	Fundamentos psicológicos	25
1.3.3	Fundamentos legales.....	26
1.3.3.1	Constitución de la Republica del Ecuador 2008	26
1.3.3.2	Plan Nacional de Desarrollo.....	27
1.3.3.3	Código orgánico de la producción: subsecretaría MiPymes y artesanías	28
1.3.3.4	Ley de defensa del artesano	28
CAPÍTULO II		29
MATERIALES Y MÉTODOS		29
2.1	Tipo de investigación.	29
2.2	Métodos de la investigación.....	30
2.3	Diseño del muestreo.	30
2.3.1	Población.	30
2.3.2	Muestra	32
2.4	Diseño de recolección de datos.	33
CAPÍTULO III.....		35
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		35

3.1	Análisis de datos	35
3.2	Propuesta.....	47
3.2.1	Naturaleza del proyecto	47
3.3	Análisis Técnico.....	62
	Proceso de producción	62
	Objetivos del área de producción.....	65
	Equipos por utilizar y características	65
	Diseño y distribución de la plaza	66
	Organigrama.....	66
	Manual de Funciones	67
3.4	Análisis económico – financiero.....	71
	Inversión inicial requerida.....	71
	Prestamos Bancario.....	72
	Presupuesto de gastos administrativos y ventas.....	73
	Flujo de efectivo neto.....	74
	Estado de resultado integral	75
	Balance general.....	77
	Punto de equilibrio	79

CONCLUSIONES	80
RECOMENDACIONES	81
BIBLIOGRAFÍA.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Pronóstico de la población Cantón La Libertad	31
Tabla 2. Población del Cantón La Libertad por edades.	31
Tabla 3. Utiliza Bisutería	35
Tabla 4. Adquirir sus productos de existir una nueva empresa de bisutería.	36
Tabla 5. Manera de hacer el pago al comprar bisutería.	37
Tabla 6. Local a la venta de productos artesanales y diseños exclusivos	38
Tabla 7. Adquirir bisutería cumple con sus expectativas.....	39
Tabla 8. Espacio Adecuado que pueda satisfacer sus necesidades	40
Tabla 9. Materiales de bisutería sean de buena calidad.	41
Tabla 10. El precio es más importante que la calidad.	42
Tabla 11. Crear una empresa de bisutería fomentara el crecimiento económico.....	43
Tabla 12. Servicio al cliente satisface con sus necesidades.	44
Tabla 13. Personal capacitado para una buena atención al cliente.	45
Tabla 14. Bisutería elaborados por artesanos expertos.	46
TABLA 15. MATRIZ FODA	48
TABLA 16. MATRIZ ESTRATEGICO.....	49
TABLA 17. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTOR INTERNO	50

TABLA 18. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTOR EXTERNO.....	50
TABLA 19. CARACTERÍSTICA FÍSICA DEL PRODUCTO	54
TABLA 20. EQUIPOS Y CARACTERÍSTICAS	65
TABLA 21. MANUAL DE FUNCIÓN “GERENTE GENERAL”	67
TABLA 22. MANUAL DE FUNCIÓN “ADMINISTRADOR”	68
TABLA 23. MANUAL DE FUNCIÓN “PRODUCCIÓN”	69
TABLA 24. MANUAL DE FUNCIÓN “MARKETING Y VENTAS”	70
TABLA 25. Inversión	71
TABLA 26. Financiamiento.....	72
TABLA 27. Préstamo Bancario.	72
TABLA 28. Tabla de amortización.....	73
TABLA 29. Presupuesto de Gastos administrativos.....	73
TABLA 30. Presupuesto de Gastos Ventas	74
TABLA 31. Flujo de efectivo	74
TABLA 32. Estado de Resultado.....	76
TABLA 33. Balance General.....	77

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 2. Utiliza Bisutería	35
Gráfico 3. Adquirir sus productos de existir una nueva empresa de bisutería.	36
Gráfico 4. Manera de hacer el pago al comprar bisutería.	37
Gráfico 5. Local a la venta de productos artesanales y diseños exclusivos	38
Gráfico 6. Adquirir bisutería cumple con sus expectativas.....	39
Gráfico 7. Espacio Adecuado que pueda satisfacer sus necesidades	40
Gráfico 8. Materiales de bisutería sean de buena calidad.	41
Gráfico 9. El precio es más importante que la calidad.....	42
Gráfico 10. Crear una empresa de bisutería fomentara el crecimiento económico. ...	43
Gráfico 11. Servicio al cliente satisface con sus necesidades.	44
Gráfico 12. Personal capacitado para una buena atención al cliente.	45
Gráfico 13. Bisutería elaborados por artesanos expertos	46

ÍNDICE DE LUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. PLAZA O DISTRIBUCIÓN	59
---	----

ANEXOS

Anexo. 1. Matriz de consistencia	83
--	----

INTRODUCCIÓN

La dinámica económica actual, exigen modelos de negocios adaptados cada vez a las necesidades de la gente, en términos de calidad del producto, tiempos de entrega y costos competitivos. Los emprendedores de hoy no sólo tienen la obligación de crear negocios rentables basados en la producción y venta, sino también deben lograr satisfacer necesidades de una mejor manera, buscando implementar modelos más eficientes e innovadores en todos los procesos de la empresa, generando valor en el servicio que el cliente adquiere.

La artesanía ha sido parte de la cultura durante años, estos productos fueron elaborados con vidrios dándole una gran importancia después de un siglo, el producto entro al mercado gracias al uso de los materiales preciosos donde dio acceso a la masificación de la bisutería. La calidad y el buen servicio que se le daba al cliente al momento de adquirir estos productos eran positivos, ya que la satisfacción a las necesidades hasta en la actualidad ha sido un factor importante para la captación al cliente.

Los emprendimientos artesanales son iniciativas para mejorar condiciones productivas, de calidad y de comercialización, la cual impulsa una participación estratégica y provechosa en los mercados nacionales e internaciones. Por otra parte, existen países que impulsan el desarrollo de la industria y artesanía para incentivar la inversión y la innovación para que los bienes y servicios que se produzcan tengan mayor valor

agregado, niveles convenientes de calidad, armonía con el medio ambiente, generar fuente de empleo y lograr que los productos conquisten los mercados.

Según él (Ministerio de Industria y Productividad, 2018) explica que “Las Pymes son conjuntos de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.”

Sin embargo, la falta de conocimiento por parte de algunos empresarios dedicados a la comercialización de bisutería ha sido de gran impacto ante la sociedad porque no se está llevando a cabo la satisfacción a sus necesidades, es decir, al momento de elaborar estos productos lo hacen de manera superficial, dándole poca importancia si el cliente se siente satisfecho o no con el producto adquirido.

Las empresas en Latinoamérica se enfocan en la producción de bienes y servicios, siendo base del desarrollo social económico de diferentes sectores y regiones. Así mismo, son iconos de generación de valor agregado, aportando al desarrollo fundamental de riqueza y empleo, es así que los países buscan el desarrollo y emprendimiento de estas pequeñas y medianas empresas fomentando iniciativas de innovación y capacitación.

En Ecuador abarca mucho la artesanía y más cuando se trata de accesorios de mujeres, sin embargo, la competencia crece y tratar de satisfacer las necesidades de los clientes es muy complicado por la variedad de productos, por la buena calidad, la buena

atención y precios accesibles. Estos son factores importantes que todo empresario debe poner en práctica en sus negocios y así aumentar su ventaja competitiva dando como resultado que los clientes se sientan satisfecho con los productos y servicios.

En la provincia de Santa Elena el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC, 2010) nos indica que en el año 2018 según las proyecciones la provincia contará con 384.102 habitantes entre los tres cantones; 84.502 habitantes en Salinas, 119.072 habitantes en La Libertad y 180.528 en Santa Elena.

El **planteamiento del problema** de Santa Elena cuenta con un amplio sector que se dedica a la elaboración y comercialización de productos artesanales, sin embargo, la variedad de productos elaborados por dichos artesanos no cuenta con modelos y diseños variados, por ende, los productos suelen ser muy repetitivos, menos innovadores y de baja calidad, los diferentes tipos de bisutería se producen en los lugares de residencia de los artesanos, además la preocupación por mantener activa la demanda ha logrado popularizar estos artículos y direccionarlos a otros lugares del país, donde poseen un gran nivel de aceptación.

La empresa artesanal Bisutería Guisel, elabora accesorios como; aretes, collares, pulseras, anillos entre otros artículos que es fabricado con materiales preciosos que cautivan con su hermosura y su elegancia femenina, la empresa surge en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, sin embargo, por la falta de una infraestructura, un estudio de mercado, una misión, visión, objetivos empresariales, herramientas

contables, la empresa artesanal de bisutería busca métodos para volverse competitiva contra las exigencias que le impone el mercado.

La empresa artesanal “Bisutería Guisel” busca la satisfacción de necesidades de los clientes y la vez elaborar un plan de negocio para que sus productos tengan una mayor aceptación al momento de comercializarlo para así expandirse a raíz de todos los cambios que genera el entorno económico y social en el Cantón La Libertad.

Se identifica la **formulación del problema** y se interroga lo siguiente: ¿De qué manera la creación de una empresa artesanal de bisutería aportará a la satisfacción de las necesidades del cliente, en el Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018?

La **sistematización del problema** es la siguiente:

- ✓ ¿Cuál es el diagnóstico de la situación actual para identificar la problemática en el sector artesanal de bisutería del Cantón La Libertad?
- ✓ ¿De qué manera un estudio económico-financiero determinara el nivel de rentabilidad de la empresa?
- ✓ ¿Cuál es la viabilidad que va a tener la creación de una empresa artesanal de bisutería mediante un plan de negocio para la satisfacción de las necesidades?

Para exponer lo que realmente se desea lograr se implementa el siguiente **objetivo general**: “Determinar la viabilidad de creación de una empresa artesanal de bisutería

mediante un estudio de mercado que aporte a la satisfacción de las necesidades del cliente, en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2018”

Imprescindibles para desarrollar el proceso investigativo las **tareas científicas** son:

- ✓ Diagnosticar la situación actual para la identificación de la problemática del sector artesanal de bisutería en el Cantón La Libertad.
- ✓ Realizar un estudio económico y financiero para determinar la rentabilidad de la empresa y su satisfacción de las necesidades.
- ✓ Evaluar la viabilidad de creación de una empresa artesanal de bisutería mediante un plan de negocio para la satisfacción de sus necesidades.

En el siguiente trabajo investigativo conduce a encontrar conclusiones a situaciones concretas y en torno a la temática de la investigación, sin embargo, es preciso explorar libros que conlleven a entender los componentes de la misma, a través de la teoría de autores con enfoques y percepciones diferentes que se relacionen más en el análisis de la naturaleza de la empresa, el estudio de mercado, el aspecto financiero, técnico y metodológico de la investigación para la satisfacción de las necesidades del cliente.

Se realizará una investigación exploratoria, considerando métodos investigativos como fuentes bibliográficas, documentos, tesis, artículos y revistas científicas para el sustento del marco teórico, y aplicación de instrumentos como entrevistas, encuestas y fichas de observación, ya que son técnicas importantes para conocer cuales sería sus necesidades.

En el desarrollo de este proyecto se busca generar una unidad productiva donde se pueda obtener rentabilidad con el perfeccionamiento de actividades del tipo artesanal, la cual contribuya a satisfacer las necesidades principalmente el de las damas con la elaboración de accesorios de bisutería que sean innovadoras, llamativas, alta calidad y comodidad para el estilo actual, de la misma forma se pretende demostrar la capacidad artística de su creadora en el diseño y trabajo.

La **idea de defender** del proyecto es:

“La creación de la empresa artesanal “Bisutería Guisel” promoverá diseños elaborados con piedras preciosas satisfaciendo las necesidades del cliente en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2018”

VARIABLE INDEPENDIENTE: Creación de una empresa artesanal.

VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción de las necesidades del cliente.

El proyecto a realizarse tiene como capítulo I el “**Marco Teórico**”, la cual se distribuye en tres partes, que es la revisión literaria, el desarrollo de las teorías y conceptos, y por último los fundamentos, sociales, psicológicos, filosóficos y legales, donde se fundamentara de manera teórica el tema investigativo. El siguiente contenido de la investigación es el capítulo II es de los “**Materiales y métodos**”, la cual se considera el tipo de investigación, métodos de la investigación, diseño de muestreo y diseño de recolección de datos.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión de la literatura

El presente trabajo de investigación hace referencia a varios aspectos importantes en el campo metodológico, es decir, se enfoca en establecer información de varios autores expertos en el tema, conseguido de diferentes fuentes como: libros, artículos y revistas científicas.

Nombre del trabajo de investigación: “Plan de Negocios para la producción y comercialización de bisutería artesanal de la empresa Divina Envidia”, de las autoras (Morera Sanchez & Celis Floriano, 2017) en la Universidad de la Salle, programa de Finanzas y Comercio internacional, hace referencia a lo siguiente:

El problema general de esta investigación con lleva a la importancia de la implementación de un plan de negocio con el fin de satisfacer las necesidades del cliente, un factor importante para las empresas. El objetivo general es producir productos de bisuterías de calidad e innovadora con un valor agregado para el cliente, y así poder desarrollar un impacto positivo en la sociedad a largo plazo.

La metodología aplicada en la investigación es de carácter descriptivo y exploratorio, donde se acudió a la implementación de herramientas como fuentes bibliográficas,

revistas, y tesis, la recolección información se realizó a través de encuestas y entrevistas.

Como resultado en el tema de investigación, para la creación de una empresa es muy importante la implementación de un plan de negocio que sea guía de construcción tanto administrativo y financiero, para poder deducir de manera profesional si el producto es rentable o no y a la vez, medir si cumplirá con la necesidad del cliente.

Nombre del trabajo de investigación: “Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de piezas de bisutería elaboradas en Tagua, ubicada en la Provincia de Pichincha, parroquia Calderón”, elaborada por las autoras (Calderón Reascos & Moreno Yajamin, 2014), en la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, hace referencia la siguiente información:

El trabajo de investigación tiene como problemática la producción y comercialización de Bisutería de Tagua que no se desarrolla como emprendimiento en la parroquia Calderón ubicado en la Provincia de Pichincha, entonces, las autoras vieron la oportunidad de incursionar en el mercado y aplicar sus conocimientos aprendido en la universidad para ejercer de buena manera la administración del negocio. Su objetivo es identificar su mercado en donde van a producir y comercializar sus productos y por ende verificar la viabilidad de su empresa de bisutería elaborado con Tagua.

Su tipo de investigación fue exploratoria donde recogerán información primaria referente a la intención de compra del segmento del mercado. También aplicaron

herramientas metodológicas como son las encuestas y entrevistas. Como resultado en el trabajo investigativo recomiendan a los accionistas prestar atención a los emprendimientos innovadores que existen actualmente.

La comercialización y producción de bisutería elaborado con Tagua, aplicado en la Parroquia Calderón en la provincia de Pichincha, tendrá una viabilidad factible dentro del mercado, por lo que son accesorios innovadores que va reluciendo la belleza de la mujer y a la vez, aplicando un buen servicio al cliente, confían en mantener la microempresa en el mercado y recuperar lo invertido en un corto plazo.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos.

Variable independiente

1.2.1 Creación de una empresa

Para abordar el concepto de creación de empresas es importante establecer bases que permitan esclarecer la definición sobre el objetivo y el porqué de un negocio.

“La empresa es considerada como una unidad económica que se encarga de satisfacer las necesidades de los clientes, a través de combinación de los factores de producción, siendo estos: tierra, capital, trabajo y organización; dando como resultado final un producto o servicio que es ofertado en el mercado.” (Prieto Garcia , Álvarez Martínez, & Herraéz Vidal, 2013)

“Una empresa es aquella unidad económica que está conformada por recursos humanos, técnicos y materiales, que se conjugan y están al mando de una o varias personas encargadas de tomar las mejores decisiones para la misma, su objetivo principal es generar utilidad para solventar los gastos económicos que puede afrontar la empresa en un tiempo determinado, mediante la venta de un bien o la prestación de un servicio.” (Urbano & Toledano, 2014)

La creación de una empresa va atado al emprendimiento, donde se va a estructurar una serie de recursos materiales, humanos y económicos con un fin objetivo. Una vez creada la empresa se desarrolla el plan de negocio donde se pondrá en ejecución los estudios que se realizó.

1.2.1.1 Estudio de mercado

“Para el desarrollo del análisis de mercado, es necesario la realización de estudios tanto en fuentes primarias como secundarias que permitan conocer acerca de los factores influyentes de la oferta y sus principales competidores en el mercado en el cual se va a incidir. Del mismo modo, se realiza el estudio de la demanda y los principales clientes previstos, y las condiciones de venta del bien o servicio.” (Rivera Martínez & Hernández Chávez , 2010)

“Para acertar en las decisiones sobre el mercado, hay que explicar si interesa hacer estudios sobre las características cualitativas de los clientes potenciales y sobre el volumen de ventas que se prevea alcanzar” (Baca Urbina, 2013)

Mediante este estudio de mercado se precisa obtener información real en el cual nos permitirá interactuar con los clientes, para poder verificar si el mercado es viable o no para la implementación de la empresa y así mismo la comercialización del producto artesanal. Es de gran utilidad prever las políticas adecuadas de precios y ver como se aplica estrategias de comercialización para la empresa artesanal.

1.2.1.1.1 Análisis de mercado

“Es el lugar donde concurren los consumidores a adquirir productos o servicios, este puede ser físico (mercado, tiendas, almacenes) o virtual (online), realizando un intercambio de dinero por un bien.” (Pérez Aguilera , Planificación e Iniciativa Emprendedora en Pequeños Negocios o Microempresas, 2013)

“Está compuesto por los oferentes (personas que se encargan de ofrecer el producto en el mercado) y los demandantes (personas que desean adquirir un producto o servicio en el mercado) y que, para ello, deben entablar una relación armónica para ponerse de acuerdo en cuanto a cantidades y el precio del bien.” (Prieto Garcia , Álvarez Martínez, & Herraéz Vidal, 2013).

La empresa artesanal “Bisutería Guisel”, se encargará de tomar medidas investigativo para poder ver el comportamiento del mercado a través de la oferta y demanda. Así mismo, se identificará el número de clientes potenciales para identificar con que frecuencia hacen sus comprar, ya sea semanal, mensual u ocasional.

1.2.1.1.2 Análisis de la oferta

“El análisis de la oferta tiene como finalidad establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretenden vender en el mercado. La oferta es la cantidad de productos que se colocan a disposición del público consumidor (mercado) en determinadas cantidades, precios, tiempos y lugares” (Pilamala Medina, Morocho Corrales, & Pancho Campos, 2018)

“Conjunto de bienes o servicios que se ofrecen al mercado por parte de una empresa, destinados a satisfacer las necesidades existentes en el mercado. Es decir, donde los ofertantes ponen una cierta cantidad de mercadería a disposición de los clientes, quienes podrán disponer dichos bienes o servicios, priorizando la necesidad que desea satisfacer.” (Pérez Aguilera , Planificación e Iniciativa Emprendedora en Pequeños Negocios o Microempresas, 2013)

“Cantidades de bienes y servicios que los productores están dispuestos ofertar en el mercado, teniendo en cuenta los ingresos percibidos por los clientes, quienes tomarán la decisión de adquirirlos o no, considerando en cuenta las necesidades a satisfacer.” (Fischer de la Vega & Espejo Callado, 2011).

Se ha referencia a la competencia que el ámbito económico significa que un mercado está dado por un sin número de ofertantes que tienen influencia en el precio, por ello las compañías deben generar estrategias que le permitan tener ventajas que le permitan dar mayor valor y satisfacción a sus clientes para alcanzar el éxito, de esta forma la

empresa obtiene la máxima rentabilidad económica dada las circunstancias de mercado.

1.2.1.1.3 Análisis de precios.

“Es el dinero que debe pagar el cliente por la adquisición de un producto o servicio. En otras palabras, representa el valor monetario que una persona está dispuesta a cancelar para hacer uso de un servicio o bien.” (Kotler & Armstrong, 2012).

“Cantidad de dinero que un cliente está dispuesto a pagar por el consumo de un producto o servicio, con la finalidad de satisfacer sus necesidades. Indica el valor monetario que un cliente deberá cancelar para cubrir dicha necesidad, teniendo en consideración el ingreso mensual que percibe, es decir, si está o no en la capacidad económica de adquirirlo.” (Pérez Aguilera , Planificación e Iniciativa Emprendedora en Pequeños Negocios o Microempresas, 2013)

Este punto es muy importante, porque influye más en la percepción que tiene el consumidor sobre las bisuterías. Por eso es recomendable el análisis al consumidor, sin importar mucho el valor a pagar o si el precio es una de las variables de decisión principales.

1.2.1.1.4 Marketing Mix

(Escudero Serrano, 2016) hace referencia en que el “El marketing mix son herramientas que se utilizan para alcanzar los objetivos de la empresa. Estas herramientas son conocidas como las Cuatro P’s.

Producto: es el elemento objeto de la actividad empresarial, tanto para el fabricante como para el comercial.

Precio: es el único elemento del marketing que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costes.

Plaza o distribución: se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece al consumidor. Para lograr que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Promoción: es comunicar, informar y persuadir al cliente sobre la empresa, sus productos y ofertas; para conseguir los objetivos de la organización. La mezcla de promoción se compone de promoción de ventas, venta personal, publicidad y marketing directo (mailing, catálogos, web, telemarketing, etc.).”

Son técnicas que la empresa “Bisutería Guisel” hará en base a los diferentes tipos de marketing que existe, sin embargo, el objetivo es definir cuáles son los productos a ofrecer y presentar una ventaja competitiva que sea duradera y aporte valor a las actividades de la empresa.

1.2.1.2 Estudio Técnico - Administrativo

“El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.” (Vaca, 2014)

“La organización es el establecimiento de relaciones efectivas de comportamiento entre personas, de manera que puedan trabajar juntas con eficiencia y que de esta manera puedan obtener una satisfacción personal al hacer sus tareas seleccionadas bajo condiciones ambientales, con el firme propósito de alcanzar una meta o un objetivo.” (Vaca, 2014)

En el estudio técnico para la empresa artesanal se analizará y establecerá la parte interna y externa del local, es decir, se trabajará de manera eficiente cual será el personal a utilizar y a la vez la distribución de los puestos de trabajo que utilizaremos, aplicando políticas para mantener un orden y, por ende, satisfacer las necesidades del cliente y al personal administrativo.

1.2.1.2.1 Distribución de la planta

“La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a están la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios)” (Alcaraz, 2011)

“La localización es determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto de ello dependerán en gran parte la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento, etc.), o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores”. (Sapag Ch., 2016)

La empresa artesanal pretende distribuir la planta acorde el organigrama a establecerse, es decir, un lugar amplio donde el personal a laboral se sienta cómodo y a la vez el cliente al momento de adquirir un producto sienta un ambiente organizado. La distribución de la planta también con lleva a la localización del local, es decir, se lo establecerá en un lugar comercial donde este a vista del cliente y a la vez en un ambiente pacifico.

1.2.1.2.2 Maquinarias y Equipos

“Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.” (Vaca, 2014)

Las instalaciones que se establecerá en la empresa artesanal serán nuestros activos que nos permitirá elaborar y producir los accesorios artesanales. Estas maquinarias y equipos se estiman una duración en un largo plazo.

1.2.1.2.3 Políticas institucionales

“Una política institucional es una decisión escrita que se establece como una guía, para los miembros de una organización, sobre los límites dentro de los cuales pueden operar en distintos asuntos. Es decir, proporciona un marco de acción lógico y consistente.” (Baca Urbina, 2013)

Las políticas institucionales son indispensables para la empresa artesanal de bisutería para mantener un clima organización pacífica y que los procesos de producción y servicio se manejen en un orden estricto para así poder cumplir con el objetivo plasmado.

1.2.1.3 Estudio Económico - Financiero

“El estudio económico, establece el monto de recursos que vamos a necesitar para llevar a cabo el proyecto, cuál va a ser el costo total de inversión (que ya consideramos dentro del estudio técnico)” (Gitman & Zutter, 2012)

Para la empresa artesanal de bisutería realizar un estudio económico – financiero, nos permitirá ver la viabilidad que tendrá la organizar al posicionarse en el mercado y a la vez, verificar si los productos a comercializarse serán aceptados por la sociedad.

1.2.1.3.1 Flujo Neto de Efectivo

“El estado de flujos de efectivo es un resumen de los flujos de efectivo de un periodo específico” (Gitman & Zutter, 2012)

“El estado de flujos de efectivo es un resumen de los flujos de efectivo de un periodo específico. El estado permite comprender mejor los flujos operativos, de inversión y financieros de la empresa, y los reconcilia con los cambios en su efectivo y sus valores negociables durante el periodo”. (Gitman & Zutter, 2012)

El estado de flujo de efectivo nos permitirá detallar cuáles serán los movimientos de gastos y egresos de la empresa artesanal de bisutería, es decir, pretende comprender mejor los flujos operativos, financiero y de inversión para la empresa.

1.2.1.3.2 Estado de resultados y balance general

“El estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados proporciona un resumen financiero de los resultados de operación de la empresa durante un periodo específico” (Gitman & Zutter, 2012)

“El balance general presenta un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. El estado sopesa los activos de la empresa (lo que posee) contra su financiamiento, que puede ser deuda (lo que debe) o patrimonio que aportan los dueños)” (Gitman & Zutter, 2012)

La empresa artesanal de bisutería realizará su respectivo Balance General donde nos detallará la situación financiera de la organización en una fecha estipulada, sin embargo, el estado de resultado nos mantendrá los informes en un periodo en tiempos específicos.

1.2.1.3.3 Métodos de evaluación

“Es el proceso de identificar, cuantificar y valorar los costos y beneficios que se generen de éste, en un determinado periodo de tiempo. Siendo su objetivo, determinar si la ejecución del proyecto es conveniente para quien lo lleve a cabo. De este proceso, la identificación de beneficios es el paso más importante, ya que, a partir de ésta, se basa el análisis para decidir la conveniencia de llevar a cabo un proyecto. La cuantificación y valoración, son pasos relativamente sencillos, ya que la primera se realiza mediante la asignación de una medida física a los costos y beneficios identificados, mientras que en la segunda se determina un precio a estas medidas físicas.” (Meixuerio Garmendia & Pérez Cruz, 2016)

La empresa artesanal de bisutería aplicara métodos de evaluación para estimar la rentabilidad y el periodo de tiempo de recuperación, es decir, nos permitirá tomar decisiones financieras aplicando todos los métodos necesarios para identificar la viabilidad de la empresa.

1.2.2 Satisfacción de necesidades del cliente

“La satisfacción del cliente se logra cuando las expectativas que se generan antes de recibir un servicio son superadas por el valor que percibe una vez que lo ha recibido, de ahí que la percepción de la calidad varía de un cliente a otro y él lo determina. Esto quiere decir que el objetivo de mantener satisfecho al

cliente es primordial para cualquier empresa.” (Cadena Badilla, Vega Robles, Real Perez, & Vásquez Quiroga, 2016)

“La satisfacción del cliente, es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la “mente” de los clientes y, por ende, el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas.” (Pérez Aguilera, Marketing y Plan de Negocio de la microempresa., 2017)

La empresa artesanal de bisutería busca satisfacer las necesidades del cliente con los productos que se va a producir y a la vez comercializar, pero con un toque diferente, es decir, se realizara modelos acordes al gusto y preferencia del cliente, manteniendo a la empresa en una posición diferente a los demás, cumpliendo con calidad y servicio al cliente.

1.2.2.1 Percepción

“Las percepciones son las creencias sobre la entrega del servicio, que sirven como estándares o puntos de referencia para juzgar el desempeño de la empresa. Es lo que espera el cliente de un servicio, y éstas son creadas por la comunicación, por la experiencia de otras personas en el servicio” (Matsumoto, 2014)

“La percepción es cuando, las personas reconocen los estímulos por el flujo de información que les llega a través de los sentidos (vista, oído, olfato, tacto y gusto). Sin embargo, cada individuo organiza e interpreta la información de manera individual. Dos personas diferentes perciben la misma realidad de distinta manera. El consumidor prestará atención a aquello que le interesa y no al resto. La percepción es el proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos, para darle un significado a algo.” (Rodríguez Del Castillo & Ponce De Leon, 2016)

La percepción que el cliente se lleve de nuestra organización es un punto muy importante, es decir, el buen servicio y la buena calidad del producto tiene que ser satisfactorio, es por eso, que nos interesa que el cliente se sienta especial, se sienta cómodo al momento de interactuar con el personal y así cumpla con sus necesidades al adquirir el producto.

1.2.2.1.1 Atributos del servicio

“Casi todos los productos pueden ofrecer diversas características como complemento de su función básica, la empresa puede seleccionar nuevos atributos adecuados, haciendo encuestas a sus compradores más recientes. Para evitar el agotamiento de características, la empresa debe priorizarlas e informar a los consumidores sobre cómo usarlas y beneficiarse de ellas.” (Kotler & Keller, Dirección de Marketing, 2012)

“Indican que cuando se enfrentan con varias alternativas, los clientes necesitan comparar y evaluar las diferentes ofertas de servicio; sin embargo, muchos servicios son difíciles de evaluar antes de su compra. La facilidad o dificultad de evaluar un producto antes de la compra es una función de sus atributos, es decir, atributos de búsqueda que los clientes pueden evaluar antes de la compra; estilo, color, textura, sabor y sonido. Mientras que atributos de experiencia, no pueden evaluarse antes de la compra, los clientes deben experimentar el servicio para evaluar atributos.” (Lovelock & Wirtz, 2015)

La empresa artesanal de bisutería posee productos de calidad y a su vez, mostrarle al cliente que son productos que pueden ser acorde a su gusto y preferencia, es decir, modelos exclusivos. Los atributos de servicios tienen como finalidad, mostrarle al cliente los productos de calidad y efectividad.

1.2.2.1.2 Atención al cliente

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.” (Solórzano Barrera & Aceves López, 2013)

“El éxito de toda empresa depende de que el cliente esté conforme con los productos o servicios ofrecidos; comienza con el establecimiento de

expectativas, se continúa con la venta y entrega de productos o servicios acompañados de una asistencia.” (Goodman, 2014)

En la empresa de artesanía “Bisutería Guisel”, el cliente es la prioridad y el buen servicio y atención son factores que deben prevalecer en la empresa, con el fin de satisfacer sus necesidades.

1.2.2.2 Conducta del Cliente

“La conducta del cliente es de interés para toda la sociedad, dado que todos somos consumidores. Desde la perspectiva de la empresa, los responsables de marketing deben conocer todo lo que afecta a su mercado para diseñar políticas comerciales exitosas. El conocer los gustos y preferencias de los consumidores ayudará a segmentar correctamente el mercado.” (Raiteri, 2016)

La conducta del cliente depende del producto y servicio que reciben, es decir, la empresa artesanal de bisutería, pretende entregar al cliente algo innovador que cumpla con sus deseos y satisfacción con los productos a ofrecer.

1.2.2.2.1 Expectativa del cliente

“Es necesario conocer los deseos de los clientes, para ello se debe preguntar, conocer lo que el usuario realmente necesita. No es posible suponer lo que desea de un servicio o un producto. El cliente expresa unas necesidades, las mismas que deben traducirse al lenguaje de la empresa para desarrollar un producto o

servicio que corresponda a esas necesidades del cliente.” (Armendariz Sanz, 2013)

“Las expectativas son las creencias sobre la entrega del servicio, que sirven como estándares o puntos de referencia para juzgar el desempeño de la empresa. Es lo que espera el cliente de un servicio, y éstas son creadas por la comunicación, por la experiencia de otras personas en el servicio.”(Matsumoto, 2014)

La empresa artesanal de bisutería tiene como finalidad cumplir con las expectativas del cliente en producto y servicio, es por eso, que la organización se caracterizara por ser un local único e innovador en general. Nuestro objetivo es llenar la expectativa del cliente satisfaciendo así sus necesidades.

1.2.2.2.2 Fidelización del cliente

“Es el profundo compromiso que tiene una persona por volver a comprar o bien, utilizar un producto o servicio en el futuro, a pesar de que hay otros proveedores con quienes se puede encontrar productos similares. Sea compromiso o apego, lo cierto es que conservar a los clientes en mercados cada vez más competidos y dinámicos es un logro que refleja el compromiso que tiene la institución por hacer bien las cosas.” (Gonzalez Moreno, 2014)

“Indica que puede medirse por el hecho de que el cliente exprese su intención de volver a comprar, por un comportamiento de compras real o por ambos. La continuidad real de las compras suele ser la manera más precisa de medir la lealtad real; sin embargo, cabe distinguir una gran correlación entre las intenciones de compra expresadas (en especial las negativas) y las compras futuras, que predicen la conducta del consumidor.” (Goodman, 2014)

La empresa artesanal de bisutería pretende fidelizar al cliente hacia la marca, servicio y producto. Es por eso, que se exigirá al personal el buen trato al cliente, con la finalidad que el cliente se sienta satisfecho y a la vez, pueda cumplir con la expectativa que en ningún otro lado podrá encontrar diseños exclusiva que satisfagan sus necesidades.

1.3 Fundamentos: Sociales, psicológicos, filosóficos y Legales.

1.3.1 Fundamentos sociales

La empresa artesanal de bisutería tiene como finalidad posicionarse en el mercado llamando la atención del cliente con sus diferentes productos que se elaborara y comercializara. Sus diseños exclusivos y los materiales de calidad, será atención inmediata de los clientes, que tiene como objetivo satisfacer sus necesidades.

1.3.2 Fundamentos psicológicos

La empresa artesanal de bisutería tiene como fundamento psicológico la satisfacción de las necesidades, es decir, analizar el comportamiento del cliente al momento que

está siendo atendido por algún personal del local, de esta manera, se obtiene fidelizar al cliente cumpliendo con sus expectativas, gustos y preferencias.

1.3.3 Fundamentos legales

1.3.3.1 Constitución de la República del Ecuador 2008

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

1.3.3.2 Plan Nacional de Desarrollo

(Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2020 Todo una vida, 2017) busca cumplir con el mandato de “planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria: En este contexto, la agenda de trabajo conjunta entre el sector público, privado y comunitario se centrará en el incremento de la productividad, la diversificación, la agregación de valor y la capacidad exportadora, las cuales generarán mayor competitividad anclada en empleo de calidad y mejores oportunidades de negocio para garantizar un crecimiento sustentable.

1.3.3.3 Código orgánico de la producción: subsecretaría MiPymes y artesanías

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.

1.3.3.4 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.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipo de investigación.

El presente desarrollo de la investigación acude a factores de estudio muy definidos y para este caso, el tipo de investigación más adecuado fue de tipo DESCRIPTIVA, este elemento nos ayudó a observar y analizar el tema de investigación para concluir si la creación de una empresa artesanal de bisutería favorecerá la satisfacción de las necesidades del cliente en el Cantón La Libertad, ya que la empresa ofrecerá un producto muy diferente al mercado.

La investigación exploratoria permitió realizar un acercamiento al objeto de estudio, mediante un análisis al momento de fundamentar las variables con sus respectivas dimensiones e indicadores donde nos aportó a detallar con precisión el tema de investigación.

La investigación descriptiva nos permitió analizar e interpretar la información recolectada, mediante técnicas e instrumentos de investigación como son las encuestas y entrevistas. La investigación descriptiva tuvo como finalidad estar más enfocado en el tema y poder así resolver con facilidad la creación de una empresa artesanal y a su vez la satisfacción de sus necesidades.

2.2 Métodos de la investigación.

En el presente trabajo de investigación se consideró enfoques importantes dentro del paradigma de la investigación, las cuales son deductivo – inductivo, para obtener así resultados más relevantes en la investigación. Es decir, el cantón La Libertad es una ciudad con mayor población y parte económica de la provincia, sin embargo, existen varios comercios donde brindan un producto similar a la artesanía de bisutería, por eso, es necesario hacer un estudio para ver que beneficio e impacto tendrá la creación de esta empresa.

El método deductivo parte de lo general a lo particular, es decir, para la creación de la empresa artesanal de bisutería, mediante los resultados obtenidos se podrá verificar si los productos que se comercializaran al mercado serán aceptados por el cliente.

En el método inductivo una vez aplicado los instrumentos se procedió a la tabulación y por consiguiente el respectivo análisis para poder extraer conclusiones que nos permitirá verificar si lo planteado es viable.

2.3 Diseño del muestreo.

2.3.1 Población.

El proyecto a desarrollar los datos obtenidos fue recopilado por él (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)) que fue realizado en el año 2010, donde se obtuvo un total de 308.693 habitantes de la provincia de Santa Elena.

Tabla 1. Pronóstico de la población Cantón La Libertad

2010		
LA LIBERTAD	95.942	31%
SALINAS	68.675	22%
SANTA ELENA	144.076	47%
Total	308.693	100%

Fuente: Datos obtenidos por INEC

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Para obtener un panorama más claro, se consideró escoger cierta parte de la población que conlleva un rango de edad entre los 15 a 64 años, por lo que se realizó el siguiente calculo:

Tabla 2. Población del Cantón La Libertad por edades.

Grupo de Edades	31%	22%	47%	100%
	La Libertad	Salinas	Santa Elena	Provincia Santa Elena
0 - 4	11.426	8.178	17.158	36.762
5 - 9	10.646	7.620	15.986	34.252
10 - 14	10.395	7.441	15.610	33.446
15 - 19	9.285	6.646	13.943	29.874
20 - 24	8.446	6.046	12.683	27.175
25 - 29	7.929	5.676	11.907	25.512
30 - 34	7.138	5.109	10.719	22.967
35 - 39	6.244	4.470	9.377	20.091
40 - 44	5.357	3.835	8.045	17.237
45 - 49	4.749	3.399	7.132	15.280
50 - 54	3.733	2.672	5.605	12.010
55 - 59	3.095	2.215	4.647	9.957
60 - 64	2.222	1.590	3.337	7.149
65 - 69	1.812	1.297	2.721	5.831
70 - 74	1.350	966	2.027	4.344
75 - 79	950	680	1.427	3.057
80 y más	1.165	834	1.750	3.749
Total	95.942	68.675	144.076	308.693
				193.083

Fuente: Datos obtenidos por el INEC

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Como se puede evidenciar, la población a escoger para el desarrollo del proyecto a través de los instrumentos a utilizar para la realización de las encuestas es de 193.083 habitantes de la Provincia de Santa Elena con un rango de entre 15 a 64 años de edad.

2.3.2 Muestra

Se considera realizar un tipo de muestreo probabilístico, con una muestra aleatoria simple, considerando que la población para realizar el estudio es de 193.083 habitantes de la provincia de Santa Elena con un rango escogido de 15 a 64 años de edad.

Con los siguientes valores se determinó el número de encuesta a realizar:

$$n = \frac{(p \cdot q) \cdot Z^2 \cdot N}{(E)^2(N - 1) + (p \cdot q)Z^2}$$

Donde:

- **n:** tamaño de la muestra
- **Z:** coeficiente de confianza.
- **N:** tamaño del universo o población.
- **p:** probabilidad de éxito o a favor
- **q:** probabilidad de fracaso o en contra, que es igual a (1-p)
- **E:** error de estimación (asumido por el investigador).

Desarrollo:

$$n = \frac{(0.5 \cdot 0.5) \cdot 1.96^2 \cdot 193083}{(0.05)^2(193083 - 1) + (0.5 \cdot 0.5)1.96^2}$$

$$n = \frac{(0.25) * (3.8416) * 193083}{(0.0025)(193082) + (0.25)(3.8416)}$$

$$n = \frac{185436,9132}{483,6654}$$

$$n = 383$$

Se obtiene una muestra de 383 habitantes, las cuales se les aplicara a los instrumentos de recolección de datos para el desarrollo del proyecto.

2.4 Diseño de recolección de datos.

Para la realización de recolección de datos se llevó a cabo una observación directa relevante para diagnosticar la situación actual de los artesanos de bisutería donde se pretende analizar su comportamiento al momento de realizar una venta o si es factible las llegadas de los clientes al momento de realizar una compra, la aplicación de la misma será un instrumento para conocer la situación de lo que sucede en la investigación.

Luego se hizo la aplicación de encuestas y entrevistas, donde se pudo obtener información importante que nos ayudara a determinar el impacto que tiene la creación de una empresa y a la vez su satisfacción a las necesidades en la artesanía de bisutería. Las encuetas se las realizo a los habitantes de la provincia de Santa Elena, con la finalidad de recolectar información sobre el comportamiento de la misma y las

entrevistas se las realizo a los expertos en bisuterías, es decir, a los gerentes de las empresas, negocios o locales de artesanía en bisutería.

Ambos instrumentos están formulados acorde a las variables dependientes e independientes de la investigación, con la finalidad de recopilar información que sustente a la viabilidad del estudio para la creación de una empresa artesanal y su satisfacción en las necesidades.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de datos

Para la obtención de información del trabajo de investigación para la creación de una empresa artesanal de bisutería, se aplicó las herramientas de recolección de datos como las encuestas a todos los habitantes de la Provincia de Santa Elena, datos obtenidos por el último censo INEC año 2010. Para las entrevistas se acudió a empresarios expertos en artesanía.

1 ¿Usted utiliza Bisutería?

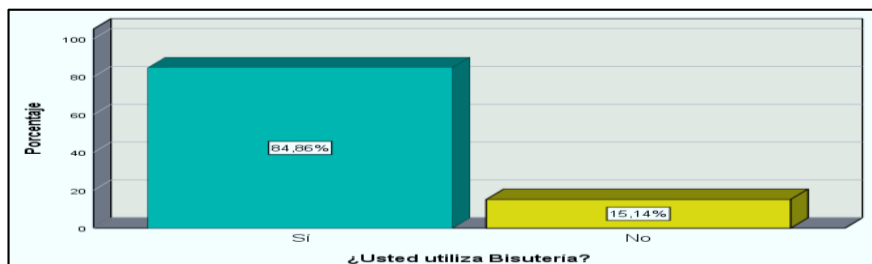
Tabla 3. Utiliza Bisutería

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	325	84,9	84,9	84,9
	No	58	15,1	15,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda

Gráfico 1. Utiliza Bisutería



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda

Como se muestra en la gráfica, se determina que la mayor parte de los habitantes encuestados manifiesta su utilización de la bisutería. Debido a estos resultados se determina un semblante positivo para que la empresa Bisutería Guisel pueda posicionarse en el mercado.

2 De existir una nueva empresa que elabora bisutería en el Cantón La Libertad, ¿Usted adquiriría sus productos?

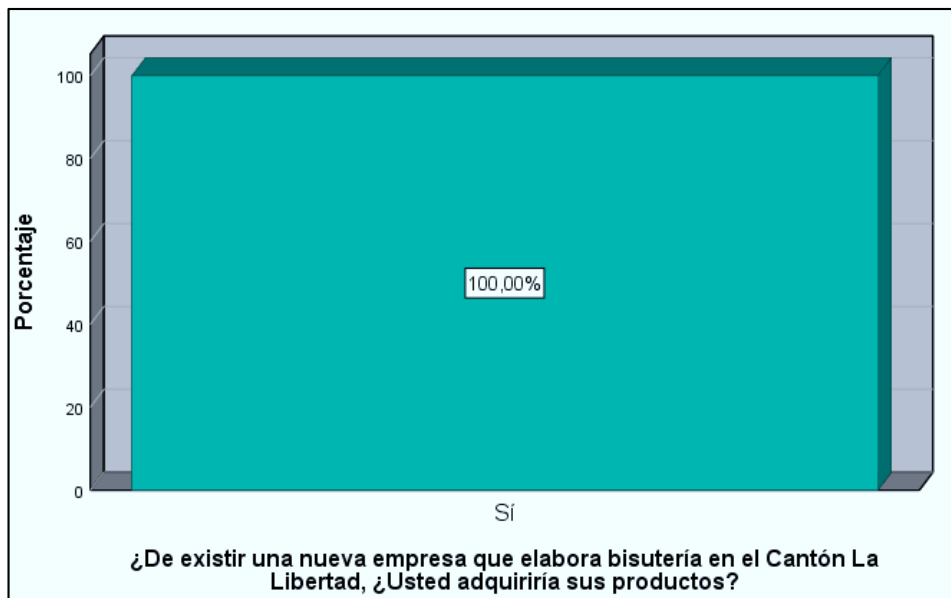
Tabla 4. Adquirir sus productos de existir una nueva empresa de bisutería.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	325	100,0	100,0	100,0

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Laínez

Gráfico 2. Adquirir sus productos de existir una nueva empresa de bisutería.



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

El total de los habitantes encuestados manifestó que, de existir una nueva empresa que elabora bisutería ellos adquirirán sus productos. En base a estos resultados se determina que la creación de la empresa es necesario para que los habitantes hagan uso de la misma.

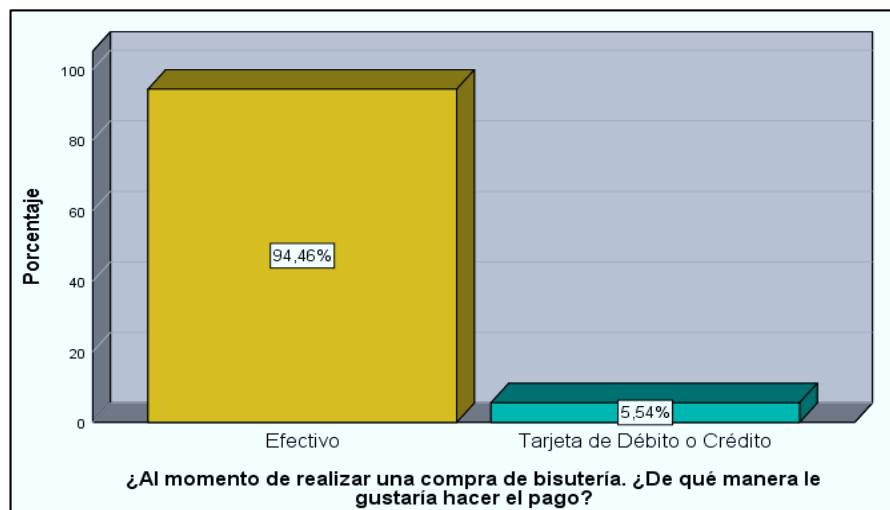
3 Al momento de realizar una compra de bisutería. ¿De qué manera le gustaría hacer el pago?

Tabla 5. Manera de hacer el pago al comprar bisutería.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Efectivo	307	94,5	94,5	94,5
	Tarjeta de Débito o Crédito	18	5,5	5,5	100,0
	Total	325	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Gráfico 3. Manera de hacer el pago al comprar bisutería.



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

El total de los habitantes encuestados, manifiesta que existe un alto porcentaje que al momento de realizar una compra de bisutería realizarían el pago en efectivo, sin embargo, hubo un bajo porcentaje de habitantes donde les gustaría pagar una compra en tarjeta de crédito y débito. A medida que se obtuvo este resultado se considera que no se dejara pasar por alto el pago de las compras con tarjeta.

4 ¿Conoce algún local referente a la venta de productos artesanales personalizados y con diseños exclusivos en el Cantón La Libertad?

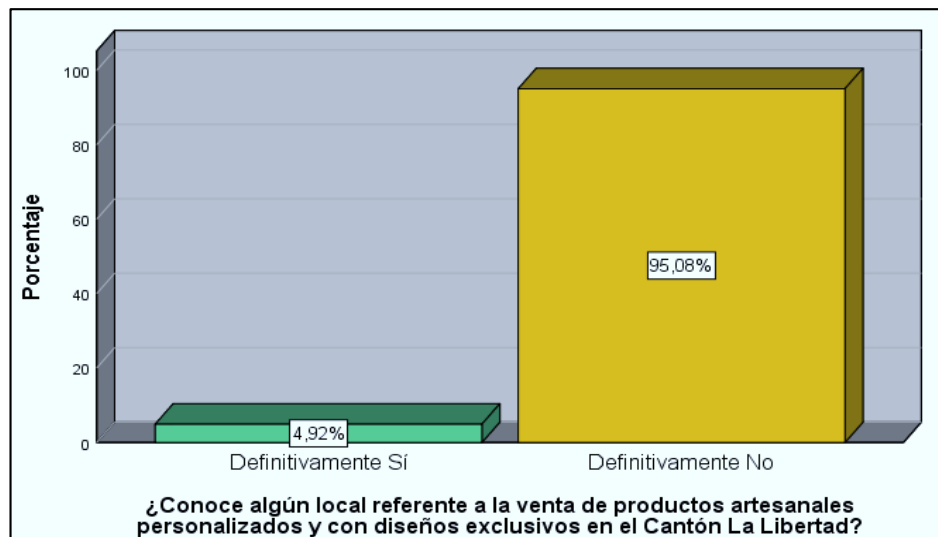
Tabla 6. Local a la venta de productos artesanales y diseños exclusivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente Sí	16	4,9	4,9	4,9
	Definitivamente No	309	95,1	95,1	100,0
	Total	325	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Laínez

Gráfico 4. Local a la venta de productos artesanales y diseños exclusivos



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Del total de los habitantes encuestados, la mayor parte de ellos manifestaron que definitivamente no conocen un local referente a la venta de bisutería, mientras que el otro porcentaje encuestado manifestaron que, si conocen, De acuerdo a los resultados, se puede evidenciar que no existe mayoría de locales que realicen productos de bisutería personalizados y con diseño exclusivos.

5 Al momento de adquirir un producto artesanal de bisutería, ¿cumple con sus expectativas?

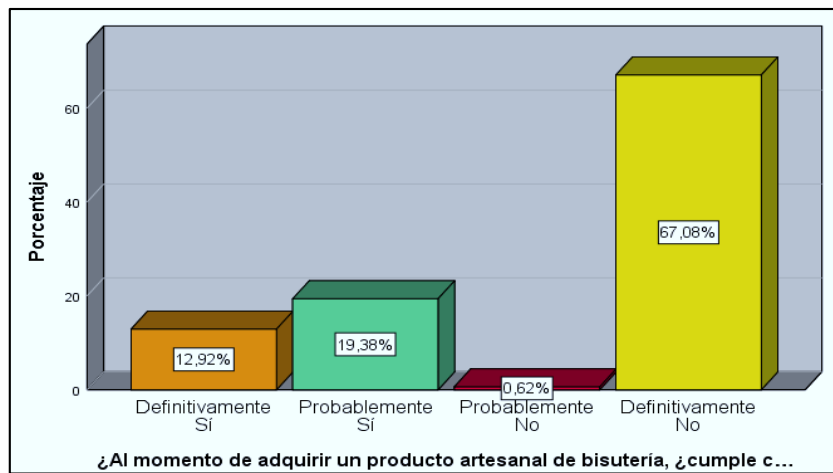
Tabla 7. Adquirir bisutería cumple con sus expectativas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	% acumulado
V á l i d o	Definitivamente Sí	42	12,9	12,9	12,9
	Probablemente Sí	63	19,4	19,4	32,3
	Probablemente No	2	,6	,6	32,9
	Definitivamente No	218	67,1	67,1	100,0
	Total	325	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Gráfico 5. Adquirir bisutería cumple con sus expectativas.



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Como muestra la gráfica, la mayor parte de los habitantes manifestaron que, al momento de adquirir unos productos de bisutería definitivamente no cumplen con sus expectativas, mientras que el menor porcentaje de las encuestas manifiestan que sí. Por lo tanto, se aprecia que la empresa Bisutería Guisel cumpla con las expectativas del cliente.

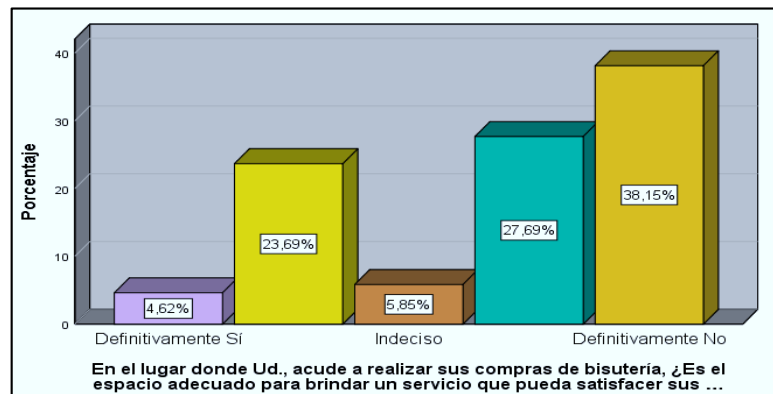
6 En el lugar donde Ud., acude a realizar sus compras de bisutería, ¿Es el espacio adecuado para brindar un servicio que pueda satisfacer sus necesidades?

Tabla 8. Espacio Adecuado que pueda satisfacer sus necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente Sí	15	4,6	4,6	4,6
	Probablemente Sí	77	23,7	23,7	28,3
	Indeciso	19	5,8	5,8	34,2
	Probablemente No	90	27,7	27,7	61,8
	Definitivamente No	124	38,2	38,2	100,0
	Total	325	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Gráfico 6. Espacio Adecuado que pueda satisfacer sus necesidades



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Del total de la población encuestada, el mayor porcentaje respondieron que definitivamente no acudirían a un local donde el espacio no sea adecuado para realizar sus compras, mientras que otra proporción de la población manifestaron que sí. De acuerdo a este resultado se determina que la empresa Bisutería Guisel deberá adecuar el lugar para brindar un servicio y así poder satisfacer sus necesidades.

7 ¿Es necesario que los materiales que utilizan los diferentes artesanos dedicado a la venta de bisutería sean de buena calidad?

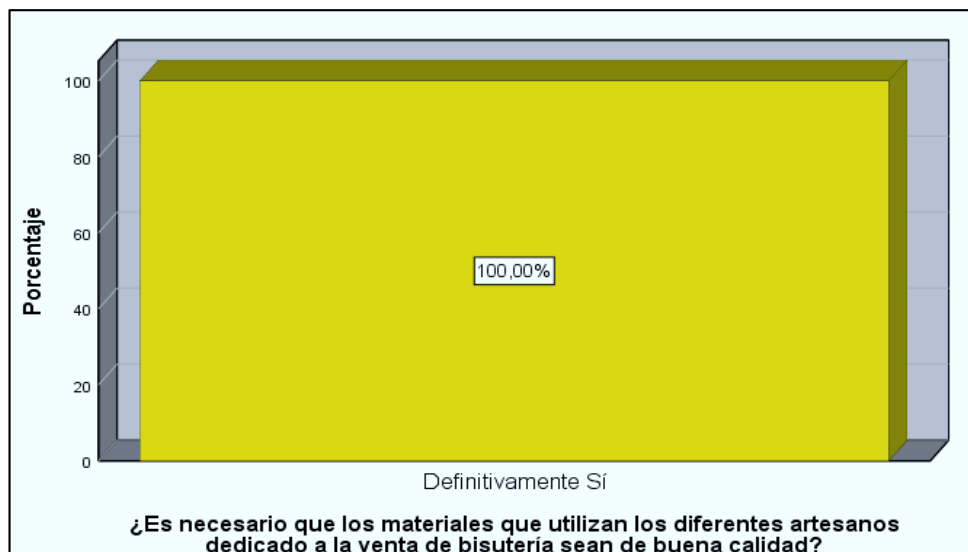
Tabla 9. Materiales de bisutería sean de buena calidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente Sí	325	100,0	100,0	100,0

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Gráfico 7. Materiales de bisutería sean de buena calidad.



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

El total de los habitantes encuestados manifestó que, los materiales que se utiliza para realizar un producto de bisutería definitivamente si es necesario que sean de buena calidad. En base a estos resultados se determina que los productos elaborados con buenos materiales pueden cumplir con la satisfacción del cliente.

8 Al momento de adquirir un producto de artesanía, ¿Considera que el precio es más importante que la calidad?

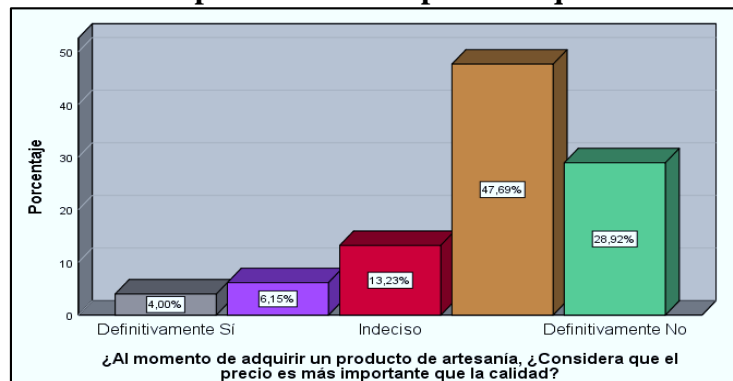
Tabla 10. El precio es más importante que la calidad.

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
V á l i d o	Definitivamente Sí	13	4,0	4,0	4,0
	Probablemente Sí	20	6,2	6,2	10,2
	Indeciso	43	13,2	13,2	23,4
	Probablemente No	155	47,7	47,7	71,1
	Definitivamente No	94	28,9	28,9	100,0
	Total	325	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Gráfico 8. El precio es más importante que la calidad.



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

De total de la población encuestada, el mayor porcentaje respondieron que definitivamente no consideran importante el precio que la calidad, mientras que otra proporción de la población manifestó que definitivamente sí, aunque un porcentaje moderado está indeciso. De acuerdo a los resultados obtenidos determina que al momento de adquirir un producto de artesanía es preferible que sea elaborado con materiales con buena calidad.

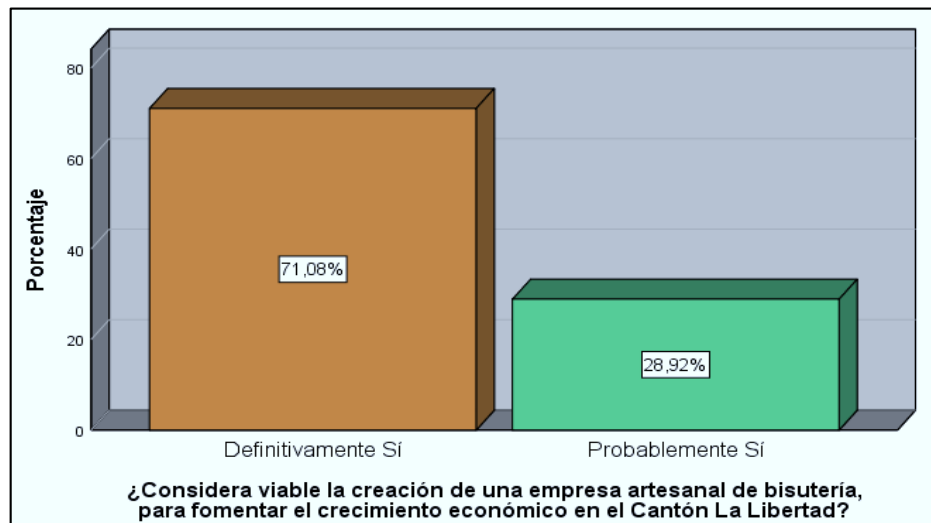
9 ¿Considera viable la creación de una empresa artesanal de bisutería, para fomentar el crecimiento económico en el Cantón La Libertad?

Tabla 11. Crear una empresa de bisutería fomentara el crecimiento económico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente Sí	231	71,1	71,1	71,1
	Probablemente Sí	94	28,9	28,9	100,0
	Total	325	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Gráfico 9. Crear una empresa de bisutería fomentara el crecimiento económico.



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Como se muestra en la gráfica, los habitantes encuestados definitivamente consideran viable la creación de una empresa artesanal de bisutería. En base a estos resultados se determina que ayudara a fomentar el crecimiento económico del Cantón La Libertad.

10 ¿La atención que el personal del servicio al cliente brinda, satisface con sus necesidades al momento de adquirir un producto artesanal de bisutería?

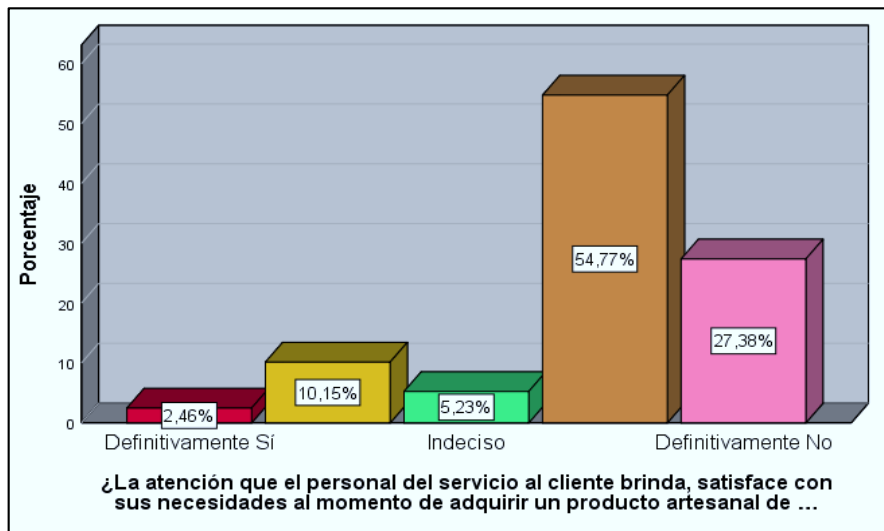
Tabla 12. Servicio al cliente satisface con sus necesidades.

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	Definitivamente Sí	8	2,5	2,5	2,5
	Probablemente Sí	33	10,2	10,2	12,6
	Indeciso	17	5,2	5,2	17,8
	Probablemente No	178	54,8	54,8	72,6
	Definitivamente No	89	27,4	27,4	100,0
	Total	325	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Gráfico 10. Servicio al cliente satisface con sus necesidades.



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

La mayor cantidad de encuestados afirman que no se sienten satisfecho con la atención que reciben al momento de adquirir un producto. De acuerdo a estos resultados se determina que ha existido una inconformidad por parte del cliente ante el mal servicio que perciben y el incumplimiento de sus necesidades.

11 ¿Es necesario tener un personal capacitado para una buena atención al cliente?

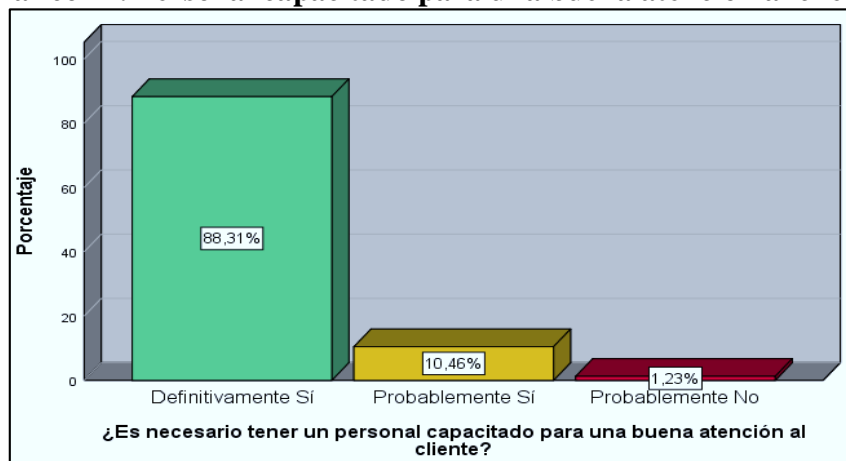
Tabla 13. Personal capacitado para una buena atención al cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	Definitivamente Sí	287	88,3	88,3	88,3
	Probablemente Sí	34	10,5	10,5	98,8
	Probablemente No	4	1,2	1,2	100,0
	Total	325	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Gráfico 11. Personal capacitado para una buena atención al cliente.



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

El mayor porcentaje de los encuestados, en relación a la interrogante, manifestaron que el personal capacitado puede brindar una buena atención al cliente, mientras que otro porcentaje de los encuestados manifestaron que probablemente no sea necesario. De acuerdo a estos resultados se determina que un buen programa de capacitación al personal mejorara el buen servicio al cliente.

12 ¿Le gustaría que los artículos artesanales de bisutería sean elaborados por artesanos expertos?

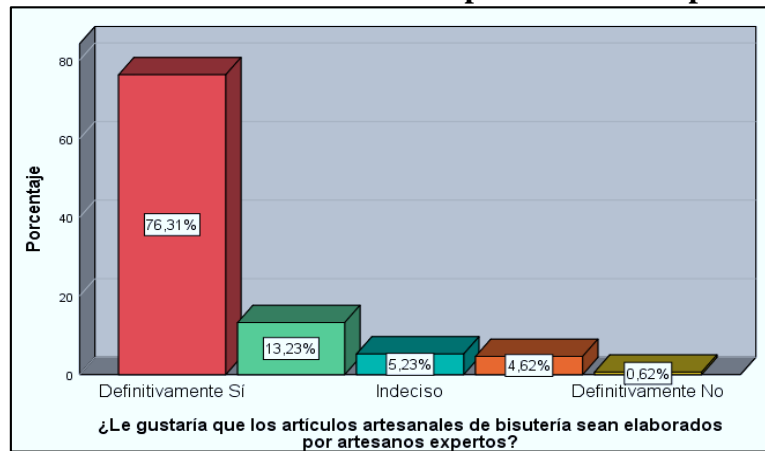
Tabla 14. Bisutería elaborados por artesanos expertos.

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	Definitivamente Sí	248	76,3	76,3	76,3
	Probablemente Sí	43	13,2	13,2	89,5
	Indeciso	17	5,2	5,2	94,8
	Probablemente No	15	4,6	4,6	99,4
	Definitivamente No	2	,6	,6	100,0
	Total	325	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Laínez

Gráfico 12. Bisutería elaborados por artesanos expertos



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Kevin Laínez

Del total de los encuestados, el mayor porcentaje de los habitantes si le gustaría obtener productor de bisutería que sean elaborados por artesanos expertos, sin embargo, existe un porcentaje menor donde definitivamente no les gustaría. De acuerdo a este resultado los productos a elaborarse en la empresa tienen que ser elaborados por manos expertas que puedan satisfacer al cliente y a la vez la entrega de un producto de calidad.

3.2 Propuesta

3.2.1 Naturaleza del proyecto

Descripción de la idea de negocio

El diseño de la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de bisuterías a base de piedras preciosas cristalizadas y perladas con un toque artesanal, surge como necesidad de satisfacer a la demandan insatisfecha, estos productos están dirigidos al mercado objetivo, que busca mostrar elegancia en su personalidad, a través de colores que resalte su imagen, portando diseños personalizados y únicos.

La empresa artesanal de bisutería se ubicará en la Provincia de Santa Elena, Cantón La Libertad, por ser un sitio estratégico y comercial. Así mismo, estará regulada bajo la Ley de Compañía del Art. 143 como Sociedad Anónima.

Justificación de la empresa

La provincia de Santa Elena representa diferentes tipos de artesanías en donde la Bisutería es unos de los productos con mayor demanda tiene, sin embargo, existen productos que no satisfacen al cliente ya sea por el producto o servicio que reciben, entonces, precisamente es ahí donde interviene la empresa artesanal de bisutería, donde ofrecerá a crear un valor agregado a sus clientes, que consiste en la exclusividad y personalidad de productos satisfaciendo al cliente en calidad y servicio.

La empresa está dispuesta a seguir una línea de tendencia a la moda, para así poder cumplir con las expectativas del cliente y a su vez, capacitándose en el área de servicio para que se sienta a gusto dentro del local y llevarse una buena imagen de la empresa.

Nombre de la empresa

Para la generación óptima de un nombre idónea surgieron varias opiniones, quedando oficialmente como “Bisutería Guisel”, que hace énfasis en honor a la diseñadora oficial de los productos artesanales.

Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta muy importante para la empresa artesanal, ya que nos permitirá evaluar los factores internos y externos de la organización que se encuentran afectando y causando inconvenientes para llevar a cabo la idea de negocio, y a la vez se podrá aplicar estrategias que ayudaran a la empresa al momento de ejecutarse y posicionarse.

TABLA 15. MATRIZ FODA

FACTORES INTERNOS	
Fortaleza	Debilidad
<ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad en producto. 2. Modelos exclusivos de acuerdo a la perspectiva del cliente. 3. Servicio eficiente. 4. Personales altamente competentes. 5. Capacitación al personal que labora en la empresa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevo en el mercado competitivo. 2. Clientes no fidelizados. 3. Capital propio limitado 4. Infraestructura propia

FACTORES EXTERNOS	
<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Constante demanda de los productos. 2. Emprendedores empíricos. 3. Sector comercial. 4. Afluencia de personas. 	<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Empresas con ideas similares. 2. Competencia desleal. 3. Existencias de productos sustitutos. 4. Cambios en la moda

Fuente: Matriz FODA

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

TABLA 16. MATRIZ ESTRATEGICO

<div style="text-align: center;"> FACTOR EXTERNO FACTOR INTERNO </div>	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Constante demanda de los productos. 2. Emprendedores empíricos. 3. Sector comercial. 4. Afluencia de personas.
FORTALEZA	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIAS (FA)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad en producto. 2. Modelos exclusivos de acuerdo a la perspectiva del cliente. 3. Servicio eficiente. 4. Personales altamente competentes. 5. Capacitación al personal que labora en la empresa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Productos de buena calidad. 2. Personal capacitado para la buena producción y buen servicio al cliente. 3. Demanda de productos por el buen servicio y calidad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Innovación en productos. 2. Tendencias actualizadas. 3. Servicio capacitado. 4. Productos realizados por artesanos expertos.
DEBILIDAD	ESTRATEGIA (DO)	ESTRATEGIA (DA)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevo en el mercado competitivo. 2. Clientes no fidelizados. 3. Capital propio limitado 4. Infraestructura propia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Productos exclusivos. 2. Buena atención al cliente. 3. Capacitación al personal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Captación de clientes. 2. Cambios en Tendencias. 3. Productos exclusivos para el cliente.

Fuente: Matriz Estratégico

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

TABLA 17. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTOR INTERNO

FORTALEZA	Peso	Evaluación (1-4)	Ponderación
Calidad en producto.	0,13	4	0,52
Modelos exclusivos de acuerdo a la perspectiva del cliente.	0,15	4	0,6
Servicio eficiente.	0,08	3	0,24
Personales altamente competentes.	0,09	4	0,36
Subtotal			1,72
DEBILIDAD	Peso	Evaluación (1-4)	Ponderación
Nuevo en el mercado competitivo.	0,25	1	0,25
Clientes no fidelizados.	0,10	2	0,2
Capital propio limitado	0,15	2	0,3
Infraestructura propia	0,05	1	0,05
Subtotal			0,8
TOTAL		1,00	2,52

Fuente: Matriz de evaluación de factor interno.
Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda

TABLA 18. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTOR EXTERNO

OPORTUNIDADES	Peso	Evaluación (1-4)	Ponderación
Constante demanda de los productos.	0,15	3	0,45
Emprendedores empíricos.	0,13	4	0,52
Sector comercial.	0,14	3	0,42
Afluencia de personas.	0,10	4	0,4
Subtotal			1,79
AMENAZAS	Peso	Evaluación (1-4)	Ponderación
Empresas con ideas similares.	0,15	1	0,15
Competencia desleal.	0,10	2	0,2
Existencias de productos sustitutos.	0,15	1	0,15
Cambios en la moda	0,08	2	0,16
Subtotal			0,66
TOTAL		1,00	2,45

Fuente: Matriz de evaluación de factor externo.
Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda

Filosofía Empresarial

Misión

Somos una empresa artesanal de bisutería, que brinda servicios y productos de calidad satisfaciendo las demandas del mercado nacional, ofreciendo bisutería elaborada con piedras preciosas, entregando magia y originalidad en nuestras creaciones.

Visión

Ser una empresa líder en la línea artesanal de bisutería, con los mejores estándares de calidad en productos y servicio, satisfaciendo las necesidades del cliente a través de diseños exclusivos.

Valores corporativos.

HONESTIDAD: Actuamos con coherencia y seriedad, estableciendo relaciones interpersonales basadas en la confianza, la sinceridad y el respeto mutuo.

CORDIALIDAD: El servicio de la empresa se caracteriza por la sencillez, la amabilidad y la gentileza con los clientes.

CALIDEZ: La empresa “Bisutería Guisel” ofrece un trato de cordialidad y afecto humano, brindando nuestra mejor actitud para cumplir con las expectativas de los clientes haciéndoles sentir en casa.

RESPECTO: Un valor importante donde predominara la empresa “Bisutería Guisel” teniendo como resultado un ofrecimiento de veneración y aprecio logrando una armoniosa interacción social.

CALIDAD: Proporcionamos atención a los requerimientos de cada cliente y entrega de un buen producto.

COMPROMISO: La importancia que tiene la empresa en cumplir con el trabajo demostrando adhesión emocional hacia el trabajo y el servicio al cliente.

Calificación del equipo emprendedor

La empresa “Bisutería Guisel” cuenta con un equipo de emprendedores que lidera el local con grandes habilidades, conocimiento y destrezas que de manera general se encuentran comprometidos con el cumplimiento de la misión y visión de la organización.

“Bisutería Guisel” se caracteriza por ser una empresa innovadora en crear productos exclusivos, es decir, la responsabilidad del equipo es mantener en el mercado este valor agregador con los conocimientos necesarios satisfaciendo las necesidades y exigencia del cliente.

El personal de producción:

- ✓ Debe tener conocimientos y estar capacitado en la elaboración y tejidos de artesanías, con las tendencias actuales.

El personal de venta:

- ✓ Debe tener capacitaciones en atención al cliente y persuasión al cliente.
- ✓ Debe tener conocimiento en el tema contable.

Marketing Mix

La empresa “Bisutería Guisel” comercializa productos artesanales con diseños exclusivos para la satisfacción de sus necesidades, entonces, se aplicó estrategias utilizando los cuatros “P” que se compone de la siguiente manera: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

PRODUCTO

Los productos que ofrece la empresa son elaborados a base de tejidos a mano con materia prima de calidad como; perlas y cristales preciosos que permiten que el producto tenga durabilidad a pruebas de salinidad y entre otros factores.

Se busca satisfacer al cliente con los productos exclusivos y personalizados acorde a la satisfacción del cliente. Por consiguiente, se muestra una línea de productos artesanales que la empresa ofrecerá, con la que pretende diferenciarse en el mercado:

TABLA 19. CARACTERÍSTICA FÍSICA DEL PRODUCTO

<p>COLLAR DE CRISTAL AZUK</p>	<p>ARETES DE CRISTAL EN FORMA DE CRUZ MORADO</p>
	
<p>ANILLOS DE CRISTAL</p>	<p>PULSERA DE CRISTAL MORADO CON NEGRO</p>
	
<p>COLLAR DE PERLA Y CRISTAL</p>	<p>ANILLOS DE PERLA Y CRISTAL</p>
	

ARETES DE PERLA Y CRISTAL	PULSERAS LLANTAS CON PERLAS
	
JUEGO DE CRISTALES PLATEADOS CON NEGRO	JUEGO DE CRISTAL Y PERLA COLOR VERDE
	

Fuente: Empresa “Bisutería Guisel”

Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda

MARCA – LOGO

La marca de la empresa “Bisutería Guisel” será capaz de distinguirse frente a la competencia y su vez, el logo se la utilizará para que los clientes puedan reconocerlo en el mercado. A continuación, se describirá el logo a utilizarse.

Los colores negro y dorado: Representan la elegancia y sofisticación de la mujer.

El color verdoso: Representa la naturaleza, crecimiento, renovación y armonía, además de denota poder, estabilidad, seguridad al cliente.

En cuanto a la elección de la silueta se consideró a la presencia de la mujer para resaltarla como “*musa*” de nuestra empresa.

FIGURA 1.MARCA BISUTERÍA GUISEL



Fuente: Empresa “Bisutería Guisel”

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

SLOGAN

“Serás la atracción del momento”

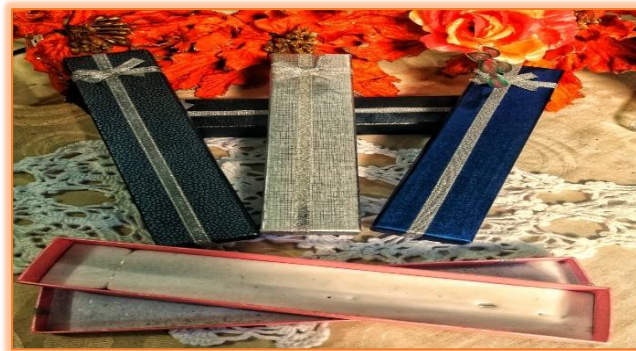
Se propone como slogan *“Serás la atracción del momento”*, debido a que el objetivo de la empresa es que el cliente se sienta satisfecho con el diseño exclusivo y personalizado que vaya adquirir.

Empaque

El producto será entregado en cajas personalizadas, esta tendrá tamaño jumbo donde constara de collares, aretes y anillo las cuales son elaboradas con piedras preciosas con las preferencias y gusto de los clientes, puesto que no solamente va a contener y a proteger el producto, también permitirá mostrar una imagen única y su vez que sea entregado al cliente en excelentes condiciones.

- a) Empaque rectangular:

FIGURA 2.EMPAQUE RECTANGULAR



Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Este empaque contendrá exclusivamente collares de diferentes modelos y diseños.

b) Empaque cuadrado:

FIGURA 3.EMPAQUE CUADRADO



Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda

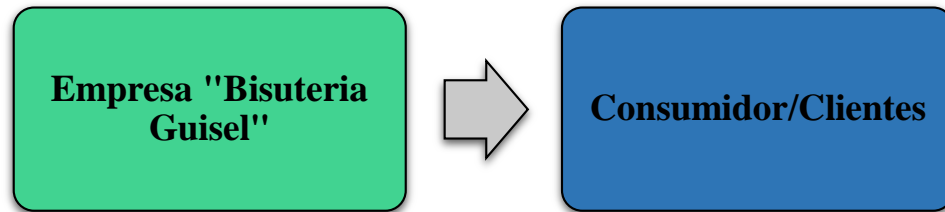
El empaque contendrá varios productos entre ellos, aretes y pulsera de diferentes diseños y modelos personalizados para el cliente.

Plaza o Distribución

BISUTERÍA GUISEL S.A, estará ubicada en zona comercial del Cantón La Libertad, donde será el principal punto de venta de los productos artesanales.

La empresa “Bisutería Guisel”, maneja la comercialización de sus productos a través de los canales de distribución directa, es decir desde la empresa, hacia los clientes, debido a que actualmente no cuenta con distribuidores y sucursales.

ILUSTRACIÓN 1. PLAZA O DISTRIBUCIÓN



Elaborado por: Kevin Adalberto Lafnez Granda

Promoción

En Bisutería Guisel se consideran las siguientes promociones.

- **Por la compra del set cuatro piezas:** se realizará el 15% de descuento.
- **En fechas festivas:** por la compra de un juego completo, gratis una pulsera a elección del cliente.
- **Por la compra de dos anillos:** gratis el segundo del mismo modelo o variado.

Publicidad

La empresa se dará a conocer en el mercado por la siguiente manera:

- Redes sociales más utilizadas por el cliente.
 - Facebook

FIGURA 4. FACEBOOK

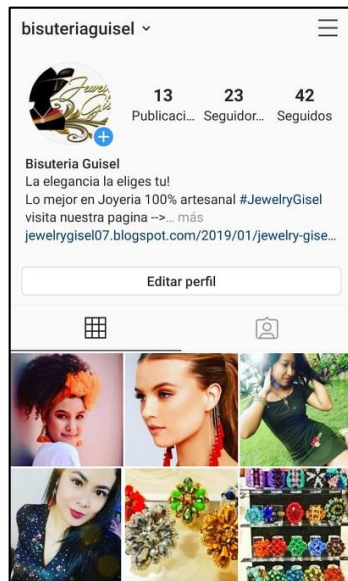


Fuente: Empresa "Bisutería Guisel"

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

- Instagram

FIGURA 5. INSTAGRAM



Fuente: Empresa "Bisutería Guisel"

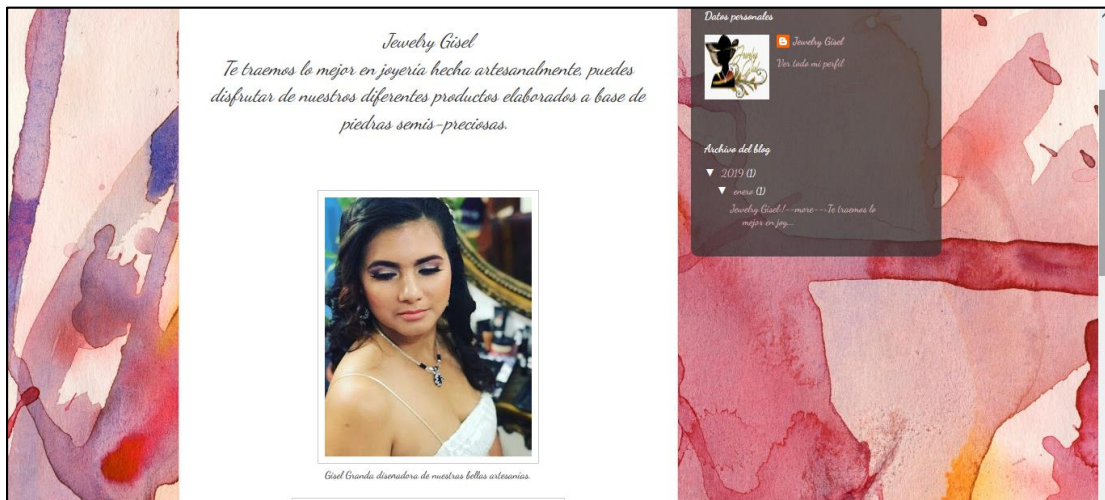
Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

- Correo Electrónico de la empresa

Gmail: guigranda@gmail.com

- Página Web

FIGURA 6.PAGINAS WEB



Fuente: Empresa “Bisutería Guisel”

Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda

- Por tarjeta de presentación





Fuente: Empresa “Bisutería Guisel”

Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda

3.3 Análisis Técnico

Proceso de producción

PULSERA LLANTA.

Primer procedimiento

1. Se toma un cristal tres perlas se amarra.
2. Cogemos de la perla de la que está cerca del cristal y se pone en secuencia del cristal, se pone un cristal, dos perlas y se sube por la perla se sale por el cristal y se sale por la perla.
3. Se pone perla, cristal, se vuelve a salir por la perla, se sube y pasamos la aguja por las dos perlas más y salimos, poniendo un cristal, dos perlas y así sucesivamente hasta cerrar la muñeca. (por medidas)

Segundo procedimiento

1. Como ya se tiene una hilera de cristal, y al otro lado tenemos una hilera de perlas. Se trabaja del otro lado en lo siguiente; nos cogemos del cristal y pasamos tres perlas, salimos del cristal y se hace el mismo proceso como las anteriores. La diferencia es que solo se pone dos perlas y se cruza por el cristal.
2. Se toma la Shakira #2 alrededor de las personas, de ahí, se hace un tejido que es; 4 Shakira, un cristal 4 Shakira y se sale por una perla, y así sucesivamente en todo el contorno, continuamos por la entrada a la perla.
3. Finalmente, se pone un cristal rombo en medio de los cristales lentejas.

ANILLO

1. Se hace una base de rombitos de la siguiente manera; se coge 6 rombos amarramos y luego nos cogemos de un rombo, entonces se hace un tejido para armar la base y así mismo de los mismos rombitos armados se coge 5 rombos, se pone 4 rombos y se hace el mismo procedimiento, pero se sale por el segundo tejido, aplicando lo mismo, hasta armar una flor.
2. Una vez armado la base en flor, se coge de la parte de en medio y se pone una lenteja pequeña una Shakira, siguiendo con otra lenteja pequeña y se hace el mismo procedimiento con el rombo. En el siguiente rombo ya solo se pone una lenteja y Shakira, haciendo el mismo procedimiento hasta hacer una florcita más.

3. Se hace el mismo proceso alrededor de la base con los materiales de lenteja y Shakira. Hasta que el anillo tenga la forma.
4. Finalmente, con la Shakira, se culmina el anillo depende de la medida las Shakira necesarias armando una circunferencia y a la vez se arma un tejido para endurecer y tener el anillo completo.

COLLAR

1. Se hace un tejido con perlas, cristal mediano, perlas, cristal mediano, perlas cristal mediano, así sucesivamente, hasta amarramos armando una base.
2. Se coge 5 Shakira cristales pasando por la perla, este mismo procedimiento en todas las perlas.
3. En medio de los 4 cristales pequeños, se pone el siguiente cristal verde, continuamente salimos de perla y se coloca tres cristales, y así mismo se hace el proceso, hasta armar el collar según la medida que se la quiere hacer.

ARETES

1. Cada gota se pone en un cavo. Cuando estén las gotas hechas se pone la gota más grande un clavo y ahí se ingresa una argolla.
2. En la argolla se pone una gotita en un lado y otra gota en otro lado, cierra argolla.
3. Se ingresa otra argolla sucesivamente hasta completar.

4. En la última argolla se hace el mismo procedimiento, pero antes de cerrar la argolla se pone la aza y se cierra la argolla.
5. El mismo proceso para el arete siguiente.

Objetivos del área de producción

- Utilizar insumos y materia prima para la elaboración de los productos artesanales de bisutería que garantice la satisfacción de nuestros clientes.
- Inspeccionar la elaboración del producto desde los insumos hasta el producto terminado.
- Asegurar la calidad del producto terminado en todo el proceso para que el accesorio salga en óptimas condiciones para el cliente.

Equipos por utilizar y características

A continuación, la empresa “Bisutería Guisel”, detallara los muebles y equipos de oficinas que se utilizara dentro del local:

TABLA 20. EQUIPOS Y CARACTERÍSTICAS

EQUIPOS	CARACTERÍSTICAS
Computadora de escritorio	Marca LG, sistema Windows 10, memoria DDR4 y opciones de almacenamiento SSD.
Impresora	Impresora HP, wifi, tinta continua, 5765x1445 de resolución.
Vitrina y Mostrador Exhibidor	Mostradora Exhibidora tapa de vidrio V03
Aire Acondicionado	Aire Split SMC, alta eficiencia color blanco, 24.000BTU

Lampara de escritorio	Lampara LED
Cámara de vigilancia	Visión HD de 720 y 1080 pixeles, lente de 2.8mm ángulo de 90grados con visión nocturna
Celular	Acceso a redes sociales, llamadas, mensajes, etc.
Sillas de espera	Ideal para una empresa
Sillas ejecutivas	Ideal para una empresa
Escritorio	Archivero de tres cajones con chapa.
Alicates de bisutería (pinzas-playo-ajustador) x3	Productos idóneos para la elaboración de un bien.
Aguja de cuenta	Material de trabajo para la elaboración de un producto

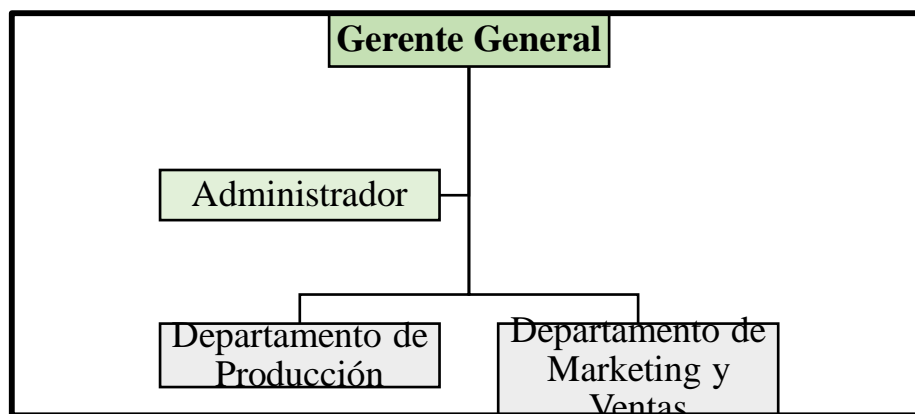
Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Diseño y distribución de la plaza

La elaboración y comercialización de la empresa “Bisutería Guisel” se desarrollará en el lugar amplio y cómodo para la satisfacción de cliente y empleado.

Organigrama

Grafica 1. Organigrama



Fuente: Análisis organizacional

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Manual de Funciones


TABLA 21. MANUAL DE FUNCIÓN “GERENTE GENERAL”

“BISUTERÍA GUISEL”	
Descripción	
Denominación del cargo	Gerente General
Requisitos del cargo	
Formación	Título de 3er Nivel en Administración de empresa o en área a fines.
Experiencia	5 años ejerciendo el cargo
Funciones del cargo	
Controlar, coordinar y dirigir todas las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la empresa mediante tomas de decisiones y aportación para el crecimiento económica de la empresa.	
Funciones Especificas	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Representación legal de la empresa. ✓ Planificación a corto y largo plazo. ✓ Analizar y tomar decisiones Administrativas, Financieras y Marketing. ✓ Ser líder y orador. ✓ Control en las actividades de la empresa. 	

Fuente: Empresa “Bisutería Guisel”

Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda


TABLA 22. MANUAL DE FUNCIÓN “ADMINISTRADOR”

“BISUTERÍA GUISEL”	
Descripción	
Denominación del cargo	Administrador
Requisitos del cargo	
Formación	Título de 3er Nivel en Administración de empresa o en área a fines.
Experiencia	3 años
Funciones del cargo	
Coordinar y controlar las actividades de la empresa, mediante los procesos administrativos para la consecución de resultados favorables de la organización.	
Funciones Especificas	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer cumplir las actividades diarias, manteniendo un orden y control con el personal y clientes. ✓ Tomas de decisiones inmediatas. ✓ Trabajo bajo presión. ✓ Acto para planificar estrategias que ayuden a mejorar la economía de la organización. 	

Fuente: Empresa “Bisutería Guisel”

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

TABLA 23. MANUAL DE FUNCIÓN “PRODUCCIÓN”

“BISUTERÍA GUISEL”	
Descripción	
Denominación del cargo	Producción
Requisitos del cargo	
Formación	Especialista en artesanía de bisutería.
Experiencia	3 años
Funciones del cargo	
Cumplir con los objetivos de producción: Trabajo forzoso en tiempo, calidad y cantidad.	
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informe de la producción actual ✓ Capacitarse una vez al mes en el área de bisutería. ✓ Cumplir con la producción programada. ✓ Innovadora e imaginaria. ✓ Supervisar si los materiales a utilizar están en perfecto estado. ✓ Trabajo bajo presión. 	

Fuente: Empresa “Bisutería Guisel”

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

TABLA 24. MANUAL DE FUNCIÓN “MARKETING Y VENTAS”

“BISUTERÍA GUISEL”	
Descripción	
Denominación del cargo	Marketing y Ventas
Requisitos del cargo	
Formación	Título profesional en Ingeniería en Marketing y Ventas y áreas a fines.
Experiencia	3 años
Funciones del cargo	
Tener iniciativa y ganas de hacer crecer en la empresa. Atraer nuevos clientes y mantener vínculo con los clientes fijos.	
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejo de estrategias publicitarias. ✓ Buen manejo de léxico. ✓ Analizar la competencia y cliente. ✓ Atención y servicio al cliente. ✓ Trabajo bajo presión. ✓ Innovación constante del servicio. ✓ Manejo de documentos (Facturas) ✓ Conocimiento en el manejo de computadora. 	

Fuente: Empresa “Bisutería Guisel”

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

3.4 Análisis económico – financiero

En este punto se reflejará las condiciones económicas que la empresa artesanal de bisutería posee para el desarrollo de sus actividades, es decir, se realizara sus respectivos análisis y evaluación para la correcta toma de decisiones en las nuevas estrategias propuesta.

Inversión inicial requerida

Para la creación de la empresa artesanal es necesario detallar la inversión de los activos fijos para el inicio de las operaciones.

TABLA 25. Inversión

INVERSION INICIAL	
Inversión en activos fijos	\$ 1.712,50
Inversión en capital de trabajos	\$ 44.264,37
INVERSION TOTAL	\$ 45.976,87

Fuente: Inversión

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

La inversión inicial requerida en la empresa artesanal de bisutería está compuesta por los activos fijos que se divide en las siguientes actividades, tales como: Equipos de computación, Equipo de oficina, Equipos para la producción, muebles y enseres, con un total de \$ 1.712,50; mientras que la inversión en capital de trabajo se considera diversos gastos como sueldos, arriendos, servicios básicos, entre otros.

El financiamiento para detallar los rublos de la inversión inicial, estará detallados de la siguiente manera:

TABLA 26. Financiamiento

FINANCIAMIENTO	PORCENTAJE	DÓLARES
Aportación de capital	35%	\$ 16.091,90
Préstamo bancario	65%	\$ 29.884,96
TOTAL	100%	\$ 45.976,87

Fuente: Financiamiento

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

Se detallará el financiamiento que tendrá la empresa artesanal, en donde los socios tendrán una aportación del 35% del total de la inversión, es decir, alrededor de \$ 16.091,90 dólares. Sin embargo, a pesar de obtener la aportación de los socios se realizará un préstamo bancario otorgado por BanEcuador, ya que es una entidad favorable para la obtención de créditos para microempresarios.

Prestamos Bancario.

A continuación, se detallará el crédito bancario que se le hará a la entidad

BanEcuador:

TABLA 27. Préstamo Bancario.

PRÉSTAMO	\$ 29.884,96	DÓLARES
TASA DE INTERES	10,21%	ANUAL
TIEMPO	5	AÑOS

Fuente: Prestamos Bancario

Elaborado por: Kevin Adalberto Laínez Granda

TABLA 28. Tabla de amortización.

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
N	FECHA	CUOTA	CAPITAL	INTERESES	SALDO
0	1/12/2018				\$29.884,96
1	1/12/2019	\$ 7.925,92	\$ 4.874,66	\$ 3.051,25	\$25.010,30
2	1/12/2020	\$ 7.925,92	\$ 5.372,36	\$ 2.553,55	\$19.637,94
3	2/12/2021	\$ 7.925,92	\$ 5.920,88	\$ 2.005,03	\$13.717,05
4	3/12/2022	\$ 7.925,92	\$ 6.525,41	\$ 1.400,51	\$ 7.191,65
5	4/12/2023	\$ 7.925,92	\$ 7.191,65	\$ 734,27	\$ -

Fuente: Tabla de amortización

Elaborado por: Kevin Adalberto Láñez Granda

Presupuesto de gastos administrativos y ventas.

La empresa artesanal de bisutería tiene presupuestado los gastos administrativos donde se componen los salarios, suministros de oficina y depreciación anuales; mientras que los gastos de ventas se detallan los gastos de arriendos, entre otros.

TABLA 29. Presupuesto de Gastos administrativos

Detalle	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL
Gastos de Salarios	\$ 9.911,23	\$ 12.094,38	\$ 12.453,13	\$ 12.811,88	\$ 13.170,63	\$ 60.441,25
Suministro de oficina	\$ 475,20	\$ 475,20	\$ 475,20	\$ 475,20	\$ 475,20	\$ 2.376,00
Depreciación	\$ 32,48	\$ 32,48	\$ 32,48	\$ 32,48	\$ 32,48	\$ 162,38
TOTAL	\$ 10.418,91	\$ 12.602,06	\$ 12.960,81	\$ 13.319,56	\$ 13.678,31	\$ 60.603,63

Fuente: Tabla de amortización

Elaborado por: Kevin Adalberto Láñez Granda

TABLA 30. Presupuesto de Gastos Ventas

Detalle	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL
Gastos de Arriendo	\$ 4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$24.000,00
Depreciación	\$ 100,61	\$ 100,61	\$ 100,61	\$ 100,61	\$ 100,61	\$ 503,05
Gastos de Salarios	\$ 8.157,03	\$ 9.953,78	\$10.249,04	\$10.544,29	\$10.839,55	\$49.743,69
TOTAL	\$ 13.057,64	\$ 14.854,39	\$ 15.149,65	\$ 15.444,90	\$ 15.740,16	\$ 74.246,74

Fuente: Tabla de amortización

Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda

Flujo de efectivo neto

En el flujo de efectivo neto se detalla el saldo inicial, los préstamos, los ingresos por los servicios, pagos de sueldos, insumos, y sobre todo la inversión, la cual nos da un flujo de efectivo total de \$ 64.278,82 para el 2019, obteniendo como un flujo de efectivo hasta el 2023 de \$ 187.588,70 dólares.

TABLA 31. Flujo de efectivo

RUBRO	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
SALDO INICIAL DE EFECTIVO		\$ 44.264,37	\$ 64.278,82	\$ 91.514,76	\$ 120.386,29	\$ 150.349,45
PRÉSTAMO	\$ 29.884,96					
(MÁS ENTRADAS DE EFECTIVO)		\$ 387.194,19	\$ 400.107,39	\$ 410.935,83	\$ 422.064,68	\$ 433.726,82
VENTAS AL CONTADO		\$ 387.194,19	\$ 400.107,39	\$ 410.935,83	\$ 422.064,68	\$ 433.726,82
(=) EFECTIVO DISPONIBLE	\$ 29.884,96	\$ 431.458,56	\$ 464.386,21	\$ 502.450,60	\$ 542.450,97	\$ 584.076,27
INVERSIÓN	\$ 45.976,87					
(-) SALIDAS DE EFECTIVO		\$ 367.179,74	\$ 372.871,44	\$ 382.064,31	\$ 392.101,52	\$ 396.487,58
PAGO DE MATERIA PRIMA AL CONTADO		\$ 219.595,12	\$ 205.394,82	\$ 211.587,68	\$ 217.473,14	\$ 219.065,30
PAGO DE PROVEEDORES		\$ 78.426,83	\$ 89.040,66	\$ 90.238,09	\$ 92.782,38	\$ 93.771,40
PAGO DE MOD		\$ 20.392,72	\$ 20.035,93	\$ 20.594,10	\$ 21.167,26	\$ 21.337,80
PAGO DE MOI		\$ 5.638,22	\$ 6.850,04	\$ 6.850,04	\$ 6.850,04	\$ 6.850,04
PAGO DE SALARIOS ADM.		\$ 9.911,23	\$ 12.094,38	\$ 12.453,13	\$ 12.811,88	\$ 13.170,63

RUBRO	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
PAGO DE GASTO DE CONST		\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00
PAGO DE SALARIOS VENTA		\$ 8.157,03	\$ 9.953,78	\$ 10.249,04	\$ 10.544,29	\$ 10.839,55
PAGO GASTOS OPERACIONALES AD.		\$ 475,20	\$ 475,20	\$ 475,20	\$ 475,20	\$ 475,20
PAGO GASTOS OP. VENTA		\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
PAGO DE OB. FIN. E INTER.		\$ 7.925,92	\$ 7.925,92	\$ 7.925,92	\$ 7.925,92	\$ 7.925,92
PAGO IESS		\$ 4.090,02	\$ 4.616,47	\$ 4.715,83	\$ 4.811,19	\$ 4.845,22
PAGO IVA		\$ 7.217,46	\$ 11.134,24	\$ 11.625,28	\$ 11.910,22	\$ 12.856,51
EFFECTIVO NETO	\$-16.091,90	\$ 64.278,82	\$ 91.514,76	\$ 120.386,29	\$ 150.349,45	\$ 187.588,70

Fuente: Flujo de Efectivo

Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda

Estado de resultado integral

Se analiza el estado de resultado integral de la empresa artesanal de la siguiente

manera:

TABLA 32. Estado de Resultado

DETALLE		2019	2020	2021	2022	2023
	INGRESOS DE PRODUCTO A	\$ 151.712,99	\$ 156.517,32	\$ 160.790,74	\$ 165.182,46	\$ 169.759,47
	INGRESOS DE PRODUCTO B	\$ 57.222,43	\$ 59.356,78	\$ 60.930,46	\$ 62.549,42	\$ 64.270,73
	INGRESOS DE PRODUCTO C	\$ 27.432,10	\$ 28.339,61	\$ 29.105,69	\$ 29.892,79	\$ 30.710,79
	INGRESOS DE PRODUCTO D	\$ 109.341,58	\$ 113.025,02	\$ 116.080,10	\$ 119.218,80	\$ 122.515,11
=	INGRESOS OPERACIONALES	\$ 345.709,10	\$ 357.238,74	\$ 366.906,99	\$ 376.843,47	\$ 387.256,09
						\$
-	COSTO DE VENTA	\$ 283.906,57	\$ 293.288,14	\$ 301.309,65	\$ 309.469,99	\$ 318.007,48
=	UTILIDAD BRUTA	\$ 61.802,53	\$ 63.950,60	\$ 65.597,34	\$ 67.373,48	\$ 69.248,61
	GASTOS	\$ 27.077,80	\$ 30.560,00	\$ 30.665,49	\$ 30.714,97	\$ 30.702,73
-	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 10.386,43	\$ 12.569,58	\$ 12.928,33	\$ 13.287,08	\$ 13.645,83
-	GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00
-	GASTOS DE VENTAS	\$ 12.957,03	\$ 14.753,78	\$ 15.049,04	\$ 15.344,29	\$ 15.639,55
-	GASTO FINANCIERO	\$ 3.051,25	\$ 2.553,55	\$ 2.005,03	\$ 1.400,51	\$ 734,27
	DEPRECIACIÓN	\$ 133,09	\$ 133,09	\$ 133,09	\$ 133,09	\$ 133,09
=	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 34.724,73	\$ 33.390,60	\$ 34.931,86	\$ 36.658,51	\$ 38.545,88
-	PARTICIPAC. TRABAJADORES 15%		\$ 5.008,59	\$ 5.239,78	\$ 5.498,78	\$ 5.781,88
=	UTILIDAD ANTES DE IMP A LA RENTA	\$ 34.724,73	\$ 28.382,01	\$ 29.692,08	\$ 31.159,73	\$ 32.764,00
-	IMPUESTO A LA RENTA 25%		\$ 7.095,50	\$ 7.423,02	\$ 7.789,93	\$ 8.191,00
=	UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	\$ 34.724,73	\$ 21.286,50	\$ 22.269,06	\$ 23.369,80	\$ 24.573,00
-	RESERVA LEGAL 10%		\$ 2.128,65	\$ 2.226,91	\$ 2.336,98	\$ 2.457,30
=	UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 34.724,73	\$ 19.157,85	\$ 20.042,15	\$ 21.032,82	\$ 22.115,70

Fuente: Estado de Resultado

Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Grand

Balance general

A continuación, se va a detallar el balance general de la empresa artesanal de bisutería:

TABLA 33. Balance General

ACTIVO		2019	2020	2021	2022	2023
CAJA	\$ 44.264,37	\$ 64.278,82	\$ 91.514,76	\$ 120.386,29	\$ 150.349,45	\$ 187.588,70
INV DE MATERIA PRIMA	\$ -	\$ 13.337,71	\$ 13.110,62	\$ 13.476,33	\$ 13.849,89	\$ 13.965,07
INV DE PRODUCTO TERMINADO	\$ -	\$ 13.344,30	\$ 13.782,94	\$ 14.157,56	\$ 14.539,69	\$ 8.872,48
CLIENTES						
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 44.264,37	\$ 90.960,84	\$ 118.408,33	\$ 148.020,18	\$ 178.739,02	\$ 210.426,25
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO						
Equipo de Cómputo	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Equipo de Oficina	\$ 649,50	\$ 649,50	\$ 649,50	\$ 649,50	\$ 649,50	\$ 649,50
Muebles y Enseres	\$ 245,00	\$ 245,00	\$ 245,00	\$ 245,00	\$ 245,00	\$ 245,00
Vehículo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Activos	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		\$ 133,09	\$ 266,17	\$ 399,26	\$ 532,34	\$ 665,43
TOTA ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 1.712,50	\$ 1.579,42	\$ 1.446,33	\$ 1.313,25	\$ 1.180,16	\$ 1.047,08
TOTAL DE ACTIVO	\$ 45.976,87	\$ 92.540,25	\$ 119.854,66	\$ 149.333,42	\$ 179.919,18	\$ 211.473,33

PASIVO	VALORES	2019	2020	2021	2022	2023
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 29.884,96	\$ 25.010,30	\$ 19.637,94	\$ 13.717,05	\$ 7.191,65	\$ -
PROVEEDORES	\$ -	\$ 15.685,37	\$ 14.671,06	\$ 15.113,41	\$ 15.533,80	\$ 15.647,52
NÓMINAS X PAGAR		\$ 371,82	\$ 385,88	\$ 393,63	\$ 401,60	\$ 403,97
IVA X PAGAR		\$ 656,13	\$ 952,56	\$ 970,25	\$ 994,54	\$ 1.078,36
RETENCIONES X PAGAR						
15% PARTICIP. TRABAJADORES	\$ -	\$ -	\$ 5.008,59	\$ 10.248,37	\$ 15.747,14	\$ 21.529,03
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$ -	\$ 7.095,50	\$ 14.518,52	\$ 22.308,45	\$ 30.499,45
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 29.884,96	\$ 41.723,62	\$ 47.751,52	\$ 54.961,23	\$ 62.177,18	\$ 69.158,33

PATRIMONIO	VALORES	2019	2020	2021	2022	2023
CAPITAL	\$ 16.091,90	\$ 16.091,90	\$ 16.091,90	\$ 16.091,90	\$ 16.091,90	\$ 16.091,90
RESERVA LEGAL	\$ -	\$ -	\$ 2.128,65	\$ 4.355,56	\$ 6.692,54	\$ 9.149,84
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ -	\$ 34.724,73	\$ 53.882,58	\$ 73.924,74	\$ 94.957,56	\$ 117.073,26
TOTAL PATRIMONIO	\$ 16.091,90	\$ 50.816,63	\$ 72.103,14	\$ 94.372,20	\$ 117.742,00	\$ 142.315,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 45.976,87	\$ 92.540,25	\$ 119.854,66	\$ 149.333,42	\$ 179.919,18	\$ 211.473,33

Fuente: Balance General

Elaborado por: Kevin Adalberto Láinez Granda

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es de vital importancia para realizar el análisis económico, ya que nos detalla de forma explícita el nivel de ventas equilibrado para no generar pérdidas, es decir, nos permite tomar decisiones con nuestras estrategias y por ende, mantener una ganancia líquida.

PRODUCTOS	PRECIO VENTAS	COSTO VARIAB LE	MEZCLA DE VENTAS	PRECIO POR VENTAS	COSTO VARIAB LE POR VENTAS	UTILIDAD BRUTA	UNIDADES PRODUCIDAS
Pulsera perla y cristal	\$ 7,80	\$ 6,24	30%	\$ 2,31	\$ 1,85	\$ 0,46	10.442
Arete perla y cristal	\$ 3,28	\$ 2,53	26%	\$ 0,87	\$ 0,67	\$ 0,20	9.349
Anillo perla y cristal	\$ 2,69	\$ 2,16	15%	\$ 0,42	\$ 0,33	\$ 0,08	5.464
Collar perla y cristal	\$ 5,84	\$ 4,09	28%	\$ 1,66	\$ 1,16	\$ 0,50	10.041
TOTAL			56%	\$ 3,18	\$ 2,51	\$ 0,66	35.296

DATOS MENSUALES	MONTO
COSTOS FIJOS	\$23.343,46

CONCLUSIONES

- El análisis del estudio realizado en la provincia de Santa Elena, permitió identificar diversos aspectos relevantes, promotores de la iniciativa de crear una microempresa artesanal de bisutería, ya que, al estar situada en una zona turística – comercial la demanda por estos productos va en incremento y no es cubierta en su totalidad por los negocios ya existentes.
- El análisis técnico permitió identificar que la propuesta es factible, debido a que cumple con cada uno de los aspectos requeridos para satisfacer la demanda existente en el mercado local; con la inversión de todos los activos requeridos permitirá brindar los productos con un mejor nivel de calidad.
- Con los indicadores implementados en el análisis financiero permitió concluir que el proyecto es rentable y aceptable económicamente, lo que repercute finalmente en que esta propuesta se convierte en un emprendimiento con oportunidad de crecimiento que mantendrá un alto nivel de impacto positivo en la provincia de Santa Elena.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable realizar periódicamente el seguimiento apropiado a la rentabilidad del negocio, a través de los iniciadores propuestos en este proyecto, ya que, de esta manera se identificará el rendimiento de la entidad, e implementar los resultados obtenidos en estrategias que sirvan como ventajas competitivas para sobresalir en el mercado existente.
- Se recomienda ampliar el nivel de cobertura de la entidad en el sector, ya que en base a los resultados del análisis técnico se identificó que no se excede el nivel de producción, por lo cual, en años posteriores, el incremento de la misma incrementara el nivel de ingresos en la microempresa de bisutería artesanal.
- Finalmente, se recomienda aplicar la presente propuesta en cada uno de sus dimensiones para así obtener los resultados esperados, logrando un impacto positivo en el sector. Dentro de este proceso es necesaria a aplicación de los indicadores financieros para evaluar constantemente los resultados obtenidos, corrigiendo los diversos errores, convirtiéndolos en oportunidades para la entidad.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaraz, R. R. (2011). *emprendedor de exito* (4 ed.). (J. M. Chacón, Ed.) Mexico.

Recuperado el 25 de 05 de 2019

Armendariz Sanz, J. L. (2013). *Gestión de la calidad y de la seguridad e higiene alimentarias*. Madrid, España: Ediciones Nobel.

Arteaga Chica, J. E. (2015). *PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “PUNTO FOMIX” Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EVENTOS SOCIALES, EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO*. Santo Domingo: DSPACE UNIANDES.

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: Séptima Edición.

Cadena Badilla, J. M., Vega Robles, A., Real Pérez, I., & Vásquez Quiroga, J. (2016). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. *Sistema de Información Científica Redalyc*, 41-60.

Calderón Reascos, B., & Moreno Yajamin, J. (2014). *“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PIEZAS DE BISUTERÍA ELABORADAS EN TAGUA, UBICADA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, PARROQUÍA CALDERÓN”*. Pichincha: Dspace.

Cruz Ramos, D. D. (2019). *"Creación de una microempresa de servicios para eventos sociales a fin de satisfacer las necesidades de integración de los habitantes de la comuna prosperidad de la parroquia Ancón, Provincia de Santa Elena, año 2018"*. La Libertad - Ecuador: Repositorio integrado a la Red de Repositorios de Acceso Abierto del Ecuador - RRAAE.

Departamento Nacional de Planeación. (2007). *Gestión Pública Local. Imprenta Nacional de Colombia.*

Escudero Serrano, M. J. (2016). *Técnicas de Venta y Negociación*. Madrid - España: Paraninfo.

Fischer de la Vega, L. E., & Espejo Callado, J. (2011). *Mercadotecnia*. México: Interamericana Editores S.A .

Gitman , L., & Zutter, C. (2012). *Principios de la Administración Financiera*. México: Pearson Educacion.

Gonzalez Moreno, F. (2014). *Mercadotecnia estratégica: Teoría e impacto en las unidades de información*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Goodman, J. (2014). *Atención Estratégica al cliente*. Buenos Aires: Pluma Digital.

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC). (2010). *Ecuador en cifras*.
Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/santa_elena
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC. (2010). *Ecuador en cifras*.
Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/santa_elena
- Internacional, U. p. (2018). *Bloque Académico del Estudio Técnico*. Obtenido de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2015). *Marketing de Servicios: Personal, Tecnológica y Estratégica*. México: Pearson Education.
- Matsumoto, N. R. (Octubre de 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. (34), 181-209. Recuperado el 15 de 05 de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>

Meixuerio Garmendia, J., & Pérez Cruz, M. A. (2016). Metodología general para la evaluación de proyectos. *CEPEP*, 1-5.

Ministerio de Industria y Productividad. (2018). *Industrias*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/>

Mintzberg, H. (1993). *El proceso Estratégico*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.

Morera Sanchez, D. P., & Celis Floriano, A. M. (2017). *Plan de Negocios para la produccion y comercializacion de bisuteria artesanal de la empresa Divina Envidia*. Bogotá D.C: Universidad de la Salle - Repositorio .

Pérez Aguilera , F. (2013). *Planificación e Iniciativa Emprendedora en Pequeños Negocios o Microempresas*. Madrid: CEP.

Pérez Aguilera, F. (2017). *Marketing y Plan de Negocio de la microempresa*. Madrid: CEP S.L.

Pilamala Medina, M., Morocho Corrales, E., & Pancho Campos, J. (2018). *Proyecto de inversion para el servicio de logistica para el transporte de carga de mercaderia entre las dos ciudades mas importantes del Ecuador*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8054/1/diapositivas-1.pdf>

- Prieto Garcia , M. Á., Álvarez Martínez, J. C., & Herraéz Vidal, P. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Madrid: Macmillan Ineria S.A.
- Prieto, S. C. (2014). En P. S. Carlos, & G. D. Chavez (Ed.), *Emprendimiento concepto y plan de negocios* (pág. 352). Mexico: Pearson Educacion.
Recuperado el 14 de 05 de 2019
- Raiteri, M. D. (2016). El comportamiento del consumidor actual. *UNCUYO*, 13 - 20.
- Rivera Martínez, F., & Hernández Chávez , G. (2010). *Administración de proyectos: Guía para el aprendizaje*. México: Pearson Educación.
- Rodriguez Del Castillo, C., & Ponce De Leon, D. (2016). *Dinamización del punto de venta en el pequeño comercio*. Madrid: Cep S.I.
- Sapag Ch., N. (2016). *Proyectos de Inversion. Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson.
- Solórzano Barrera, G., & Aceves López, J. N. (2013). *Importancia de la Calidad del Servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas*. México: El Buzón de Pacioli.
- Solórzano García , M., & Navío Marco, J. (2016). *DISEÑO Y CAMBIO ORGANIZATIVO. FUNDAMENTOS Y NUEVOS ENFOQUES (1º edición)*. España: Editorial Universitaria Ramón Areces .

Torres Hernández, Z. (2014). *Administración estratégica* . México: Grupo Editorial Patria.

Urbano, D., & Toledano, N. (2014). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona: UOC.

Vaca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill - Sexta Edición.

Vaca, U. G. (2014). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill - Sexta edicion.

A

N

E

X

O

S

Anexo. 1. Matriz de consistencia

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA A DEFENDER	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	INSTRUMENTOS
CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL “BISUTERÍA GUISEL”, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”	<p>¿De qué manera la creación de una empresa artesanal de bisutería aportará a la satisfacción de las necesidades del cliente, en el Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018?</p> <p>Sistematización del problema</p>	<p>“Determinar la viabilidad de creación de una empresa artesanal de bisutería mediante un estudio de mercado que aporte a la satisfacción de las necesidades del cliente, en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2018”</p> <p>Tercer Científica</p>	<p>“La creación de la empresa artesanal BISUTERÍA GUISEL promoverá diseños elaborados con piedras preciosas satisfaciendo las necesidades del cliente en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2018”</p>	<p>Independiente</p> <p>Creación de una empresa artesanal</p>	<p>Estudio de mercado</p> <p>Estudio Técnico - Administrativo</p> <p>Estudio económico Financiero</p>	<p>Análisis de mercado Análisis de precio Marketing Mix</p> <p>Distribución de la planta Maquinarias y Equipos Políticas institucionales</p> <p>Flujo Neto de Efectivo Estado de resultados y Balance general Métodos de evaluación</p>	<p>¿Cuáles serían las posibles competencias de la empresa “Bisutería GUISEL”?</p> <p>¿Cuál sería el proceso correcto para la elaboración de estos productos?</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>
	<p>¿Cuál es el diagnóstico de la situación actual en el sector artesanal del Cantón La Libertad?</p> <p>¿Cuáles son las necesidades que el cliente busca satisfacer al momento de adquirir un producto artesanal de bisutería?</p> <p>¿La implementación de un plan de negocio mediante un estudio de mercado de prefactibilidad financiera y económica permitirá satisfacer las necesidades del cliente?</p>	<p>Diagnosticar la situación actual para la identificación de la problemática del sector artesanal en el Cantón La Libertad.</p> <p>Identificar las necesidades que el cliente busca satisfacer en la adquisición de los productos artesanales de bisutería.</p> <p>Diseñar un plan de negocio mediante un estudio de mercado de prefactibilidad financiera y económica que satisfaga las necesidades del cliente.</p>		<p>Dependiente</p> <p>Satisfacción de las necesidades del cliente</p>	<p>Percepción</p> <p>Conducta del cliente</p>	<p>Atributos del servicio Atención al cliente</p> <p>Expectativa del cliente Fidelización del cliente</p>	<p>¿Cumple con sus expectativas al momento de adquirir este producto?</p>	<p>Encuestas</p>

Anexo. 2. Fotos de entrevistas y encuestas

