



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

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EXPORTADORA
DE ARTESANÍAS TEXTILES EN LA PARROQUIA CHANDUY
PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: MIGUEL EDUARDO MOREIRA TIRCIO

TUTOR: Econ. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CARRERA DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EXPORTADORA
DE ARTESANÍAS TEXTILES EN LA PARROQUIA CHANDUY
PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO ENDESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: MIGUEL EDUARDO MOREIRA TIRCIO

TUTOR: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Lunes 4 de Noviembre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, "**CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EXPORTADORA DE ARTESANÍAS TEXTILES EN LA PARROQUIA CHANDUY PROVINCIA DE SANTA ELENA**" elaborado por el Sr. **MIGUEL EDUARDO MOREIRA TIRCIO**, egresado de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá

TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios a la universidad y todos los docentes que siempre me dieron su apoyo y no dejaron que mi malestar y tristeza en su momento me obligara a caer, la felicidad y el orgullo de este paso en la vida profesional es dedicado a ellos.

MIGUEL MOREIRA

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios, a la universidad y a los docentes que hicieron posible la culminación de este trabajo ya que gracias a la confianza, el cariño y el apoyo que siempre me dieron para seguir adelante y cumplir mis objetivos este agradecimiento es fortuito y especial permitiéndome así compartir la felicidad con ellos.

MIGUELMOREIRA

TRIBUNAL DE GRADO

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

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

Econ. Hermelinda Cochea Tomalà
PROFESOR-TUTOR

Econ. Irene Palacios Bauz MBA
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL**

CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EXPORTADORA DE ARTESANÍAS TEXTILES EN LA PARROQUIA CHANDUY PROVINCIA DE SANTA ELENA.

AUTOR: Miguel Eduardo Moreira Tircio

TUTOR: Econ. Hermelinda Cochea Tomalá

RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad presentar el estudio realizado, el mismo que permitió establecer el canal de distribución más óptimo para la exportación de artesanías textiles de la parroquia Chanduy provincia de Santa Elena, aprovechando de manera eficiente la creatividad e innovación que poseen las artesanas de la zona. La investigación pretende además el desarrollo productivo de la comunidad generando así mayor deseo de progreso y superación despertando el interés de los habitantes a fortalecer sus conocimientos y aportar con el desarrollo eficiente de su entorno. En el contexto se especifica el problema latente en la comunidad al no realizar exportación mucho menos venta local además del poco nivel de productividad, el mismo que tiene como solución la creación de la Microempresa. El primer capítulo se refiere a la parte teórica del proyecto la recolección de datos secundarios, con la que se amplió de manera eficiente la situación actual del sector artesanal en el país y de esta manera plantar ciertas ventajas generadas para la creación de la microempresa. El segundo capítulo refleja todo el proceso de la investigación es decir toda la metodología utilizada para cumplir con el proceso investigativo de la propuesta que permite determinar la población y la muestra. El tercer capítulo enmarca el análisis de los resultados obtenidos mediante la aplicación de las diferentes técnicas de investigación aplicadas y la investigación de mercados realizadas que permitieron establecer que la creación de la microempresa es aceptable. En el cuarto capítulo se detalla toda parte fundamental del presente trabajo es decir, la propuesta, el estudio técnico financiero, y el impacto ambiental del mismo, lo que permite tomar muchas de las decisiones para la ejecución del proyecto de creación de un microempresa exportadora de artesanías textiles en la parroquia Chanduy provincia de Santa Elena.

Índice General

PORTADA.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN	VI
INTRODUCCIÓN	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
Delimitación de la problemática.....	4
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	6
JUSTIFICACIÓN	7
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
HIPOTESIS.....	9
VARIABLES.....	9
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	10
CAPÍTULO 1	12
MARCO TEÓRICO	12
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA	12
1.1.2 EL SECTOR ARTESANAL EN ECUADOR.....	13
1.1.3 Artesanía	14
1.1.4 Artesanía Textil.....	14
1.1.5 Ubicación Geográfica del sector artesanal en el Ecuador y producción nacional... 15	
1.1.5.1 Tagua y afines.....	15
1.1.5.2 Sombreros de Paja Toquilla o Mocora.....	16
1.1.5.3 Cerámica, Barro loza y Porcelana	16
1.1.5.4 Artículos de madera, Balsa y Afines	17
1.1.5.5 Artículos de Cestería.....	18
1.1.6 La Microempresa en Ecuador	19
1.1.7 Definición de Microempresa.....	20
1.1.8 Razones para iniciar una Microempresa	21
1.1.9 Distribución de las Microempresas por Sector Económico.	22
1.1.10 Principales Problemas que debe enfrentar la Microempresa.	22
1.1.11 Aporte de las Pymes en el Ecuador.....	23
1.1.11.1 Definición de las PYMES.	23
1.1.11.2 Fortalezas de las PYMES:.....	23
1.1.11.3 Debilidades de las PYMES:.....	24
1.1.11.4 Características de las PYMES:	24
1.1.11.5 Microempresas.	25
1.1.11.6 Talleres artesanales.	25
1.1.11.7 Pequeña Industria.....	25
1.1.11.8 Mediana Industria.	25
1.1.11.9 Grandes Empresas.....	25
2.- FUNDAMENTACION TEORICA	25

2.1 PRO ECUADOR	25
2.1.1.1 Producción y variedades en el Ecuador	25
2.1.2 Principales Países Exportadores de América Latina y el Caribe	27
2.1.3 Requisitos para exportar	28
2.1.3.1 Conocimiento.....	28
2.1.4 Exportación con ruc de artesano	29
2.1.5 Obtener Registro Único del Contribuyente (RUC).....	29
2.1.6 Descripción del sector artesanal.....	30
2.1.7 Descripción de productos y elaborados del sector	30
2.2 EXPORTA FÁCIL	31
2.2.1 Requisitos exporta fácil.....	31
2.2.1.1 Restricciones y Prohibiciones	31
2.3 ESTRUCTURA ARANCELARIA PARA EL SUBSECTOR	32
2.4 EXPORTACIONES DEL SECTOR	32
2.5 PRODUCTO INTERNO BRUTO	33
2.6 EL PIB DEL 2011	35
2.7 ENTORNO ECONÓMICO	37
2.8 ENTORNO SOCIAL	37
2.9 ENTORNO TECNOLÓGICO	38
2.9.1 ANÁLISIS FODA	38
3- MARCO LEGAL	40
3.1 LEY DEL ARTESANO	40
3.2.1 Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y	49
3.2.1.1 Medianas Empresas (MIPYMES)	49
3.2.1.2 De los Órganos de Regulación de las MIPYMES	49
3.3 Plan Nacional del Buen Vivir, Año 2009 - 2013.	51
3.4 Ley de desarrollo de la cultura del emprendimiento.	51
3.4.1 Cultura.....	52
3.4.2 Emprendedor.....	52
3.4.3 Emprendimiento.....	52
3.4.4 Empresarialidad.	52
3.4.5 Formación para el emprendimiento.	52
3.4.6 Planes de Negocios.	53
3.6 Objetivos de las normas ISO 9000	54
3.6.1 Pasos para implementar un sistema de calidad a través de ISO.....	54
3.6.2 El registro y certificación de las empresas de calidad.....	55
3.7 INFLACIÓN	55
3.8 NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD 2	56
3.8.1 INVENTARIOS.....	56
3.8.2 FÓRMULAS DE CÁLCULO DEL COSTO.....	57
3.8.3 NIC 27- LOS ESTADOS FINANCIEROS.....	58
CAPÍTULO II	59
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	59
2.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN	59
2.2.1 Investigación Bibliográfica.....	60
2.2.2 Investigación de Campo.	60
2.2.3 Entrevista.....	61
2.2.4 Encuestas.....	61
2.3 Métodos de Investigación	61
2.3.3 Técnicas de Investigación.....	62

2.4 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	63
2.4.1 Etapas de la investigación.....	63
2.4.1.1 Definición de los objetivos y del instrumento.....	63
2.4.1.2 Diseño del instrumento	64
2.4.1.3 Ensayo piloto del instrumento.....	64
2.4.1.4 Elaboración definitiva del instrumento.	64
2.5.1 Población.....	65
2.5.2. Muestra.	66
2.5.3 Procedimiento de la investigación	67
CAPÍTULO III.....	68
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	68
3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	68
3.2ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	71
CAPÍTULO IV	84
CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE ARTESANIAS TEXTILES EN LA PARROQUIA CHANDUY, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.....	84
4.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	84
4.1.2.1 Mensurabilidad.....	85
4.1.2.2 Accesibilidad.	85
4.1.2.3 Sustancialidad.	86
4.1.3 Determinación de la población objetivo	86
4.1.4 Identificación de los clientes meta	87
4.1.5 Preferencia de uso/ compra	87
4.1.6 Proyección de la Demanda.....	88
4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA	89
4.2.1 Identificación de competidores	89
4.2.2 Competidores	91
4.3 DEMANDA INSATISFECHA.....	92
4.4 MARKETING MIX.....	93
4.4.1 Producto	93
4.4.2 Estrategia de Producto	93
4.4.3 Precio	94
4.4.4 Estrategia de Precio.....	94
4.4.5 Plaza	95
4.4.6 Evidencia Física	95
4.4.7 Personas	96
4.5 PROMOCIÓN.....	96
4.5.1 Presupuesto de Promoción.....	96
4.6 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.....	97
4.6.1 Identificación de Canal Óptimo	97
4.6.1.2 Funcionamiento.....	98
4.6.1.3 Requisitos.....	98
4.6.1.4 Modalidades	99
4.6.1.4.1 Servicio EMS	99
4.6.1.4.2 Servicio Certificado	100
4.6.1.4.3 Marca Slogan y Logotipo.....	101
4.9 ESTUDIO TÉCNICO	102
4.9.1 Infraestructura de la empresa	104
4.9.2 Capacidad Instalada	104

4.9.3 Ubicación del Proyecto	105
4.9.4 Recursos Tecnológicos	105
4.9.5 Recursos.....	105
4.9.7 Balance de Personal	108
4.10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	110
4.10.1 Marco legal	110
4.10.1.7 Acta de Constitución	112
4.10.1.8 Misión	117
4.10.1.9 Visión.....	117
4.11 OBJETIVOS.....	118
4.11.1 Objetivo General.....	118
4.11.2 Objetivos Específicos.....	118
4.11.3 Valores Institucionales	119
4.11.4 Naturaleza del proyecto	121
4.12 ACTIVIDADES DE LA EMPRESA	121
4.12.1 Principales.....	121
4.12.2 Secundarias	122
4.13 ESTRUCTURA ORGANICA ADMINISTRATIVA	123
4.13.1 Organigrama	123
4.13.2 FUNCIONES Y PERFILES DE LOS CARGOS	123
4.14. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	129
4.14.1 Inversión inicial	129
4.14.1.1 Activos fijos	129
4.14.1.2 Activos Intangibles	129
4.14.1.3 Capital de trabajo	129
4.14.1.4 Resumen de inversión inicial	130
4.15 FINANCIAMIENTO	130
4.15.1 Resumen de la deuda	131
4.15.2. Amortización de la Deuda.....	131
4.16 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	132
4.17 PROYECCIÓN DE COSTOS.....	133
4.18 DEPRECIACIÓN	134
4.20 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	135
4.21 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL FLUJO	136
4.21.1 TASA DE DESCUENTO	136
4.21.2 Valor actual neto (VAN).....	136
4.21.3 Tasa interna de retorno (TIR).....	137
4.21.4 Periodo de recuperación de la inversión del proyecto	137
4.22 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	138
4.22.1 Punto de Equilibrio	138
4.23.- ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO.....	139
4.23.1 Análisis de la evaluación ambiental.....	139
4.24 ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DEL PROYECTO	140
CONCLUSIONES.....	141
RECOMENDACIONES.....	142
ANEXOS	143

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Operacionalización de las variables.....	10
TABLA 2: Principales razones para unciar un microempresa.....	21
TABLA 3: Distribucion de la microempresas	22
TABLA 4: Evaluacion de las exportaciones ecuatorianas del sector artesanias	32
TABLA 5: Producto interno bruto del sector industrial.....	33
TABLA 6: Inflación.....	56
TABLA 7: Población	66
TABLA 8: Estimación de la población.....	66
TABLA 9: Población objetivo	86
TABLA 10 Identificacion de clientes	87
TABLA 11 Proyeccion de demanda	88
TABLA 12 Competidores.....	91
TABLA 13 Presupuesto de promocion	96
TABLA 14 Ems internacional	99
TABLA 15 Certificado internacional	100
TABLA 16 Maquinarias y equipos.....	103
TABLA 17 Capacidad instalada	104
TABLA 18 Ubicación del proyecto	105
TABLA 19 Maquinarias, equipos y tecnologia	106
TABLA 20 Porcentaje de ventas	107
TABLA 21 Balance de perosnal	108
TABLA 22 Gastos adminsitrativos.....	109
TABLA 23 Inversion inicial	130
TABLA 24 Resumen de la deuda	131
TABLA 25 Amortizacion de la deuda	131
TABLA 26 Flujo de caja de inversion	132
TABLA 27 Costo de produccion	133
TABLA 28 Depreciacion.....	134
TABLA 29 Punto de equilibrio.....	138
TABLA 30 Escenarios	139

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Marca del producto que consume	71
CUADRO 2: Conocimiento de fábricas artesanal	72
CUADRO 3: Artesanías que demandan los clientes.....	73
CUADRO 4: Conocimiento de artesanías que se fabrican en Chanduy	74
CUADRO 5: Existencia de un lugar donde se muestren los productos	75
CUADRO 6: Precios dispuesto a pagar por el producto.....	76
CUADRO 7: Diseño y agrado del producto	77
CUADRO 8: Colores del Producto.....	78
CUADRO 9: Procedencia del producto	79
CUADRO 10: Precio y Calidad del Producto.....	80
CUADRO 11: Creación de una empresa que fabrique y exporte producto artesanal	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No 1 Evolución de Exportaciones Sector Artesanías	26
GRÁFICO No 2 Principales Desatinos de Exportación de Artesanías	27
GRÁFICO No 3 Principales Exportaciones de América Latina	28
GRÁFICO No 4 Producto interno bruto	34
GRÁFICO No 5 Exportaciones de Productos Industriales	34
GRÁFICO No 6 Marca del producto	71
GRÁFICO No 7 Conocimiento de fábrica artesanal.....	72
GRÁFICO No 8 Artesanías que demanda clientes	73
GRÁFICO No 9 Conocimiento de artesanías fabricadas en chanduy	74
GRÁFICO No 10 Existencia de un lugar donde se muestren los productos.....	75
GRÁFICO No 11 Precios	76
GRÁFICO No 12 Diseño y agrado del producto	77
GRÁFICO No 13 Colores de Preferencia.....	78
GRÁFICO No 14 Procedencia del producto.....	79
GRÁFICO No 15 Calidad del Producto	80
GRÁFICO No 16 Creación de una Empresa	81
GRÁFICO No 17 OTAVALO.....	89
GRÁFICO No 18 CUENCA.....	90
GRÁFICO No 19 Almohada Bordada en cinta	92
GRÁFICO No 20 Almohada Bordada en cinta y bolso bordado.....	93
GRÁFICO No 21 Marca.....	101

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 PLAN DE ACCIÓN.....	144
ANEXO 2 ARTÍCULOS DE IMPORTACION DEL 2007	148
ANEXO 3 PRINCIPALES EXPORTACIONES ECUATORIANAS	151
ANEXO 4 PESO PERMITIDO POR PAIS – EXPORTA FACIL.....	152
ANEXO 5 LISTADO DE MAQUINARIA	158
ANEXO 6 FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA	159
ANEXO 7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	160
ANEXO 8 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	164

INTRODUCCIÓN

El Ecuador se caracteriza por poseer valiosos talentos artesanales que no han sido aprovechados adecuadamente a pesar de contar con la materia prima disponible y la creatividad de sus artesanos para diseñar modelos exclusivos agradables a la vista del extranjero, talento que debería aprovecharse para la mejora del aspecto económico del país dejando a un lado el ingreso proveniente de las exportaciones petroleras, las mismas que por el precio del crudo representan montos cuantiosos para el Estado, sin embargo el petróleo es un recurso no renovable que podría escasearse y dejar de percibirse como el mayor ingreso económico o simplemente el petróleo tenga un declive en su precio factor que afectaría al país.

Es aquí que el fomento a las exportaciones no petroleras debería constituir para el país una oportunidad y un beneficio futuro, razón por la cual en los actuales momentos cualquier ingreso no petrolero beneficiaría al país, en vista de la dolarización necesita de divisas para ayudar a mejorar la economía.

La provincia de Santa Elena posee una gran gama de materiales para la producción de artesanías, con lo consecuente la disponibilidad de innumerables recursos naturales, sin embargo los habitantes de las zonas rurales realizan estas actividades productivas desde sus inicios con precarios conocimientos administrativos y de optimización de materia prima bajo condiciones no favorables provocando la migración a ciudades aledañas con mayor desarrollo y subempleo local.

En la actualidad, los paradigmas son gran obstáculo para el progreso pues estos vienen desde hace mucho tiempo atrás y son difíciles de cambiar. Esto demuestra el porqué de la baja productividad que existe en comunas que se dedican a la

elaboración de artesanías, los estilos de vida que llevan estas familias les permite vivir con ingresos que solo les permiten subsistir, para la generación de resultados positivos es indispensable desarrollar actividades para emprendedores que busquen una actividad lucrativa y que a la vez contribuya al desarrollo económico del país, es justamente la producción y exportación de artesanías; lamentablemente los artesanos en el Ecuador se hallan muy dispersos y poco organizados, carecen de créditos y de la capacitación necesaria para poder exportar.

El manual de exportaciones e importaciones define a las exportaciones como la venta de bienes y servicios de un país al extranjero; es de uso común denominar así a todos los ingresos que recibe un país por concepto de venta de bienes y servicios, sean estos tangibles o intangibles.

Bajo concepto de importación debe entenderse la acción de ingresar bienes y/o mercaderías procedentes de otros países con distintos fines, necesarios para el desarrollo industrial de un país o personal de los ciudadanos de ese país.

Es por esto que esta tesis surge como una idea para aprovechar el talento del artesano ecuatoriano en especial de la parroquia Chanduy y comercializar sus productos en los mercados exteriores, bajo parámetros de manejo técnico con los cuales se pueda evaluar su desarrollo y productividad.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA: ESTABLECER LOS PARÁMETROS NECESARIOS PARA LA DE CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS TEXTILES PERMITIENDO ASI EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LA PARROQUIA CHANDUY PROVINCIA SANTA ELENA.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Tal como expresa la UNESCO: "Los productos artesanales son los elaborados ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado". En el Ecuador las artesanías son parte de la cultura y la historia del país, de acuerdo al Instituto de Investigaciones socioeconómicas del Ecuador, el 60% del total de la población, entre 12 y 64 años, se dedica a la labor artesanal tanto patrimonial como de otros oficios no artesanales, pero que aplican tecnología artesanal en sus procesos. Casi 700 mil unidades económicas emplean entre 1 y 9 personas, sin discriminar si son operarios o aprendices. Casi 245 mil unidades artesanales emplean a 1, 22,365 personas con un promedio de casi 5 personas por unidad, no obstante en un rango que, como se acaba de anotar, va de uno a nueve. La manufactura en unidades artesanales significa 25,98% del total de ingresos productivos al país

Por lo que el impulso que se le debe dar a un sector que elabora productos de naturaleza distintiva que nos identifica como país desde tiempos ancestrales se vuelve una necesidad, no solo de identificarnos internamente, sino de la forma como nos proyectamos al mundo. Como expresa la UNESCO, la naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas vinculadas a la cultura, tradiciones significativas religiosa y socialmente.

Actualmente el Ecuador necesita desarrollar en forma ofensiva su sector productivo, pues al no tener moneda propia se requiere generadores de divisas y que además proporcionen empleo a un alto porcentaje de la población que estando en edad productiva no encuentra fuentes de trabajo. Por otra parte el sector artesanal no ha sabido llegar de forma adecuada al mercado internacional, sus habilidades no están siendo aprovechadas de manera eficiente.

En la actualidad las artesanías textiles son productos que satisfacen las necesidades y gustos en especial de las mujeres ya que los bolsos en exclusiva son una vanidad que día a día gana mercado.

La problemática surge porque los restos de las prendas elaboradas por las costureras muchas veces no son aprovechados y para la elaboración de los bolsos sirven mucho y podría cuidarse mucho más el medio ambiente es decir generando menos basura.

La península de Santa Elena, la misma que cuenta con una extensión territorial de 6050 km², y con una población de 308 693 habitantes, esta densidad poblacional se comparte entre los tres cantones que la constituyen.

Delimitación de la problemática

País.- Ecuador

Región.-Costa

Provincia.-Santa Elena

Ciudad- Santa Elena

Parroquia.- Chanduy

Comuna.- Chanduy

Sector.-Desarrollo Empresarial

Delimitación Espacial: El proyecto se llevara a cabo en la Comuna Chanduy, Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena.

Delimitación Temporal: El Tiempo estimado en que se ejecutara el proyecto es aproximadamente un año, después de haber financiado el capital necesario para todos los recursos necesarios para la ejecución de La Microempresa.

Delimitación Teórica: Se utilizará para la presente investigación libros, artículos, páginas de internet referente al tema de investigación.

La parroquia Chanduy como principal involucrada en el trabajo a presentar cuenta con una población de 16363 habitantes de los cuales 8337 son hombre y 8026 son mujeres esta última cifra es la que ha generado un rápido crecimiento en la elaboración de productos artesanales entre ellos los bolsos las mujeres de la parroquia son más dedicadas a las labores del hogar pero con el pasar del tiempo han despertado el interés por algo más en que ocupar su tiempo y gracias a gestiones de las personas que lideran estos grupos han conseguido unas pocas capacitaciones las cuales les han dejado una guía una pauta y a partir de esto se auto educaron y adquirieron más técnica y fueron generando diseños propios.

Los productos no cuentan con registros o aprobaciones de calidad como las ISO pero el buen acabado de los productos genera que los turistas o personas propias de la parroquia adquieran estos productos además ser coloridos muchas veces personalizados.

La principal actividad de esta zona es la pesca seguida del bajo turismo en la extensa playa que posee esta parroquia y comunas aledañas los habitantes viven en un medio en mejoramiento gracias a los cambios del gobierno actual y otras gestiones realizadas por la directiva de esta población que hace de portavoz ante autoridades representativas.

Otra de las causas de la problemática, está representada por el insuficiente equipamiento tecnológico, lo que se deriva de un limitado acceso a financiamiento, si a esto se le suma un débil seguimiento gubernamental a los proyectos de desarrollo y un mal manejo de costos, se desencadena el contexto de la debilidad para la llevar a cabo la actividades emprendedoras.

Para ello se propone crear una microempresa exportadora de artesanías textiles la cual tiene como objetivo brindar productos de calidad elaborados con el equipamiento tecnológico necesario y aprovechando el talento humano que existe en esta parroquia.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera influyen los parámetros de exportación en el desarrollo empresarial de los artesanos textiles de la parroquia chanduy?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es la situación actual en base a la exportación de artesanías en la provincia de Santa Elena?
- ¿Cómo afecta el desarrollo empresarial en la parroquia Chanduy provincia de Santa Elena?
- ¿Qué indicadores se deben considerar para conocer la viabilidad de la microempresa exportadora de artesanías textiles?

JUSTIFICACIÓN

La parroquia Chanduy posee un porcentaje considerable de talento humano dedicado a la elaboración de artesanías textiles conocimiento adquirido de manera auto educativo que hacen propio de la actividad que se realiza aunque la actividad principal en esta zona es la pesca, esta visión de artesanías surge de la necesidad de las amas de casa de emplear su tiempo libre en actividades que les genere ingreso.

Debido a la falta de empleo y al bajo nivel de educación del talento de muchas familias han emigrado a otros lugares en busca de mejores condiciones de vida y mayores ingresos, dedicándose a la albañilería y la construcción dentro y fuera de la zona, mientras las mujeres se dedican a la venta comida y al eviscerado del pescado, en las fábricas que existen alrededor.

Frente a esta variabilidad de economías emigración y cambios generalmente atrasados, surge la necesidad de proponer la creación de una Microempresa Exportadora de Artesanías Textiles para potenciar de alguna manera el reconocimiento de la parroquia Chanduy.

Estimando como ventaja competitiva el hecho que existe talento humano con gran conocimiento creatividad y deseo de superación que permitirá que las actividades y los objetivos se cumplan de manera efectiva.

Esta investigación, se orienta a desarrollar de manera práctica la propuesta de creación de una microempresa y de esta forma mediante la utilización de estrategias para optimizar los procesos productivos y por ende la calidad de los productos terminados, lo que deriva en el beneficio de sus posibles clientes en el mercado exterior, fortaleciendo la actividad productiva y empresarial.

El proyecto se respalda bajo los lineamientos de la investigación de la carrera de Ing. En Desarrollo Empresarial el cual es el promover el **desarrollo e innovación empresarial.**

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar los parámetros de exportación para el desarrollo empresarial mediante un estudio que involucre a los actores para la creación de una microempresa de artesanías textiles en la parroquia Chanduy Provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la producción de artesanías textiles mediante la aplicación de técnicas de recolección de datos en la parroquia Chanduy provincia de Santa Elena.
- Realizar un estudio de mercado para la determinación de posibles clientes del exterior mediante la obtención de información real mediante la base de datos de PRO ECUADOR y EXPORTA FACIL.
- Identificar los canales de distribución mediante el análisis de sistemas de exportación existentes en Ecuador.
- Elaborar la propuesta financiera para la creación de una microempresa exportadora de artesanías textiles mediante la utilización de sistemas económicos actuales.
- Evaluar la calidad de la producción de artesanías textiles de la parroquia Chanduy provincia de Santa Elena.

HIPOTESIS

La influencia de los parámetros de exportación contribuirán al desarrollo empresarial, mediante un estudio de mercado que involucre a los actores de los artesanos textiles de la parroquia chanduy provincia de Santa Elena.

VARIABLES.

Variable Independiente

Exportación

Variable Dependiente

Desarrollo Empresarial

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Tabla 1: Operacionalización de las variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Independiente EXPORTACIÓN	<p style="text-align: center;">:</p> <p>Exportación es la salida de mercancías del territorio aduanero nacional hacia una nación extranjera o una zona franca industrial de bienes y/o servicios para permanecer en ella de manera definitiva, mediante el uso eficiente de un canal de distribución</p>	<p style="text-align: center;">MECANISMOS DE EXPORTACIÓN</p> <p style="text-align: center;">ZONAS DE EXPORTACIÓN Y VENTA DIRECTA</p> <p style="text-align: center;">DEFINICIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Generalidades • Ventajas • Procesos • Base de países para la posible exportación • Facilidades para la exportación • Preferencias de los consumidores • Canales de distribución existentes • Sistemas de pago y envío 	<p>¿Conoce sobre los procesos de exportación?</p> <p>¿Qué tipo de artesanías prefiere adquirir?</p> <p>¿Qué tipo de artesanía a su juicio tiene mayor captación del consumidor?</p> <p>¿Dónde regularmente adquiere las artesanías?</p> <p>¿Con qué frecuencia adquiere las artesanías?</p> <p>¿En el momento en que vende las artesanías considera que el precio es más importante que la calidad?</p> <p>¿Cuál es mayor dificultad que identifica al momento de proponerse vender los productos a otros mercados y al propio?</p>

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

<p style="text-align: center;">Dependiente</p> <p style="text-align: center;">Desarrollo</p> <p style="text-align: center;">Empresarial</p>	<p>El desarrollo empresarial es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa. Para una mejor finanza y recurso en la empresa.</p>	<p style="text-align: center;">PROCESOS</p> <p style="text-align: center;">PRODUCTIVIDAD, COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO</p> <p style="text-align: center;">ACTIVIDADES COMERCIALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo • Control • Evaluación • Eficiencia • Calidad • Competitividad • Innovación • Comercialización • Marketing Mix • Ventas 	<p>Actividad:</p> <p>¿Qué clase de artesanías produce?</p> <p>¿Considera que lleva un control eficiente de la producción?</p> <p>¿En qué medida estima Usted, el nivel de importancia del empleo de tecnologías en los procesos de elaboración de las artesanías?</p> <p>¿Cómo cree usted que debería darse a conocer las artesanías producidas fuera del país como parte de un producto exclusivo de calidad?</p> <p>¿Conoce Ud. de alguna microempresa que se dedique a la elaboración y exportación de artesanías textiles?</p>
--	---	---	---	---

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA

La artesanía se ha venido desarrollando de manera evolutiva con el pasar del tiempo así mismo a paso rápido como lo hace la tecnología, sin dejar de lado que aún se mantienen en varias comunidades desarrollando de manera ancestral las artesanías como son los sombreros de paja toquilla el pan artesanal las artesanías en tagua y un sin número de productos artesanales que aún siguen siendo netamente generados por la mano del ser humano consideradas también como parte turística de estos sectores ya que en países vecinos y en el propio Ecuador las tradiciones poco a poco van desapareciendo. Actualmente se promueve el uso de la tecnología para el desarrollo de nuevos procesos y productos de mejor calidad y más atractivo hacia el consumidor antes solo se consideraba artesanías los productos que no tenía ningún implemento tecnológico, ahora en siglo XX se considera artesanías todo tipo de productos elaborados con implementos tecnológicos considerando que la mayor parte de la elaboración del producto sea a base del talento y creatividad de la mente humana además de dejar claro que la tecnología avanza pero literalmente sabemos que sin el accionar del hombre esta evolución mecánica no desarrolla es decir no cumple los objetivos para la cual fue creada. La Parroquia Chanduy se ha venido desarrollando de manera lenta y poco productiva la producción artesanal en cierto modo netamente por la mano del hombre, pero con desarrollo de oportunidades y la aportación de la tecnología se logra generar grandes cambios en comunidades como esta, ya la creatividad de sus habitantes permite generar evolución y progreso productivo aunque existen otros problemas muy puntuales como por ejemplo la mala administración de los presupuestos asignados por el estado.

1.1.2 EL SECTOR ARTESANAL EN ECUADOR.

EMPRESARIOS EUROPEOS INTERESADOS EN ARTESANÍAS Y CONSERVAS DE ALIMENTOS ECUATORIANOS



Fuente: Artesanías Textiles Vivi's
Elaborado por: Viviana Tircio Torreas
ningun informacion .

El Telégrafo (23 de noviembre, 2011) “Lo que más demandan los compradores, son artesanías hechas de tagua (semillas de varias clases de palmas tropicales), sombreros de paja toquilla, y distintos tipos de conservas. No es un trabajo con ganancia fija, hay años que se compra más, en otros menos, pero lo que buscamos es negociar directamente con los productores artesanos, sin

LA CREATIVIDAD DE ECUATORIANOS CAPTA LA ATENCIÓN DE TURISTAS

El Telégrafo, (09 de Abril del 2013) afirma que, “El sector artesanal se incluye dentro de las denominadas micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), las cuales representan entre el 90 y 95% del tejido empresarial del país, con un impacto promedio del 40% en el producto interno bruto (PIB) y un 60% en la generación de empleo directo”.

El interés hacia con los posibles compradores generan las expectativas del saber cuáles son los productos más demandados por lo que se ha considerado

importante resaltar dicha información, según publicación del diario el Telégrafo, y de acuerdo a esta información se establece una hipótesis de posibles países para la exportación

La producción artesanal en el Ecuador es clave para el incremento de exportaciones ya que son estos los que generan muchas expectativas hacia los turistas por tanto, lo expuesto se considera que las artesanías textiles aportaran con un crecimiento notable hacia estos valores.

1.1.3 Artesanía

Diseñador Industrial Enrico Roncancio P. “La Artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas. Hoy la artesanía se proyecta como una solución productiva y económicamente rentable”.

1.1.4 Artesanía Textil

Es un arte muy especial ya que permite utilizar y juntar varias técnicas, disciplinas y materiales. Los campos de aplicación son muy amplios: incluye desde la elaboración de la fibra misma hasta el armado y montaje final de la obra de arte, pasando por la manufactura de los tejidos y telas y la forma de dar color a telas y superficies. La artesanía textil comprende un campo que permite una constante experimentación e investigación de nuevas técnicas que, conjugadas con la expresión personal, implican una constante regeneración dentro de este tipo de arte.

La artesanía es un pilar dentro de las personas que han logrado desarrollar la creatividad a otro nivel porque de esta manera mejoran o crean nuevos productos

aprovechando todos los recursos que están a su alcance por varias de estas razones.

Las artesanías textiles desde el punto de vista país son tradición la misma que está desapareciendo por el simple hecho que las personas no utilizan y no se fijan de la belleza de los bordados, los tejidos actualmente son utilizados en la zona norte del país es decir la SIERRA gracias a que sus costumbres y tradiciones han perdurado en el tiempo, sin embargo la evolución de tiempo ha permitido cambiar procesos utilizando otro tipo de complementos logrando así aplicar los bordados en bolsos o productos decorativos para la cocina, el baño, el comedor, etc.

1.1.5 Ubicación Geográfica del sector artesanal en el Ecuador y producción nacional

1.1.5.1 Tagua y afines

La tagua es una palma de nombre científico *Microcarphas Phitelephas*, que popularmente se conoce como, corozo, morocha, marfil vegetal, etc., y se encuentra en la zona subtropical de la cordillera andina y en las costas de Manabí y Esmeraldas.

La tagua no es un nuevo renglón económico para el país, ha sido utilizada en la manufactura de los botones desde la segunda mitad del Siglo XIX, es decir, 1850, y por más de 50 años fue comercializada en Europa y el resto del mundo exclusivamente por la famosa, Casa Tagua Alemana, que tenía locales en los puertos de la costa ecuatoriana: Manglaralto, Puerto López, Puerto Cayo, Manta, Bahía de Caráquez, Cojimíes, Muisne y Borbón. En el Ecuador existen varias provincias que se dedican a la creación de diseños decorativos y utilitarios en el arte de transformar la tagua en artesanías. La mayor cantidad de talleres artesanales se localizan en las provincias de clima subtropical, estando su fortaleza productiva y competitiva en las provincias del Guayas, Manabí y Esmeraldas, con una capacidad de 348 talleres que representa el 73,74% del

entorno de talleres de artesanías en tagua. Otras provincias de la región costana son: Los Ríos y El Oro con un porcentaje de 4,24% de talleres de tagua.

El 22.02% restante pertenecen a las provincias que se encuentran en la región Interandina o Sierra, zona centro, que gozan de clima subtropical, como Bolívar, Chimborazo, Cotopaxi y Loja, así como también en la región Insular o Galápagos.

1.1.5.2 Sombreros de Paja Toquilla o Mocora

El sombrero de paja toquilla es un producto 100% ecuatoriano, conocido mundialmente como Panama Hat, dado a que en sus inicios su comercialización se realizó a través del canal de Panamá. Este es mayormente demandado debido a su exquisita confección artesanal pudiendo encontrarse sombreros con tejidos de clase súper fino. La finura del sombrero se mide en grados, a mayor finura mayor es el grado, y por ende mayor el valor comercial. Dentro de los modelos más conocidos se encuentran: Classic Fedora, Cordobés, Golfer, Borsalino, entre otros. Los sombreros se comercializan en color natural o teñidos con vistosos colores.

1.1.5.3 Cerámica, Barro loza y Porcelana

Las primeras culturas prehistóricas alfareras que hicieron presencia en el Ecuador fueron la Valdivia, Tolita, Manteña, entre otras, que se asentaron a lo largo de la costa ecuatoriana. El Ecuador es un pueblo ceramista por excelencia, posee una de las cerámicas más antiguas de América (5.000 años A.C.), con un desarrollo de esta actividad paralelo al que se registró en las civilizaciones prehispánicas de México y del Perú. Con la conquista y la influencia española, en el país se introdujeron nuevas técnicas en la transformación de la arcilla (torno, vidriado, pigmentos, quema) las cuales prevalecen hasta la actualidad.

En la región Interandina o Sierra, la cerámica se trabaja hasta hoy con técnicas ancestrales como la quema del cielo abierto y el vidriado, en los sectores de Pujili y la Victoria-Cotopaxi, en Siguilán-Chimborazo, en Jatumpamba y Chordeleg Cañar y Azuay.

En la Amazonía ecuatoriana, los aborígenes llevan consigo sus tradiciones y costumbres propias de la región, elaboran elementos de cerámica, entre ellas, la mucahua que posee una historia particular y sus dibujos están cargados de simbología que representan a diferentes animales como boas, tortugas y lagartos. De acuerdo con sus creencias, cada pieza es portadora de tres almas Nunghuí, Ahuashca Huarmi y Huasimanda Ayatian.

La cerámica mantiene una gran tradición de tipo familiar, transmitiéndose los conocimientos de generación en generación. Casi todas las provincias del Ecuador se dedican a la transformación de la arcilla y el barro en artesanías.

En la provincia de Manabí, en los cantones de Chone, Montecristi, Paján, Rocafuerte y Tosagua, existen aproximadamente 539 talleres que representa el 32,03% del universo de productores en barro, loza y porcelana; los artículos más representativos son las réplicas precolombinas de las culturas Valdivia, Chorrera, entre otras, además la elaboración de vasijas, ollas de barro, estatuillas, máscaras, ocarinas, etc., propias del sector.

1.1.5.4 Artículos de madera, Balsa y Afines

La provincia de Imbabura es la que más se destaca. Encontramos en los cantones de Atuntaqui, Otavalo y Cotacachi talleres que se dedican a la elaboración de instrumentos musicales de viento y de percusión; en los cantones de Ibarra y San Antonio talleres que se dedican a la ebanistería, al tallado, a la escultura, así como a la producción de imágenes religiosas, etc. En la provincia de Imbabura encontramos 468 talleres que representan el 31,35%

de la actividad en madera; otras de las provincias en las que se transforma la madera son: Guayas, Esmeraldas y Pastaza las que se dedican a la elaboración del tallado, instrumentos musicales de viento y percusión, bisutería, juguetería. Otra línea es el decorado en madera de balsa, adornos para el hogar en madera de chonta. Estas tres provincias representan el 35,70% de talleres en madera. Las provincias del Azuay, Pichincha, Cañar, Manabí, Tungurahua, Bolívar, entre otras, representan el 32,95% restante del global de los talleres de producción de artesanías en madera y afines

1.1.5.5 Artículos de Cestería

La cestería elaborada con diferentes fibras vegetales ha conseguido una trayectoria importante, por la constancia del artesano en ir mejorando su calidad y poder llegar a ser competitivo con sus productos tanto a nivel nacional como internacional.

El 64,65% de las artesanías elaboradas con fibras vegetales corresponde a la Región Interandina o Sierra, donde se encuentra el mayor asentamiento de talleres artesanales. El 34,44% se encuentra en las provincias del Litoral y con una mínima producción del 0,91%, en la región Amazónica. La provincia del Cañar, en los cantones de Azogues, Biblián, Deleg, entre otros, es la zona que cuenta con 3.341 talleres que representa el 34,97% de la producción de productos de fibras vegetales del país, siendo este sector en donde existe la mayor actividad productiva; además su población activa está en un promedio de 13.364 artesanos quienes se dedican a tejer sombreros y otras variedades de productos a base de la fibra de paja toquilla.

La provincia del Azuay, ubicada en la zona austral del país, es una de las más importantes del Ecuador. Su actividad productiva está centrada en la elaboración de sombreros de paja toquilla, en los cantones de Chordeleg, Cuenca, Girón, Gualaceo, Sevilla de Oro, Sigsig. En las demás provincias de la Sierra, los artesanos se dedican a la producción de paneras elaboradas con

fibras de paja de páramo, shigras de cabuya, canastas confeccionadas con carrizo y otras fibras, productos de totora (esteras y mueblería), telas de yute, productos de aseo personal, entre otros.

En la provincia de Manabí encontramos 1.072 talleres dedicados a trabajar con paja toquilla, cuya principal actividad es la elaboración de sombrero de paja toquilla, confección de cestería en diferentes tipos como: mocora, mimbre, caña de guadua, etc. Estas actividades representan el 11.22% de talleres en el Ecuador.

En las provincias de Esmeraldas, Guayas y El Oro, la producción artesanal se concentra especialmente en la elaboración de sombreros de paja toquilla, bolsos, hamacas, cestería, sombreros de palma de coco, etc. Estas provincias tienen alrededor de 2.219 talleres de fibras.

La diferenciación entre modelos tipos y diseños de artesanías están bien marcada en el Ecuador y a su en la provincia de Santa Elena, esto permite identificar los diferentes mercados existentes y de la misma manera los que aún no están completamente satisfechos con los productos que oferta el mercado siendo así en el mercado nacional como el internacional.

1.1.6 La Microempresa en Ecuador

1.1.6.1 BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO.

Marta Tvardek (BID 2005). La microempresa es el gran motor del empleo del campo en la mayoría de los países es la proveedora de ingresos y empleo para más de un tercio de la población económicamente activa. En América Latina, la microempresa es la principal fuente de puestos de trabajo, se estima que en la región existen alrededor de 57 millones de microempresas que brindan empleo a por lo menos 110 millones de personas. No es tarea sencilla encontrar una definición holística para la microempresa debido a su diversidad, en términos generales son empresas a pequeña escala, que no respetan claramente

las cuentas del negocio y de la familia y, en general, que operan en condiciones de alta informalidad, pueden incluir amplias categorías desde puestos de ventas callejeros. Panaderías, sastrerías hasta pequeños talleres para la reparación de vehículos y para la elaboración de artesanías.

La Agencia Estadounidense para el Desarrollo Internacional (USAID) financio el estudio nacional de la Microempresa en Ecuador a través del proyecto SALTO. En este estudio utilizo información existente, organizo una serie de grupos focales con microempresarios de Quito y Guayaquil, y durante el 2004 realizo una encuesta nacional a 17.738 microempresarios de los cuales se toma los principales resultados. La principal limitación del estudio es que se consideraron únicamente las áreas urbanas con más de 5.000 habitantes para realizar la encuesta nacional debido a los altos costos de expandir una muestra representativa en el área rural, y por lo tanto, muchas de las conclusiones solo aplican a las microempresas urbanas. Para superar lo descrito, el informe incluye información recopilada de diversas fuentes, y así poder construir estimaciones sobre la realidad de la microempresa rural.

1.1.7 Definición de Microempresa.

Una microempresa es un negocio personal o familiar que emplea hasta 10 personas, el cual es poseído operado por una persona individual una familia o un grupo de personas independiente sobre productos, mercados y precios, además constituye una importante fuente de ingresos.

De acuerdo al resultado del estudio del proyecto SALTO se estima que a mediados del 2004 había alrededor de unos 650 mil microempresarios en las áreas urbanas de Ecuador.

USAID 2005. Las microempresas Ecuatorianas emplean a más de un millón de trabajadores con ingresos medio o bajos, lo representa alrededor del 25%, de la mano de obra urbana y un aporte al Producto Interno Bruto entre 10 a 15%.

1.1.8 Razones para iniciar una Microempresa

Las razones de independencia y generar mayores ingresos para iniciar una microempresa frente a la alternativa exclusiva de encontrar empleo remunerado reflejen una visión positiva y una atracción hacia la microempresa.

El 38% de los microempresarios asume que la razón para ejecutar esta acción es ser independiente además de ser una oportunidad para ganar más representada por 34%. La pesimista que guarda una cifra menor al 5% en promedio y a la vez un 4% que consideraba que ser microempresario era única opción disponible.

Tabla 2: Principales razones para iniciar un Microempresa

RAZONES	PRINCIPALES RAZONES PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA								
	H	M	COSTA	SIERRA	ORIENTE	SERVICIOS	PRODUCCION	COMERCIO	TOTAL
Ser independiente	46,9	27,8	37	40,7	29	43	43,6	33,8	38
Oportunidad para ganar mas	31,6	36,9	34	33,8	44,7	33,3	30,7	35,7	34,1
Continuar una empresa familiar	3,2	3,1	3	3,5	2,3	2,5	4	3,2	3,2
no encontrar trabajo	6	3,7	5,5	3,7	3,1	4,7	4,5	5,2	4,9
Única opción disponibles	4,2	4,3	4,2	4,5	5,1	4,9	3,8	4,2	4,3
Debido a la edad	1,6	1,9	2	1,2	0,8	1,3	1,1	2,1	1,7
Combinar trabajo y hogar	1,9	17,5	10,1	7,1	8,2	5,7	5,7	11,1	9,1
Otro	4,2	4,7	4	5,3	6,5	4,4	4,4	4,5	4,4
No sabe	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0	0,2	0,2
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Banco Internacional de Desarrollo

Elaborado por: USAID

Dentro del 38% de los microempresarios que tomaron como razón principal ser independientes existen hombres y mujeres los cuales asumen diferentes criterios es decir que, los hombres priorizan el hecho de ser independientes y luego ganar más, mientras que las mujeres buscan en la microempresa un oportunidad de ganar más y en segundo ser independientes y al final combinar trabajo y hogar.

1.1.9 Distribución de las Microempresas por Sector Económico.

La mayoría de las microempresas ecuatorianas se dedican al comercio (55%), tal como era de esperar ya que el comercio presenta barreras de entrada.

El servicio y la producción requieren destrezas y más capital de trabajo. Al analizar la distribución sectorial de las microempresas. Ya sea por género o por región geográfica, el comercio agrupa al mayor número de microempresas. Las mujeres presentan una mayor concentración en el comercio, un 65% versus el 46% en los hombres. A nivel regional, la Sierra presenta un porcentaje más altos de microempresas productivas y el Oriente en servicio.

TABLA 3: Distribución de la Microempresas por sector Económico

DISTRIBUCION DE LAS MICROEMPRESAS POR SECTOR ECONOMICO						
Sector Económico	HOMBRES	MUJERES	COSTA	SIERRA	ORIENTE	TOTAL
Servicios	31,1	19,4	24,6	27,6	30,7	25,7
Producción	22,4	15,3	18,0	21,7	17,3	19,2
Comercio	46,4	65,3	57,4	50,7	52,1	55,2
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Fuente: Banco Internacional de Desarrollo
Elaborado por: USAID

1.1.10 Principales Problemas que debe enfrentar la Microempresa.

Los problemas que generalmente que enfrentan las microempresas son en ocasiones controlables pero otros que no, entre los más importantes son, las condiciones de mercado que tiene un 37.8% de efecto directo y a partir de esto el problema financiero junto con accesos a financiamientos y falta de conocimientos con un 20.6%

El resto de los obstáculos mencionados no alcanzaban el 5%. Al comparar por género, los hombres señalaban más problemas con el mercado y la

competencia, mientras que las mujeres presentaban más inconvenientes financieros.

1.1.11 Aporte de las Pymes en el Ecuador.

1.1.11.1 Definición de las PYMES.

Según Gispert Carlos. Enciclopedia práctica de la Pequeña y Mediana Empresa. 2da Edición (2007). Se conoce como PYMES al conjunto 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. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

1.1.11.2 Fortalezas de las PYMES:

- Representan el 95% de las unidades productivas
- Generan el 60% del empleo
- Participan del 50% de la producción
- Amplio potencial redistributivo

- Capacidad de generación de empleo
- Amplia capacidad de adaptación
- Flexibilidad frente a los cambios
- Estructuras empresariales horizontales

1.1.11.3 Debilidades de las PYMES:

- Insuficiente y/o inadecuada tecnología y maquinaria para la fabricación de productos
- Insuficiente capacitación del talento humano.
- Insuficiencia de financiamiento.
- Insuficiente cantidad productiva
- Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en otros países.

1.1.11.4 Características de las PYMES:

Al ser una empresa en desarrollo sus principales características consisten:

- Requieren de exigencias técnicas, de calidad y legales.
- Escasa capacidad de negociación.
- Inexistencia de estrategias globales de internacionalización
- Débiles encadenamientos productivos-materias primas
- Costos elevados por desperdicio de materia prima.
- Insuficiente cantidad productiva para exportar.
- Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en empresas grandes.

En Ecuador, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

1.1.11.5 Microempresas.

Emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.

1.1.11.6 Talleres artesanales.

Se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares.

1.1.11. 7 Pequeña Industria.

Puede tener hasta 50 obreros

1.1.11.8 Mediana Industria.

Alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.

1.1.11.9 Grandes Empresas.

Son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos.

2.- FUNDAMENTACION TEORICA

2.1 PRO ECUADOR

2.1.1.1 Producción y variedades en el Ecuador

Los principales productos del sector son:

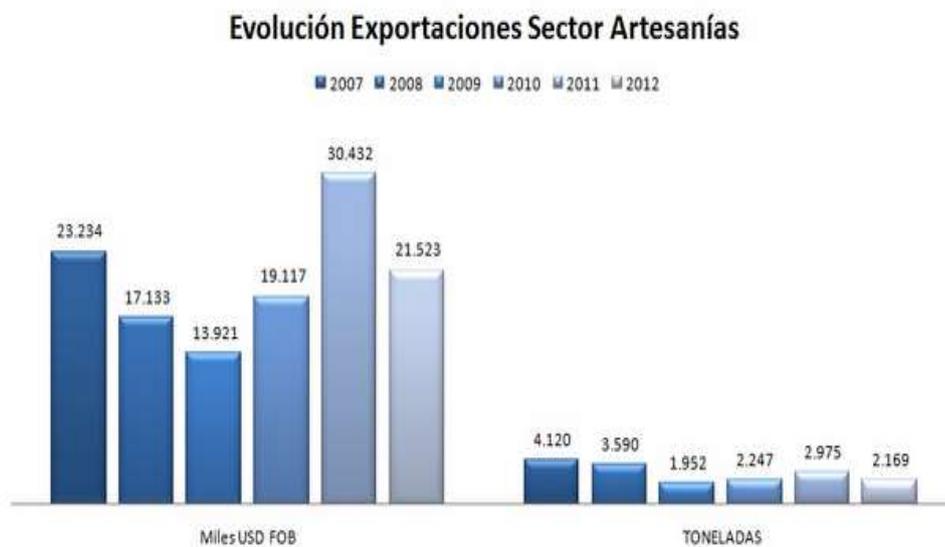
- Cerámica: Adornos, esculturas diversas, juguetes, instrumentos musicales, murales y máscaras.
- Paja Toquilla: Sombreros, cascos, bolsos, carteras, cestos y accesorios.
- Joyería: Oro y plata fusionada con concha spondylus, concha nácar, bambú y otros.
- Tagua y afines: Adornos, juguetes, botones y bisutería.

- Artículos de cuero: Carteras, billeteras, monederos y bisutería.
- Artículos de Madera: Esculturas, objetos de decoración en balsa, caña guadua y pambil.
- Pinturas y dibujos.

2.1.1.2 Información estadística del sector

Los productos más vendidos y exportados son: Sombreros de paja toquilla y productos fabricados con cuero y tagua. Los países destacados como principales compradores son: Italia, Estados Unidos y Hong Kong.

GRÁFICO No 1 Evolución de Exportaciones Sector Artesanías

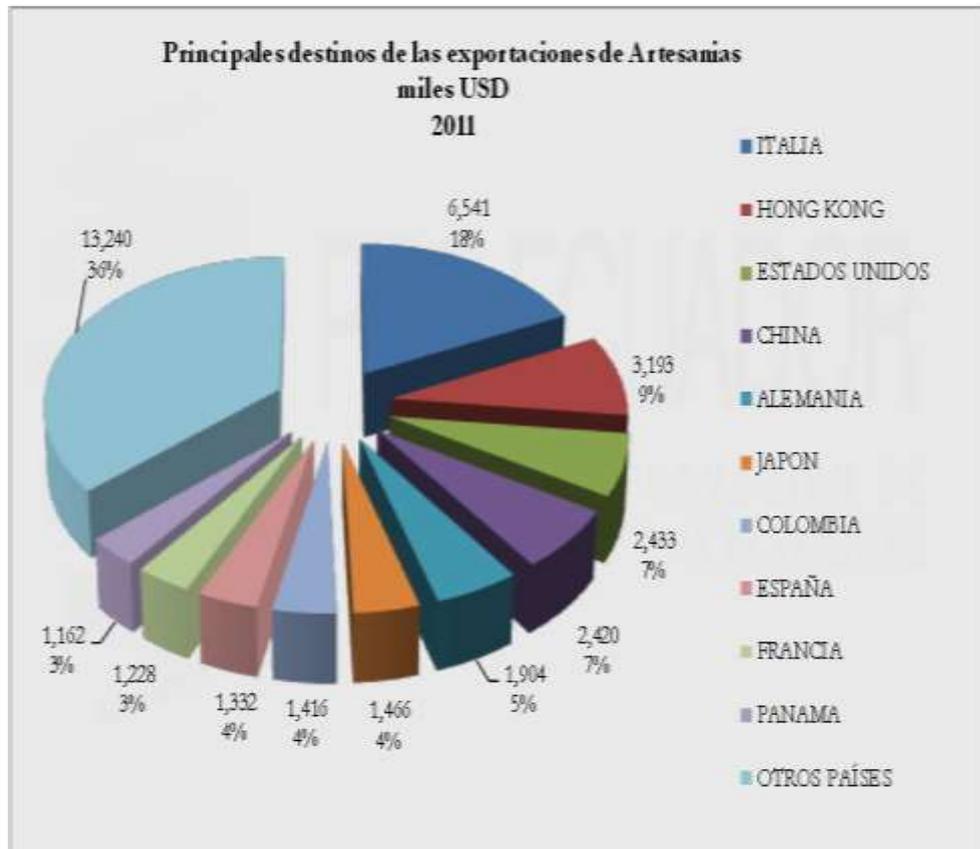


Fuente: Dirección de inteligencia Comercial e Inversiones Pro Ecuador

Elaborado por: Dirección de inteligencia Comercial e Inversiones Pro Ecuador

Para el 2011 se mantuvo la tendencia que la de los últimos cinco años siendo los principales mercados de exportación Italia, Hong Kong, Estados Unidos, China, Alemania, Japón, Colombia, España, Francia y Panamá.

GRÁFICO No 2 Principales Destinos de Exportación de Artesanías



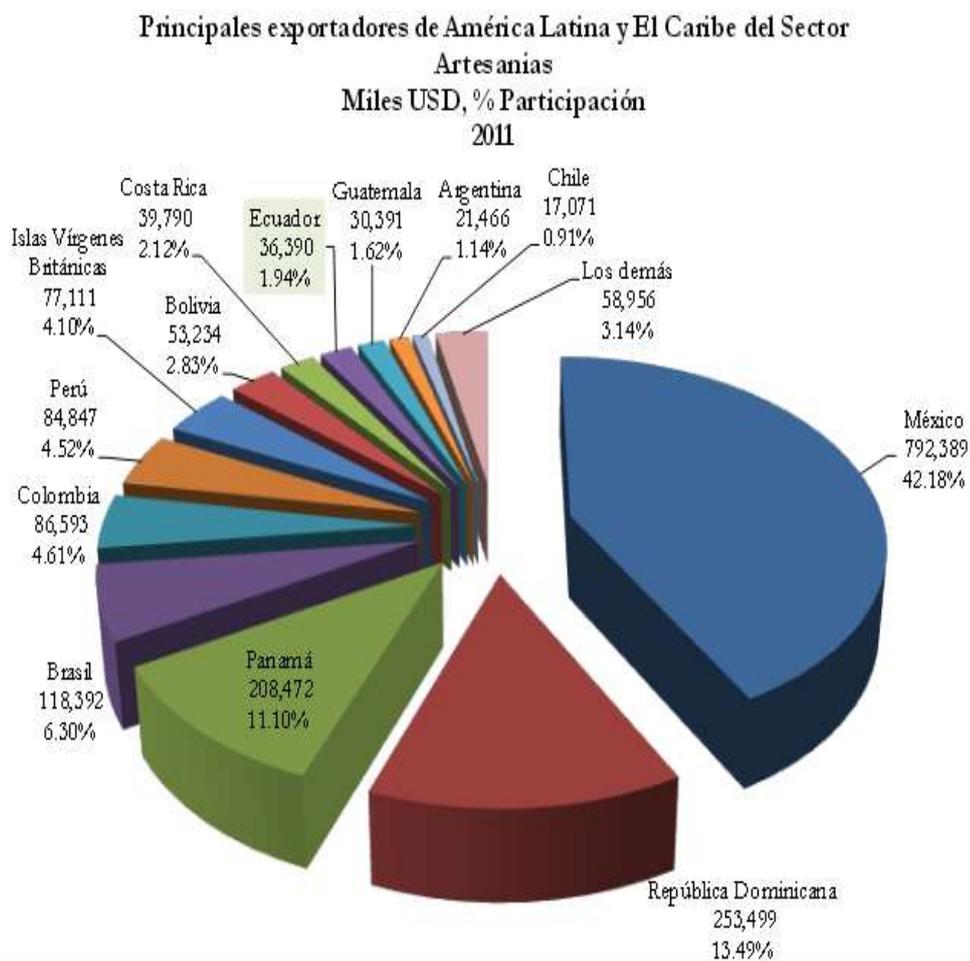
Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia de PRO ECUADOR

2.1.2 Principales Países Exportadores de América Latina y el Caribe

En el siguiente gráfico se muestra los principales exportadores de artesanías desde los países de América Latina y el Caribe, teniendo en primer lugar México (42.18%), seguido por República Dominicana (13.49%) y Panamá (11.10%). Otros principales países son: Brasil, Colombia, Perú, Islas Vírgenes Británicas, Bolivia Costa Rica. Ecuador para el 2011 se ubicó en el décimo lugar con una participación de 1.94% en el mercado mundial.

GRÁFICO No 3 Principales Exportaciones de América Latina



Fuente: Centro de Comercio Internacional

Elaborado por: Dirección de Inteligencia, PRO ECUADOR

2.1.3 REQUISITOS PARA EXPORTAR

2.1.3.1 CONOCIMIENTO

LEY DE FOMENTO ARTESANAL: Capítulo I art. 9 “2. Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fuere empleada en la elaboración de productos que se exportaren, previo dictamen favorable del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración

y Pesca. 3. Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía.”

2.1.4 EXPORTACIÓN CON RUC DE ARTESANO

CALIFICACIÓN ANTE LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO O REGISTRO ANTE EL MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD COMO ARTESANO:

Para la Calificación en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, deben presentar los siguientes documentos:

- Solicitud a la JNDA (adquirir formulario en la Junta)
- Copia del título artesanal
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia del último certificado de votación hasta 65 años
- 1 foto a color tamaño carnet actualizada
- Tipo de sangre

Para el Registro en el MIPRO presentar los siguientes documentos, mismos que los encontrarán en la página web del MIPRO (www.mipro.gob.ec):

- Solicitud para acogerse a la Ley de Fomento Artesanal
- Formulario para obtención de los beneficios de la Ley de Fomento Artesanal

2.1.5 Obtener Registro Único del Contribuyente (RUC).

Todo artesano que no tenga RUC y vaya a exportar, debe acercarse al Servicio de Rentas Internas (SRI), presentar los siguientes documentos:

- Original de cédula
- Papeleta de votación (último proceso electoral)
- Copia a color de la cédula

- Planilla de electricidad, telefónica o agua potable de uno de los tres meses anteriores a la fecha de entrega de la documentación al SRI
- Original y copia del registro ante el MIPRO vigente o de la calificación artesanal emitida por la junta Nacional del artesano.

Pro Ecuador es un sistema de exportación actual que se presenta como opción a los ecuatorianos para dar a conocer la producción ecuatoriana es decir intentar fidelizar e informar a los consumidores que los productos que están adquiriendo son ecuatorianos y son buena calidad.

2.1.6 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR ARTESANAL

Según la Dirección de Inteligencia Comercial de PROECUADOR las exportaciones en lo que respecta a las artesanías ecuatorianas va en aumento lo que permite analizar los valores la siguiente manera.

2.1.7 Descripción de productos y elaborados del sector

- Los principales productos del sector incluyen:
- Tagua y otros materiales vegetales o minerales
- Sombreros de Paja Toquilla o Mocora
- Cerámicas
- Joyería y demás manufacturas
- Artículos de madera
- Artículos para festividades
- Pinturas y Dibujos
- Artículos de cestería

2.2 EXPORTA FÁCIL

Es una herramienta que facilita las exportaciones ecuatorianas; orientada a fomentar la inclusión de las micro, pequeñas, medianas empresas (MIPYMES) y artesanos en los mercados internacionales, contribuyendo con la competitividad de los productos del Ecuador y beneficiando su economía.

2.2.1 REQUISITOS EXPORTA FÁCIL

- a. Tener RUC
- b. Registrarse como exportador en: www.exportafacil.gob.ec
- c. Llenar la DAS (Declaración Aduanera Simplificada)
- d. Cumplir con los documentos obligatorios:
 - i. Factura comercial (autorizada por el SRI)
 - ii. Packing list (lista de empaque)
- e. Autorizaciones previas que dependerán del producto si se requieren o no.
- f. Opcional: presentación del Certificado de Origen.

2.2.1.1 Restricciones y Prohibiciones

Objetos prohibidos para exportar en general:

1. Dinero, monedas
2. Los objetos obscenos e inmorales
3. Armas de Fuego
4. Drogas o Estupefacientes
5. Materiales Explosivos, inflamables o radiactivos

Sistemas de exportación existentes en Ecuador los cuales dependiendo sus requerimientos y eficiencia uno de ellos será el canal de distribución óptimo que

permitirá exportar la producción de manera segura y efectiva para el cliente extranjero, logrando así el fomento productivo en el país.

2.3 Estructura arancelaria para el subsector (Código arancelario en Ecuador (NANDINA) y descripción del producto)

La estructura arancelaria utilizada en Ecuador es la NANDINA, de acuerdo a la Nomenclatura Arancelaria Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina del año 2007 y está basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. En las siguientes tablas se muestra la codificación en subpartida Nandina, de cada subsector artesanal.

2.4 Exportaciones del sector

Al analizar los montos exportados por Ecuador (valor FOB) en el período 2007-2011, se observa que la Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) fue de 11.8%; pasando de USD 23,234 miles en el año 2007 a USD 36,335 miles en el 2011. Siendo el año 2011 el que ha presentado el mayor valor.

TABLA 4: Evaluación de las exportaciones ecuatorianas del sector artesanías

EVALUACION DE LAS EXPORTACION ECUATORIANAS DEL SECTOR ARTESANIAS							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	TPCA 2007 - 2011
Valor FOB (miles usd)	23,234	17,133	13,921	19,117	36,335	9,255	11,80%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

2.5 PRODUCTO INTERNO BRUTO

En el 2008 el sector industrial contribuyó con el 13,91% del producto interno bruto total del país. En este año la industria manufacturera, excluyendo el procesamiento de petróleo, creció 4.71% y durante los últimos cuatro años ha crecido 4.0% en promedio. El Banco Central del Ecuador en su primera revisión del PIB prevé que el PIB industrial de 2009 será 4.832 millones de dólares, esto representaría un crecimiento de 2.5% en relación a 2008.

La rama que más aporta al PIB es la de alimentos y bebidas, seguida por los productos textiles y de madera.

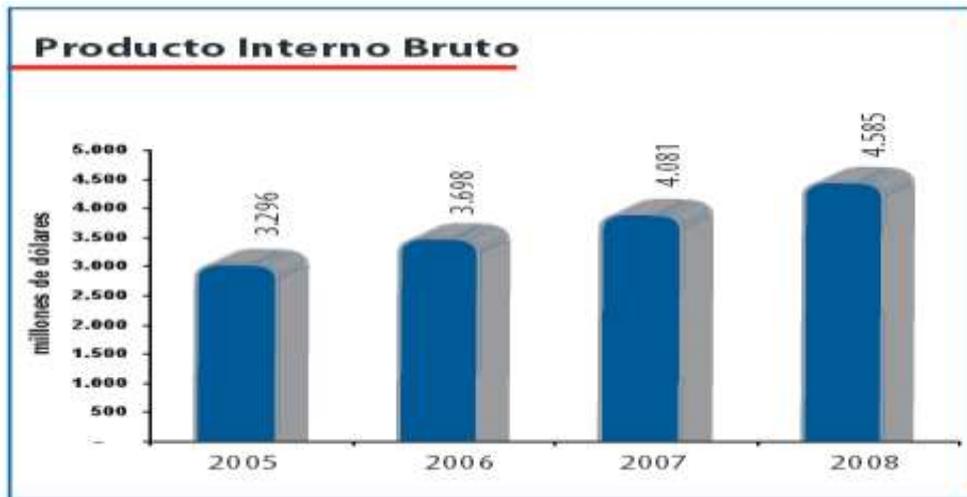
TABLA 5: Producto Interno Bruto del Sector Industrial

Producto Interno Bruto por rama del Sector Industrial	2007 millones de dólares	2008 millones de dólares	Tasa de variación dólares de 2000	Estructura Porcentual
Alimentos y bebidas	2.045	2.273	4%	55%
Productos textiles	514	553	2%	14%
Productos de madera	497	571	7%	10%
Productos no metálicos	329	387	9%	7%
Papel y Productos de Papel	204	229	6%	4%
Fab.de químicos, caucho y plástico	285	331	10%	7%
Otros	209	241	9%	4%
PIB Industrial	4.081	4.5 85	4,71%	100%

Fuente: Centro de comercial internacional

Elaborado por: Dirección de inteligencia comercial e inversiones

GRÁFICO No 4 Producto interno bruto

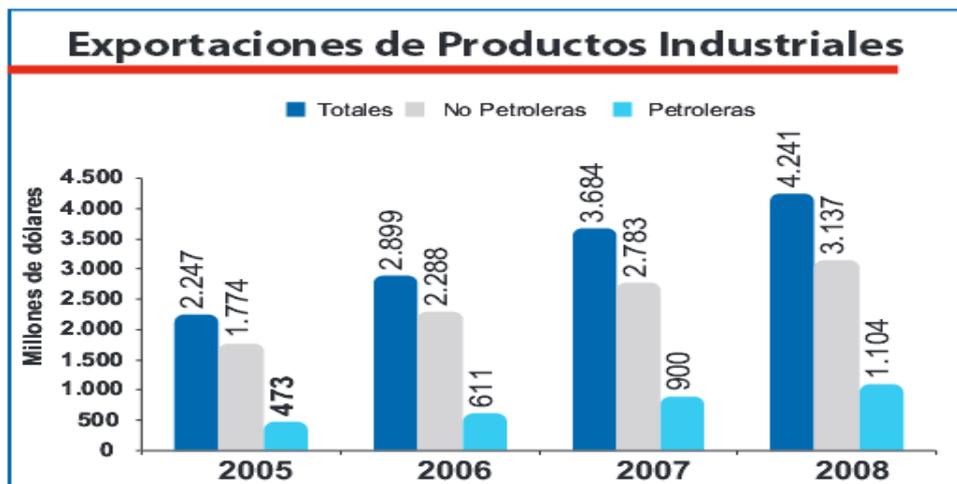


Fuente: Centro de comercial internacional

Elaborado por: Dirección de inteligencia comercial e inversiones

Las exportaciones del sector industrial representan el 23% de las exportaciones totales de país, y el 46% de las exportaciones totales no petroleras.

GRÁFICO No 5 Exportaciones de Productos Industriales



Fuente: Centro de comercial internacional

Elaborado por: Dirección de inteligencia comercial e inversiones

Las exportaciones del sector en el 2008 crecieron en valor 15% en relación al monto exportado en 2007, sin embargo, este crecimiento es inferior al registrado en los últimos tres años. En cuanto al volumen exportado, este cayó

13% en relación al monto de 2007. Las exportaciones industriales no petroleras registraron en el 2008 un crecimiento en el valor de 13%, pero en volumen cayeron 9%.

2.6 EL PIB DEL 2011

Redacción Líderes (Quito) 11:59 Martes 03/07/2012 El Producto Interno Bruto (PIB) de la economía ecuatoriana alcanzó los USD 6.906 millones en el primer trimestre del año, lo que significa que se incrementó un 4,8% frente al mismo período del 2011, según el Banco Central del Ecuador. Estos datos están expresados en valores constantes del año 2000, es decir sin contar el efecto de la inflación. En el primer trimestre de este año, añade el BCE, las actividades económicas de mejor desempeño fueron: refinación de petróleo, que creció 3,9%; electricidad y agua, 3,0%; pesca, 1,4%; manufactura (que excluye refinación), 1,3% y agricultura, 1,2%. Además, la manufactura, los otros servicios, el comercio y la agricultura, fueron las actividades económicas que presentaron una mayor contribución a la variación trimestral del PIB (0,7%), en el primer trimestre del 2012.

Otros datos que hizo públicos el Banco Central tienen que ver con las exportaciones totales (volumen de mercancías y servicios). Estas registraron un incremento del 5,7%, frente al primer trimestre del 2011. Los productos que contribuyeron a la evolución positiva de las exportaciones fueron carnes y pescados elaborados, petróleo crudo, minerales básicos y compras directas. En lo que tiene que ver con las importaciones totales, éstas aumentaron 3,5% frente a los primeros tres meses del 2011.

Destacan maquinaria, equipo y material de transporte, compras directas y productos minerales básicos.

En términos generales, los textiles para uso en el hogar representan alrededor del 71% de las importaciones totales de productos textiles. El restante está conformado por los textiles decorativos.

Las importaciones de la UE en el 2008 correspondientes a los textiles para el hogar y sus principales proveedores se resumen en el siguiente cuadro:

TABLA No. 6 Principales Consumo de otros países

PRODUCTO	IMPORTACIÓN En millones de Euros	PRINCIPALES PRODUCTOS	PRINCIPALES PROVEEDORES
Mantas	€ 435	Tejidos hechos de algodón, lana y otras fibras. Tejidos de fibras sintéticas. De punto hechas de material sintético.	China Alemania (UE) India
Ropa de cama	€ 2461	Tejidos de algodón (liso y estampado). De punto.	Paquistán China Turquía Portugal (UE)
Mantelería	€ 455	Tejidos de algodón, y materiales sintéticos. De punto.	China India Turquía
Textiles para el baño y cocina	€ 1501	Toallas de algodón. Tejidos de algodón y de otros materiales.	Turquía China Paquistán
Cortinas	€ 1134	Tejidos de materiales sintéticos y algodón. De punto.	China Turquía Alemania (UE)
Edredones y camaras	€ 149	Tejidos de algodón y otros materiales. De punto.	India China Portugal (UE)
Otros textiles decorativos	€ 683	Tejidos sintéticos. Tejidos de algodón. De punto.	China India Alemania (UE)
TOTAL	€ 6818		

Fuente: "The household and furnishing textiles market in the EU". CBI, 2009).

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

La aportación general que las micro-pequeñas-medianas empresas generan aportación al PRODUCTO INTERNO BRUTO, realmente considerable lo

mismo que se expresa en valores aproximados en el texto lo que permite saber que mediante una visión optimista y bien trabajada las artesanías textiles tendrán una aceptación palpable en el mercado exterior y a su vez en el mercado interno lo que permitirá la evolución de la microempresa hacia los diferentes crecimientos económicos y culturales.

2.7 ENTORNO ECONÓMICO

Echeverri L (2009) en su libro Marketing Práctico indica que “La operación de una empresa está influenciada por factores económicos a escala nacional y mundial. Indicadores como el PIB, la inflación, el desempleo, las tasas de interés, entre otros, constituyen variables de especial cuidado, ya que responden a los cambios del entorno y a la incidencia de políticas monetarias y fiscales de un determinado país.” Pág. # 39

Es de gran acierto que este entorno incide en toda la población debido a los indicadores de inflación y desempleo afectan a su economía y por ende al poder adquisitivo de los individuos, por lo que permite a las organizaciones no poder concretar negociaciones porque enfrentará ciclos cambiantes para las inversiones que proyecte.

2.8 ENTORNO SOCIAL.

Echeverri L (2009) en su libro Marketing Práctico indica que son “Factores sociales como la familia, amigos y medios de comunicación afectan las actitudes, intereses y opiniones de los individuos y, por ende, de la colectividad. Estas fuerzas forman parte del modo de vivir de las personas y de lo que piensan sobre sí mismas.” Pág. # 39

El entorno social es el conjunto de instrumentos ideales para desarrollar nuestras actividades en la búsqueda del camino para cumplir con los objetivos trazados en la ejecución de nuestros proyectos vida. El entorno social es algo dinámico, no es pasivo, no está quieto; es sorprendente, en ocasiones se mueve más que los seres humanos, este es el culpable de todas nuestras dichas y nosotros somos los causantes de todas sus desgracias.

2.9 ENTORNO TECNOLÓGICO

Echeverri L (2009) en su libro Marketing Práctico indica que “Los avances de la tecnología están provocando cambios en los negocios. Internet tiene un gran impacto sobre el marketing. Se replantean las actividades de Marketing, debido a que el contacto con el cliente se efectúa a través de una página web o el correo electrónico.” Pág. # 39.

La tecnología es uno de los factores principales en el desarrollo de nuevos productos sin embargo la tecnología puede evolucionar día a día pero sin el accionar humano no funciona es decir si el uso del correo electrónico la web y las redes sociales actualmente, es efectivo utilizando de la mejor manera sin embargo si lo que se presenta en estos medios no es lo que las personas desean ver no lograremos el objetivo propuesto.

De tal forma que el uso efectivo de tecnologías adecuadas y actualizadas permitirá un mejor desarrollo empresarial.

2.9.1 ANÁLISIS FODA

Herramienta de análisis estratégico que permite analizar los elementos interno y externos de la microempresa.

FORTALEZAS

- Producción 100% chanduyense
- Talento humano muy hábil, creativo e innovador
- Variedad de diseños en la producción
- Potencial turístico no explotado
- La pyme tiene una opción de lograr el crecimiento deseado

OPORTUNIDADES

- Apoyo de los gobiernos seccionales GAD
- Implementación de maquinaria más avanzada
- Crecimiento intelectual
- Crear fuentes de trabajo

DEBILIDADES

- Mala ubicación geográfica
- Bajo nivel de exportación
- Bajo nivel de productividad
- Conformismo

AMENAZAS

- Inestabilidad económica y política del país
- Desastres Naturales
- Competencias Industriales
- Índice delincuencia

2.10 PRODUCTIVIDAD

La productividad encierra todo el entorno y los procesos que se realizan dentro de la empresa para lograr el producto tangible que son las artesanías textiles, la productividad abarca de además de esto abarca todos los ámbitos en los cuales se caracteriza la eficiencia del personal y la maquinaria.

2.11 CALIDAD

La calidad encierra todos los aspectos que enmarcan al producto sus características y todo el aspecto de la durabilidad, además de estar dentro de los parámetros de calidad estipulados para las ISO.

3.- MARCO LEGAL

3.1 LEY DEL ARTESANO

CODIFICACIÓN DE LA LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO

Art. 1.-Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

Art. 2.-Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

- a) Actividad Artesanal: La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas;
- b) Artesano: Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios;
- c) Maestro de Taller: Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título

otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado los Ministerios de Educación y Cultura, y del Trabajo y Recursos Humanos;

d) Operario: Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller;

e) Aprendiz: Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código del Trabajo; y,

f) Taller Artesanal: Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:

1. Que la actividad sea eminentemente artesanal;
 2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y que el de aprendices no sea mayor de cinco;
 3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley;
 4. Que la Dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller;
- y,
5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley.

Art. 3.-La formación profesional a nivel artesanal incluye el ciclo básico con tres años de estudio. Se aplicará de conformidad con el respectivo Reglamento.

Art. 4.-Créase la Junta Nacional de Defensa del Artesano como institución autónoma de derecho público, con personería jurídica, finalidad social, patrimonio y recursos propios. Tendrá su domicilio en la ciudad de Quito.

Art. 5.-La Junta Nacional de Defensa del Artesano estará integrada por los siguientes miembros:

- a) Un representante del Presidente de la República;
- b) Un diputado, con su respectivo suplente, elegido por el Congreso Nacional en Pleno;
- c) El Director General del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) o su delegado; y,
- d) Cuatro delegados de las asociaciones de artesanos simples o compuestas legalmente constituidas, con sus respectivos suplentes. Estos delegados, que serán elegidos de conformidad con el correspondiente reglamento necesariamente deberán ser artesanos calificados. Durarán dos años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez.

Art. 6.-El Presidente de la Junta será artesano titulado y calificado. Durará dos años en sus funciones.

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

- a) Velar por el estricto cumplimiento de esta 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 del Trabajo y Recursos Humanos, dentro del plazo improrrogable de treinta días contados desde su presentación, y entrará en vigencia a partir de su promulgación en el Registro Oficial;
- c) Implementar las acciones necesarias para que las entidades financieras públicas y privadas del país, conforme a lo dispuesto en esta Ley, establezcan las líneas de crédito para el fomento y desarrollo de la actividad artesanal;
- d) Crear, con sujeción a las leyes vigentes, un banco de crédito artesanal;
- e) Promover, conjuntamente con el Gobierno Nacional y los organismos seccionales, la creación de almacenes o parques artesanales destinados a la comercialización de sus productos;

- f) Coordinar con las juntas provinciales la organización de ferias y exposiciones artesanales para incrementar la comercialización de sus productos en el mercado interno y externo;
- g) Elaborar proyectos de reglamentos para la expedición de títulos de maestros artesanos en sus distintos niveles y modalidades, y someterlos para aprobación de los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos, según corresponda. Los citados ministerios aprobarán los reglamentos a los que se refiere el presente literal, dentro del plazo máximo de treinta días, transcurrido el cual y de no haber sido aprobados, entrarán en vigencia, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial;
- h) Organizar y mantener, bajo la supervisión de los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos, establecimientos de enseñanza artesanal, así como establecer convenios con las universidades y escuelas politécnicas y demás organismos nacionales e internacionales para la realización de cursos especializados en las diversas ramas artesanales y administración de sus talleres;
- i) Prestar toda clase de ayuda y estímulo a las organizaciones clasistas de artesanos y supervisar especialmente lo relacionado al cumplimiento del límite de inversión asignado por esta Ley para el taller artesanal; y,
- j) Las demás que le asignen esta Ley o su Reglamento.

Art. 8.-La Junta Nacional de Defensa del Artesano elaborará un Plan Nacional de Desarrollo Artesanal, que formará parte del Plan Nacional de Desarrollo y será de ejecución obligatoria. Para este efecto contará con la asesoría gratuita del Consejo Nacional de Desarrollo (CONADE), de las universidades y escuelas politécnicas y demás instituciones públicas.

Art 9.-El patrimonio de la Junta Nacional de Defensa del Artesano estará constituido por:

- a) Las asignaciones que anualmente se le hicieren en el Presupuesto del Gobierno Central;
- b) Los recursos provenientes de préstamos internos o externos no reembolsables;

- c) Los ingresos provenientes de derechos por titulación, actas de grado, calificaciones y recalificaciones;
- d) Los bienes muebles e inmuebles que le pertenezcan legalmente, así como los ingresos provenientes de su arriendo o alquiler;
- e) Los legados o donaciones que le hicieren las personas naturales, nacionales o extranjeras, a cualquier título; y,
- f) Los demás recursos que se le asignaren legalmente.

Art. 10.-Los valores que los artesanos deben pagar para la obtención de su título profesional no podrán exceder de un equivalente al sesenta por ciento (60%) del salario mínimo vital vigente para los trabajadores en general.

Art. 11.-Los recursos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano se destinarán a la ejecución de planes y programas destinados al desarrollo integral y capacitación de la clase artesanal y de sus organizaciones gremiales, al fomento de ferias, exposiciones y concursos a nivel nacional e internacional, en concordancia con las metas y objetivos previstos en el Plan Nacional de Desarrollo Artesanal.

Art. 12.-Para el eficiente control de sus recursos, la Junta Nacional de Defensa del Artesano contará con una unidad de auditoría interna.

Art. 13.-Créase el Tribunal de Disciplina Nacional como instancia superior de apelación, encargado de resolver, en única y definitiva instancia, las controversias entre artesanos suscitadas por la aplicación de esta Ley o por las resoluciones de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Art. 14.-El Tribunal de Disciplina Nacional entrará integrada por:

- a) El Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos o su delegado, quien lo presidirá;
- b) Un delegado de la Junta Nacional de Defensa del Artesano; y,
- c) El Presidente de la Confederación de los Profesionales del Ecuador (CAPE).

En el Reglamento se normará todo lo relativo a las apelaciones y resoluciones del Tribunal Nacional de Disciplina.

Art. 15.-Los maestros debidamente titulados y los artesanos autónomos podrán ejercer el artesanado, abrir y mantener sus talleres, una vez que se hayan registrado en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, la que les conferirá el Carnet Profesional Artesanal, al momento mismo de su registro. Los aprendices y operarios podrán formar parte de las cooperativas de producción y consumo, cuyo fomento y extensión se encarga de manera especial a la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Art. 16.-Los artesanos amparados por esta Ley no están sujetos a las obligaciones impuestas a los patronos, en general, por la actual legislación. Sin embargo, los artesanos jefes de taller están sometidos con respecto a sus operarios a las disposiciones sobre el salario mínimo y a pagar las indemnizaciones legales en los casos de despido intempestivo.

También gozarán los operarios del derecho de vacaciones y jornada máxima de trabajo de conformidad con el Código del Trabajo.

Con los fondos determinados en esta Ley y con los fondos que en lo sucesivo se asignaren, se atenderá por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social a las indemnizaciones de accidentes de trabajo y a los otros derechos de los operarios.

Art. 17.-El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica mediante:

- a) La exoneración de los impuestos a la renta del capital con el concurso del trabajo y adicionales de dicho impuesto, del impuesto a los capitales en giro y del impuesto al valor agregado (IVA) en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos;
- b) La importación en los términos más favorables que establezca la correspondiente Ley, de los materiales e implementos de trabajo de los artesanos, salvo los de lujo;
- c) La exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal;

d) La concesión de préstamos a largo plazo y con intereses preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada, para cuyos efectos la Junta Monetaria dictará la regulación correspondiente.

Los montos de los créditos se fijarán considerando especialmente la actividad artesanal y el número de operarios que tenga a su cargo el taller;

e) La compra de artículos de artesanía para las instituciones oficiales y otros organismos públicos. Exceptúase el caso en que el Estado o las Instituciones de Derecho Público sean productores de estos artículos.

Los artesanos continuarán gozando de las demás exoneraciones contempladas en el artículo 9 de la Ley de Fomento Artesanal, en cuanto más les beneficie.

Art. 18.-Declárase obligatoria la afiliación del trabajador artesano al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Art. 19.-El Seguro Social para el artesano comprenderá:

- a) El Seguro de Enfermedad y Maternidad;
- b) El Seguro de Invalidez, Vejez y Muerte; y,
- c) El Seguro de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales que protegerá a artesanos y a sus operarios y aprendices.

Art. 20.-Las prestaciones de estos seguros serán las mismas que otorgue el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social a sus actuales afiliados.

Art. 21.-Son fondos del Seguro del Artesano:

- a) El aporte personal del ocho por ciento de la renta líquida de cada artesano. La recaudación de este aporte se realizará de acuerdo con el Reglamento que, al efecto, dicte el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social;
- b) El aporte estatal del trece por ciento de la renta líquida del artesano, que se computará y pagará anualmente con cargo a la partida del Presupuesto del Estado, que se creará para el efecto; y,
- c) Las primas del Seguro de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales que serán pagadas por el Estado y que se fijarán por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, de acuerdo con el dictamen de su

Departamento Matemático Actuarial, a base de tarifas que cubran las prestaciones, los capitales constitutivos de las rentas líquidas y los gastos administrativos. Las primas se fijarán en proporción al monto de los sueldos y salarios, a los riesgos inherentes a la artesanía y a la actividad peculiar del trabajador.

Art. 22.-El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social destinará anualmente un tanto por ciento de los fondos que aportaren los artesanos, operarios y aprendices de acuerdo con cálculos actuariales, para la construcción de viviendas, casas y departamentos baratos para el uso exclusivo de tales afiliados.

Art. 23.-Declárase el 5 de noviembre de cada año como el Día del Artesano Ecuatoriano.

Art. 24.-Quedan derogadas todas las disposiciones legales y reglamentarias de cualquier índole que se opusieren a la presente Ley, la cual entrará en vigencia desde la fecha de su promulgación.

DISPOSICION GENERAL.-Los maestros artesanos que hubieren establecido talleres hasta el 5 de noviembre de 1953, en que se promulgó la Ley de Defensa del Artesano en el Registro Oficial, no estarán sujetos al requisito de titulación y gozarán de todos los derechos y beneficios establecidos en esta Ley.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA: Los talleres artesanales que no estuvieren registrados en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, deberán hacerlo dentro de los ciento ochenta días posteriores a la promulgación de esta Ley en el Registro Oficial; y los maestros artesanos que no poseyeren título profesional deberán obtenerlo, a través de los gremios respectivos, en el plazo de un año a partir de la vigencia de esta Ley.

SEGUNDA: La Junta Monetaria expedirá la regulación señalada en el literal d) del artículo 17 de la Ley de Defensa del Artesano, dentro de los sesenta días posteriores a la vigencia de esta Ley.

TERCERA: El Presidente de la República, en el plazo constitucional respectivo, dictará el Reglamento General de esta Ley.

Dada en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, en la Sala de Sesiones del Plenario de las Comisiones Legislativas del Congreso Nacional del Ecuador, a los veinte días del mes de marzo de mil novecientos noventa y siete.

Esta ley respalda protege y promueve a los artesanos que están debidamente aprobados pero sabemos que como todas las leyes no llegan a todas partes es decir existen artesanos que no tienen ni la menor idea que existen este tipo de códigos por tanto se pretende evaluar una situación actual de conocimientos para así definir un nivel que permita el desarrollo de todas las actividades.

3.2 CÓDIGO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES

Art. 1.- **Ámbito.-** Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente. Publicado: Registro Oficial Suplemento # 351, Fecha: 29-12-2010.

3.2.1 Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y

3.2.1.1 Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

3.2.1.2 De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

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

a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;

- b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;
- c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;
- d. Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional;
- e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;
- f. Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;
- g. Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;
- h. Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;
- i. Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y,
- j. Las demás que establezca la Ley.

El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes, los mismos que han sido detallados en el texto anterior lo que permite concluir que la clasificación de las microempresas y la importancia de las mismas ha generado gran expectativa dentro del desarrollo de nuevos mercados y productos aprovechando los recursos que posee cada sector en el que se desarrollan las artesanías u otro tipo de actividad que enmarque las MIPYMES.

3.3 Plan Nacional del Buen Vivir, Año 2009 - 2013.

Objetivo # 1: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

Construimos un sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Buscamos equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconocemos la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado.

Se define que el desarrollo de la tesis este dentro de un marco sostenible, solidario y social construyendo un sistema económico cuyo es el buen vivir, generando así equilibrio en el desarrollo de las actividades productivas, en condiciones de justicia y soberanía.

3.4 Ley de desarrollo de la cultura del emprendimiento, la creación y fortalecimiento de empresas sociales en el Ecuador como mecanismo de generación empleo y crecimiento económico, año 2006.

En el Capítulo 1-Disposiciones Generales:

3.4.1 Cultura.

Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;

3.4.2 Emprendedor.

Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;

3.4.3 Emprendimiento.

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;

3.4.4 Empresarialidad.

Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;

3.4.5 Formación para el emprendimiento.

La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo;

3.4.6 Planes de Negocios.

Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

La ley de desarrollo cultural de emprendimiento permite el fortalecimiento y desarrollo intelectual de todas aquellas personas que tomaron la decisión y el riesgo de emprender una microempresa la misma que ahora genera ingresos y cambios en el estilo de vida además ponerlos como ejemplos de vida.

3.5 Norma Regulatoria

La ISO es la federación mundial de organismo de normalización que estudia y aprueba aquellas normas de aplicación internacional. INEN, es el organismo representante en nuestro país cuyas siglas significa INSTITUTO NACIONAL DE NORMALIZACION.

Las normas ISO 9000 fueron creadas para las empresas públicas y privadas, al crear servicios y productos destinado a satisfacer las necesidades y demandas de los clientes o usuarios, es decir para conseguir de que el producto o el servicio obtenga la calidad deseada, concertada, pactada o contratada entre el cliente y la empresa, tiene que adoptar y aprobar una serie de especificaciones técnicas y de uso, que a nivel internacional se conoce con el nombre de la serie de Normas ISO 9000.

3.6 Objetivos de las normas ISO 9000

1. Armonizar las características de las tecnologías de producción entre diferentes países para evitar que las diferencias se conviertan en obstáculos o barreras para la exportación y el intercambio comercial.
2. Las ISO 9000 desnudan o identifican las falencias de los procesos tradicionales en producción o servicios, y sirven para definir su secuencia e interacción, crear métodos de control, aplicar sistemas de supervisión y documentar cada uno de los procedimientos de producción, de transformación o de servicio.
3. Satisfacer los requerimientos de los clientes y evitar accidentes y errores de producción que perjudiquen la calidad de un bien o servicio.

3.6.1 Pasos para implementar un sistema de calidad a través de ISO

1. Tomar conciencia de la necesidad de implantar un sistema de calidad o de certificar la empresa.
2. Concientización de todo el equipo directivo, de los mandos medios y de toda la planta de trabajadores.
3. Tomar la decisión en firme, hacerlo proyecto y ponerlo en marcha.
4. Lograr el compromiso de todos mediante un proceso de formación y capacitación.
5. Poner en práctica paso a paso, las innovaciones, mejoras, cambios y documentos.
6. Control junto a las mejoras.

3.6.2 El registro y certificación de las empresas de calidad

La empresa interesada debe conocer al detalle, el propósito de la verificación y contar con la información de sus requerimientos.

Contactar a un organismo nacional o internacional consultor, que asesore a la empresa sobre la implantación de un sistema de calidad que más se adapte a la empresa o sobre la homologación de productos o servicio o simplemente para aumentar la competitividad empresarial.

Las normas de calidad son un organismo que permitirá que los productos elaborados sean más competitivos al estar en el mercado con un registro de calidad que aprueba su originalidad y duración al mantener su cuidado sin generar dudas al consumidor.

3.7 Inflación

La inflación es uno de los factores predominantes al momento de introducir un producto al mercado ya que este factor es el principal motor que al crecer su porcentaje crecen los precios de la mayoría de los insumos y esto aumenta los costos de producción por lo tanto el precio varía o caso contrario no genera las mismas ganancias. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la inflación interanual llegó a 2,27%, mientras que la acumulada en el año fue de 1,1%. Las tasas están por debajo de los indicadores de agosto del año pasado, que fueron de 4,88% y 2,97%.

Los alimentos y bebidas no alcohólicas fueron las que más contribuyeron a la variación de precios (51,22%), seguidos de los hoteles y restaurantes (24,14%).

En el tercer lugar está el transporte con EL 9,57%. Manta fue la ciudad que mayor subida de precios experimentó, con un 0,6% seguida de Ambato, con 0,54% y de Guayaquil que registró 0,30%.

La inflación cerró el año pasado en 4,16% y el Gobierno cree que este año será de 4,4%. Las previsiones se basan en el crecimiento económico que ha tenido el país durante los primeros ochos meses.

Tabla 6: Inflación

INFLACION	AÑO
2002	12,5
2003	7,90
2004	2,00
2005	2,10
2006	3,40
2007	2,30
2008	8,30
2009	4,30
2010	3,30
2011	4,50
2012	4,16
2013	4,56

Fuente: INEC

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

3.8 NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD 2

3.8.1 INVENTARIOS

Norma proponía excluir del alcance de la Norma los inventarios de quienes no producen productos agrícolas, forestales, o mineral bruto en la medida en que esos inventarios sean medidos al valor neto realizable de acuerdo con las prácticas bien establecidas en su sector industrial. Sin embargo, algunos de

quienes respondieron estuvieron en desacuerdo con esta excepción en el alcance por las siguientes razones:

- a) la exención en el alcance debe aplicarse a todos los tipos de inventarios de intermediarios;
- b) la práctica establecida es que los intermediarios sigan un enfoque de ajustar al valor de mercado en lugar de medir esos inventarios por el valor neto realizable;
- c) las guías de la NIC 2 sobre el valor neto realizable no son apropiadas para la medición de inventarios de intermediarios.

La importancia de esta norma contable para con las microempresas en general es de gran aporte y ayuda para con el control de mercaderías insumos o cualquier otro tipo de material que se vaya a mantener en bodega para el desarrollo de sus actividades, ya que la principal acción de esta normativa es que todos los tipo de empresa sea grande mediana o pequeña sin importar la actividad que esta realice.

3.8.2 FÓRMULAS DE CÁLCULO DEL COSTO

La combinación de la versión previa de la NIC 2 y la SIC-1 Uniformidad Diferentes Fórmulas de Cálculo del Costo de los Inventarios permitía cierto margen para elegir entre primera entrada, primera salida (FIFO) o fórmulas de cálculo del costo promedio ponderado (tratamiento de referencia) y el método última entrada, primera salida (LIFO) (tratamiento alternativo permitido). El Consejo decidió eliminar la alternativa permitida de utilizar el método LIFO.

La utilización de este método fue eliminada porque consideraba que la mercadería o producción nueva sea la primera en salir mientras que el restante que existía seguía en la empresa por tanto los métodos restante es decir los que se usan actualmente que son el método FIFO Y PROMEDIO los que si permiten que la mercadería en inventario es decir lo que está sin vender sea lo primero que salga y lo que ingresa vaya saliendo a medida que la demanda lo solicite.

3.8.3 NIC 27- LOS ESTADOS FINANCIEROS

La NIC 27 aplica a la preparación y presentación de estados financieros consolidados para un grupo de entidades bajo el control de una controladora. También aplica la contabilización de inversiones en subsidiarias, entidades bajo control conjunto y asociadas en los estados financieros separados de la controladora. Esta NIC especifica revelaciones que deben hacerse en estados financieros consolidados y separados.

Las Normas Internacionales de Contabilidad son de suma importancia para el desarrollo efectivo de las funciones empresariales la NIC 27 se encarga de establecer que los estados financieros se elaboran y se presentan por separado, lo que permite un mejor análisis y a su vez un mejor control.

CAPITULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo investigativo de este trabajo se basa en un diseño de depuración problemática existente sobre el bajo nivel de exportación existente en la parroquia Chanduy, es decir combatir las causas y efectos generadas por el problema, para esto se realiza una investigación cualitativa y cuantitativa, los paradigmas son recomendados clara y profundamente a la solución del problema, conocidos por ser positivos, explicativos, realista interpretativo y participativo.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño investigativo significa llevar la teoría a la práctica, se basa en una investigación no experimental porque no afectara a ninguna variable establecida, por lo tanto se realizó un diseño transversal del modelo de encuesta y entrevista planificando actividades a realiza para la recolección de datos que permitió generar diferentes criterios para llevar a cabo el proyecto de creación de una microempresa por que se realizará una sola vez en el tiempo determinado.

2.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

El esquema de la presente investigación estuvo enfocado en la aplicación de los siguientes métodos; inductivo, deductivo, observación, síntesis y estadísticos

La investigación cualitativa se la empleo para identificar la naturaleza del porque existe un bajo nivel de exportación y productividad en base a las artesanías textiles y porque no tienen la iniciativa de crear una microempresa para exportarlo en la Comuna Chanduy.

La investigación cuantitativa se la realizo para verificación de hipótesis para identificar la demanda insatisfechos con la falta de una microempresa exportadora de artesanías textiles aportando de esta manera con el desarrollo productivo.

2.2.1 Investigación Bibliográfica.

La investigación bibliográfica permitió de manera eficiente analizar información existente y rescatar lo más destacado de autores nacionales e internacionales que permiten adquirir un mayor conocimiento en base al problema estudiado y a la posible solución que se presentara en la propuesta a realizar.

El desarrollo encierra el manejo de documentos y libros que permitieron conocer, comparar y deducir los diferentes enfoques, criterios y conceptualizaciones, con el propósito de ampliar el conocimiento y producir nuevos enfoques.

2.2.2 Investigación de Campo.

Analizar de manera directa el proceso y desarrollo de las artesanías textiles, tuvimos la oportunidad de compartir con la productora del producto para mayor conocimiento y enfoque sobre la producción y el valor agregado originalidad y creatividad del talento humano que se desempeña en esta labor.

2.2.3 Entrevista.

La entrevista es una de las técnicas muy utilizada en el medio investigativo ya que esta genera información clave y acertada que en muchas ocasiones es difícil de obtener, como por ejemplo aproximarse a las creencias, tipificaciones, estereotipos y argumentaciones de la población involucrada en la producción de artesanías textiles.

Esta técnica fue totalmente aplicable en el desarrollo investigativo pues se logró compartir un momento ameno y productivo con la productora lo que permitió obtener información muy importante.

2.2.4. Encuestas.

Otra de las técnicas utilizadas fue la encuesta que permitió obtener información mediante el planteamiento de un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas que genero expectativas en base a gustos, preferencias, aceptación de productos, posibles precios y además una parte muy importante para la investigación que saber si la posible solución satisface la necesidad identificada es decir si es aceptada por el mercado.

Lo que además permitirá establecer la veracidad de la hipótesis planteada al inicio de la investigación.

2.3 Métodos de Investigación.

2.3.1 Método inductivo.

Porque al conocer de manera particular la producción de artesanías textiles en nuestro país y compararla con la de consumos exteriores podemos considerar la implementación del proyecto de creación de una Microempresa dedicada a la elaboración y exportación de artesanías textiles de la comuna Chanduy de la provincia de Santa Elena.

2.3.2 Método deductivo

Porque se ejecutó la a comparación de los efectos más importantes que se puedan observar para que la productora logre el desarrollo de la comercialización del producto en el mercado exterior.

2.3.3 Observación

La observación permitió vivir de manera efectiva el desarrollo productivo de las artesanías textiles y además obtener información de empresas que similares que utilizan tecnologías despuntadas hacia la industrialización, lo que permite el desarrollo de nuevas ideas para el desarrollo del proyecto de creación.

2.3.4 Técnicas de Investigación.

Las técnicas de investigación basadas en instrumentos que permiten adquirir información, considerando los objetivos de la investigación, en el presente trabajo se utilizaron técnicas de tipo documental y de campo.

Documental: se considera el análisis de periódicos, revistas, libros para el desarrollo del proyecto.

Lectura científica: mediante esta técnica permite ampliar el conocimiento del fenómeno en estudio y realizar las propias conclusiones que permiten profundizar el desarrollo de la investigación.

Análisis de contenido, Redacción y Estilo: aspectos importantes que permiten la confiabilidad y validez del trabajo de investigación considerando la diferente información obtenida en los instrumentos utilizados.

Encuesta y Entrevista: instrumento guía mediante el cual se establece el diagnóstico y la propuesta del proyecto de creación de una microempresa exportadora de artesanías textiles en la Comuna Chanduy en la Provincia de Santa Elena dirigido a la productora y a la comunidad interesada.

2.4 Instrumentos de la investigación

Con la finalidad de dar respuestas a los objetivos planteados en la investigación se diseñó un instrumento que permite adquirir información sobre la aceptación los gustos y los posibles precios en relación con las artesanías textiles en la cabecera parroquial de Chanduy provincia de Santa Elena para ello se utiliza las técnicas de encuesta con aplicación de escala de tipo Likert y donde se establece un set de preguntas para la aplicación de las mismas.

2.4.1 ETAPAS DE LA INVESTIGACION

2.4.1.1 Definición de los objetivos y del instrumento

- Revisión y análisis del problema de investigación.
- Definición del propósito del instrumento.

- Revisión de bibliografía y trabajos relacionados con la construcción del instrumento.
- Consulta a expertos en la construcción de instrumentos
- Determinación de la población
- Determinación de los objetivos, contenidos y tipos de ítems del instrumento.

2.4.1.2 Diseño del instrumento

- Construcción de los ítems.
- Estructuración de los instrumentos.
- Redacción de los instrumentos.

2.4.1.3 Ensayo piloto del instrumento.

- Sometimiento del instrumento a juicio de expertos.
- Revisión del instrumento y nueva redacción de acuerdo a recomendaciones de los expertos.
- Aplicación del instrumento a una muestra piloto.

2.4.1.4 Elaboración definitiva del instrumento.

- Impresión del instrumento.

En esta investigación se utilizan los siguientes instrumentos:

Para el diagnóstico

Para la validación

Para la factibilidad del proyecto.

El contenido de las preguntas guarda estrecha relación con los objetivos del estudio y considerando la operacionalización de las variables, se trata en lo posible, que el número de preguntas absorbiera las diferentes respuestas para establecer un diagnóstico confiable y que las personas a ser investigadas respondan de manera integral en función de los requerimientos de la investigación.

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

2.5 .POBLACIÓN Y MUESTRA

2.5.1 Población.

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

La provincia de Santa Elena comprendida en los tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena.

El porqué de la encuesta a esta sector fue por el simple hecho de que son lugares turísticos céntricos es decir allí se centran la mayoría de personas de otros países

los mismo que generan la demanda extrajera, mercado identificado como principal consumidor para la producción artesanal que se va generar.

Tabla 7: POBLACIÓN

Elementos	N
	34,096
SALINAS	
	47,754
LIBERTDAD	
	70,110
SANTA ELENA	
Total	151,960

Fuente: INEC

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

2.5.2. Muestra.

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

Tabla 8: Estimación de la población

Tabla de contingencia CANTON * Cuantos años cumplidos tiene (agrupado)				
Recuento		Cuantos años cumplidos tiene (agrupado)		
		<= 16	17 - 45	46+
CANTON	1	54204	61519	28353
	2	36280	42360	17302
	3	25788	30627	12260
Total		116272	134506	57915

N	134506
Z	1,96
P	0,5
Q	0,5
e	0,05

Numerador	129179,562
denominador	337,2229

muestra	383,068773
---------	------------

2.5.3 Procedimiento de la investigación

1. Revisión de los proyectos de tesis (Planteamiento del problema).
2. Revisión de variables y cada una de las matrices.
3. Revisión bibliográfica. (Marco teórico).
4. Metodología (definición de la población, selección de la muestra, elaboración del instrumento).
 - a. Tabulación de datos.
 - b. Elaboración de tablas y gráficos.
5. Análisis e interpretación de los resultados (Conclusiones y recomendaciones).
6. Desarrollo de la propuesta.
7. Preparación y redacción del informe final.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

La entrevista fue realizada de manera directa y particular a la productora de las artesanías textiles ya que de esta manera obtendría información veraz en base a la investigación que se estaba realizando, lo que de manera productiva permite definir lo siguiente:

1.- ¿Conoce usted los procesos de exportación?

No, la verdad los procesos de exportación son de conocimiento nulo hacia mí, comentaba la productora, en la comunidad no existe ese tipo de iniciativa, ni siquiera para venderlos en la localidad mucho peor para introducir productos en mercados internacionales, la poca predisposición y el conformismo de los habitantes no genera oportunidades, me ha tocado salir a la ciudad a adquirir los conocimientos que actualmente poseo, y muy aparte de la buena utilización del internet del cual día a día aprendo gracias al apoyo de mi hijos que supieron guiarme en esta nueva tendencia, es allí donde sigo actualizando y mejorando mis ideas de bordado, pintado y modelado de los productos.

2.- ¿Cómo considera usted la idea de creación de la Microempresa procesadora de cacao en la Comuna Chanduy?

Considero que sería una gran opción de progreso para la comunidad y antes de iniciar las actividades sería de muy buena estrategia escoger un grupo de personas para generar capacitación y así escoger a las mejores para que puedan formar parte de un equipo si se da el caso o que sean productoras independientes, la

Creación de la microempresa generaría mayores ingresos para las personas que se dediquen a esta actividad aparte de que genera turismo de manera indirecta.

3.- Cree usted. ¿Qué con la creación de la microempresa exportadora de artesanías textiles mejorara la calidad de vida de los habitantes de la Comuna?

Pues como le dije anteriormente el hecho de que nuestra producción sea exportada generaría más ingresos a las familias o mujeres dedicadas a esta actividad y así de la misma manera cambios en el estilo de vida lo que permitirá desarrollar de alguna manera más opciones de empleo o porque proyectos turísticos ya que algún modo con esto se generaría interés en los extranjeros.

4.- ¿Cómo consideran la situación artesanal en la Comuna Chanduy?

La verdad la situación artesanal en la comunidad está surgiendo es decir somos pocas las personas que nos dedicamos a esta actividad claro esta cada quien es sus diferentes áreas de preferencias sabemos que las artesanías despliegan grandes diversificaciones que han permitido que nos especialicemos en diferentes especialidades, por lo que defino que la situación aún esta desarrollo productivo si pero lento.

5.- Está de acuerdo. ¿Qué deben de participar en programas de capacitación que permitan desarrollar mayores actividades productivas?

Es de vital importancia adquirir conocimientos, pero el poco interés de los habitantes genera aspectos negativos pues cuando se ha presentado la oportunidad de recibir este tipo de capacitaciones las personas no asisten y entonces las instituciones pierden las ganas de volver a prestar este servicio de manera gratuita y los precios cuando se necesita por otro medio son muy altos

6.- Creen usted. ¿Qué los productos de la comunidad serán altamente competitivos mediante la creación de una Microempresa dedicada a la exportación de artesanías textiles en la Provincia de Santa Elena?

Actualmente la producción generada en la comunidad se vende solo internamente y pos muy pocas han salido del país, las mismas aun no tienen marca ni registro de calidad lo que no permite que sean reconocidas en otro sector, el desarrollo competitivo que se generaría con esta microempresa sería de suma importancia para que los habitantes de la comunidad reflejen cambios en su estilo de vida además de ayudar al desarrollo en general generando oportunidades de empleo.

3.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Las encuestas se realizaron en los 3 cantones de la provincia de acuerdo a la muestra establecida gracias a los resultados obtenidos mediante la aplicación de la respectiva formula, a continuación se muestran los resultados.

1. ¿Cuál es su marca de cola favorita?.

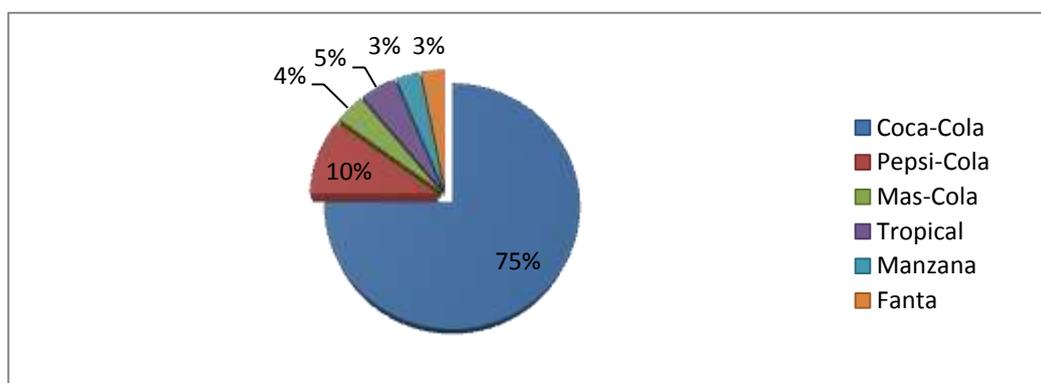
CUADRO 1: Marca del producto que consume

PRODUCTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Coca-Cola	288	75%
Pepsi-Cola	39	10%
Mas-Cola	15	4%
Tropical	18	5%
Manzana	12	3%
Fanta	12	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira

GRÁFICO No 6 Marca del producto



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

Analizando la información obtenida en la encuesta con respecto a la marca de cola favorita que consume, el gráfico permite notar que los encuestados en su mayoría prefieren la Coca Cola, puesto que es un producto que ha llevado buenas estrategias consiguiendo posicionarse en el mercado, seguido por la Pepsi que ocupa un gran nivel de aceptación siendo competitivo pero sin ser líder aun en el mercado.

2. ¿Sabe usted que en Chanduy Ecuador se fabrican artesanías textiles?

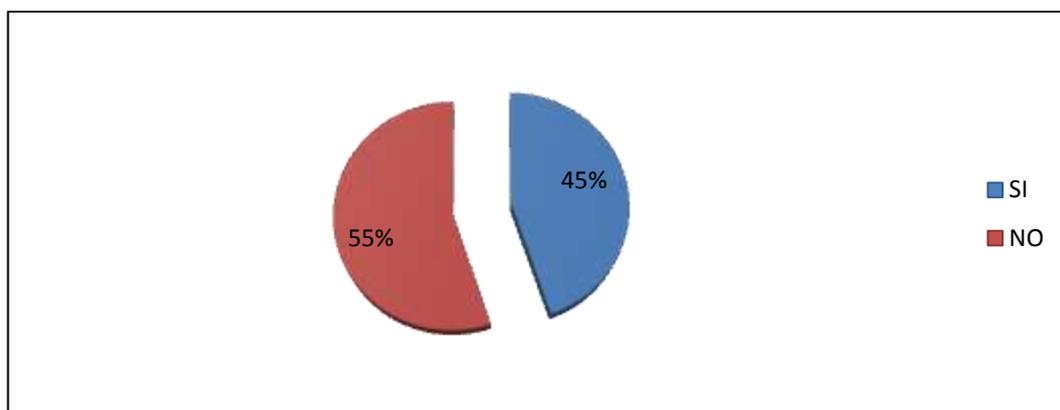
CUADRO 2: Conocimiento de fábricas artesanal

CONOCIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	172	45%
NO	212	55%
TOTAL	384	100%

Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

GRÁFICO No 7 Conocimiento de fábrica artesanal



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

En esta pregunta se indago a los participantes algo muy relevante para este estudio, con la finalidad saber si conocen sobre la existencia de la fabricación artesanal de textiles en la parroquia Chanduy, determinando que un poco más de la mitad de la muestra es decir parte representativa de los encuestados no saben acerca de la existencia de este tipo de emprendimiento debido a que los habitantes de la localidad en su gran mayoría se dedica a la actividad pesquera, razón que hace que se enfrasque en la misma, mientras que por otro lado el complemento de los encuestados saben que existe este tipo de emprendimiento, lo que permite asumir que son las personas que no están relacionados con la actividad pesquera son los que conocen de este desarrollo productivo artesanal.

3. ¿Entre las artesanías que más consume están los bolsos, anillos, cadenas y binchas?

CUADRO 3: Artesanías que demandan los clientes

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Total acuerdo	172	45%
Poco acuerdo	78	20%
Poco desacuerdo	87	23%
Total desacuerdo	47	12%
TOTAL	384	100%

Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

GRÁFICO No 8 Artesanías que demanda clientes



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

Analizando la información obtenida en la encuesta con respecto a las artesanías que más se consumen dentro de la Población en general, podemos darnos cuenta que los encuestados en su mayoría comparte la misma hipótesis y están en total acuerdo que los bolsos, anillos, cadenas, almohadas y binchas, frente a un porcentaje de casi la mitad que está en poco de acuerdo lo cual es muy significativo para este estudio, además de que una mínima parte está en total desacuerdo, dando a entender que son otros tipos de artesanías que consume la comunidad, resultados muy importantes para poder tomar decisiones efectivas en esta nueva actividad.

4. ¿Desearía conocer las artesanías que se fabrican en Chanduy?

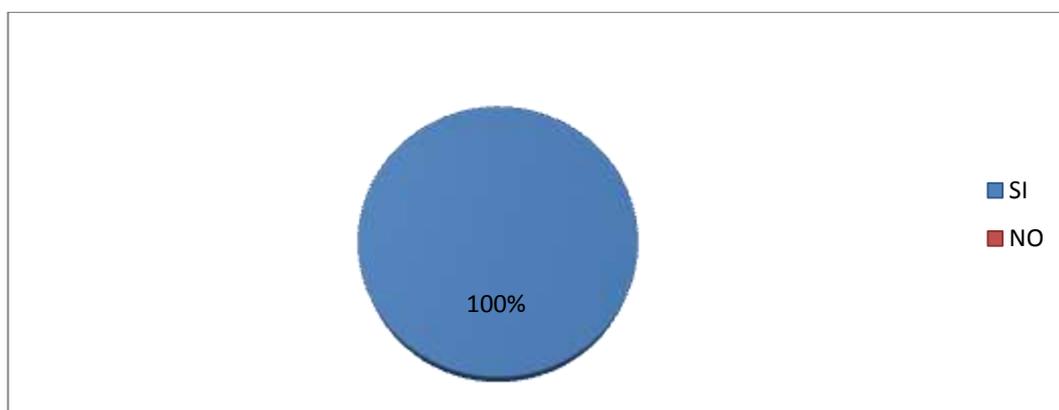
CUADRO 4: Conocimiento de artesanías que se fabrican en Chanduy

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	384	100%
NO	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

GRÁFICO No 9 Conocimiento de artesanías fabricadas en chanduy



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

Dentro de esta gráfica se muestra el requerimiento que tiene la población en conocer el tipo de artesanía que se fabrican en la Parroquia Chanduy, reflejando así en que los encuestados manifiestan la importancia de conocer el producto elaborado con la finalidad de que tenga mayor aceptación y sea un producto garantizado y de calidad para que al momento de que el consumidor adquiera el producto lo haga con una gran satisfacción y posibilite ampliar la demanda y el mercado.

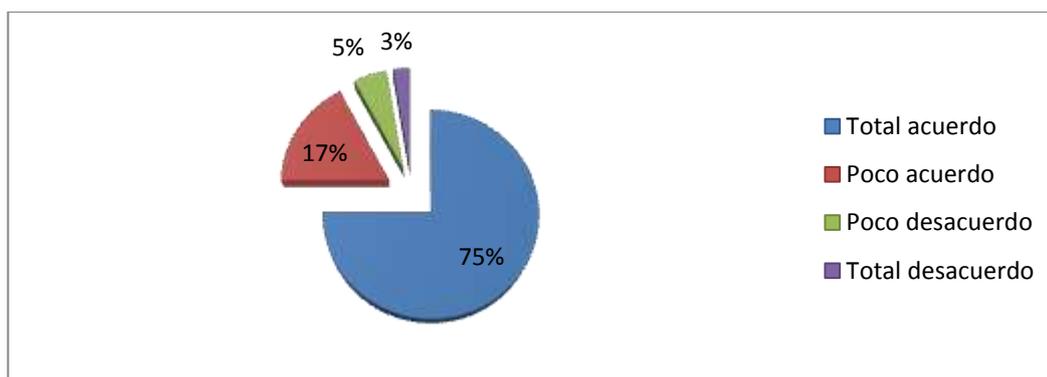
5. ¿Desearía que existiera un lugar donde se muestren los productos?

CUADRO 5: Existencia de un lugar donde se muestren los productos

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Total acuerdo	288	75%
Poco acuerdo	66	17%
Poco desacuerdo	20	5%
Total desacuerdo	10	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Artesanías textiles VIVI'S
Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

GRÁFICO No 10 Existencia de un lugar donde se muestren los productos



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S
Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

Al observar el resultado de la encuesta se evidencia claramente que la mayoría de los encuestados expresan el deseo de que se muestren los productos artesanal que se fabrican en la comunidad, con la finalidad de demostrar el realce y desarrollo de la Parroquia Chanduy.

6. ¿Si el producto estrella fueran bolsos, cuanto estaría dispuesto a pagar?

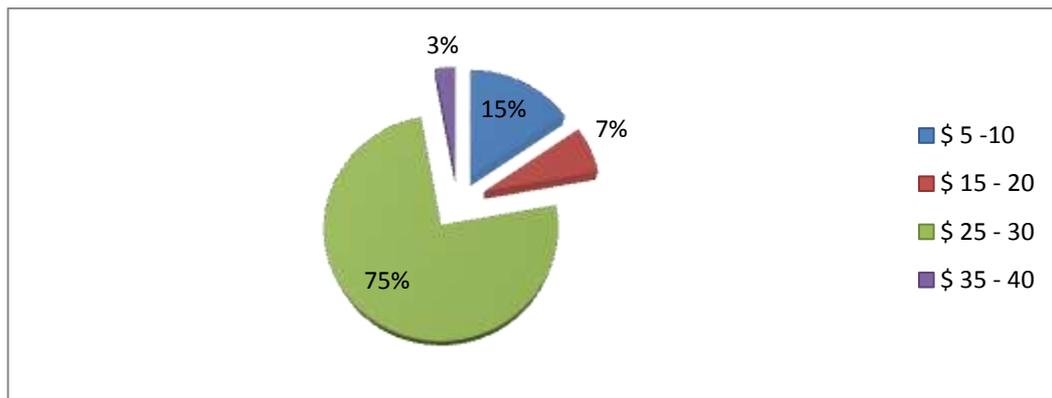
CUADRO 6: Precios dispuesto a pagar por el producto

PRECIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 5 -10	59	15%
\$ 15 - 20	26	7%
\$ 25 - 30	288	75%
\$ 35 - 40	11	3%
Total	384	100%

Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

GRÁFICO No 11 Precios



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

En esta pregunta, la mayoría de los encuestados expresaron que si el producto artesanal elaborado fuesen bolsos estarían dispuesto a pagar un precio módico de \$25.00 a 30.00 dólares, esto en relación al acabado del producto, mientras que un porcentaje minoritario manifiestan que el valor que pagaría por este producto sería de \$5.00 a 10.00, resultados que nos permite determinar que se debe prestar mucha atención a estos indicadores para una elaboración variada de este producto y, así poder mantener la satisfacción de los posibles clientes.

7. ¿Si el diseño de los bolsos fuesen flores y paisajes serian de su agrado?

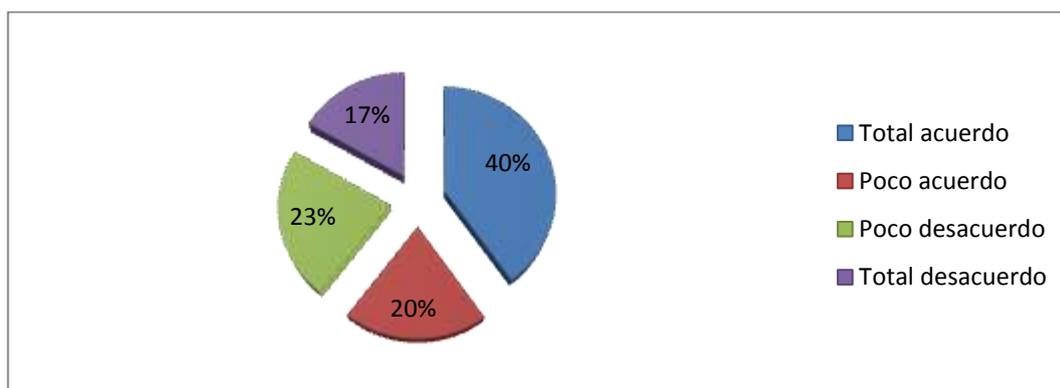
CUADRO 7: Diseño y agrado del producto

AGRADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Total acuerdo	154	40%
Poco acuerdo	78	20%
Poco desacuerdo	88	23%
Total desacuerdo	64	17%
TOTAL	384	100%

Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

GRÁFICO No 12 Diseño y agrado del producto



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

De todos los participantes en este estudio, la mayoría manifestaron estar en total acuerdo en relación que el diseño de los bolsos sean de flores y paisajes caracterizada a la comunidad, siendo de mayor agrado para quienes demande el producto una vez acabado ya que en la actualidad existe poco difusión y expresión artística del territorio, mientras que una parte considerable manifiesta sentirse poco desacuerdo en cuanto a esta actividad artesanal comercial.

8. ¿Le gustaría que los bolsos fuesen de color negro, fucsia, blanco y turquesa?

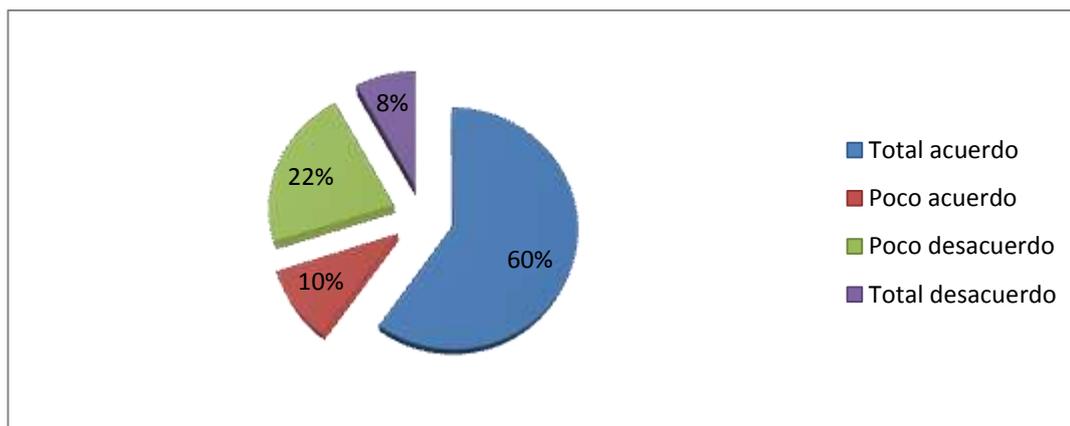
CUADRO 8: Colores del Producto

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Total acuerdo	230	60%
Poco acuerdo	39	10%
Poco desacuerdo	84	22%
Total desacuerdo	31	8%
TOTAL	384	100%

Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

GRÁFICO No 13 Colores de Preferencia



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

En esta pregunta de opción múltiple revelo que los encuestados en un volumen mayoritario le gustaría que los bolsos fuesen de color negro, fucsia, blanco y turquesa, debido a que son colores que realzan la moda y pueden ser combinados con diferentes accesorios y prenda de vestir,

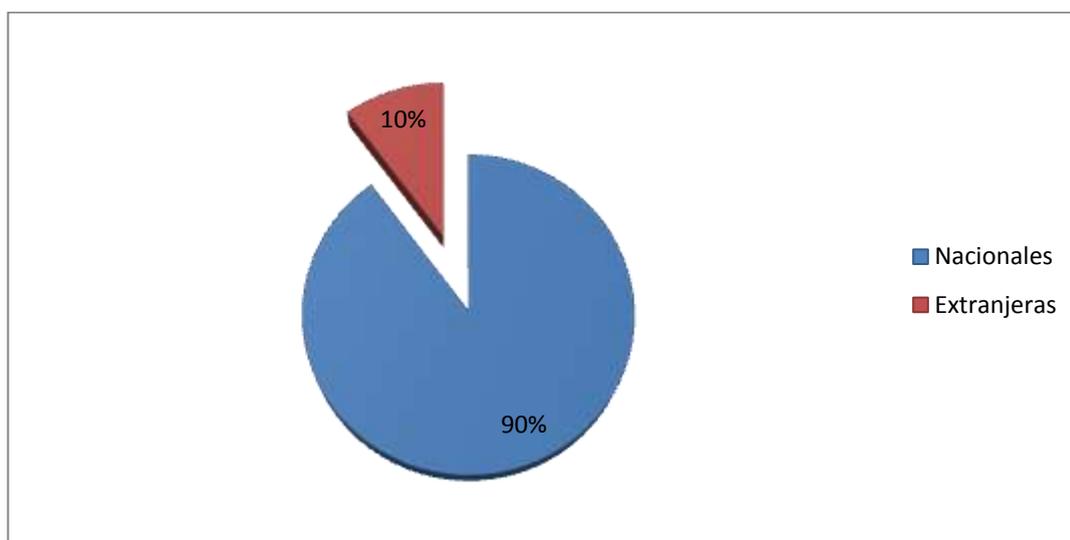
9. Usted prefiere artesanías...

CUADRO 9: Procedencia del producto

PREFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacionales	345	90%
Extranjeras	39	10%
Total	384	100%

Fuente: Artesanías textiles VIVI'S
Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

GRÁFICO No 14 Procedencia del producto



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S
Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

Con respecto a la preferencia de artesanía en cuanto al lugar de fabricación casi en su totalidad manifiestan optar por un producto nacional, para lo cual se asume que los productos locales son bien valorados por quienes los demandan, además de su capacidad en generar progreso y desarrollo a nuestros habitantes, frente a un porcentaje minoritario manifiestan preferir productos artesanales importados por diferentes razones una de las principales, es por el paradigma de que los productos ecuatorianos son de mala de calidad

10. Cuando adquiere una artesanía lo que siempre considera es el precio y la calidad antes que el diseño y el color.

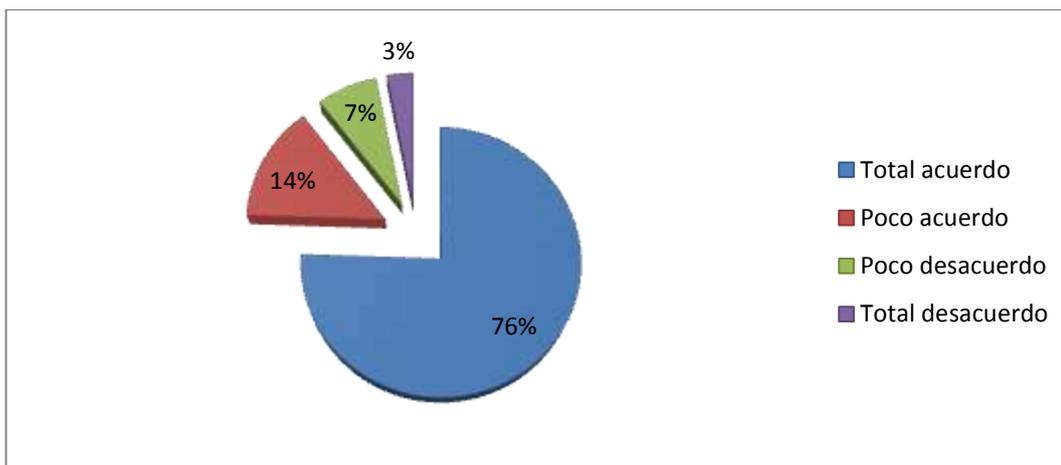
CUADRO 10: Precio y Calidad del Producto

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Total acuerdo	290	76%
Poco acuerdo	54	14%
Poco desacuerdo	28	7%
Total desacuerdo	12	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

GRÁFICO No 15 Calidad del Producto



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

De los datos obtenidos se puede observar que del grupo de encuestados en este estudio el mayor porcentaje expresan un total acuerdo en relación que cuando adquiere un producto siempre consideran el precio y la calidad antes que el diseño y el color, lo cual nos permite deducir que todos los consumidores se fija en lo económico y calidad del producto.

11. ¿Está de acuerdo con la creación de una empresa que permita la fabricación y exportación de estos productos?

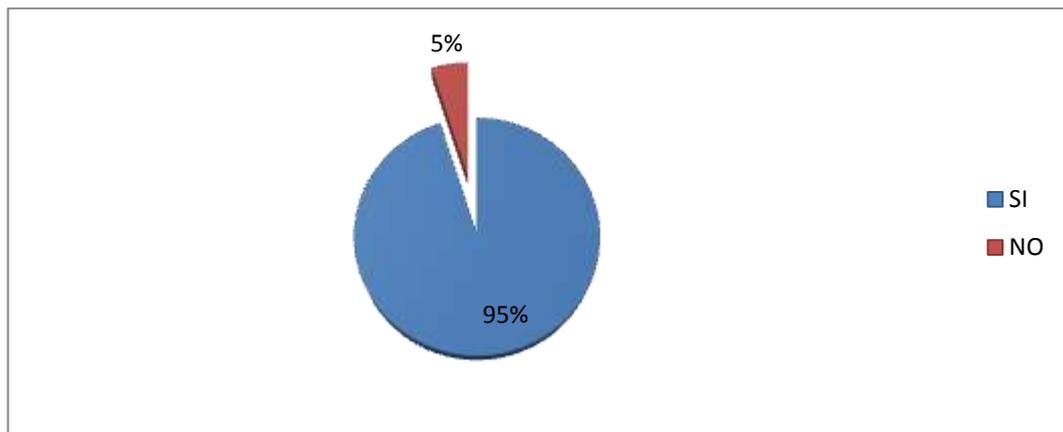
CUADRO 11: Creación de una empresa que fabrique y exporte producto artesanal

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	365	95%
NO	19	5%
TOTAL	384	100%

Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

GRÁFICO No 16 Creación de una Empresa



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

El gráfico porcentual demuestra que el 95% de los encuestados SI está de acuerdo con la creación de una empresa que fabrique y exporte estos productos artesanales, frente al 5% expresaron NO estar de acuerdo con la creación de esta empresa debido a ciertos aspectos que ellos no creen conveniente para el desarrollo de esta propuesta.

4.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

Según los datos, existen varias percepciones interesantes que se deben contrastar para con dicha información formular los datos requeridos y plantear de manera adecuada el flujo final de caja del proyecto y por ende mejorar las estimaciones de los indicadores financieros. Entre las principales conclusiones se considera:

- Más de la mitad de los encuestados no posee conocimientos sobre algún tipo de artesanías que se realizan en la localidad de Chanduy lo que permite definir que esta es una de las razones por la cual no existe un desarrollo económico activo en la comunidad.
- Gran parte de las personas encuestadas, es decir un 45%, sugiere que entre las artesanías mayormente ofertadas ese estén: los bolsos, los anillos, las cadenas y las bichas para el pelo.
- Si se establece como producto estrella la elaboración de bolsos las personas encuestadas sugieren que la disposición a pagar está entre los rangos de 25 y 30 dólares.
- El diseño más agradable y por ende más aceptable de los bolsos sugieren que sería conveniente elaborarlos con colores vivos, flores y paisajes.
- Alrededor del 95% de los encuestados sugieren que sería conveniente la existencia de una empresa productora y exportadora de bolsos y artesanías textiles en general

4.2 RECOMENDACIONES

El resultado de las encuestas ayuda a saber el comportamiento del consumidor en este caso, para esto se recomienda realizar estudios de mercados para poder establecer el comportamiento futuro de las personas adquirientes de bolsos y artesanías.

- Se debe elaborar una adecuada programación de fuentes e instrumentos de información sobre la localidad de Chanduy basado en su territorio, aspectos socioeconómicos y fuentes productivas para un mayor posicionamiento en la mente de la gente cuando se hable de estas últimas actividades y turismos.
- Establecer precios que mantengan un margen de contribución adecuado basado en las sugerencias de las personas reflejadas en las encuestas y de este modo tener una estimación adecuada de los indicadores financieros.
- Establecer alianzas estratégicas con organismos tanto de financiamiento como de capacitación para establecer coyunturas favorables a los ámbitos productivos y crecimiento comunitario.
- Es considerable como recomendación siempre actualizar conocimientos de bordado y pintura para que esta manera los productos mantengan calidad y moda actual.
- Como recomendación también se establece que se brinde el servicio personalizado utilizando como técnica de entrega JUSTO a TIEMPO.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE ARTESANIAS TEXTILES EN LA PARROQUIA CHANDUY, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013

4.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda de artesanías a nivel internacional está generando mucha perspectiva en Ecuador gracias a la participación que las microempresas que derivan esta actividad aumenta si ritmo de trabajo desarrollando mayor producción más ingresos al país y cambiando la calidad de vida de muchas personas lo que permite que la demanda de artesanías aumente siendo más exigente en lo que respecta a gustos y preferencias.

Los posibles clientes radicados en diferentes destinos de América Latina encierran un target sin límite de edad ya que las artesanías textiles dependiendo del producto cumplirían con un objetivo diferente es decir si es bolso tendrá su tarea si es una almohada tendrá su tarea es decir el límite de edad tampoco incurre en la adquisición de algún producto de estos, pero para este proyecto la principal característica son los gustos y preferencias hacia los bolsos en complemento con las almohadas como producto estrella.

El modelo del producto se adaptara a los estilos y moda que rijan en el país de exportación además de tener el toque de creatividad e innovación necesario para cumplir con las expectativas del consumidor sabiendo que no será el único producto en el mercado se considera como competencia potencial las exportaciones realizadas desde la parte sierra en lo que respecta a tejidos y bordados en lana he hilo y además los productos sustitos en especial las carteras de cuero que en ocasiones también cambian su contextura generando precios más bajos.

4.1.2 Segmentación del mercado

La segmentación de mercado consiste en definir por sectores el mercado a explotar principal acción que servirá para ejecutar todo tipo de tarea en todo lo que respecta a publicidad promoción diseños preferencias gustos precios e incluso ubicación.

Cada sector definido será evaluado y potencializado de acuerdo a las características y comportamientos del mismo los consumidores los cuales requieren constantemente una innovación.

Existen muchas maneras de segmentar un mercado, pero no todas las segmentaciones son eficaces, por ello los segmentos del mercado para que resulten útiles en lo que respecta a las exportaciones de artesanías textiles deben tener las siguientes características:

4.1.2.1 Mensurabilidad.

El volumen, el poder alcanzable de los clientes y consumidores se podrá medir, es decir se podrá cumplir con sus perspectivas determinando de cierta manera las preferencias y gustos hacia los bolsos con bordados en cintas.

4.1.2.2 Accesibilidad.

Los segmentos del mercado retratado y definido en los diferentes destinos de América Latina, se podrán alcanzar y atender de manera enérgica y eficiente porque se dirigirá de manera oportuna a los consumidores.

4.1.2.3 Sustancialidad.

Existe gran demanda de artesanías de todo tipo en los vecinos países los mismos que generan aprobación y posibles ingresos para productos artesanales, lo cual nos proporcionara grandes rentabilidad para la microempresa y para el país.

4.1.3 Determinación de la población objetivo

Según los criterios mencionados, la población objetivo es una efecto de población basado en las preferencias de los habitantes de la provincia de Santa Elena comprendida en los tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena. Básicamente las personas que prefieren este tipo de productos son los que iniciaran las proyecciones de la demanda extranjera. En el siguiente cuadro se detalla la población objetivo del proyecto:

TABLA 9: Población objetivo

Población Objetivo	134,506.00
Muestra	Total
Población Objetivo	134,506.00
Interesados	95%
Total Interesados	127,780.70
Potenciales Clientes (Dispuestos A Adquirir El Producto)	55%
Total Potenciales Clientes	70,279.39

Fuente: INEC

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.1.4 Identificación de los clientes meta

Basado a los resultados del estudio de mercado y de acuerdo a la capacidad de almacenamiento de la empresa, se ha establecido que el segmento de mercado que se captará es del 3% del total de mercado objetivo.

Este último es estimado luego de depurar la demanda básicamente con la población que está de acuerdo con la creación de este proyecto. A continuación los resultados:

TABLA 10 Identificación de clientes

Población Objetivo	134,506.00
Muestra	
Población Objetivo	134,506.00
Interesados	95%
Total Interesados	127,780.70
Potenciales Clientes (Dispuestos A Adquirir El Producto)	55%
Total Potenciales Clientes	70,279.39
Frecuencia De Compra	1
Demanda Efectiva	70,279.39
Demanda Anual	843,352.62
Capacidad De Producción	3,500.00
% De Captura De Clientes	3%
Total Demanda Efectiva	2,108.38
Total Demanda Efectiva	25,300.58

Fuente: INEC

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.1.5 Preferencia de uso/ compra

La demanda actual genera diferentes escenarios de consumo ya que los productos analizados no se complementan pero son muy utilizados en el diario de las mujeres específicamente hablando, los bolsos son muy atractivos hacia este género porque estos son parte de su combinación diaria en lo respecta a su imagen, generando una frecuencia de compra no definida pero sin embargo se establece que la frecuencia es literalmente mensual, de tal forma las almohadas

son adquiridas para uso diario en el hogar actualmente los sofás están decorados con almohadas las mismas que contienen diseños originales que a su vez generan cierta impresión, la frecuencia con la se adquieren es literalmente igual a la de los bolsos con la diferencia de que las almohadas tienen tamaños y diseños diferentes, sin embargo los bolsos también presentan su diferentes tamaños pero los más adquiridos son solo d 2 tipos lo que varía es el diseño. Lo que permite establecer que las preferencia por las artesanías textiles será de manera efectiva al mostrar nuevos diseños con colores vivos e innovadores identificados con la acción diaria de las personas y la parte decorativa de sus hogares.

4.1.6 Proyección de la Demanda

Para la adecuada estimación de la demanda futura se utilizó la demanda actual con una ponderación anual conservadora la cual va a estar alrededor del 5%. A continuación la demanda efectiva:

TABLA 11 Proyección de demanda

DEMANDA POR PRODUCTOS	PREFERENCIA	DEMANDA EFECTIVA MENSUAL POR PRODUCTO	DEMANDA EFECTIVA ANUAL POR PRODUCTO
Bolsos	75%	1,581.29	18,975.43
almohadas	25%	527.10	6,325.14
TOTAL	100%	2,108.38	25,300.58

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

4.2.1 Identificación de competidores

Los competidores fuertes están ubicados en el sector Sierra, como principal exportador y productor de artesanías textiles concentradas en el implemento de telas imaginación creatividad y la ayuda de la tecnología genera actualmente productos de calidad apreciados y adquiridos por el mercado exterior.

En la provincia de Santa Elena no existe una microempresa que se dedique a esta actividad lo que representa una ventaja para la producción, sabiendo además que se cuenta con cierto personal capacitado en la parroquia Chanduy donde estará ubicada la microempresa.

Existe un nivel de competencia directa muy fuerte identificado en la zona andina del territorio ecuatoriano Otavalo y Cuenca dos de las zonas más productoras de artesanías textiles y de otros tipos muy innovadores.

OTAVALO

GRÁFICO No 17

OTAVALO



Otavalo tierra de grandes paisajes animales solidaridad hospitalidad y humildad, gracias a estos factores y a muchos otros ha logrado desarrollar su potencial cultural y artesanal que permite mayores ingresos y cambios en estilo de vida de las personas de esa localidad.

Otavaló es reconocido por toda su producción y turismo además de exportar actualmente las artesanías basándose en sector.

GRÁFICO No 18
CUENCA



Es un medio en cual muchas familias se desarrollan gracias al apoyo de los gobiernos y todo lo favorable de las leyes y organismos que aportan con el progreso de las familias que se dedican a esta actividad. Pero la diferencia que generaría la microempresa propuesta presente es que las exportaciones actuales son en base a tagua, paja toquilla, y otros que no son textiles, lo que genera una expectativa sumamente positiva hacia la actividad comercial que se va a realizar.

CUENCA

Principal provincia desarrolladora de turismo comunitario por mantener su cultura se ha convertido un ente exportador, principalmente de flores pero además de esto sus exportaciones no solo basan en flores sino también en artesanías ya sea textiles y de otro tipos los tejidos y los diseños elaborados a base de tagua enmarcados en llaveros, figuras animales representativas del lugar, y los sombreros base de paja toquilla. Sin embargo a pesar de dicha producción y exportación existe una cantidad de demanda insatisfecha.

4.2.2 Competidores

TABLA 12 Competidores

CUENCA	OTAVALO
TIPOS DE PRODUCTOS	TIPOS DE PRODUCTOS
Artesanías en tagua.	Artesanías en barro
Artesanías en Paja Toquilla	Artesanías en Caña
Artesanías Textiles (Tejidos)	Artesanías Textiles (tejidos)
	Artesanías de Cuero
CARACTERISTICAS DEL PRODCUTO	CARACTERISTICAS DEL PRODCUTO
<ul style="list-style-type: none"> • Buena calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Buena calidad
<ul style="list-style-type: none"> • Atractivo al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivo al cliente
<ul style="list-style-type: none"> • Duradero 	<ul style="list-style-type: none"> • Duradero
<ul style="list-style-type: none"> • Diseños Innovadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseños Innovadores
<ul style="list-style-type: none"> • Adaptables al ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptables al ambiente
<ul style="list-style-type: none"> • Fácil uso 	<ul style="list-style-type: none"> • Fácil uso

Fuente: Municipalidades

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.3 DEMANDA INSATISFECHA

El mercado exterior aún no ha sido explotado en muchos campos, lo que genera muchas oportunidades de negociación gracias a muchas de las facilidades que presentan los gobiernos actuales.

Las artesanías a nivel exterior son muy atractivas para los consumidores de estos países vecinos sin embargo muchos de estos productos no satisfacen la demanda existente pero se mantiene un nivel muy considerable en lo que respecta esta producción, refiriéndonos a la tagua, la caña guadua, la paja toquilla y tejidos otavaleños, etc., pero además de las ofertas que existen dentro de este campo aún quedan oportunidades libres como por ejemplo artesanías textiles que enmarcan grandes ideas e innovaciones, los bolso, carteras o como sean conocidos son muy adquiridos por el género femenino que siempre busca originalidad lo que permite identificar que existe un nivel de demanda insatisfecha, la misma que busca algo diferente nuevo y accesible, los bordados en cinta, en lanas y en hilos con diseños innovadores plasmados en diferentes accesorios de uso diarios son una oportunidad en desarrollo que permitirá generar mediante la exportación ingresos para el país y cambios en el estilo de vida de las personas de la parroquia Chanduy.

GRÁFICO No 19 Almohada Bordada en cinta



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S
Elaborado por. Artesanías textiles VIVI'S

4.4 MARKETING MIX

4.4.1 Producto

Representa la oferta tangible de la firma al mercado, incluyendo calidad, diseño, características, marca y el empaque del producto.

El producto es un bien, servicio, idea, lugar, que se ofrece en un mercado para su debida adquisición, o uso que satisfaga una necesidad.

GRÁFICO No 20 Almohada Bordada en cinta y bolso bordado



Fuente: Artesanías textiles VIVI'S

Elaborado por: Artesanías textiles VIVI'S

4.4.2 Estrategia de Producto

Está conformado por un conjunto de elementos tangibles e intangibles, como son el producto básico, la marca, el empaque, la etiqueta, la calidad y los servicios de apoyo que en un todo armónico contribuyen a satisfacer las necesidades y las expectativas del comprador.

Las artesanías textiles producidas en la parroquia Chanduy actualmente están en otros países pero aun sin ser reconocidas lo cual genera que las ventas aun sean

bajas pero no limitadas las estrategias del producto permitirán fidelizarnos de una u otra manera en la mente del consumidor logrando que el mismo lleve en mente que el producto satisface su necesidad.

4.4.3 Precio

El precio es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por el producto.

Es el valor determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

Se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costes. Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Los costes de producción, distribución
- El margen que desea obtener.
- Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
- Las estrategias de mercadotecnia adoptadas.
- Los objetivos establecidos.

Los precios hasta ahora más accesibles al mercado ostentan entre los \$25 a \$30 por producto.

4.4.4 Estrategia de Precio

Al considerar precio, habría que conocer los de la competencia, sus niveles de calidad, el seguimiento de población al que se va a dirigir el producto, los puntos de venta donde se va a comercializar, y todos los demás factores que se analizaron al tratar específicamente esta variable.

Los precios juegan un papel importante en el desarrollo de la actividad comercial, si el producto es de buena calidad y el precio es accesible, la demanda estará satisfecha y fidelizará a los clientes.

4.4.5 Plaza

La plaza comprende las diferentes actividades que la empresa emprende para que el producto sea accesible y esté a disposición de los consumidores meta.

La plaza, ubicación o lugar es el elemento que se utiliza para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Además de siempre conocer los gustos y preferencias de la misma para de esta manera mediante el producto llegar a que su adquisición sea placentera.

4.4.6 Evidencia Física

La evidencia física es un elemento que se agrega a la mezcla de mercadotecnia (marketing mix) en el caso de los servicios. El papel de esta es presentar de manera tangible a los servicios que por naturaleza son intangibles.

La evidencia física ayuda a crear el "ambiente" y la "atmósfera" para influir en las percepciones del servicio que tengan los clientes, a través de evidencias físicas como edificios, accesorios, disposición, color y bienes asociados con el servicio como maletines, etiquetas, folletos, rótulos, etc.

La evidencia física es una de las mejores maneras para que el cliente viva una experiencia inolvidable y pueda retornar, ya que ejerce un fuerte impacto en la impresión y percepción de la decoración, del ambiente de trabajo, en las áreas donde se recibe u otorga el servicio.

4.4.7 Personas

Una empresa cuenta con personal que atiende a sus clientes. La satisfacción de estos se ve afectada por el buen o mal servicio que reciban de la empresa.

El personal de una empresa debe estar capacitado para el servicio postventa que brinde, esto se da de acuerdo al entrenamiento, capacitación y motivación son los elementos claves para garantizar una eficiente entrega del servicio logrando la satisfacción del cliente y la fidelización del mismo.

4.5 PROMOCIÓN

Los factores más importantes en cuanto a este punto se refiere a la información brindada por los medios de comunicación que pueden ser televisivos, radiales y de forma escrita en donde se explicara las bondades de los productos, formas, tipos y diseños de las tendencias en cuanto a estos productos en stock y su relación con los precios de los del mercado.

4.5.1 Presupuesto de Promoción

TABLA 13 Presupuesto de Promoción

GASTOS DE VENTAS				
Descripción	Cantidad	mensual	total mensual	total anual
Volantes, banners, gigantografías	1000	1	1000	4000
anuncios en tv (introducción del producto)	2	20	40	120
anuncios en radio	1	50	50	150
TOTAL GASTO DE VENTA			1090	4270

Fuente: Artesanías Textiles VIVI'S

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.6 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

En Ecuador actualmente existen canales de distribución muy bien marcados como son PRO ECUADOR y EXPORTA FÁCIL, respectivamente, de los cuales el segundo es el que presta mayor facilidades menos pérdida de tiempo menos papeleo y servicio eficiente cumpliendo las reglas del estado es decir generando los beneficios en equidad, es decir para el país, el exportador y el consumidor. Las estrategias de distribución están basadas en la cobertura que le debemos dar a nuestra distribución de acuerdo al número de intermediarios, estas se dividen en tres;

- Distribución Intensiva
- Distribución Selectiva
- Distribución Exclusiva

De tal forma que para esta ocasión la estrategia a usarse es la intensiva que trata de buscar el mayor número de puntos de venta posible, múltiples centros de almacenamientos para asegurar la máxima cobertura del territorio de ventas y una cifra de ventas elevadas. Esta estrategia es apropiada para productos de compra corriente, materias primas básicas y servicios de débil implicación. La ventaja de esta distribución es la de maximizar la disponibilidad del producto y proporcionar gran participación en la compra del producto debido a la elevada exposición de la marca.

4.6.1 Identificación de Canal Óptimo

El canal de distribución óptimo es el camino EXPORTA FÁCIL ya que presenta menos requisitos y además es confiable a continuación se detalla cómo funciona este sistema de exportación.

4.6.1.2 Funcionamiento

Es un sistema simplificado, ágil y económico de exportaciones por envíos postales a través del operador postal público.

Los exportadores pueden acceder a este servicio desde cualquier parte del país haciendo uso de una herramienta Web para iniciar los trámites de exportación y obtener la información necesaria para exportar de forma simple, segura y oportuna.

El exportador ingresa al portal de Exporta Fácil e inicia su solicitud de exportación, el exportador llena el formulario del DAS y luego está listo para exportar.

4.6.1.3 Requisitos

- a. Tener RUC
- b. Registrarse como exportador en: www.exportafacil.gob.ec
- c. Llenar la DAS (Declaración Aduanera Simplificada)
- d. Cumplir con los documentos obligatorios:
 - i. Factura comercial (autorizada por el SRI)
 - ii. Packing list (lista de empaque)
- e. Autorizaciones previas que dependerán del producto si se requieren o no.
- f. Opcional: presentación del Certificado de Origen.

4.6.1.4 Modalidades

4.6.1.4.1 Servicio EMS

Descripción:

Constituye el más rápido de los servicios postales por medios físicos, el cual tiene un trato prioritario, tras la asignación de un código de barras que se encuentra en la guía del envío, que garantiza su rastreo y seguimiento en cualquier lugar del País y del Mundo hasta su entrega final.

Peso: Hasta 30 Kg. cada paquete.

Características:

- No genera reporte de entrega.
- Con acuse de recibo.
- Tracking (Rastreo en la página web).
- Tiene derecho a indemnización.

TABLA 14 EMS Internacional

EMS INTERNACIONAL		
Trayecto	Tiempo Mínimo	Tiempo Máximo
América	4	5
Europa	6	7
Resto del Mundo	8	10

Fuente: EXPORTA FÁCIL

Elaborado por: Dirección de Exporta Fácil

4.6.1.4.2 Servicio Certificado

Descripción:

Servicio postal al cual se le asigna un código de barras para su adecuado rastreo; tiene un trato preferencial.

Pequeño Paquete: Servicio certificado en el cual se pueden enviar hasta 2 (dos) Kilos a nivel internacional, el cual puede ser utilizado en el envío de muestras.

Encomienda Postal: Servicio certificado a nivel internacional que depende del peso aceptado por el país.

Características:

- Acuse de recibo.
- Tracking (Rastreo en la página web).
- Tiene derecho a indemnización

TABLA 15 Certificado Internacional

CERTIFICADO INTERNACIONAL		
Trayecto	Tiempo Mínimo	Tiempo Máximo
América	7	8
Europa	9	11
Resto del Mundo	12	13

Fuente: EXPORTA FÁCIL

Elaborado por: Dirección de Exporta Fácil

Elegido como el canal de distribución más óptimo que permitirá llegar de manera eficiente al mercado exterior satisfaciendo sin problemas las necesidades del cliente.

4.6.1.4.3 Marca Slogan y Logotipo

GRÁFICO No 21 Marca



LO QUE BUSCAS ESTA AQUÍ... ARTESANIAS Y ALGO MAS...

4.8 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

El desarrollo de estrategias competitivas genera impacto positivo de la microempresa hacia la sociedad hacia el mercado y así mismo hacia la competencia.

Se denomina así a las estrategias de marketing orientadas a la adopción de una determinada actitud hacia la competencia.

Desarrollo del Mercado

- Desarrollo de nuevos segmentos
- Promover nuevas ocasiones de uso del producto
- Aumentar la frecuencia de uso o consumo

Ampliación de la cuota de mercado

- Extensión de gama para llegar a segmentos naturales de la competencia
- Creación de nuevas líneas de productos
- Incentivación directa clientes de la competencia

Innovación productiva

- Renovar y actualizar conocimientos de producción y diseño
- Capacitar al personal que este como colaboradores de la microempresa
- Incentivar mediante la motivación para cumplir los objetivos

4.9 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico financiero es el que permite definir todos los parámetros técnicos de inversión para la propuesta de creación de la microempresa, lo mismo que genera muchas expectativas para con los socios ya que de esta manera se establece la inversión que se necesita, el capital, los precios la demanda, los costos, los gastos, la reinversión y todos los parámetros necesarios para realización del proyecto.

TABLA 16 Maquinarias y Equipos

MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Máquinas	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
1 maquina overlock reforzada 5 Hilos Marca JAKI	1	650	650
1 Maquinas Industrial Recta SINGER	1	800	800
1 Maquina Industrial Pretinadora Marca JONTEX	1	900	900
Presilladora	1	550	550
1 maquina over lock DRAGON FLY china-	1	0	0
donada Plan internacional			0
Elasticadora de 6 y 8 agujas Marca JAKY	1	1900	1900
Ojaladora 1 Hilo Marca JAKY	1	2400	2400
Botonadora 1 Hilo Marca JAKY	1	1900	1900
1 maquina RECUBRIDORA KAUSAI WX-8803 D-China	1	1200	1200
EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA			0
Computadora con impresora	1	900	900
Cómoda con espejo (madera)	1	150	150
Espejo cuerpo entero (madera)	1	80	80
Armador para exhibir las costuras (madera)	1	45	45
Mesa grande	1	89	89
Grabadora	1	55	55
Ventilador	1	45	45
Sillas de madera	5	50	250
silla plástica	5	25	125
TOTAL		11,739	12,039

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por. Miguel Moreira Tircio

Cuando se menciona estudio técnico se comprende con la relación de la gestión y ejecución del proyecto, en el cual se verifica el ámbito técnico de elaboración del

servicio o producto, se detalla el tamaño, su localización, las maquinarias, y equipos. En detalle, lo que se necesita saber es si es cuando, como, cuanto, y que producir para el flujo de los ingresos netos anuales.

4.9.1 INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Lo que comprende este literal es registrar todas las referencias de los bienes de capital que se incurrirán para gestión del proyecto, es decir los bienes necesarios para elaborar los bienes o servicios finales. Para emprender un proyecto en cuanto a una empresa se debe contar con activos fijos tales como: maquinarias, equipos, muebles de oficina y de producción, y vehículos para transporte.

4.9.2 Capacidad Instalada

En cuanto a la capacidad instalada del proyecto o empresa, esta tendrá una producción de 3,500 unidades al año, es decir mensualmente se estima una producción máxima de 2,917 trabajando 8 horas diarias y 22 días a al mes como se detalla a continuación:

TABLA 17 Capacidad Instalada

capacidad de producción anual	35000	unidades
cantidad de producción mensual	2917	unidades
días de trabajo	22	días /mes
horas de trabajo	8	horas/ días

Fuente. Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.9.3 Ubicación del Proyecto

TABLA 18 Ubicación del Proyecto

CRITERIOS DE SELECCIÓN	DESCRIPCIÓN
CERCANÍA AL MERCADO OBJETIVO	Concurrencia del Mercado Meta
VÍAS DE ACCESO Y TRANSPORTE	Gran número de líneas de transporte que circulan por el sector
DESARROLLO DEL SECTOR	Presencia de Centros Comerciales y planes de obras públicas para el mejoramiento del sector
INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS BÁSICOS	Buena condición de abastecimiento de Servicios Básicos
DISPONIBILIDAD DE LOCALES	Número de Locales Comerciales disponibles

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.9.4 Recursos Tecnológicos

Es necesario formar y contar con un grupo humano que satisfaga todas las expectativas para conocer todos los activos tecnológicos existentes dentro del proyecto, cuyo objetivo es brindar una atención eficiente y personalizada según las exigencias del cliente. En el interior de la empresa los estándares de calidad serán aprovechados al máximo y por ende el uso de este recurso no se verá limitado ni forzado a nada.

4.9.5 Recursos

DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

Los activos fijos descritos cumplen con el objetivo de solventar la demanda existente, es decir cumplir con el proceso de producción generando así los productos que se ofertaran al mercado satisfaciendo así la demanda existente. El

detalle de toda la maquinaria a utilizarse dentro del desarrollo de los procesos productivo es de suma importancia ya que sin ello no se podría completar el proceso y no se obtendría la calidad en los productos que se introducirán al mercado y eso generaría desventajas a la microempresa. A continuación los detalles:

TABLA 19 Maquinarias, Equipos y Tecnología

MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
Máquinas	Cantida d	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
1 maquina overlock reforzada 5 Hilos Marca JAKI	1	650	650	10
1 Maquinas Industrial Recta SINGER	1	800	800	10
1 Maquina Industrial Pretinadora Marca JONTEX	1	900	900	10
Presilladora	1	550	550	10
1 maquina overlock DRAGON FLY china-	1	0	0	15
donada Plan internacional			0	
Elasticadora de 6 y 8 agujas Marca JAKY	1	1900	1900	10
Ojaladora 1 Hilo Marca JAKY	1	2400	2400	10
Botonadora 1 Hilo Marca JAKY	1	1900	1900	10
1 maquina RECUBRIDORA KAUSAI WX-8803 D- China	1	1200	1200	10
EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA			0	
Computadora con impresora	1	900	900	3
Cómoda con espejo (madera)	1	150	150	5
Espejo cuerpo entero (madera)	1	80	80	5
Armador para exhibir las costuras (madera)	1	45	45	5
Mesa grande	1	89	89	5
Grabadora	1	55	55	5
Ventilador	1	45	45	5
Sillas de madera	5	50	250	5
silla plástica	5	25	125	5
TOTAL		11739	12039	

Fuente: Proforma de mercado libre.

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.9.6 Porcentaje de Ventas.

TABLA 20 Porcentaje de Ventas

PORCENTAJE DE VENTA		30%								
CALENDARIO DE INGRESO POR VENTAS DE MAQUINARIA, EQUIPO, MUEBLES Y VEHICULO										
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
MAQUINARIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EQUIPOS	-	-	270.00	-	-	270.00	-	-	270.00	-
MUEBLES	-	-	-	-	251.70	-	-	-	-	-
VEHICULO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS	-	-	270.00	-	251.70	270.00	-	-	270.00	-

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

A continuación el cuadro donde se detalla las reinversiones y sus respectivos ingresos por venta de los activos ocurridas en el proyecto para un periodo de diez años, es decir, los años en que se debería reinvertir en ciertos activos que cumplen con sus años de vida y que si no son renovados no permitirán cumplir con la producción esperada o en caso contrario presentar productos con fallas lo que retrasaría la producción

Para emprender el proyecto es necesario contar con un contingente humano el cual ejerce cierta actividad para gestión y fortalecimiento de la empresa lo que permitirá el desarrollo de las actividades y el cumplimiento de los objetivos propuesto para la microempresa. A continuación los detalles de este personal.

4.9.7 Balance de Personal

TABLA 21 Balance de Personal

BALANCE DEL PERSONAL									
CARGO	No puestos	REMUNERACIÓN MENSUAL		REMUNERACIÓN ANUAL		DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL	sueldo mensual
		UNITARIA	TOTAL	UNITARIA	TOTAL				
Gerente	1	610.00	610.00	7,320.00	7,320.00	610.00	318.00	8,248.00	687.33
asistente administrativa	1	320.00	320.00	3,840.00	3,840.00	320.00	318.00	4,478.00	373.17
Supervisor	1	350.00	350.00	4,200.00	4,200.00	350.00	318.00	4,868.00	405.67
Vendedores	2	320.00	640.00	3,840.00	7,680.00	320.00	318.00	8,956.00	746.33
contador profesional	1	350.00	350.00	4,200.00	4,200.00	350.00	318.00	4,868.00	405.67
Operarios	4	318.00	1,272.00	3,816.00	15,264.00	318.00	318.00	17,808.00	1,484.00
TOTAL	10		3542		42504			49,226.00	4102

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

Para ejecutar el proyecto se necesitará de un gerente, una asistente administrativa, un supervisor, los vendedores, el contador profesional y los respectivos operarios que estará en el local. Estos sueldos y salarios anuales hacen a un valor de \$ 39,997.50

Los sueldos que serán cancelados a cada trabajador han sido calculados en base a lo que actualmente se está pagando en el mercado laboral. Además, en la legislación laboral se estipula el pago de la décima cuarta remuneración, equivalente a una remuneración básica mínima unificada y el décimo cuarto donde se recibe un sueldo establecido.

En lo que respecta a los gastos de servicios, esta empresa está ubicada en un sector estratégico donde dichas cifras no varían sus cifras muy aparte de los valores urbanos y rurales. El total de estos gastos en el cual se incurre en el primer año de ejecución del proyecto asciende a \$1,902. A continuación los detalles:

TABLA 22 Gastos Administrativos

Gastos administrativos		
RUBROS	MENSUAL	ANUAL
Teléfono	25	300
Luz	55	660
Internet CNT	18.5	222
Agua potable	60	720
Total		1902

Fuente: Artesanía Textiles VIVI'S
Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.10.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.10.1 MARCO LEGAL

Para que una microempresa pueda iniciar sus actividades debe cumplir con una serie de requisitos y proceso que permitan su funcionamiento eficiente, estando siempre dentro del marco de la ley.

4.10.1.1 Registro Único de Contribuyentes, da cumplimiento con la ley del ruc.

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

1. Presentar el documento original del registro de la sociedad
2. Copia de planillas en las que aparezca la dirección donde funcionara la compañía.
3. Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
4. Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
5. Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.
6. El trámite para la obtención del registro único de contribuyentes no tienen ningún costo monetario.

4.10.1.2 Permisos del cuerpo de bomberos, da cumplimiento a la ley contra incendios.

Permiso que es emitido por el benemérito cuerpo de bomberos del cantón. Después que un grupo encargado haya inspeccionado las instalaciones, y revisado

que se cuenta los recursos necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

1. Inspección por parte del Inspector del Cuerpo de Bombero.
2. Instalación en muy buena condición.
3. Tener una puerta de escape en el Local Comercial.

4.10.1.3 Permisos y Patentes Municipales, da cumplimiento a la ordenanza municipal.

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

1. Registro único de contribuyentes (RUC).
2. Copia de la cédula de identidad del representante legal.
3. Copia del certificado de votación del representante legal.
4. Formulario de declaración para obtener la patente.
5. Realizar los trámites en los departamentos de catastro y renta.

4.10.1.4 Requisitos para contratar el servicio telefónico

1. Original y copia de cedula
2. Copia y certificado de la cedula de votación
3. Copia del predio urbano del domicilio donde reside.
4. Planilla de agua y luz (copia)
5. En caso de ser empresa: Ruc del representante legal

4.10.1.5 Certificados de Salud

1. Consulta médica
2. Exámenes

3. Certificado de odontología

4. Carpeta

4.10.1.6 Seguridad e Higiene Industrial

A fin de evitar Accidentes y Enfermedades Ocupacionales-Profesionales, causados por los diferentes tipos de agentes

Por su parte, la organización suministrará condiciones seguras (equipo, herramientas y materiales en buen estado) que garanticen un buen funcionamiento. Por otra parte, responderemos que la gente operé con seguridad.

Una organización saludable se interesa por la salud de sus instalaciones, materiales (buen funcionamiento y ausencia de averías) y por la salud de sus trabajadores (integridad física y tecnológica y psicológica).

En la rama de la higiene industrial proporcionaremos los medios que deben usarse en el trabajo, tanto en su ambiente como en sus propias tareas, para evitar perjuicios en la salud de los trabajos.

En el área en el que se proporcionarán medios para prevenir los accidentes será en el departamento de producción específicamente a los operarios, a aquellos se les proveerá lo siguiente:

1. Guantes para el buen manejo de las herramientas necesarias para la elaboración del producto.

4.10.1.7 Acta de Constitución

PRIMERA: COMPARECIENTES.-

En la ciudad de CHANDUY a los 28 días del mes de

Octubre del año 2013 comparecen los señores

MOREIRA TIRCIO MIGUEL EDUARDO

TIRCIO TORRES VIVIANA ALEXANDRA

MOREIRA GARCIA MIGUEL HELADIO

TORRES MEDINA ALICIA ELENA

Todos mayores de edad, de nacionalidad ECUATORIANA, domiciliados en la ciudad de

CHANDUY, legalmente capaces para contratar y obligarse. Los comparecientes manifiestan su voluntad de constituir, como en efecto constituyen

a través de este acto, una microempresa de RESPONSABILIDAD LIMITADA, que se registrará de conformidad a los presentes estatutos:

SEGUNDA: DENOMINACION Y OBJETO.-

La microempresa que constituimos se denominará ARTESANIAS TEXTILES VIVY`S y tendrá como objetivo principal el desarrollo productivo y cambios en el estilo de vida promoviendo de cierta manera la comunidad aprovechando y optimizando de manera eficiente los recursos.

TERCERA: DOMICILIO.-

La Microempresa “ARTESANIAS TEXTILES VIVY`S” tendrá el domicilio en la ciudad de CHANDUY, sin perjuicio de que pueda abrir sucursales en otras ciudades del país o del exterior.

CUARTA: PLAZO.-

El plazo por el cual se constituye la microempresa es de 6 meses, tiempo que puede ser ampliado o restringido, de conformidad a estos estatutos.

QUINTA: CAPITAL.-

El capital de la microempresa es de 55776.50, y que (el o los socios) han aportado de la siguiente manera.

NOMBRE DEL SOCIO	CAPITAL O BIEN QUE APORTA	PORCENTAJE QUE REPRESENTA DEL CAPITAL TOTAL
Viviana Alexandra Tircio Torres	2788,75	5,00%
Alicia Elena Torres Medina	2788,75	5,00%
Miguel Heladio Moreira Tircio	2788,75	5,00%
Miguel Eduardo Moreira Tircio	2788,75	5,00%

SEXTA: SEGURIDAD DEL APORTE.-

Si alguno de los socios decide separarse de la microempresa antes de los dos años de actividades y retirar el dinero o bienes, será sancionado con la reducción del 50% del aporte, y tendrá derecho a recibir exclusivamente el 50% de lo que entregó como capital.

SÉPTIMA: RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS.-

Los socios serán responsables ante terceros hasta el monto de sus aportes

OCTAVA: ADMINISTRACIÓN.-

Todos los socios tendrán derecho a participar en el gobierno de la microempresa y la administración corresponde al Gerente y/o Responsable, nombrado por los socios.

En calidad de Responsable y Representante de la Microempresa, nombramos al Sr(a) Viviana Alexandra Tircio Torres.

En calidad de Técnico encargado de la producción y/o servicio, estará el Sr(a) Alicia Elena Torres Medina.

En calidad de Contador nombramos al Sr(a) Miguel Heladio Moreira Tircio.

En calidad de Vendedor nombramos al Sr(a) Miguel Eduardo Moreira Tircio.

NOVENA: DERECHO A VOTO.-

Los socios tendrán derecho a un solo voto, independientemente del capital que haya aportado, y las decisiones serán aprobadas por mayoría simple de votos. (mitad más uno).

DÉCIMA: REMUNERACIONES.-

Los socios que participen en calidad de técnicos y/o administrativos de la microempresa se fijarán una remuneración de \$350 dólares americanos , durante los seis primeros meses, luego de lo cual podrán elevarse las remuneraciones, teniendo en cuenta la capitalización y rentabilidad de la microempresa.

DÉCIMA PRIMERA: GANANCIAS Y/O PÉRDIDAS

Las utilidades de la microempresa se repartirán de acuerdo a los porcentajes de los capitales aportados, después de dos años de funcionamiento y solamente en el 10%, luego de realizar las deducciones para el fondo de reserva, obligaciones fiscales y derechos sociales.

El otro 90% será repartible en los 10 años posteriores.

DÉCIMA SEGUNDA: RESERVA LEGAL.

La microempresa formará un Fondo de Reserva de por lo menos el 20% del capital social, que provendrá de las utilidades líquidas, en un 5% cada año.

DÉCIMA TERCERA: FISCALIZACIÓN.-

Ordinariamente se realizará una fiscalización cada año, y extraordinariamente la mayoría de socios podrán solicitar la designación de un fiscalizador, que podrá ser socio o no, para inspeccionar todas las operaciones de la microempresa.

DÉCIMA CUARTA: TERMINACIÓN DE ACTIVIDADES.-

Por decisión unánime de los socios podrán concluir las actividades de la microempresa. En este caso se devolverán los bienes y recursos tal como estén a esa fecha.

Para constancia y fe de la aceptación a todas y cada una de las cláusulas, las partes suscriben en un original y tres copias, en la ciudad y fecha señalados.

Sra. Viviana Alexandra Tircio Torres

Sra. Alicia Elena Torres Medina

Sr. Miguel Heladio Moreira García

Sr. Miguel Eduardo Moreira Tircio

Capital y Aportes

El capital de la Sociedad está suscrito por los socios que conforman dicha asociación y pagado íntegramente. Cabe indicar que el capital mínimo para la constitución de este tipo de empresa es de \$ 800,00 USD.

Domicilio

La dirección exacta de la microempresa es en l Parroquia Chanduy Calle Santa Elena (Principal) frente a la cooperativa de transporte San Agustín.

4.10.1.8 Misión

Somos una empresa de artesanías creada y comprometida para consolidar, promover y comercializar, efectiva, responsable y eficientemente la producción artesanal generada por el talento chanduyense, con características específicas de cada una de ellas: original, mayormente elaborada a mano, creativa, estética y de calidad. Que ofrece siempre un servicio de excelencia con ética y respeto hacia nuestros socios, clientes y proveedores.

4.10.1.9 Visión

Consolidarnos como una empresa eje de progreso de las demás empresas de Artesanías Textiles del Ecuador fomentando siempre el trabajo en equipo. Donde a través de esta, la artesanía y el arte popular chanduyense sean apreciados y valorados en el mundo, mostrando la sorprendente e inagotable creatividad, ingenio, estética, habilidad manual y espíritu artístico del pueblo chanduyense. Siendo honestos, ofreciendo siempre un servicio de excelencia con humildad y tolerancia hacia nuestros socios, clientes y proveedores.

4.11 OBJETIVOS

4.11.1 Objetivo General

Brindar un servicio de comercialización de bolsos decorativos eficiente y de calidad para el público en general mediante una adecuada cadena de distribución con el fin de estar a la par de las preferencias de consumos de los clientes.

4.11.2 Objetivos Específicos

- Crear un plan de comercialización y promoción que permita mostrar de manera eficiente los productos artesanales.
- Dar el seguimiento adecuado a los procesos de producción y comercialización de los bolsos.
- Posicionar la marca como líder dentro del mercado internacional permitiendo así el crecimiento del porcentaje de mercado
- Crear una infraestructura administrativa que permita el desarrollo eficiente de las actividades productivas de la microempresa
- Determinar los beneficios que producirá a los artesanos textiles y en la población la apertura de una microempresa exportadora de artesanías textiles en la Provincia de Santa Elena.

4.11.3 Valores Institucionales

Los valores son el reflejo del comportamiento humano basado en los principios. Los principios, son normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta de los integrantes de un grupo humano., y en suma se busca que todos los miembros de la organización internalicen y vivan en armonía.

Responsabilidad Social.

En cumplimiento del mandato Constitucional, y por su carácter de entidad pública, el eje principal del accionar institucional es la responsabilidad social frente a los sectores vulnerables de la sociedad.

Honestidad.

Entendemos que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular y que el actuar se realice con la debida transparencia y esté dirigido a alcanzar los propósitos misionales.

Lealtad.

Guardar confidencialidad respecto a la información de la entidad y en caso de conflicto de intereses abstenerse de opinar de los asuntos. Velar por el buen nombre de la institución, dentro y fuera de ella y hacer observaciones y sugerencias que permitan elevar la calidad de la educación que se imparte.

Respeto.

El respeto implica la comprensión y la aceptación de la condición inherente a las personas como seres humanos con derechos y deberes en un constante proceso de mejora espiritual y material.

Solidaridad.

La disposición a ayudar a los compañeros cuando necesiten de apoyo. Actuar siempre regidos por la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la entidad.

Tolerancia.

Valoramos a los demás por lo que son y aceptamos con respeto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros.

Responsabilidad Institucional.

El manejo eficiente de los recursos en la realización de nuestras actividades se deben realizar de modo que se cumplan con excelencia y calidad los objetivos y metas Institucionales.

4.11.4 Naturaleza del proyecto

La microempresa artesanal ARTESANIAS TEXTILES VIVY'S se basa en la producción y la oferta de bolsos y almohadas con diseños netamente originales, bordados en cintas y niveles decorativos a base de pintura creatividad e innovación, lo que permitirá desarrollar de manera empresarias turística y vivencial a la parroquia Chanduy.

La empresa está basada en el constante crecimiento socio económico que surge en la actualidad en la provincia de Santa Elena por ser un lugar con maravillosas costas que facilitan y atraen a turistas nacionales e internacionales motivo suficiente para proceder a la creación de una empresa que perciba una excelente demanda para competir con otros lugares de producción artesanal no textil.

La información que obtendrá gracias a la utilización de estas redes sociales ayudara tomar la mejor decisión para crear el ambiente adecuado para la atención a los consumidores cumpliendo así con las exigencias del mercado.

4.12 ACTIVIDADES DE LA EMPRESA

4.12.1 Principales

Desarrollar de manera eficiente los procesos de producción y elaboración de las artesanías textiles, logrando de esta manera obtener producto de calidad que sean competitivos en el mercado exterior.

Innovar diseños y personalizarlos logrando de esta manera la atención del cliente y generando expectativas de compran que permitan ganar porcentaje de mercado y potencializar la marca.

Calidad y originalidad es lo que mostraran cada uno de los productos elaborados en artesanías textiles VIVY´S, y se determina como actividad porque la producción no será ordinaria todos tendrá su toque su sencillez, su atractivo y sus colores.

Las actividades primarias de la empresa es la transformación de la materia prima al producto final de calidad y originalidad.

Logística interna bilateral: comprende operaciones de recepción de la materia prima es decir todo lo que los proveedores depositen en la microempresa necesarias para la fabricación de las artesanías textiles.

Operaciones: es el inicio del proceso productivo de transformación de la materia prima, es decir el inicio y final de todo el proceso realizado para obtener el producto final.

Logística Externa lateral: almacenamiento del producto terminado para la posterior exportación hacia los diferentes destinos.

Mientras que el departamento de marketing y ventas se encargaran de dar a conocer a la Microempresa y el producto que va a ofrecer.

4.12.2 Secundarias

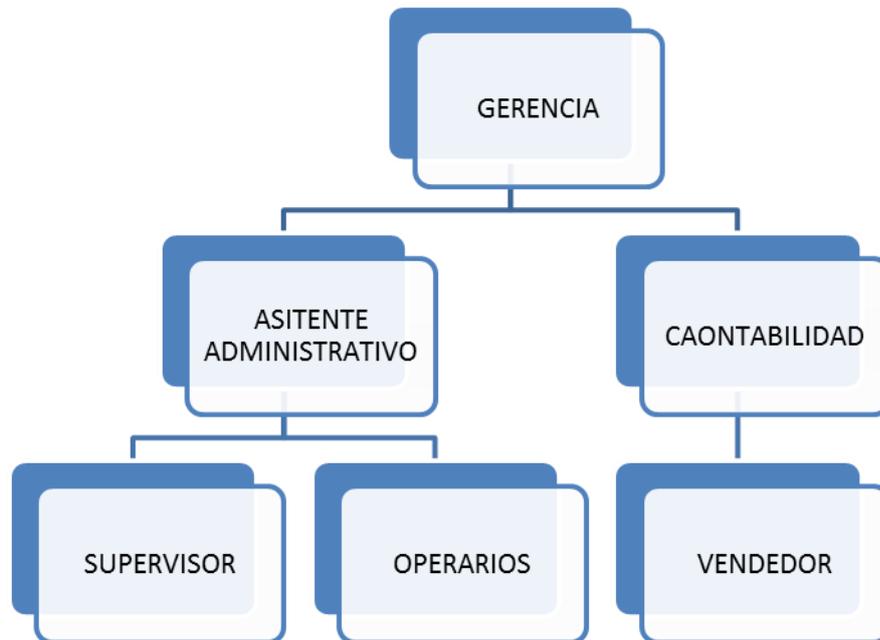
Las actividades secundarias de la Microempresa serán:

Los departamentos: Gerente, Finanzas tendrán la función de estar constantemente coordinando los procesos de producción como la correcta planificación de los procesos de producción y estar motivando al personal.

Lanzar otra línea de producción que permita captar otro segmento de mercado que genere mayores ganancias y el crecimiento potencial de la microempresa extendiendo su compromiso y aumento de las plazas de trabajo al ubicar sucursales cuando y donde sea necesario.

4.13 ESTRUCTURA ORGANICA ADMINISTRATIVA

4.13.1 Organigrama



Fuente: Artesanías Textiles Vivi's
Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.13.2 FUNCIONES Y PERFILES DE LOS CARGOS

GERENTE

Perfil;

- Estudios profesionales en; desarrollo empresarial administración de empresas, marketing, etc.
- Edad comprendida entre 18 a 35 años
- Responsable
- Experiencia o conocimiento al actual al cargo
- Contabilidad computarizada.

Actitudes

- Facilidad de trabajo en equipo
- Liderazgo
- Adaptación al cambio
- Adaptación al cambio
- Asume riesgos.
- Toma decisiones
- Integridad moral y ética

Funciones;

- Tomar decisiones de negociación fijando si son favorables para la empresa
- Planteamiento Estratégico de las actividades
- Aprobación de presupuestos e inversiones
- Autorización de órdenes de compra
- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de comunicación
- Capacidad de escucha activa
- Espíritu crítico

ASISTENTE ADMINISTRATIVO

Perfil;

- Profesional o en procesos de estudio de; desarrollo empresarial, administración de empresas, gestión empresarial o afines.
- Edad comprendida entre 18 a 35 años.
- Contabilidad computarizada.
- Actualización en Impuesto Sobre la Renta.

- Ortografía y redacción.
- Relaciones humanas.

Actitudes;

- Facilidad de trabajo en equipo
- Liderazgo
- Adaptación al cambio
- Adaptación al cambio
- Predisposición.
- Puntualidad
- Integridad moral y ética

Funciones;

- Asiste en el desarrollo de los programas y actividades de la unidad.
- Participa en la elaboración del anteproyecto de presupuesto de la unidad.
- Llena formatos de órdenes de pago por diferentes conceptos
- Realiza seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna.
- Controla los pagos efectuados al personal administrativo u obrero por diversos beneficios.
- Realiza solicitudes de dotación de equipos y materiales para la dependencia.
- Lleva registro y control de los recursos financieros asignado a la dependencia, fondo fijo, avance a justificar, caja chica, etc.
- Realiza registro contable.

SUPERVISOR

Perfil;

- Profesional en el área de producción en base a carreras de; administración de empresa, desarrollo empresarial, industrial, control y producción de calidad.

Actitudes;

- Conocimiento del Trabajo
- Conocimiento de sus Responsabilidades
- Habilidad Para Instruir
- Habilidad Para Mejorar Métodos
- Habilidad para Dirigir
- Aspecto Personal

Funciones;

- Proyectar
- Dirigir
- Desarrollar
- Controlar
- Organización

VENEDORES.

Perfil;

- Estudios profesionales o cursando los mismos;
Si se sienten identificados con las ventas solo debe mostrarlo así.

Actitudes;

- Compromiso
- Determinación
- Paciencia
- Innovación
- Potencial
- Optimismo
- Visionario
- Dinamismo
- Sinceridad
- Responsabilidad

Funciones;

- Habilidad para encontrar clientes
- Habilidad para generar y cultivar relaciones con los clientes
- Habilidad para determinar las necesidades y deseos de los clientes
- Habilidad para hacer presentaciones de venta eficaces
- Habilidad para cerrar la venta
- Habilidad para brindar servicios posventa
- Habilidad para retroalimentar a la empresa de lo que sucede en el mercado

CONTADOR PROFESIONAL

Perfil:

- Estudios profesionales o cursando los mismo.
- Edad comprendida entre 18 a 35 años

- Responsable
- Experiencia o conocimiento al actual al cargo
- Contabilidad computarizada.

Actitudes:

- Honestidad
- Integridad
- Determinación
- Paciencia
- Sinceridad
- Responsabilidad

OPERARIO

Perfil:

- Con o sin estudios profesionales
- Experiencia o conocimiento del puesto
- Responsabilidad

Actitudes:

- Honestidad
- Integridad
- Determinación
- Potencia
- Perseverancia
- Liderazgo
- Optimismo

Funciones:

- Ventas
- Manejo de la lista de clientes
- Relaciones laborales

4.14.- ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.14.1 Inversión inicial

4.14.1.1 Activos fijos

Los activos para las empresas representan todo el capital que se necesita para generar la producción necesaria para emprender el proyecto.

Los activos fijos son parte fundamental en el desarrollo de la propuesta de creación de la microempresa, ya que estos son los principales elementos para la elaboración final de los productos, por tanto la inversión a realizar es de suma importancia, todo esto se encuentra detallado más adelante. La inversión total es de \$12039 dólares americanos.

4.14.1.2 Activos Intangibles

Los activos intangibles poseen un carácter inmaterial, destinados para la creación de la empresa lo que representan en este caso los gastos de constitución.

Los mismos que de igual forman representan una parte fundamental en la microempresa ya que sin estos no se podría empezar la acción comercial. Estos activos representan un de \$2540 dólares americanos.

4.14.1.3 Capital de trabajo

Son los recursos que necesita el proyecto para financiar las operaciones de la producción y la gestión del proyecto. Es la cifra monetaria que se precisa solventar los egresos hasta que le proyecto por si solo genere algún tipo de ingresos. Para el caso esta empresa se considera un periodo de desfase de 3 meses

el cual se estima como contingencia para la correcta operación inicial de la empresa. El capital de trabajo representa \$1200 dólares americanos los mismos que son de vital importancia para el inicio de la microempresa.

4.14.1.4 Resumen de inversión inicial.

Es en donde se resume todas las inversiones que se necesitan para la estructuración financiera inicial de capital del proyecto. La inversión inicial a realizar esta muy bien estructurada para el inicio de las actividades comerciales mediante la división de los recursos financieros. A continuación se detalla estos rubros:

TABLA 23 Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	
INVERSION DE ACTIVOS DIFERIDOS	2,540.00
CAPITAL DE TRABAJO	1,200.00
INVERSION DE ACTIVOS FIJOS	12,039.00
OBRAS FISICAS	39,997.50
INVERSIÓN TOTAL	55,776.50

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's
Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.15 FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento la empresa, se incurre en un préstamo bancario equivalente al 80.00% del total de la inversión y la diferencia con capital propio, el préstamo bancario se lo realizará a 10 años con una tasa de interés del 10.5% como se detalla a continuación:

4.15.1 Resumen de la deuda

La deuda generada por un préstamo realizado para poder financiar la inversión de la microempresa y poder empezar la actividad comercial a pesar que existe un aporte de capital de los socios aún falta cierta cantidad de capital que se presta a un 10.15%.

TABLA 24 Resumen de la Deuda

TOTAL	55777
CAPITAL PROPIO	11155
DEUDA	44621
TASA	10.15%
Tiempo	10

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.15.2. Amortización de la Deuda

TABLA 25 Amortización de la deuda

PERIODO	PAGO	INTERES	AMORTIZACIÓN	CAPITAL VIVO
0				44,621.20
1	7,309	4,529	2,780	41,841
2	7,309	4,247	3,062	38,780
3	7,309	3,936	3,373	35,407
4	7,309	3,594	3,715	31,692
5	7,309	3,217	4,092	27,600
6	7,309	2,801	4,507	23,093
7	7,309	2,344	4,965	18,128
8	7,309	1,840	5,469	12,659
9	7,309	1,285	6,024	6,635
10	7,309	673	6,635	(0)

4.16 PROYECCIÓN DE VENTAS

Para las proyecciones de ventas se estableció el crecimiento de la población como factor clave en el aumento de las mismas, es decir un 5% de manera conservadora, lo que a su vez representa una reinversión en los activos fijos en los años correspondientes ya que solo de esa manera se podrá satisfacer la demanda que exista de acuerdo al crecimiento marcado, además de que la inversión no será netamente por parte de la empresa es decir se realizara la venta del activo para financiar de manera efectiva la nueva adquisición. A continuación las proyecciones:

TABLA 26 Flujo de caja de Inversión

FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA	INGRESOS	Venta activo	Total ingresos
Año 0			
Año 1	\$651,489.90	\$0.00	\$651,489.90
Año 2	\$684,064.39	\$0.00	\$684,064.39
Año 3	\$718,267.61	\$270.00	\$718,537.61
Año 4	\$754,180.99	\$0.00	\$754,180.99
Año 5	\$791,890.04	\$251.70	\$792,141.74
Año 6	\$831,484.55	\$270.00	\$831,754.55
Año 7	\$873,058.77	\$0.00	\$873,058.77
Año 8	\$916,711.71	\$0.00	\$916,711.71
Año 9	\$962,547.30	\$270.00	\$962,817.30
Año 10	\$1,010,674.66	\$0.00	\$1,010,674.66

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.17 PROYECCIÓN DE COSTOS

Para la estimación de proyecciones de costos se utiliza la cifra de inflación del último año, es decir 4.16%. Este proyecto corresponde no a una empresa de transformación de materia prima por ende no mantiene una estructura de costos de producción. Los costos de producción presentados están basados en costos reales que permiten una mejor apreciación hacia los escenarios que se muestran más adelante en este estudio.

TABLA 27 Costo de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	Materia prima	Mano de obra directa	Costos indirectos de fabricación	TOTAL COSTOS DE PRODUCCION
Año 0				
Año 1	(113,852.60)	(128,729.34)	(346,870.93)	(589,452.88)
Año 2	(118,588.87)	(134,084.48)	(361,300.76)	(613,974.12)
Año 3	(123,522.17)	(139,662.40)	(376,330.88)	(639,515.44)
Año 4	(128,660.69)	(145,472.35)	(391,986.24)	(666,119.29)
Año 5	(134,012.98)	(151,524.00)	(408,292.87)	(693,829.85)
Año 6	(139,587.92)	(157,827.40)	(425,277.85)	(722,693.17)
Año 7	(145,394.77)	(164,393.02)	(442,969.41)	(752,757.21)
Año 8	(151,443.20)	(171,231.77)	(461,396.94)	(784,071.91)
Año 9	(157,743.23)	(178,355.02)	(480,591.05)	(816,689.30)
Año 10	(164,305.35)	(185,774.58)	(500,583.64)	(850,663.57)

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.18 DEPRECIACIÓN

En cuanto a las depreciaciones en línea recta es uno de los métodos más utilizados, una de las razones es por su sencillez de cálculo. La depreciación en línea recta supone una depreciación constante en todos los años, lo que permite saber en qué año exactamente se debe hacer la reinversión. Lo que permitirá mantener el nivel de producción, la calidad de los productos y que la microempresa mantenga su competitividad y porcentaje de mercado.

TABLA 28 Depreciación

DEPRECIACIÓN										
ACTIVOS (DEPRECIACIÓN)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
OBRA FISICA INICIAL	1,624. 88	1,62 4.9	1,624. 875	1,624. 875	1,624.8 75	1,624. 875	1,624.8 75	1,62 4.9	1,624. 875	1,62 4.9
MAQUINARIA INICIAL (A)	1030	1030	1030	1030	1030	1030	1030	1030	1030	1030
MAQUINARIA INICIAL (B)										
EQUIPO INICIAL (A)	300.00	300. 00	300.00							
EQUIPO INICIAL (B)				300.00	300.00	300.00				
EQUIPO INICIAL (C)							300.00	300. 00	300.00	
EQUIPO INICIAL (D)										300. 00
MUEBLE INICIAL (A)	167.8	167. 8	167.8	167.8	167.8					
MUEBLE INICIAL (B)						167.8	167.8	167. 8	167.8	167. 8
VEHICULO INICIAL										
VEHICULO INICIAL										
TOTAL	3,122. 68	3,12 2.7	3,122. 675	3,122. 675	3,122.6 75	3,122. 675	3,122.6 75	3,12 2.7	3,122. 675	3,12 2.7
ACUMULADA	3,122. 675	6,24 5.4	9,368. 025	1,2490 .7	1,5613. 375	1,8736 .05	2,1858. 725	2,49 81	2,8104 .08	3,12 27

4.19 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS (PYG)

El estado de resultados representa de manera eficiente y efectiva los valores reales en pérdida y ganancias para la microempresa lo que permite de evaluar el funcionamiento y desempeño calculando así, el cumplimiento de los objetivos propuestos.

4.20 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de efectivo o flujo de caja de una empresa, se calcula restando las entradas y salidas de efectivo que representan las actividades de operativas de la empresa. En la contabilidad, flujo de caja es la diferencia en la cantidad de efectivo disponible al comienzo de un período (saldo inicial) y el importe al final de ese período (saldo final). El nivel de flujos de caja no es necesariamente una buena medida del rendimiento, y viceversa: niveles de flujos de caja altos no significan necesariamente altos o incluso cualquier beneficio, sin embargo tampoco los altos niveles de beneficios no tienen por qué significar automáticamente altos flujo de caja alta o incluso positivo. Esto se debe a que en contabilidad, el sistema utilizado para calcular el beneficio, se sigue el criterio del devengo por lo que sí muchas ventas se producen a plazo, puede existir un volumen de ventas importante que no se han cobrado aún por lo que habrá beneficio pero no se habrá cobrado el efectivo.

4.21 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL FLUJO

4.21.1 TASA DE DESCUENTO

En una empresa el costo de capital (después de impuestos) es de uso frecuente, pero muchas personas creen que es apropiado utilizar mayores tasas de descuento para ajustar por el riesgo u otros factores. Una tasa de descuento variable con tasas más altas aplicadas a los flujos de efectivo que ocurren más a lo largo del período de tiempo podría ser utilizada para reflejar la prima de la curva de rendimientos para la deuda a largo plazo.

Para determinar la tasa para descontar el VAN en el flujo de caja del proyecto, se utilizó la tasa del 12% utilizada por entidades públicas para descontar los flujos del proyecto

4.21.2 Valor actual neto (VAN)

Valor Presente Neto es la diferencia del valor actual de la Inversión menos el valor actual de la recuperación de fondos de manera que, aplicando una tasa que corporativamente consideremos como la mínima aceptable para la aprobación de un proyecto de inversión, pueda determinarnos, además, el Índice de conveniencia de dicho proyecto. Este Índice no es sino el factor que resulta al dividir el Valor actual de la recuperación de fondos entre el valor actual de la Inversión; de esta forma, en una empresa, donde se establece un parámetro de rendimiento de la inversión al aplicar el factor establecido a la Inversión y a las entradas de fondos, se obtiene por diferencial el valor actual neto, que si es positivo indica que la tasa interna de rendimiento excede el mínimo requerido, y si es negativo señala que la tasa de rendimiento es menor de lo requerido y, por tanto, está sujeto a rechazo.

$$VAN = \sum_{t=1}^H \frac{\text{Flujo de efectivo}_t}{(1+r)^t}$$

VAN= 119.421,61 dólares

Lo que representa que la empresa muestra rentabilidad, el proyecto debe de ejecutarse.

4.21.3 Tasa interna de retorno (TIR)

El TIR es mayor que la tasa de descuento del van (35%) por lo que indica la rentabilidad del proyecto.

$$\sum_{t=1}^T \frac{\text{Flujo de efectivo}_t}{(1+r)^t} = 0$$

La rentabilidad del inversionista es notable el proyecto debe de ejecutarse.

4.21.4 Periodo de recuperación de la inversión del proyecto

Se aplicó el período de recuperación descontado en el cual según los datos, se recupera la inversión en aproximadamente a los cinco años donde la recuperación de la inversión es mayor al saldo de la inversión.

4.22 EVALUACION DE LA SITUACION INICIAL

SALDO DE LA INVERSION	FLUJO DE CAJA	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACION DE LA INVERSION
62.314,83	10.635,23	7.477,78	3.157,45
59.157,38	14.807,63	7.098,89	7.708,74
51.448,64	19.238,32	6.173,84	13.064,49
38.384,15	24.223,31	4.606,10	19.617,21
18.766,94	29.429,18	2.252,03	27.177,14
(8.410,21)	35.136,19	(1.009,22)	36.145,41
(44.555,62)	41.390,15	(5.346,67)	46.736,82
(91.292,44)	48.031,80	(10.955,09)	58.986,89
(150.279,34)	55.091,69	(18.033,52)	73.125,21
(223.404,55)	120.692,29	(26.808,55)	147.500,84

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

4.22.1 Punto de Equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio debido a que se está trabajando con más de un producto se utilizó el punto de equilibrio ponderado margen de contribución, los datos se muestran a continuación.

Tabla 29 PUNTO DE EQUILIBRIO

	cantidades proyectadas	precio unitario	costo variable unitario	margen de contribución unitario	peso cada producto	margen de contribución ponderado	cantidades de equilibrio	equilibrio
Bolsos	18.975,43	25,00	22,62	2,38	75%	1,79	12.841,82	321.045,54
almohadas	6.325,14	28,00	25,34	2,66	25%	0,67	4.280,61	119.857,00
total	25.300,58				100%	2,45	17.122,43	440.902,54
total costo fijo	41.984,20							

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

Para lograr el equilibrio se necesitan producir y vender 17122 productos durante el primer año para a partir de esa unidad empezar a tener utilidad

4.22.2 Escenario (optimista – probable – pesimista)

A continuación se presentan escenarios para la puesta en marcha de la empresa, se utilizó la variación de los precios tanto de los bolsos como de las almohadas, los resultados son los siguientes:

Tabla 30 ESCENARIOS

Escenarios	Precio bolsos	precio almohadas	VAN	TIR
OPTIMISTA	30,00	30,00	603.729,44	141%
PROBABLE	25,00	28,00	119.421,61	35%
PESIMISTA	25,00	23,81	- 0	12%

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's

Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

En un escenario normal (probable muestra el proyecto rentabilidad del 35%, si los precios se incrementan hasta 30 dólares, la rentabilidad porcentual aumenta a 141%, el proyecto tolera una disminución de los precios de hasta 23,81 de las almohadas, esto haría que el proyecto no muestre rentabilidad.

4.23.- ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

4.23.1 Análisis de la evaluación ambiental

Estudio de Impacto Ambiental - EIA se pretende poner de manifiesto y analizar los efectos sobre el Medio Ambiente que origina la creación de una empresa. Para la realización de este análisis se partirá del hecho de que la empresa se encuentra

en la fase de proyecto, limitándonos a estudiar los efectos producidos durante el periodo de construcción y aquellos que se puedan originar durante la fase de funcionamiento.

4.24 ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DEL PROYECTO

El impacto socioeconómico del proyecto se detalla a continuación

Generación de empleos directos	14
Generación de empleos indirectos	25
Familias beneficiadas	30 familias
Mejoramiento de las condiciones de vida	Las familias verán mejorados sus ingresos

CONCLUSIONES.

1. La investigación de este trabajo es con el fin de mostrar que tan viable es crear una Microempresa exportadora de artesanías textiles en la parroquia chanduy.
2. La parroquia Chanduy provincia de Santa Elena posee un gran potencial de innovación y creatividad que no está siendo aprovechado de la mejor manera para beneficio del sector, lo que genera muchas oportunidades de desarrollo.
3. La ubicación de la Microempresa se considera actualmente segura y beneficiosa ya que chanduy es un sector turístico sin explotar sin embargo es visitado por turistas extranjeros.
4. La evaluación financiera determina que con la inversión que muestra el estudio técnico financiero de la propuesta de creación, se obtendrán resultados favorables los cuales se ven reflejados en que la inversión total se recupera por completo al quinto año de funcionamiento empresarial.
5. El sector artesanal textil está en proceso de evolución y desarrollo lo que permitirá aprovechar de manera eficiente futuras oportunidades de expansión empresarial logrando de esta manera generar más competitividad con productos ecuatorianos

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda invertir en el proyecto de creación de una microempresa exportadora de artesanías textiles, por se ha demostrado mediante análisis financiero que es un proyecto viable.
2. Se recomienda que un momento oportuno la microempresa deberá implementar otra línea productos con la misma originalidad y autenticidad que permitan captar mayor cantidad de clientes.
3. Fomentar las relaciones laborales el trabajo en equipo y el deseo de superación, para lograr un mejor desarrollo empresarial y así generar cambios en estilo de vida de los colaboradores y aportar con el desarrollo de la comunidad.
4. Garantizar siempre la calidad de los productos mediante un buen acabado cumpliendo con las normas que rigen la calidad y así lograr ser líderes en mercado internacional.
5. Mantener la responsabilidad social beneficiando de manera indirecta laa comunidad mediante propuestas comunitarias para fomentar el desarrollo turístico atrayendo de manera efectiva turistas nacionales y extranjeros

ANEXOS

ANEXO 1 PLAN DE ACCIÓN

PLAN DE ACCIÓN PARA LA MICROEMPRESA VIVI'S			
Problema Principal:			
DE QUE MANERA INFLYEN LOS PARANETROS DE EXPORTACION EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LOS ARTESANOS TEXTILES DE LA PARROQUIA CHANDUY			
Fin del proyecto: Creación de una microempresa exportadora de artesanías textiles		Indicadores: <ul style="list-style-type: none"> • Base de datos de Pro Ecuador y Banco Central del Ecuador • Encuesta a clientes y entrevista a la desarrolladora de las artesanías 	
Propósito de Proyecto: La creación de una microempresa exportadora de artesanías textiles en la parroquia Chanduy provincia de Santa Elena, que permita el desarrollo productivo de la comunidad y cambios en el estilo de vida de los habitantes, de esta forma utilizar y optimizar los recursos aprovechando al máximo el talento humano, ofertando productos de calidad, variedad y originalidad adquiridos por el mercado exterior.		Indicador: <ul style="list-style-type: none"> • Habitantes de la parroquia Chanduy y habitantes de los tres cantones de la provincia por ser los generadores de demanda exterior. 	
OBJETIVOS ESPECIFICOS	INDICADORES	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
	Promocionar la producción artesana de la comunidad mostrando sus atractivos sin descuidar la capacidad		Considerar todas a las actividades que se realicen para realizar promoción además de la organización y calidad de la talento humano

<p>Crear un plan de comercialización y promoción que permita mostrar de manera eficiente los productos artesanales.</p>	<p>intelectual e innovadora que poseen los habitantes y mediante esta fomentar el crecimiento de conocimientos para generar competitividad.</p>	<p>Elaborar sistema de promoción que involucren directamente a los colaboradores como base del proceso.</p> <p>El sistema de promoción consiste en elegir estrategias de promoción adecuada para el mercado internacional, pero siempre tomando en cuenta la opinión de los colaboradores, ya que son ellos los principales portavoces del desarrollo de la empresa si ellos están bien hablarán bien de la empresa, logrando así que el sistema de promoción sea más eficiente y permita ofertar los productos de manera efectiva mostrando a los clientes lo que desean ver y escuchar</p>	<p>Dar a conocer a todos los empleados de manera sencilla, ágil y oportuna el avance que se logra y se podría lograr mediante la ejecución del proyecto</p>
			<p>Implementación de nuevas estrategias de promoción para generar mayor competitividad</p>
			<p>Establecer el equipo de trabajo principal que desarrollara las estrategias de promoción</p>
			<p>Inculcar al personal de la microempresa para que se sienta identificado con las metas del mismo.</p>
			<p>Ejecutar el sistema</p>
<p>Crear una infraestructura administrativa que permita el desarrollo eficiente de las actividades productivas de la microempresa</p>	<p>Garantizar un ambiente de trabajo adecuado, con el apoyo de técnicas de motivación que incentive el desempeño coordinado y eficiente de todas las funciones, con el fin de satisfacer las diversas necesidades de los clientes.</p>	<p>Técnica de motivación para cumplir con las políticas.</p> <p>Se pretende motivar a los empleados a cumplir con las reglas y políticas establecidas, consiguiendo que estos adquieran el debido compromiso y responsabilidad para realizar sus labores y las tareas que le corresponden con eficiencia.</p> <p>Para que esta actividad sea efectiva deberán establecerse las medidas de seguridad necesarias para que los encargados de la promoción no muestren más de lo que deben mostrar sobre la empresa siempre con ética profesional</p>	<p>Seleccionar los tipos de servicios que serán monitoreados para la entrega de los respectivos incentivos.</p>
			<p>Determinar las ofertas promocionales de los servicios con mayor efectividad en el mercado.</p>
		<p>Gestionar módulos para mejorar y fortalecer los conocimientos de</p>	<p>Implementación de módulos de capacitación al</p>

<p>Dar el seguimiento adecuado a los procesos de producción, comercialización de los bolsos y mejoramiento de la capacidad productiva.</p>	<p>Determinar sistemas de capacitación mediante módulos para mejorar la capacidad productiva de los empleados</p>	<p>los colaboradores tanto en el ámbito comercial como administrativo para su respectivo desarrollo personal y profesional.</p> <p>Tramitar, módulos, talleres, seminarios que impulsen el desarrollo personal de los empleados, ya sea con la Municipalidad, Prefectura, Universidad Estatal Península de Santa Elena. Esto con la única finalidad de impulsar la superación no sólo personal sino también profesional de los empleados impulsándolos a poner en práctica nuevos conocimientos para beneficios y prosperidad de su trabajo diario, satisfaciendo las necesidades de la colectividad.</p>	<p>personal.</p>
			<p>Definir el presupuesto del estudio.</p>
			<p>Módulos dictados al personal.</p>
			<p>Innovación en técnicas de comercialización internacional</p>
			<p>Ejecución del presupuesto</p>
<p>Determinar los beneficios que producirá a los artesanos textiles y en la población la apertura de una</p>	<p>Conseguir que el 100% de los empleados y clientes se sientan satisfechos de adquirir el producto que más sea de su grado asegurándonos de que se lleva la mejor impresión por la atención</p>	<p>Atención y Personalización.</p> <p>Mediante la evolución de las capacitaciones dadas se estima que los colaboradores tienen el nivel necesario de atención al cliente sin embargo se aplicará la rotación de puesto, para definir quienes se desenvuelven mejor en las áreas de atención y ventas lo que permitirá la satisfacción del cliente</p>	<p>Evaluación a los empleados para verificar los conocimientos adquiridos.</p>
			<p>Definir proyectos de Atención y Personalización</p>
			<p>Ejecutar la actividad.</p>
			<p>Establecer presupuestos de inversión.</p>
			<p>Determinar respectivos controles que permitan verificar la ejecución y cumplimiento de esta actividad.</p>

<p>microempresa exportadora de artesanías textiles en la Provincia de Santa Elena.</p>			
<p>Posicionar la marca como líder dentro del mercado internacional permitiendo así el crecimiento del porcentaje de mercado</p>	<p>Ofrecer</p> <p>Productos de calidad y competencia que permitan el cumplimiento de expectativas logrando de esta manera una buena participación en el mercado fidelizando clientes , generando el posicionamiento de mercado esperado</p>	<p>Mantenimiento de tecnologías y líneas de producción.</p> <p>El mantenimiento de la tecnología permitirá mantener siempre productos calidad, es decir permitirá que las clientes a la hora de comprar prefieran la microempresa, claro está que para llegar a este objetivo se utilizaran las herramientas necesarias para el funcionamiento de las maquinarias y así mantener la producción estable y sin fallas.</p>	<p>Establecer los cronogramas de mantenimientos</p> <p>Evaluar las maquinarias</p> <p>Definir el proceso a seguir para los respectivos mantenimientos.</p> <p>Elaboración del presupuesto</p> <p>Ejecución de los respectivos mantenimientos.</p>

Fuente: Artesanías Textiles Vivi's
Elaborado por: Miguel Moreira Tircio

ANEXO 2 ARTÍCULOS DE IMPORTACION DEL 2007

ARTÍCULOS DE MADERA	
44.2	Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufactura similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera.
4420.10.00	Estatuillas y demás objetos de adorno de madera
4420.90.00	Los demás

Fuente: Arancel Nacional de Importación de Ecuador 2007
 Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

Manufactura de Cestería	
46.01	Trenzas y artículos similares, de materia trenzable, incluso ensamblados en tiras; materia trenzable, tejidos o paralelizados, en forma plana, incluso terminados
4601.99.00	Los demás
46.02	Artículos de cestería obtenidos directamente en su forma con materia trenzable o confecciones con artículos de la partida 46.01; manufactura de esponja vegetal
4602.90.00	Los demás

Fuente: Arancel Nacional de Importación de Ecuador 2007
 Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

Sombreros	
6502.00.10	De paja toquilla o de paja mocora
6504.00.00	sombreros y demás tocados, trenzado o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos

Fuente: Arancel Nacional de Importación de Ecuador 2007

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversión

ARTÍCULOS DE CERÁMICA	
69.11	Vajilla y demás artículos de uso doméstico. Higiene o tocador de porcelana
6911.10.00	Artículos para el servicio de mesa o cocina
6911.90.00	Los demás
6912.00.00	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador de cerámica excepto de porcelana
69.13	Estatuillas y demás artículos para adorno de cerámica
6913.10.00	De porcelana
6913.90.00	Los demás
69.14	Los demás manufacturas de cerámica
6014.10.00	De porcelana
6914.90.00	La demás

Fuente: Arancel Nacional de Importación de Ecuador 2007

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PRO ECUADOR

Joyería y demás manufactura	
71.13	Artículos de joyería y sus partes de metal preciosos o de chapado de metal precioso
7113.11.00	De plata incluso revestida o chapada de otro metal precioso
7113.19.00	De los demás metales preciosos, incluso o revestidos o chapados de metal precioso
7113.20.00	De chapado de metal precioso o sobre metal común
71.14	Artículos de orfebrería y sus partes de metal precioso o de chapado de metal precioso
7114.11.10	De ley 0,925
7114.11.90	Los demás
7114.19.00	De los demás metales preciosos incluso o revestidos o chapados de metal
71.15	Las demás manufacturas de metal precioso o de chapado de metal
7115.10.00	Catalizadores de platino en forma de tela o enrejado
7115.90.00	Los demás
71.16	Manufactura de perlas finas o cultivadas de piedras preciosas o semipreciosas
7116.10.00	De perlas finas o cultivadas
7116.20.00	de piedras preciosas o semipreciosas
71.17	bisutería de metal común incluso plateado dorado o platinado
7117.11.00	gemelos y pasadores similares
7117.19.00	las demás
7117.90.00	las demás

Fuente: Arancel Nacional de Importación de Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PRO ECUADOR

ANEXO 3 PRINCIPALES EXPORTACIONES ECUATORIANAS

PRINCIPALES EXPORTACIONES ECUATORIANAS POR GRUPOS DE PRODUCTOS DEL SECTOR ARTESANIAS							
Miles USD							
Grupo de Productos	2007	2008	2009	2010	2011	Participación 2011	TCPA (2007-2011)
Tagua y otros materiales vegetales o minerales	11,40	8,09	5,96	8,77	20,27	55.8%	15%
Sombreros de paja toquilla o mocora	3,62	4,11	5,44	8,19	12,9	35.5%	37%
cerámicas	2,52	3,07	1,06	1,08	1,85	51%	-7%
joyería y demás	4,85	1,00	595	513	693	1.9%	-39%
artículos de madera	664	614	628	404	301	0.8%	-18%
Artículos para festividades	60	131	84	106	128	0.4%	21%
pinturas y dibujos	5	67	114	20	126	0.3%	127%
artículos de cestería	100	36	29	18	54	0.1%	-14%
TOTALES	23,23	17,13	13,92	19,11	36,33	100%	12%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial PRO ECUADOR

ANEXO 4 PESO PERMITIDO POR PAIS – EXPORTA FACIL

	PAÍS	Kilos	
1	ABU DHABI	50	
2	AFGANISTÁN	30	
3	ALBANIA	20	
4	ANGOLA	20	
5	ANTIGUAY BARBUDA .	20	
6	ANTILLAS NEERLANDESAS	31,5	
7	ALEMANIA	31,5	
8	ALGERIA	20	
9	ARABIA SAUDITA	30	
10	ARGENTINA	20	
11	ARMENIA	20	
12	AUSTRALIA	20	
13	AUSTRIA	30	
14	AZERBAIJAN	50	
15	BAHAMAS	20	
16	BARBADOS	20	
17	BAHRAIN	20	
18	BANGLADESH	30	
19	BELARÚS	20	
20	BELGICA	20	
21	BENIN	30	
22	BHUTAN	30	
23	BOLIVIA	20	
24	BOSNIA Y HERZEGOVINA	20	
25	BOTSWANA	30	
26	BRASIL	30	
27	BRUNEI DARUSSALAM	10	
28	BULGARIA (REP.)	31,5	
29	BURKINA FASO	30	
30	CAMBOYA	30	
31	CANADÁ	30	
32	CABO VERDE	20	
33	CENTRO AFRICANA (REP.)	32	

34	COLOMBIA	30	
35	COMOROS	20	
36	CONGO (REP. DEM.)	20	
37	COSTA RICA	30	
38	COTE D'IVOIRE	31,5	
39	CROACIA	30	
40	CUBA -HASTA 5, DE 5 HASTA 20 FACTURA CONSULAR	20	A partir del 1º de junio de 2008 (Circular UPU 63/2008)
41	CHAD	30	
42	CHECA (REP)	20	
43	CHILE	20	
44	CHINA (REP. POP.)	30	
45	CHIPRE	31,5	
46	DINAMARCA	30	
47	DJIBOUTI	20	
48	DOMINICA	20	
49	DOMINICANA (REP.)	30	
50	ECUADOR	30	
51	EGIPTO	31,5	
52	ESLOVAQUIA	30	
53	ESLOVENIA	30	
54	EL SALVADOR	20	
55	EMIRATOS ARABES UNIDOS	30	
56	ERITREA	20	
57	ESPAÑA	20	
58	ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	31,5	
59	ESTONIA	31,5	
60	ETIOPÍA	31,5	
61	FILIPINAS	20	
62	FIJI	20	
63	FINLANDIA	31,5	
64	FRANCIA	30	
65	NUEVA CALEDONIA	30	
66	GABÓN	30	

67	GEORGIA	30	
68	GHANA	30	
69	GRAN BRETAÑA	30	
70	GRECIA	20	
71	GROENLANDIA	30	
72	GUADALUPE	30	
73	GUINEA	30	
74	GUINEA BISSAU	20	
75	GUATEMALA	20	
76	GUYANA FRANCESA	30	
77	GUYANA	20	
78	HAITI	31,5	
79	HOLANDA	20	
80	HONG KONG (CHINA)	25	
81	HONDURAS	20	
82	HUNGRÍA	20	
83	INDIA	20	
84	INDONESIA	30	
85	IRAN (REP. SLÁM CA)	20	
86	IRAK	20	
87	IRLANDA	30	
88	ISLANDIA	20	
89	ISRAEL	20	
90	ISLAS FEROE	30	
91	ITALIA	30	
92	JAMAHIRIYA LIBIA	20	
93	JAMAICA	20	
94	JAPON	20	
95	JORDANIA	30	
96	KAZAJSTAN	20	
97	KENYA	30	
98	KIRGUISTAN	31,5	
99	KIRIBATI	20	
100	KOREA DEL SUR	20	
101	KUWAIT	30	
102	LAO (REP. DEM. POP.)	30	
103	LETONIA	31,5	
104	LESOTHO	20	

105	LA EX REPÚBLICA YUGOSLAVA DE MACEDONIA	20	
106	LIBANO	10	
107	LITUANIA	31,5	
108	LUXEMBURGO	31,5	
109	MACAO (CHINA)	20	
110	MACEDONIA	20	
111	MADAGASCAR	20	
112	MALASIA	20	
113	MALAWI	20	
114	MALDIVAS	20	
115	MALI	20	
116	MALTA	20	
117	MARRUECOS	30	
118	MAURICIO	20	
119	MAURITANIA	20	
120	MARTINICA	20	
121	MEXICO	20	
122	MOLDOVA	50	
123	MONTENEGRO	20	
124	MONGOLIA	20	
125	MONACO	30	
126	MOZAMBIOUE	20	
127	MYANMAR	20	
128	NAMIBIA	20	
129	NEPAL	20	
130	NICARAGUA	30	
131	NIGER	31	
132	NIGERIA	30	
133	NORUEGA	30	
134	NUEVA CALEDONIA	30	
135	NUEVA ZELANDA	30	
136	OMÁN	20	
137	PAQUISTÁN	30	
138	PANAMÁ (REP.)	30	
139	PARAGUAY	30	
140	PAPUA NUEVA GUINEA	20	
141	PAÍSES BAJOS	20	
142	PERÚ	30	

143	POLINEStA FRANCESA	30	
144	POLONIA	20	
145	PORTUGAL	30	
146	QATAR	30	
REUNION	30		
148	RUSIA	20	
149	RUMANIA	31,5	
150	RWANDA	20	
151	SAIN KITTS Y NEVIS	20	
152	SAMOA	20	
153	SANTA LUCÍA	30	
154	SANTO TOMÉ Y PRINCIPE	30	
155	SENEGAL	31,5	
156	SERBIA	20	
157	SEYCHELLES	50	
158	SIERRA LEONA	30	
159	SINGAPUR	30	
160	SIERRA LEONA	30	
161	SIRIA (REP. ARABE)	30	
162	SOMALIA	20	
163	SUDÁFRICA	20	
164	SUDÁN	30	
165	SUECIA	30	
166	SUIZA	30	
167	SURINAM	30	
168	SRI LANKA	20	
169	SWAZILANDIA	30	
170	TAIWAN	50	
171	TAYIKISTÁN	30	
172	TANZANIA (REP. UNIDA)	30	
173	TAILANDIA	30	
174	TOGO	20	
175	TRINIDAD Y TOBAGO	20	
176	TUNISIA	20	
177	TURKMENISTÁN	20	
178	TURQUIA	30	
179	UCRANIA	20	
180	UGANDA	20	
181	URUGUAY	30	

182	UZBEKISTÁN	20	
183	VATICANO	20	
184	VENEZUELA	30	
185	VIETNAM	31,5	
186	YEMEN	30	
187	ZAMBIA	30	
188	ZIMBABWE	30	

ANEXO 5 LISTADO DE MAQUINARIA

Máquinas	Cantidad
1 maquina overlock reforzada 5 Hilos Marca JAKI	1
1 Maquinas Industrial Recta SINGER	1
1 Maquina Industrial Pretinadora Marca JONTEX	1
Presilladora	1
1 maquina overlock DRAGON FLY china- donada Plan internacional	1
Elasticadora de 6 y 8 agujas Marca JAKY	1
Ojaladora 1 Hilo Marca JAKY	1
Botonadora 1 Hilo Marca JAKY	1
1 maquina RECUBRIDORA KAUSAI WX-8803 D- China	1
EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA	
Computadora con impresora	1
Cómoda con espejo (madera)	1
Espejo cuerpo entero (madera)	1
Armador para exhibir las costuras (madera)	1
Mesa grande	1
Grabadora	1
Ventilador	1
Sillas de madera	5
silla plástica	5
TOTAL	26

ANEXO 6 FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA

FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$173,549.80	\$184,796.68	\$197,465.09	\$211,027.64	\$225,548.22
Ventas de Activos				\$496.00		
TOTAL DE INGRESOS		\$173,549.80	\$184,796.68	\$197,961.09	\$211,027.64	\$225,548.22
COSTOS DE VENTAS						
MERCADERÍA(INVENTARIO)		\$96,416.55	\$102,664.82	\$109,702.83	\$117,237.58	\$125,304.56
TOTAL COSTOS DE VENTAS		\$96,416.55	\$102,664.82	\$109,702.83	\$117,237.58	\$125,304.56
(=) UTILIDAD BRUTA		\$77,133.24	\$82,131.86	\$88,258.26	\$93,790.06	\$100,243.65
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administrativos		\$35,114.50	\$36,536.39	\$38,016.64	\$39,557.69	\$41,162.03
Gastos de Servicios		\$1,040.40	\$1,061.21	\$1,082.43	\$1,104.08	\$1,126.16
Gastos de Venta		\$8,040.00	\$8,200.80	\$8,364.82	\$8,532.11	\$8,702.75
Gastos en Insumos Indirectos		\$1,604.00	\$1,636.08	\$1,668.80	\$1,702.18	\$1,736.22
Otros Gastos Internos		\$3,120.00	\$3,700.80	\$4,396.90	\$5,231.33	\$6,231.75
Otros Gastos Externos		\$2,520.00	\$2,570.40	\$2,621.81	\$2,674.24	\$2,727.73
Depreciación (de activos fijos)		\$5,064.67	\$5,064.67	\$5,064.67	\$5,064.67	\$5,064.67
Valor en Libros						
TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES		\$56,503.57	\$58,770.34	\$61,216.06	\$63,866.30	\$66,751.31
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$20,629.67	\$23,361.51	\$27,042.20	\$29,923.77	\$33,492.34
GASTOS NO OPERACIONALES						
Gastos Financieros (intereses sobre préstamos)		\$2,728.33	\$2,323.68	\$1,858.32	\$1,323.17	\$707.74
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES		\$2,728.33	\$2,323.68	\$1,858.32	\$1,323.17	\$707.74
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB. E IMPUESTOS		\$17,901.34	\$21,037.84	\$25,183.88	\$28,600.60	\$32,784.60
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$2,685.20	\$3,155.68	\$3,777.58	\$4,290.09	\$4,917.69
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$15,216.14	\$17,882.16	\$21,406.29	\$24,310.51	\$27,866.91
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$3,347.55	\$3,934.08	\$4,709.38	\$5,348.31	\$6,130.72
(=) UTILIDAD NETA		\$11,868.59	\$13,948.09	\$16,696.91	\$18,962.20	\$21,736.19

ANEXO 7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$173,549.80	\$184,796.68	\$197,465.09	\$211,027.64	\$225,548.22
Ventas de Activos				\$496.00		
TOTAL DE INGRESOS		\$173,549.80	\$184,796.68	\$197,961.09	\$211,027.64	\$225,548.22
COSTOS DE VENTAS						
MERCADERÍA(INVENTARIO)		\$96,416.55	\$102,664.82	\$109,702.83	\$117,237.58	\$125,304.56
TOTAL COSTOS DE VENTAS		\$96,416.55	\$102,664.82	\$109,702.83	\$117,237.58	\$125,304.56
(=) UTILIDAD BRUTA		\$77,133.24	\$82,131.86	\$88,258.26	\$93,790.06	\$100,243.65
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administrativos		\$35,114.50	\$36,536.39	\$38,016.64	\$39,557.69	\$41,162.03
Gastos de Servicios		\$1,040.40	\$1,061.21	\$1,082.43	\$1,104.08	\$1,126.16
Gastos de Venta		\$8,040.00	\$8,200.80	\$8,364.82	\$8,532.11	\$8,702.75
Gastos en Insumos Indirectos		\$1,604.00	\$1,636.08	\$1,668.80	\$1,702.18	\$1,736.22
Otros Gastos Internos		\$3,120.00	\$3,700.80	\$4,396.90	\$5,231.33	\$6,231.75
Otros Gastos Externos		\$2,520.00	\$2,570.40	\$2,621.81	\$2,674.24	\$2,727.73
Depreciación (de activos fijos)		\$5,064.67	\$5,064.67	\$5,064.67	\$5,064.67	\$5,064.67
Valor en Libros						
TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES		\$56,503.57	\$58,770.34	\$61,216.06	\$63,866.30	\$66,751.31
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$20,629.67	\$23,361.51	\$27,042.20	\$29,923.77	\$33,492.34
GASTOS NO OPERACIONALES						
Gastos Financieros (intereses sobre préstamos)		\$2,728.33	\$2,323.68	\$1,858.32	\$1,323.17	\$707.74
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES		\$2,728.33	\$2,323.68	\$1,858.32	\$1,323.17	\$707.74

(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB. E IMPUESTOS		\$17,901.34	\$21,037.84	\$25,183.88	\$28,600.60	\$32,784.60
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$2,685.20	\$3,155.68	\$3,777.58	\$4,290.09	\$4,917.69
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$15,216.14	\$17,882.16	\$21,406.29	\$24,310.51	\$27,866.91
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$3,347.55	\$3,934.08	\$4,709.38	\$5,348.31	\$6,130.72
(=) UTILIDAD NETA		\$11,868.59	\$13,948.09	\$16,696.91	\$18,962.20	\$21,736.19
(+) Depreciación (de activos fijos)		\$5,064.67	\$5,064.67	\$5,064.67	\$5,064.67	\$5,064.67
(+) valor en libros						
(-) Inversión	-			-\$2,480.00		
	\$26,360.00					
(+) Préstamo	\$18,188.86					
(-) Capital de trabajo	-					
	\$36,828.86					
(-) Amortización deuda		-\$2,697.69	-\$3,102.35	-\$3,567.70	-\$4,102.85	-\$4,718.28
(+) Recuperación Capital de Trabj.						\$36,828.86
(+) Valor de Desecho						\$2,016.67
(=) Flujo Neto Efectivo	-	\$14,235.56	\$15,910.41	\$15,713.88	\$19,924.01	\$60,928.11
	\$45,000.00					

Flujo de caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS		651.489,90	684.064,39	718.267,61	754.180,99	791.890,04	831.484,55	873.058,77	916.711,71	962.547,30	1.010.674,66
Venta activo		-	-	270,00	-	251,70	270,00	-	-	270,00	-
Total ingresos		651.489,90	684.064,39	718.537,61	754.180,99	792.141,74	831.754,55	873.058,77	916.711,71	962.817,30	1.010.674,66
COSTOS DE PRODUCCIÓN											
Materia prima		(113.852,60)	(118.588,87)	(123.522,17)	(128.660,69)	(134.012,98)	(139.587,92)	(145.394,77)	(151.443,20)	(157.743,23)	(164.305,35)
Mano de obra directa		(128.729,34)	(134.084,48)	(139.662,40)	(145.472,35)	(151.524,00)	(157.827,40)	(164.393,02)	(171.231,77)	(178.355,02)	(185.774,58)
Costos indirectos de fabricacion		(346.870,93)	(361.300,76)	(376.330,88)	(391.986,24)	(408.292,87)	(425.277,85)	(442.969,41)	(461.396,94)	(480.591,05)	(500.583,64)
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION		(589.452,88)	(613.974,12)	(639.515,44)	(666.119,29)	(693.829,85)	(722.693,17)	(752.757,21)	(784.071,91)	(816.689,30)	(850.663,57)
(=) UTILIDAD BRUTA		62.037,02	70.090,27	79.022,17	88.061,71	98.311,90	109.061,38	120.301,57	132.639,81	146.128,00	160.011,09
GASTOS OPERACIONALES											
Gastos de Servicios		(1.902,00)	(1.981,12)	(2.063,54)	(2.149,38)	(2.238,80)	(2.331,93)	(2.428,94)	(2.529,98)	(2.635,23)	(2.744,85)
Gastos Administrativos		(32.689,52)	(34.049,40)	(35.465,86)	(36.941,24)	(38.477,99)	(40.078,68)	(41.745,95)	(43.482,58)	(45.291,46)	(47.175,58)
Depreciación (de activos fijos)		(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)
Gastos de Venta		(4.270,00)	(4.447,63)	(4.632,65)	(4.825,37)	(5.026,11)	(5.235,19)	(5.452,98)	(5.679,82)	(5.916,10)	(6.162,21)
valor en libros											
total gastos operacionales		(41.984,20)	(43.600,83)	(45.284,73)	(47.038,67)	(48.865,57)	(50.768,48)	(52.750,54)	(54.815,06)	(56.965,46)	(59.205,32)
(=) Utilidad Operacional		20.052,82	26.489,44	33.737,44	41.023,04	49.446,32	58.292,90	67.551,03	77.824,75	89.162,54	100.805,77
GASTOS NO OPERACIONALES											
Gastos Financieros (intereses sobre prestamos)		(4.529,05)	(4.246,91)	(3.936,13)	(3.593,81)	(3.216,75)	(2.801,41)	(2.343,91)	(1.839,98)	(1.284,90)	(673,48)
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES		(4.529,05)	(4.246,91)	(3.936,13)	(3.593,81)	(3.216,75)	(2.801,41)	(2.343,91)	(1.839,98)	(1.284,90)	(673,48)
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB. E IMPUESTOS		15.523,77	22.242,53	29.801,31	37.429,23	46.229,58	55.491,49	65.207,11	75.984,76	87.877,63	100.132,29
(-) 15% Participación de Trabajadores		(2.328,57)	(3.336,38)	(4.470,20)	(5.614,38)	(6.934,44)	(8.323,72)	(9.781,07)	(11.397,71)	(13.181,65)	(15.019,84)
(=) Utilidad antes de Impuestos		13.195,21	18.906,15	25.331,11	31.814,84	39.295,14	47.167,77	55.426,05	64.587,05	74.695,99	85.112,44
(-) 22% Impuesto a la Renta		(2.902,95)	(4.159,35)	(5.572,84)	(6.999,27)	(8.644,93)	(10.376,91)	(12.193,73)	(14.209,15)	(16.433,12)	(18.724,74)
(=) UTILIDAD NETA		10.292,26	14.746,80	19.758,27	24.815,58	30.650,21	36.790,86	43.232,32	50.377,90	58.262,87	66.387,71
(+) Depreciacion (de activos fijos)		3.122,68	3.122,68	3.122,68	3.122,68	3.122,68	3.122,68	3.122,68	3.122,68	3.122,68	3.122,68
(+) valor en libros		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Inversión	(54.576,50)	-	-	(270,00)	-	(251,70)	(270,00)	-	-	(270,00)	-

(+) Préstamo	44.621,20										
(-) Capital de trabajo	(52.359,53)										
(-) Amortización deuda		(2.779,70)	(3.061,84)	(3.372,62)	(3.714,94)	(4.092,01)	(4.507,35)	(4.964,84)	(5.468,77)	(6.023,85)	(6.635,27)
(+) Recuperación Capital de Trabj.											52.359,53
(+) Valor de Desecho											5.457,65
(=) Flujo Neto Efectivo	(62.314,83)	10.635,23	14.807,63	19.238,32	24.223,31	29.429,18	35.136,19	41.390,15	48.031,80	55.091,69	120.692,29

ANEXO 8 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS	651.489,90	684.064,39	718.267,61	754.180,99	791.890,04	831.484,55	873.058,77	916.711,71	962.547,30	1.010.674,66
Venta activo	-	-	270,00	-	251,70	270,00	-	-	270,00	-
Total ingresos	651.489,90	684.064,39	718.537,61	754.180,99	792.141,74	831.754,55	873.058,77	916.711,71	962.817,30	1.010.674,66
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Materia prima	(113.852,60)	(118.588,87)	(123.522,17)	(128.660,69)	(134.012,98)	(139.587,92)	(145.394,77)	(151.443,20)	(157.743,23)	(164.305,35)
Mano de obra directa	(128.729,34)	(134.084,48)	(139.662,40)	(145.472,35)	(151.524,00)	(157.827,40)	(164.393,02)	(171.231,77)	(178.355,02)	(185.774,58)
Costos indirectos de fabricación	(346.870,93)	(361.300,76)	(376.330,88)	(391.986,24)	(408.292,87)	(425.277,85)	(442.969,41)	(461.396,94)	(480.591,05)	(500.583,64)
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	(589.452,88)	(613.974,12)	(639.515,44)	(666.119,29)	(693.829,85)	(722.693,17)	(752.757,21)	(784.071,91)	(816.689,30)	(850.663,57)
(=) UTILIDAD BRUTA	62.037,02	70.090,27	79.022,17	88.061,71	98.311,90	109.061,38	120.301,57	132.639,81	146.128,00	160.011,09
GASTOS OPERACIONALES										
Gastos de Servicios	(1.902,00)	(1.981,12)	(2.063,54)	(2.149,38)	(2.238,80)	(2.331,93)	(2.428,94)	(2.529,98)	(2.635,23)	(2.744,85)
Gastos Administrativos	(32.689,52)	(34.049,40)	(35.465,86)	(36.941,24)	(38.477,99)	(40.078,68)	(41.745,95)	(43.482,58)	(45.291,46)	(47.175,58)
Depreciación (de activos fijos)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)	(3.122,68)
Gastos de Venta	(4.270,00)	(4.447,63)	(4.632,65)	(4.825,37)	(5.026,11)	(5.235,19)	(5.452,98)	(5.679,82)	(5.916,10)	(6.162,21)
valor en libros										
total gastos operacionales	(41.984,20)	(43.600,83)	(45.284,73)	(47.038,67)	(48.865,57)	(50.768,48)	(52.750,54)	(54.815,06)	(56.965,46)	(59.205,32)
(=) Utilidad Operacional	20.052,82	26.489,44	33.737,44	41.023,04	49.446,32	58.292,90	67.551,03	77.824,75	89.162,54	100.805,77
GASTOS NO OPERACIONALES										

Gastos Financieros (intereses sobre prestamos)	(4.529,05)	(4.246,91)	(3.936,13)	(3.593,81)	(3.216,75)	(2.801,41)	(2.343,91)	(1.839,98)	(1.284,90)	(673,48)
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	(4.529,05)	(4.246,91)	(3.936,13)	(3.593,81)	(3.216,75)	(2.801,41)	(2.343,91)	(1.839,98)	(1.284,90)	(673,48)
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB. E IMPUESTOS	15.523,77	22.242,53	29.801,31	37.429,23	46.229,58	55.491,49	65.207,11	75.984,76	87.877,63	100.132,29
(-) 15% Participación de Trabajadores	(2.328,57)	(3.336,38)	(4.470,20)	(5.614,38)	(6.934,44)	(8.323,72)	(9.781,07)	(11.397,71)	(13.181,65)	(15.019,84)
(=) Utilidad antes de Impuestos	13.195,21	18.906,15	25.331,11	31.814,84	39.295,14	47.167,77	55.426,05	64.587,05	74.695,99	85.112,44
(-) 22% Impuesto a la Renta	(2.902,95)	(4.159,35)	(5.572,84)	(6.999,27)	(8.644,93)	(10.376,91)	(12.193,73)	(14.209,15)	(16.433,12)	(18.724,74)
(=) UTILIDAD NETA	10.292,26	14.746,80	19.758,27	24.815,58	30.650,21	36.790,86	43.232,32	50.377,90	58.262,87	66.387,71

