



FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

Elaboración de un plan de negocios para la difusión turística a través de la implementación de bolsos ambientales bordados con leyendas del centro histórico de la ciudad de Quito.

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para optar por el título de Tecnólogo en Turismo.

Profesor Guía

Ing. Miguel Enrique Yuctor Álvarez

Autor

Esteban Alejandro Lora Guzmán

Año:

2013

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante Esteban Lora, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de trabajos de Titulación correspondiente”

Miguel Enrique Yuctor Álvarez

Ingeniero

C.I. 0105279319

DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Esteban Alejandro Lora Guzmán

C.I. 100251422-0

AGRADECIMIENTOS:

Quiero agradecer a todas las personas que me ayudaron en formar a un profesional, en especial a mi mamá y hermanos, que día a día estuvieron junto a mí, tanto en los buenos como en los malos momentos, gracias por esas críticas constructivas que me enseñaron, que con esfuerzo y perseverancia se obtienen lo que se quiere.

RESUMEN

Con el presente proyecto se quiere rescatar y promocionar a nivel nacional e internacional el trabajo artesanal-ancestral de las comunidades indígenas del Ecuador, mediante la elaboración y producción de bolsos artesanales con leyendas de Quito, por motivo de que se ha detectado una oportunidad de negocio la cual a través de éste producto se satisfacerla necesidades como la transportación de documentos y objetos personales y el del conocimiento a través de éstos de la cultura local.

Estos productos serán fabricados con lana de oveja natural. De la misma manera como valor agregado los turistas tendrán la oportunidad de observar la elaboración y producción de dichos bolsos como estrategia para el incremento del volumen de ventas.

Así mismo, para el presente proyecto se realizó una planificación prospectiva dentro del plan de negocios en donde se creó la misión, visión y valores, entre otros.

A su vez se ha realizado proyecciones con el mínimo de producción al que debemos llegar para el punto de equilibrio y tener estabilidad dentro del mercado.

Finalmente se pudo concluir que el proyecto tiene un grado de factibilidad alto, por motivo de que el análisis financiero realizado dio como resultado valores financieros promedio.

Hoy en día el mundo de la industria textil ha ido evolucionando, por ende los bolsos artesanales se lo están realizando con máquinas industriales de última tecnología y a un menor costo, porque no se requiere mayor esfuerzo por parte de las personas que lo elaboran. Por consecuencia, este proyecto quiere rescatar el arte ancestral en la elaboración de los bolsos con leyendas del Centro Histórico Quito, valorando el esfuerzo que se requiere para dicha elaboración y enseñar a las nuevas generaciones a valorar y amar el arte que hoy en día se ha perdido.

De la misma manera, se quiere aportar al turismo de forma histórico cultural, por motivo de que se ha obtenido resultados de aceptación del producto en las

encuestas de investigación de mercado de parte de los turistas nacionales y extranjeros para la adquisición de éstos bolsos artesanales.

ABSTRACT

With this project we want to rescue and promote nationally and internationally-craftsmanship ancestral indigenous communities of Ecuador, through the development and production of handmade bags with legends of Quito, on the grounds that it has encountered a business opportunity through which this product will satisfy needs such as transportation of documents and personal knowledge and through them to the local culture.

These products are made from sheep wool natural. In the same way as an added value tourists will have the opportunity to observe the development and production of such bags as a strategy for increasing sales volume.

Also, for this project was carried forward planning within the business plan that created the mission, vision and values, among others.

Turn has made projections with minimal production that we must get to the point of balance and stability in the market have.

Finally it was concluded that the project has a high degree of feasibility, because of the financial analysis resulted in average financials.

Today the world textile industry has evolved, therefore it handmade handbags are made with latest technology industrial machines at a lower cost, because it requires more effort from the people who make them.

Consequently, this project wants to rescue the ancient art in preparing bags with legends of the historic center of Quito, valuing the effort required for such development and teach new generations to appreciate and love the art today lost. Similarly, we want to contribute to a cultural historical tourism, because of results has been obtained product acceptance in the market research surveys on behalf of domestic and foreign tourists to purchase these handmade bag

ÍNDICE

Introducción.....	1
1. CAPÍTULO I. Turismo.....	2
1.1. Generalidades.....	2
1.2. Turismo a Nivel Internacional.....	2
1.3. Turismo en el Ecuador.....	3
1.4. Líneas de Productos Turísticos y variedades de Productos Específicos del Ecuador.....	5
2. CAPÍTULO II. Turismo en la ciudad de Quito.....	7
2.1. Centro Histórico de Quito.....	7
2.2. Iglesias del Centro Histórico de Quito.....	8
2.3. Perfil del turista que visita la ciudad.....	8
2.4. Leyendas que conforman el Patrimonio Intangible del Distrito Metropolitano de Quito.....	9
3. CAPÍTULO III. Plan de Negocios.....	16
3.1. Análisis de la Empresa.....	16
3.2. Análisis del Macroentorno.....	16
3.2.1. Entorno Político.....	16
3.2.2. Entorno Económico.....	16
3.2.3. Entorno Sociocultural.....	17
3.2.4. Entorno Ambiental.....	17
3.3. Fuerzas de Porter.....	17
3.3.1. Nuevos Entrantes.....	17
3.3.2. Rivalidad entre competidores.....	17

3.3.3. Poder de Negociación de los Compradores.....	18
3.3.4. Poder de Negociación de los Proveedores.....	18
3.3.5. Sustituto.....	18
3.4. Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.....	18
3.5. Factores clave del éxito.....	19
3.6. Planificación Prospectiva.....	20
3.6.1 Misión.....	20
3.6.2 Visión.....	20
3.6.3 Valores.....	20
3.7. Objetivos.....	20
3.7.1 Objetivos Estratégico.....	20
3.7.2 Objetivos Financiero.....	21
3.7.3 Estrategias Empresariales.....	21
3.8. FODA.....	21
3.8.1 Fortalezas.....	21
3.8.2 Oportunidades.....	21
3.8.3 Debilidades.....	22
3.8.4 Amenazas.....	22
3.9 Análisis de Mercado.....	22
3.9.1 Análisis de la Demanda.....	22
3.9.2 Investigación de Mercado.....	22
3.9.2.1 Tamaño de la Población de la Ciudad de Quito.....	22
3.9.2.2 Muestreo.....	23
3.9.2.2.1 Cálculo de la Muestra.....	23
3.9.2.2.2 Objetivos de la Investigación.....	23

3.9.2.3 Resultados de la Investigación.....	23
3.9.2.3.1 Perfil del Turista.....	24
3.9.2.3.2 Producto.....	28
3.9.3 Análisis de la Oferta.....	36
3.9.3.1 Competidores Directos.....	36
3.9.3.2 Competidores Indirectos.....	36
3.9.4 Análisis de Proveedores.....	37
3.9.5 Plan de Marketing.....	37
3.9.5.1 Producto: posicionamiento, Venta Competitiva, Marca.....	37
3.9.5.2 Servicio.....	38
3.9.5.3 Ventaja Competitiva.....	38
3.9.5.4 Marca.....	38
3.9.6 Posicionamiento.....	39
3.9.6.1 Precio.....	39
3.9.6.2 Plaza.....	39
3.9.6.3 Publicidad (medios de publicidad).....	39
3.9.6.4 Promoción (ofertas, promociones).....	39
4. CAPÍTULO IV. Estudio Técnico.....	40
4.1 Descripción.....	41
4.2 Tecnología.....	44
4.3 Equipo e Instalaciones.....	44
4.4 Materia Prima.....	44
4.5 Proveedores.....	44
5. CAPÍTULO V. Estructura Organizacional y Lega.....	45
5.1 Estructura Organizacional.....	45
5.1.1 Organigrama.....	45

5.1.2 Definición de Funciones.....	45
5.2 Estructura Legal.....	46
5.2.1 Obligaciones Laborales.....	46
6. CAPÍTULO VI. Estructura Financiera.....	46
6.1 Inversiones.....	46
6.1.1 Inversiones fijas.....	46
6.1.2 Inversión Diferida.....	47
6.1.3 Capital Trabajo.....	47
6.2 Inversiones y Financiamiento.....	47
6.2.1 Aportes Inversión-.....	47
6.2.2 Tabla de Amortización.....	48
6.3 Costos.....	48
6.4 Ingresos.....	49
6.5 Flujo de Caja e Indicadores Financieros.....	50
7 Conclusiones y Recomendaciones.....	51
7.1 Conclusiones.....	51
7.2 Recomendaciones.....	51
8 Referencias.....	52
9 Anexos.....	53

INTRODUCCIÓN:

El siguiente proyecto es una oportunidad de negocio identificada a raíz de la experiencia vivida dentro de la universidad, de la misma manera a través de la observación y técnicas de investigación como la encuesta se identificó que el trabajo de nuestros antepasados, en lo que respecta con lana de oveja se está perdiendo, es así que el presente proyecto va a dar a conocer la riqueza histórica cultural de Quito a través de sus leyendas y el valor artesanal de la elaboración de bolsos con lana de oveja donde se presentan técnicas únicas.

Es así que dentro del presente trabajo se describe:

En el primer capítulo se mencionará el concepto de turismo y su importancia en la economía mundial.

En el segundo acápite se describe el turismo en la ciudad de Quito, los principales atractivos turísticos y las leyendas más representativas.

En el último capítulo se presenta la empresa y su plan de negocios, en donde se presenta la misión, visión análisis del entorno y viabilidad financiera.

CAPÍTULO I

1. TURISMO

1.1. Generalidades

La actividad turística hoy en día es considerada como uno de las principales fuentes de ingreso económico a nivel mundial, por tal motivo existen varias organizaciones y autores que lo definen según su perspectiva, a continuación se describen algunos de estos conceptos:

Las Naciones Unidas definen al turismo como:

“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado”. (Recopilado: 07 de marzo de 2012. http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/9/turismo_cyd.pdf)

En conclusión, al turismo le considero como: el desplazamiento o actividad que se realiza dentro o fuera de su lugar habitual mayor de 24 horas y menor a 365 días, con fines de ocio.

1.2. Turismo a Nivel Internacional

La entidad que representa al turismo a nivel mundial es la Organización Mundial del Turismo, OMT, este organismo es el que diseña y promueve políticas para llevar de mejor manera esta actividad.

Dentro de los campos de acción de la OMT se encuentra emitir estadísticas sobre el turismo a nivel mundial, es así que esta entidad registró durante el primer bimestre de 2011 que el turismo a nivel mundial creció aproximadamente 5%.

La cifra viene a consolidar el incremento de 7% registrado en 2010. El crecimiento del turismo fue más fuerte en las economías emergentes, que presentaron una tasa de 6% frente a una de 4% por parte de las economías avanzadas.

La OMT resaltó que la evolución del turismo fue positiva en todas las regiones y subregiones del mundo, excepto Oriente Medio y el Norte de África, donde se presentaron caídas de alrededor de 10% ante la inestabilidad política que experimentan desde enero.

La organización indicó que la redistribución temporal de los viajes de estos últimos destinos permitió a Europa obtener mejores resultados de los esperados, al avanzar un 6% con respecto al mismo lapso del año previo.

Por su parte América presentó un avance de 5%, gracias a la afluencia de turistas hacia América del Sur y el Caribe; en el caso de América del Norte y América Central el crecimiento fue más débil.

En concreto, el turismo mundial ha crecido en 2011 un 4,4 por ciento, Y las previsiones para el año 2012 que acaba de iniciarse, la OMT espera un crecimiento a un ritmo algo inferior.

Así mismo a nivel internacional se celebra el Día Mundial del Turismo el 27 de septiembre de cada año en los 153 países miembros por la OMT. El propósito de la Celebración del Día Mundial del Turismo es sensibilizar a la comunidad internacional respecto de la importancia del turismo y de sus valores sociales, culturales, políticos y económicos.

1.3. Turismo en el Ecuador

En Ecuador, la legislación prescribe al turismo como: *“el ejercicio de todas las actividades asociadas al desplazamiento de personas fuera de su lugar habitual sin el ánimo de radicarse permanentemente en ellos”* (Art.2. Ley de Turismo, 2002), que no dista mucho de la concepción de turismo que propone la OMT.

Igualmente, se constituye como la tercera actividad económica luego de la extracción de petróleo y exportación de banano, ya que representa el 4,4% del Producto Interno Bruto, PIB, además posee un importante efecto multiplicador, porque es de aquellos fenómenos que contribuyen enormemente al progreso de una comunidad local ya que no incide en una o dos actividades económicas, sino que su resultado alcanza a gran parte de la sociedad: *“por cada dólar que regenera en la economía nacional, 10 centavos corresponden al turismo.*

Asimismo un incremento de un dólar en la demanda turística, genera el crecimiento de la producción (PIB) en 2,75 dólares, lo cual es un indicador significativo de su efecto multiplicador” (MINTUR, 2006).

Es así que el Ecuador gracias a sus atractivos turísticos tanto culturales como naturales en los últimos años ha incrementado su afluencia de turistas extranjeros esto se evidencia dentro del siguiente cuadro:

Llegadas de Extranjeros:

Tabla 1.Llegada de Extranjeros al Ecuador

MES	2011
ENERO	105,541
FEBRERO	86,424
MARZO	87,486
ABRIL	87,509
MAYO	82,811
JUNIO	99,944
JULIO	117,997
AGOSTO	98,987
SEPTIEMBRE	80,083
OCTUBRE	88,338
NOVIEMBRE	92,566
DICIEMBRE	113,292
TOTAL	1,140,978

Tomado de la Dirección Nacional de Migración

Dado las circunstancias que anteceden, en el Ecuador se ha creado planes nacionales que fomentan a la actividad turística y dentro de estos se encuentran el PLANDETUR 2020 que diferencia líneas de productos turísticos entre estos se encuentran:

1.4 Líneas de Productos Turísticos y variedades de Productos Específicos del Ecuador

Tabla 2. Líneas de Producción turística y variedades de Producción Específicas del Ecuador

Circuitos generales	Circuitos generales	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales
Sol y playa	Sol y playa		Reservas y bosques privados
Turismo comunitario	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales	Turismo de deportes y aventura	Observación de flora y fauna
	Mercados y artesanías		Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes fluviales
	Shamanismo		Deportes aéreos
	Fiestas populares	Deportes acuáticos	Turismo de salud
	Turismo religioso	Termalismo	
	Turismo urbano	Medicina ancestral	
	Turismo arqueológico	Agroturismo	SPA's
CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	Haciendas, fincas y plantaciones		
Haciendas históricas	Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias	
Parques temáticos	Parques temáticos	Turismo de cruceros	Cruceros

Tomado de Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador

Sol y playa.- Es el desplazamiento de personas a las orillas del mar donde pueden relajarse tomando el sol, realizando deportes extremos, de aventura y navegar por el mar.

Turismo Comunitario.- Es la participación y planificación de la comunidad en obtener ingresos económicos, mediante el desarrollo turístico.

Turismo Cultural.- Comprende a la modalidad de aquellos aspectos culturales que se encuentran en las parroquias, comunidades, pueblos, ciudades, campo relevantes que ayudan al turismo a su desarrollo.

Parques Temáticos.- Son sitios o lugares donde resalta las particularidades de un lugar o cosa, que sea parte de la atracción, mucho más complejo que un parque de atracciones.

Ecoturismo y turismo de naturaleza.- Comprende el desarrollo turístico en la naturaleza aplicando las buenas prácticas y contribuir con la sostenibilidad.

Turismo de deportes y aventura.- Tiene un gran poder de convocatoria y está ligado con la celebración de torneos, prueba, campeonatos, etc. atrae a una población joven y activa.

Turismo de salud.- comprende al desplazamiento de personas de su lugar habitual asía otro, por motivos de salud, donde se practica técnicas ancestrales, para el mejoramiento tanto de su estado físico como espiritual.

Turismo de convenciones y congresos.- Es el turismo que se practica aprovechando el evento de cualquier manifestación o celebración de tipo cultural, exposiciones, conciertos, congresos etc. En estos actos participan personas con un poder adquisitivo y nivel cultural que son deseados por todos los organizadores.

Turismo de cruceros.- Es la actividad turística que se lo realiza en el océano para el traslado de un lugar a otro si fines de lucro.

CAPÍTULO II

2 TURISMO EN LA CIUDAD DE QUITO

San Francisco de Quito fue fundada el 6 de diciembre de 1534 por Diego de Almagro, es la capital de la República del Ecuador, y la capital de la provincia Pichincha. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, en el censo realizado en el año 2010 menciona que la ciudad de Quito tiene 2'239.199 habitantes.

Quito es una ciudad con gran historia y belleza es así que a continuación se describen algunos de los atractivos turísticos más importantes de la ciudad:

2.1 Centro Histórico de Quito

También conocido como "Relicario de Arte en América". El Centro Histórico de Quito es Patrimonio Cultural de la Humanidad, es el más grande y mejor conservado monumento histórico de América.

Asentado entre volcanes andinos, a 2.800 metros sobre el nivel del mar, el Centro Histórico de Quito se extiende por más de 320 hectáreas convirtiéndose no solamente en el Centro Histórico más grande sino también en uno de las más impresionantes joyas artísticas, históricas y arquitectónicas.

Esta importante zona, alberga invaluableles iglesias, capillas, monasterios y conventos coloniales, plazas, museos, edificaciones republicanas, la sede del gobierno nacional, la alcaldía y una interesante arquitectura de inicios del siglo XX.

En septiembre de 1978, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO describe a Quito como "*un ensamble sui generis armónico, donde las acciones del hombre y la naturaleza se han juntado para crear una obra única y trascendental en su categoría*" y declaró al Centro Histórico de Quito como Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad.

2.2 Iglesias del Centro Histórico de Quito

Durante siglos conocida como el claustro de América por su gran concentración de iglesias y monasterios en un espacio reducido, el Centro Histórico de Quito se precia de tener tres de las construcciones más emblemáticas de la arquitectura clasicista del continente: la Basílica del Voto Nacional, la Iglesia de San Francisco y la de La Compañía de Jesús.

Edificios civiles, plazas y museos del centro histórico

Corresponden a la mayoría de inmuebles patrimoniales, entre ellos se encuentran edificios públicos y privados, palacios señoriales, mansiones, casonas y edificios culturales y comerciales. También encontramos plazas históricas y los museos más importantes de la ciudad.

Las principales edificaciones son: “el Palacio de Carondelet, sede del gobierno nacional; el Palacio de Cristal, el Palacio de la Vicepresidencia, el Palacio Hidalgo, actualmente conocido como Hotel Plaza Grande, el Palacio de La Recoleta. Las plazas más importantes son la Plaza Grande o Plaza de la Independencia; la Plaza de San Francisco y la Plaza de Santo Domingo.

En cuanto a los museos también encontramos una alta concentración en el Centro Histórico de Quito, siendo los principales el Museo de la Ciudad, el Museo Alberto Mena Caamaño, el Convento de San Francisco, el Museo Numismático, el Museo del Banco Central entre otros.” (Recopilado: 13 de marzo de 2012: (<http://www.codeso.com/TurismoQuito.html>))

Dada la gran riqueza cultural que posee la ciudad de Quito, es así que ha generado un gran interés por parte de turistas nacionales y extranjeros por visitarla, generando los siguientes datos

2.3 Perfil del turista que visita la ciudad.

He llegado a la conclusión a través de la investigación de mercados realizada, que el turista que visita la ciudad de Quito tiene las siguientes características: En su mayoría el turista proviene de Estados Unidos, tiene una edad promedio de 30 a 65 años de edad, el motivo de viaje es: turismo de aventura, de ocio, compras, histórico-cultural, comunitario, ecoturismo, con un nivel económico

medio-alto.

Así mismo el turista dispone de una a dos semanas y quiera llevar consigo los recuerdos que va recolectando en el transcurso de su viaje.

Cabe recalcar que el turista tiene ganas de aprender la cultura, historia y llevar consigo las artesanías de nuestro país, por tal motivo hemos visto que la gran riqueza cultural y natural tanto de la ciudad de Quito como de sus alrededores ha generado gran interés a turistas nacional y extranjeros.

Es así que buscando recuperar y conservar la cultura de la ciudad a través de la memoria colectiva se describe a continuación las leyendas que son parte de la sociedad quiteña y en las cuales se basa el presente trabajo de investigación para hacerlas conocer a través de bolsos artesanales que contengan éstas.

2.4 Leyendas que conforman el Patrimonio Intangible del Distrito Metropolitano de Quito.

La leyenda es una narración de sucesos fabulosos transmitidos por tradición oral. (Editorial Kapelusz, S.A., pag. 207), es así que el presente proyecto se enfoca principalmente en transmitir a los turistas tanto extranjeros como nacionales las leyendas que han ido pasando de generación en generación y llevar a otros países o localidades el interés de conocer las leyendas como parte de la cultura quiteña.

A continuación se describe las leyendas más representativas de la ciudad de Quito:

LEYENDA EN LA CASA 1.028

Había una vez una niña llamada Bella Aurora. Era hija de padres ricos y cariñosos. En aquel tiempo la Plaza de la Independencia no tenía el monumento a la Libertad, sino una pila al centro. Allí se realizó una gran corrida de toros.

En segundo lugar salió un toro negro. Luego de mirar a su alrededor se acercó lentamente hacia Bella Aurora, quien se desmayó del susto. Sus padres la llevaron a curarla del espanto.

Dicen que el toro negro se desesperaba en la plaza. Buscaba a la niña. Al no encontrarla saltó la barrera y se fue a la casa 1.028. Rompió la puerta de la calle. Subió al corredor. Olfateó por todas partes. Entró al dormitorio de Bella Aurora. Al ver al toro, ella quiso huir, pero no tuvo fuerzas.

Solo alcanzó a dar un grito fuerte, mientras el toro la embestía. El animal desapareció después. Se hizo humo.

-¿Y los padres de Bella Aurora?

-Lloraron bastante por la muerte de su querida hija.

Mosquera, R.2005 "*Quito, Arrugas Inolvidables*". Quito. Ecuador.

LEYENDA DEL GALLO DE LA CATEDRAL

Había una vez un hombre muy rico que vivía como príncipe. Muy por la mañana comía el desayuno.

-¿no se toma el desayuno?

-Sí, pero este señor comía el desayuno. Pues, le servían una gran taza de leche "postera", con gotas de algún licor; un plato de lomo fino, bien asado; pasa enteras, huevos fritos y una taza de chocolate con pan de huevo y queso de Cayambe.-¡Más que almuerzo!

Así es. Barriga llena, corazón contento, don ramón gozaba de la vida. Después del desayuno dormía la siesta. A la tarde, oloroso a perfume, salía a la calle. Bajaba a la Plaza Grande. Se paraba delante del gallo de la Catedral. Burlándose le decía:

-¡Qué gallito! ¡Qué disparate de gallito!

Luego Don Ramón seguía por la bajada de Santa Catalina. Entraba en la tienda de la señora Mariana. Allí se quedaba hasta la noche. Cuando regresaba a su casa, don Ramón ya estaba coloradito. Había tomado algunas mistelas. Entonces gritaba:

-¡Para mí no hay gallitos que valgan! ¡Ni el gallo de la Catedral!

¡Don Ramón se creía el mejor gallo del mundo! Una vez... había tomado más mistelas que de costumbre. Al pasar por el atrio de la Catedral, volvió a desafiar al gallo:

- ¡Qué tontera de gallito! ¡No hago caso ni gallo de la Catedral!

En ese momento se volvió más oscura la noche. Sintió que una espuela enorme le rasgaba las piernas. Cayó herido. El gallito le sujetaba y no le dejaba moverse. Un sudor frío corría por el cuerpo de don ramón. Creí que le había llegado el momento de morir. En eso oyó una voz que le decía:

¡Prométeme que no volverás a tomar mistelas!

¡Lo prometo! ¡Ni siquiera tomaré agua!

¡Prométeme que nunca jamás volverás a insultarme!

¡Lo prometo! ¡Ni siquiera te nombraré!

¡Levántate, hombre! ¡Pobre de ti si no cumples tu palabra de honor.

Muchas gracias por tu perdón, gallito.

Conseguido lo que esperaba, el gallito regresó a su puesto.

Mosquera, R.2005 "*Quito, Arrugas Inolvidables*". Quito. Ecuador.

LEYENDA DE LA OLLA DEL PANECILLO

Había una mujer que llevaba su vaquita al Panecillo.

Allí la pasaba siempre porque no tenía potrero propio.

Un buen día, mientras recogía un poco de leña, dejó al animal cerca de la olla que todavía hay en la cima de la colina. A su regreso ya no lo encontró en ese lugar. Llena de susto se puso a buscarlo por los alrededores.

Algunas horas pasaron y la vaquita no asomó. Bajó hasta el fondo de la enorme olla y dio más bien con la entrada de un inmenso palacio encantado. Sentada en el trono estaba una bella princesa.

Al ver ahí a la humilde señora, la Princesa le preguntó sonriendo acerca del motivo, de su visita. Llorando le contó lo sucedido esa tarde.

También le dijo que, de no hallar a su vaquita lechera se quedaría en la mayor miseria del mundo.

Para calmar un tanto el sufrimiento que padecía, la Princesa le regaló un choclo y un ladrillo de oro. También la consoló asegurándole que su querida vaquita estaba sana y salva en el prado.

La pobre mujer no tuvo sino lágrimas de gratitud por semejante generosidad. Y salió contenta del palacio, sujetando bien contra su pecho el maravilloso obsequio. Apenas llegó a la puerta de la olla mágica tuvo otra gran sorpresa. La vaquita le lanzó un mugido y movió con cariño su cola. La dueña y su animal se dirigieron al hogar, en donde vivieron felices por el resto de sus días.

Mosquera, R.2005 "*Quito, Arrugas Inolvidables*". Quito. Ecuador.

LEYENDA DEL PADRE ALMEIDA

En esta histórica se cuenta, como un padre el cual no era precisamente el mejor debido a su mala conducta.

La leyenda cuenta que este padre, todas las noches salía a tomar aguardiente, para salir tenía que subir en un brazo de la estatúa de Cristo, pero una noche mientras intentaba salir se dio cuenta que la estatua lo regreso a ver y le dijo: ¿Hasta cuándo padre Almeida? y este le contesto "Hasta la vuelta" y se marchó. Una vez ya emborrachado, salió de la cantina y se encontraba paseando en las calles de Quito, hasta que pasaron 6 hombres altos completamente vestidos de negro con un ataúd, aunque el padre Almeida pensó que era un toro con el cual chocó y se desplomo, pero al levantarse regreso a ver en el interior del ataúd, y ere él, el padre Almeida, del asombro huyo del lugar. Se puso a pensar que eso era una señal y que si seguía así podía morir intoxicado, entonces desde ese día ya no ha vuelto a tomar y se nota en la cara de la estatua de Cristo más sonriente.

Mosquera, R.2005 "*Quito, Arrugas Inolvidables*". Quito. Ecuador.

LEYENDA DE CANTUÑA

La leyenda de Cantuña es muy particular en nuestro país. Esta es una leyenda que divierte mucho a la vez que atemoriza. En el libro "Quito-Arrugas Inolvidable" de Ramiro Mosquera Regalado hallamos la siguiente versión:

Cantuña tenía una labor que había sido asignada por los franciscanos que era construir una Iglesia en Quito. Este acepto y puso como plazo seis meses, a cambio el recibía una gran cantidad de dinero.

Aunque parecía una hazaña imposible lograr terminarla en seis meses, Cantuña puso su máximo esfuerzo y empeño en terminarla, reunió un equipo de indígenas y se propuso terminarla. Sin embargo la edificación no avanzaba como ella esperaba.

Cantuña decide vender su alma al diablo a cambio de que terminara la construcción lo más rápido posible. Cantuña ya se vio perdido debido a que vio que los diablillos avanzaban de una manera insuperable, fue aquí cuando al indio Cantuña se le ocurrió una idea y se escabulló en la edificación sin ser visto y cogió la última piedra y escribió: "Quién ponga esta última piedra en su lugar reconocerá que Dios es más grande que él". El diablo al ver esto huyó y Cantuña se salvó.

Mosquera, R.2005 "*Quito, Arrugas Inolvidables*". Quito. Ecuador.

CAPÍTULO III

3. PLAN DE NEGOCIOS

3.1. Análisis de la Empresa

La empresa nace a través de una idea de negocio que pretende rescatar la memoria colectiva que se refleja en leyendas de la ciudad de Quito. El propietario de la misma es Esteban Lora quien identificó una necesidad insatisfecha por parte de la oferta.

El negocio consiste en la elaboración y venta de bolsos artesanales con técnicas ancestrales como el hilado y urdido, así mismo utiliza materiales que no contaminan al medio ambiente como la lana de oveja.

Para tener la ruta o rumbo que debe tener el negocio es importante analizar los factores del entorno tanto externo como interno que ayudarán el primero a identificar tendencias de comportamiento actuales de los compradores potenciales y el segundo a establecer la organización interna de la empresa.

3.2. Análisis del Macroentorno

3.2.1. Entorno Político

Las Políticas de Estado implementadas por el Gobierno Nacional como: la creación del PLANDETUR 2020, Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador, PIMTE 2014, programas internos como el Plan de Capacitación Nacional y Consolida Turismo Comunitario han generado un cambio trascendental en las políticas turísticas del país, las cuales han generado el incremento del ingreso de turistas extranjeros.

3.2.2. Entorno Económico

El Ecuador al poseer como moneda oficial el dólar americano, esto ha generado una estabilidad económica importante debido a que la inflación anual no ha superado el 10%, en comparación con las demás economías de América del Sur, esto ha beneficiado a que los turistas muestren interés porque el poder adquisitivo de éstos dentro de nuestro país les permiten acceder a más productos.

3.2.3. Entorno Sociocultural

La actual tendencia de un turismo de experiencias ha generado que el turista busca enriquecerse de las culturas locales, a través de la vivencia con la comunidad local.

3.2.4. Entorno Ambiental

La responsabilidad ambiental que tienen las empresas con el entorno, hacen que éstas produzcan sus artículos con normas que preservan el ambiente, de la misma manera el Estado Ecuatoriano dentro de la Constitución establece principios que respetan a la naturaleza.

3.3 Fuerzas de Porter

3.3.1. Nuevos Entrantes.

Existe la posibilidad del ingreso de competidores al mercado textil, ya que el Ecuador es un país con mucha habilidad y productividad en la elaboración de bolsos artesanales.

Sin embargo la calidad del servicio, atención al cliente, disminución de costos, análisis de presupuestos y la gran diversidad de bolsos con leyendas del centro histórico de Quito, generarán un valor agregado del producto.

3.3.2. Rivalidad entre competidores.

Existe una gran rivalidad en el Ecuador debido a que existen provincias con los mismos productos artesanales, éstas son: la Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo y al sur la Provincia de Azuay, cantón Cuenca, ya que en los principales puntos de competencia como son Otavalo (mercado artesanal más grande y afluente de turistas nacionales y extranjeros).

En Cuenca, se elabora bolsos ya establecidos en el mercado nacional, nuestra producción va a estar dentro de la competencia nacional en bolsos artesanales, porque se aplicara técnicas de venta, servicios y manejo de los costos, de alta calidad.

3.3.3. Poder de Negociación del los Comprador.

El poder de negociación de los compradores es directamente proporcional al volumen de compra que estos realicen de los bolsos artesanales. Por consecuencia esta fuerza tiene un poder bajo.

3.3.4. Poder de Negociación del los Proveedores.

El poder de negociación de los proveedores es directamente proporcional al volumen de compra de la materia prima para la fabricación de los bolsos artesanales.

3.3.5. Sustitutos.

Existe productos sustitutos como: mochilas, canguros que satisfacen la misma necesidad del producto ofertado.

3.4. Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter

Tabla 3. Rivalidad

Rivalidad	Fuerte	Débil
Cuando los rivales se mueven activamente para incrementar sus ventas	SI	
Cuando los rivales son parecidos en tamaño	SI	
Cuando es fácil para los clientes cambiar de marca	SI	

- La rivalidad en este caso es muy alta por encontrarse en una industria fragmentada por tanto la rivalidad entre competidores es fuerte.

Tabla 4 Nuevos Entrantes

Nuevos entrantes	Fuerte	Débil
Cuando la lista de potenciales entrantes es larga	SI	
Cuando los rivales actuales están buscando expandirse		No
Cuando las barreras de entrada son bajas	SI	

- La amenaza de nuevos entrantes es moderada ya que las barreras de entrada son bajas ya que el capital requerido no es muy alto.

Tabla 5 Sustitutos

Sustitutos	Fuerte	Débil
Hay buenos productos sustitutos fácilmente disponibles	Si	
Resulta barato para clientes cambiar por sustitutos	SI	
Clientes comienzan a sentirse cómodos con los sustitutos		No

- La amenaza de sustitutos es moderada.

Tabla 6 Proveedores

Proveedores	Fuerte	Débil
Costo por reemplazar al proveedor es alto		No
Hay escasez de producto suministrado		No

- La fuerza de los proveedores es débil.

Tabla 7 Clientes

Clientes	Fuerte	Débil
Los compradores son grandes empresas y adquieren gran parte de la producción		No
Los compradores tienen poder para decidir la compra	SI	
Número de compradores reducido		No

- La fuerza de los clientes es débil, no tienen poder de negociación

En conclusión al analizar las fuerzas de Porter se deduce que la industria es moderadamente atractiva y se debe implementar estrategias para contrarrestar el poder de negociación de los proveedores y de los clientes.

3.5. Factores clave del éxito

Factores claves de la empresa de Bolsos artesanales con leyendas del centro histórico de la ciudad de Quito son:

- Ubicación.
- Fabricación.
- Promociones.
- Calidad de servicio.
- Calidad en atención al cliente.
- Trato justo a nuestros asociados.
- Calidad del producto.

- Capacitación continua.

Estos factores son la fuente para alcanzar el éxito que se quiere para nuestra empresa, los cuales ya se está implementando con la capacitación de nuestros asociados, a futuro crear fuentes de trabajo y crear más empresas para fabricar bolsos artesanales, llegando a otros países.

3.6 Planificación Prospectiva

3.6.1. Misión.

Elaborar bolsos de alta calidad con tradiciones representadas en Leyendas del Centro Histórico de Quito y plasmadas dentro de la técnica gráfica, utilizando prácticas ancestrales en la elaboración de nuestros productos para satisfacer la necesidad de comodidad en la transportación de pertenencias de nuestros clientes.

3.6.2 Visión.

Expandir la producción a otros países del mundo, dando a conocer las riquezas culturales del Ecuador, dentro de 5 años.

3.6.3 Valores:

Trabajo en equipo.

Honestidad.

Humildad.

3.7. Objetivos

3.7.1. Objetivos Estratégicos

- Competir con micro empresas artesanales del país que se encuentran establecidas en el mercado.
- Generar una diferenciación del producto ofertado con mini tours por el Centro Histórico de Quito.
- Disminuir costos e incrementar la productividad.

3.7.2. Objetivos Financieros

- Incrementar el 5% anual en el flujo de efectivo a través del buen manejo contable de la empresa.
- Mantener la utilidad durante todos los años a través de una publicidad constante.

3.7.3. Estrategias Empresariales

- Capacitar frecuentemente a los empleados.
- Publicitar el producto dentro y fuera de la ciudad de Quito.
- Promociones continuas para fidelidad de los clientes.
- Brindar una excelente calidad en el servicio y atención al cliente.
- Trato justo para con los empleados.

3.8. FODA

3.8.1. Fortalezas

- La materia prima y elaboración de los bolsos son hechos a mano por artesanos.
- Variedad de atractivos turísticos culturales para ser impresos en los bolsos.
- Ubicación de la empresa en el Centro Histórico de Quito.
- Visualización por parte de los clientes en el momento de la fabricación de los bolsos.

3.8.2. Oportunidades

- Oportunidad de incrementar las ventas en eventos, feriado, entre otros.
- La construcción del metro que pasara por el Centro Histórico de Quito, por la facilidad de transportación evitando así entrar en la congestión que se genera en el Centro Histórico.
- Oportunidad de salir al mercado extranjero a través de alianzas estratégicas con empresas extranjeras.

3.8.3. Debilidades

- El tiempo que toma en realizar un bolso artesanal es largo.
- Falta de capital para invertir en la empresa.
- Falta de experiencia en la venta de este producto.

3.8.4. Amenazas

- Tráfico peatonal que se genera en el Centro Histórico por la aglomeración de visitantes.
- Delincuencia.
- Venta de bolsos por personas ambulantes en el Centro Histórico.

3.9. Análisis de Mercado

3.9.1. Análisis de la Demanda

La demanda que se determinó fue: según la necesidad de transportar objetos y consigo una leyenda del Centro Histórico de la ciudad de Quito.

De la misma manera se analizó el interés de conocer la historia por medio de leyendas y fotografías, ya que son muy llamativas para los turistas y así difundir por el mundo lo que posee el Ecuador.

3.9.2. Investigación de Mercado

3.9.2.1. Tamaño de la Población de la Ciudad de Quito.

Tabla 8. Tamaño de la población de la Ciudad de Quito

<i>Mercado Total</i>	1'005.297 *	100%
<i>Mercado Potencial</i>	100.529	10% ¹
<i>Mercado Meta</i>	5026	0,03%

Tomado de Ministerio de Turismo/ Ingresos de Turistas año 2011.

3.9.2.2. Muestreo

3.9.2.2.1. Cálculo de la Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizará la fórmula de población infinita debido a que la población es más de 100.000 habitantes:

n = Muestra.

N = Tamaño de la población.

P= probabilidad de éxito.

Q= probabilidad de fracaso.

E= Margen de error permitido.

Z= índice de riesgo fijado.

$$n = \frac{z^2 (P \times Q \times N)}{N \times E^2 + z^2(P \times Q)} \quad (\text{Ecuación 1})$$

$$n = \frac{1.96^2 (0,5 \times 0,5 \times 5026)}{5026 (0,05)^2 + 1.96^2 (0,5 \times 0,5)} = \frac{4826,9704}{12.067426} = 400h \quad (\text{Ecuación 2})$$

3.9.2.2.2. Objetivos de la Investigación

- Determinar el interés de conocer las leyendas y fotografías de atractivos turísticos del centro histórico de la ciudad de Quito.
- Establecer el precio para la venta de los bolsos artesanales.
- Determinar el interés del proceso de la elaboración y fabricación los bolsos artesanales.

3.9.2.3. Resultados de la Investigación

Para la investigación se utilizó la siguiente encuesta la cual determinó varios ítems como perfil del consumidor, modelo, diseño y precio del producto:

3.9.2.3.1. Perfil del Turista:

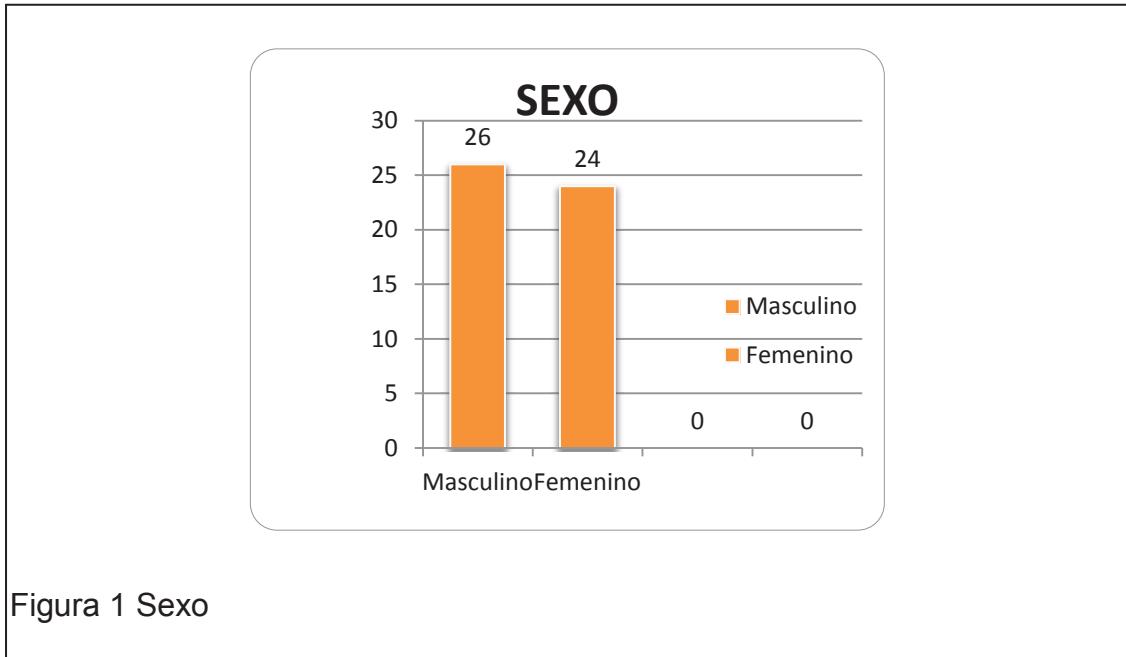
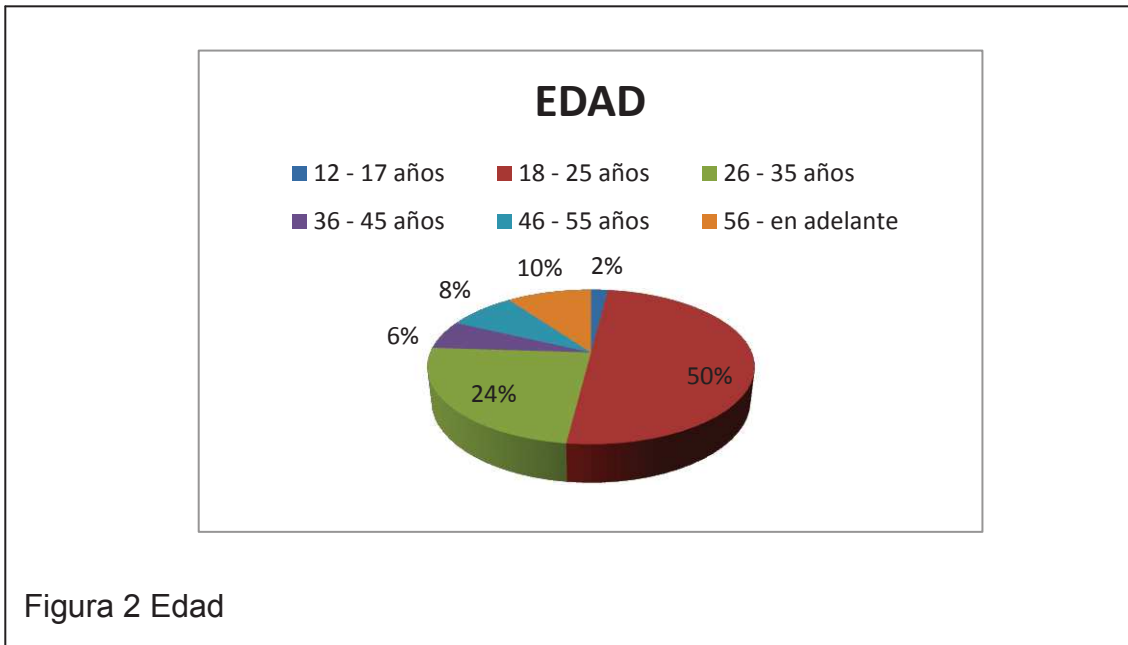
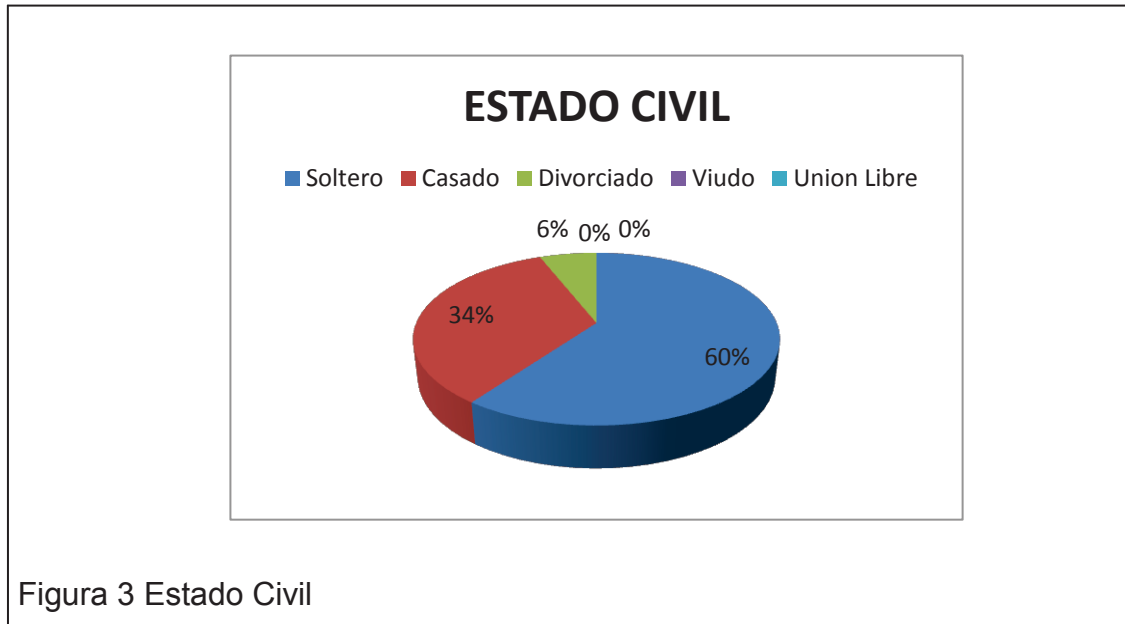


Figura 1 Sexo

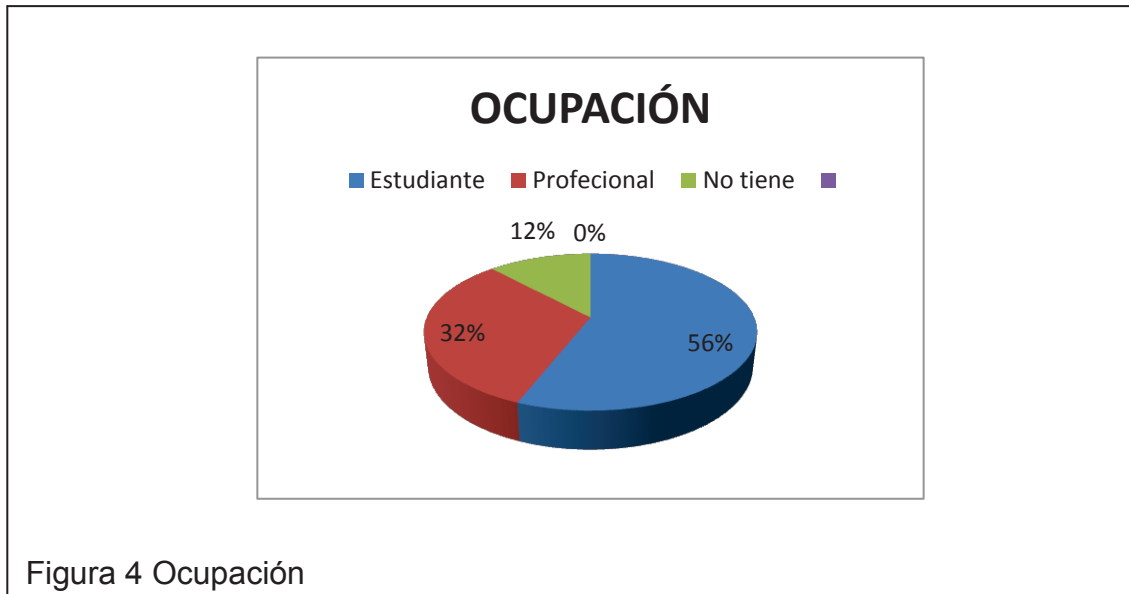
En el gráfico aquí presentado se puede observar que el 52% de los encuestados son del sexo masculino y el 48% es de sexo femenino.



En el presente gráfico se puede observar que el 50% de las personas encuestadas están en el rango de edad de 18 – 25 años, seguido por las personas de 26-35 años con el 24%, con el resultado en su mayoría el 50% y 24% está dentro del perfil del cliente.



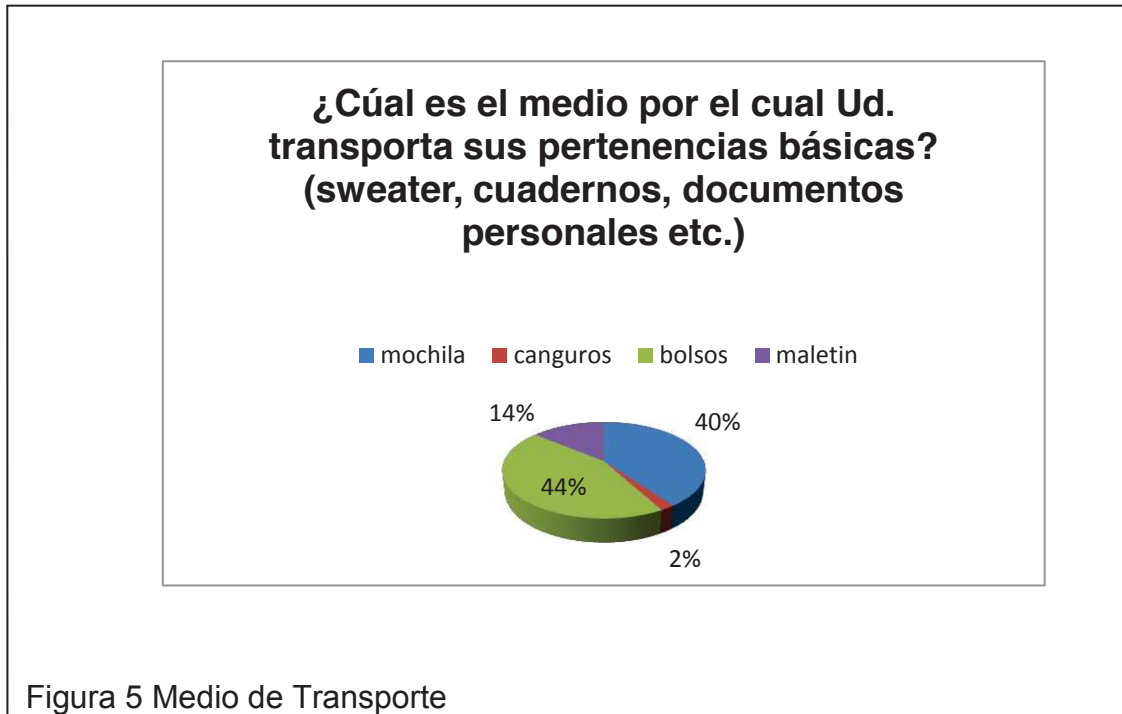
En este gráfico se observa que el 60% de los encuestados son solteros seguidos por el 34% de personas casadas y el 6% de los encuestados son divorciados.



En este gráfico en su mayoría de encuestados con un 56% son estudiantes, 32% son profesionales, 12% no tienen ocupación.

3.9.2.3.2. Producto

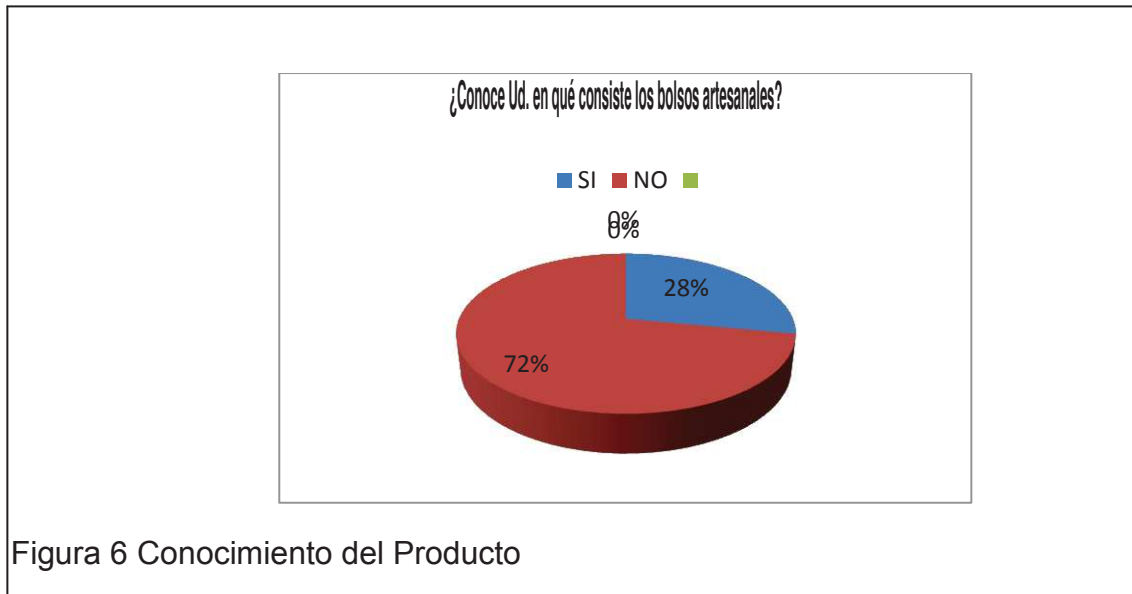
1.- ¿Cual es el medio por el cual Ud. transporta sus pertenencias básicas (sweater, cuadernos, documentos personales etc.)



En este gráfico se identifica que los bolsos tienen una gran aceptación con el 44% esto se demuestra que la empresa tiene una gran aceptación por su producto, que compite fuertemente con las mochilas que tienen el 40%.

2.- ¿Conoce Ud. en qué consiste los bolsos artesanales?

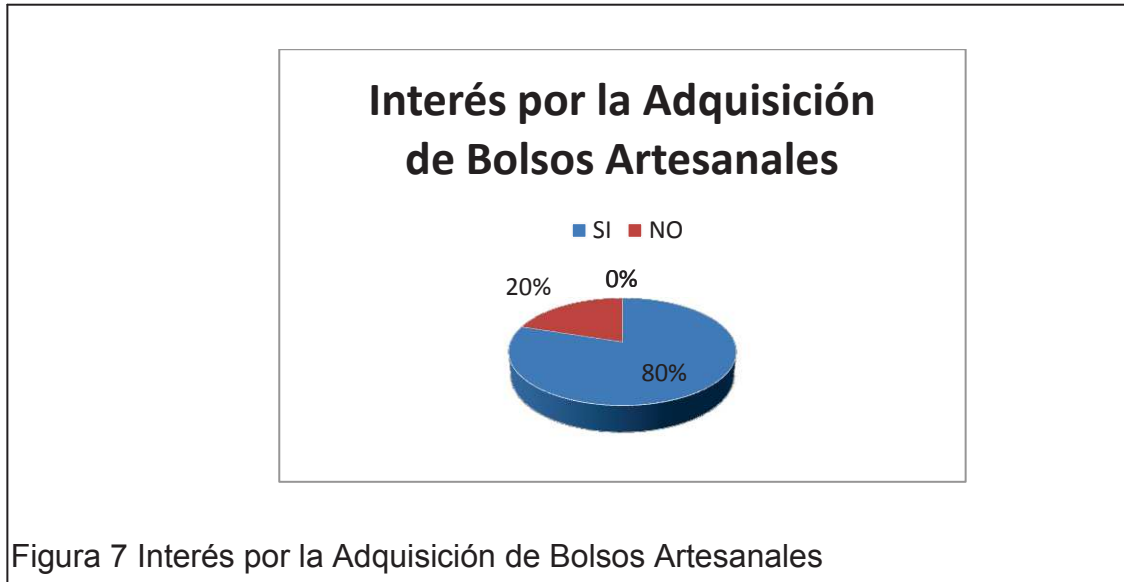
Si () No ()



Este gráfico indica que el 72% de las personas encuestadas desconocen la fabricación de los bolsos artesanales por ende en el momento de la compra de los bolsos artesanales, se les dará un mini tour por la fabricación y elaboración de los mismos.

3. ¿Está Ud. interesado en adquirir bolsos confeccionados por artesanos ecuatorianos?

Si () No ()



En este gráfico indica que la mayoría es el 80% de las personas encuestadas, están interesadas en adquirir los bolsos artesanales.

¿Por qué el interés de la Adquisición del Producto?

- Dando énfasis a los aspectos positivos se destacan:

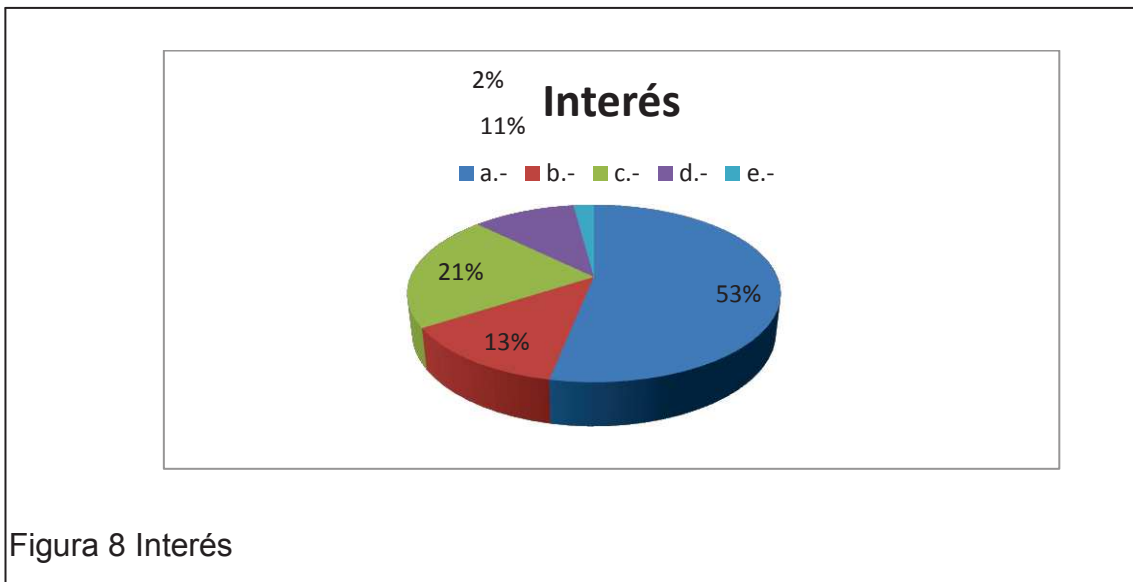
a.- Interés en el arte nacional.

b.- Diferencia entre otros bolsos.

c.- Diferente diseños.

d.- Buena Calidad

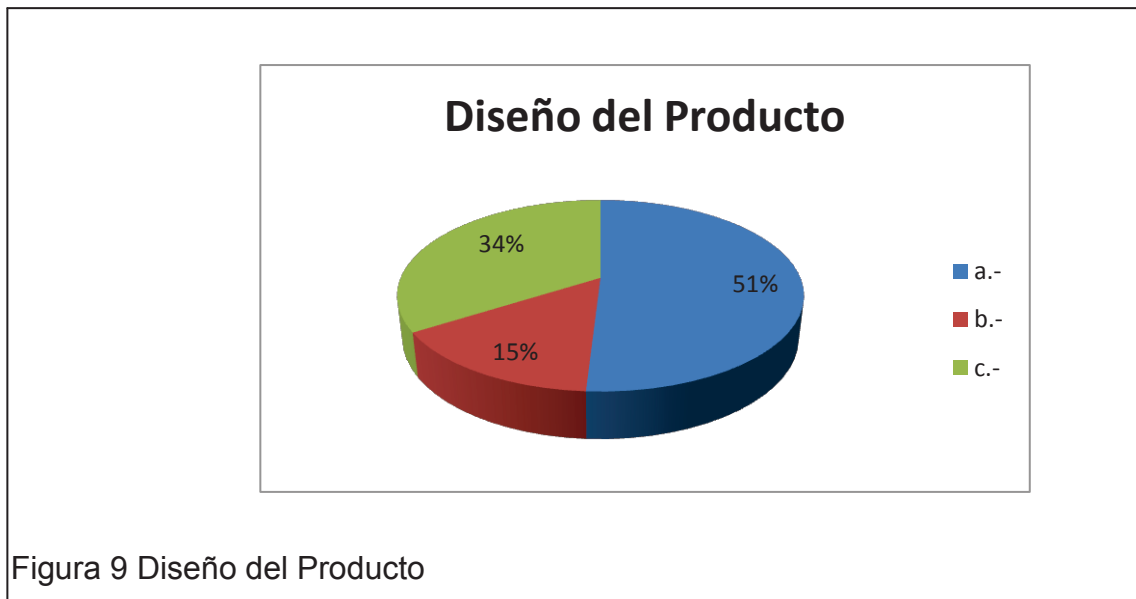
e.- Bolsos ecológicos.



En este gráfico indica que el 53% está interesado en adquirir los bolsos por que les interesa el arte ecuatoriano.

4.- Compraría un bolso artesanal que contenga:

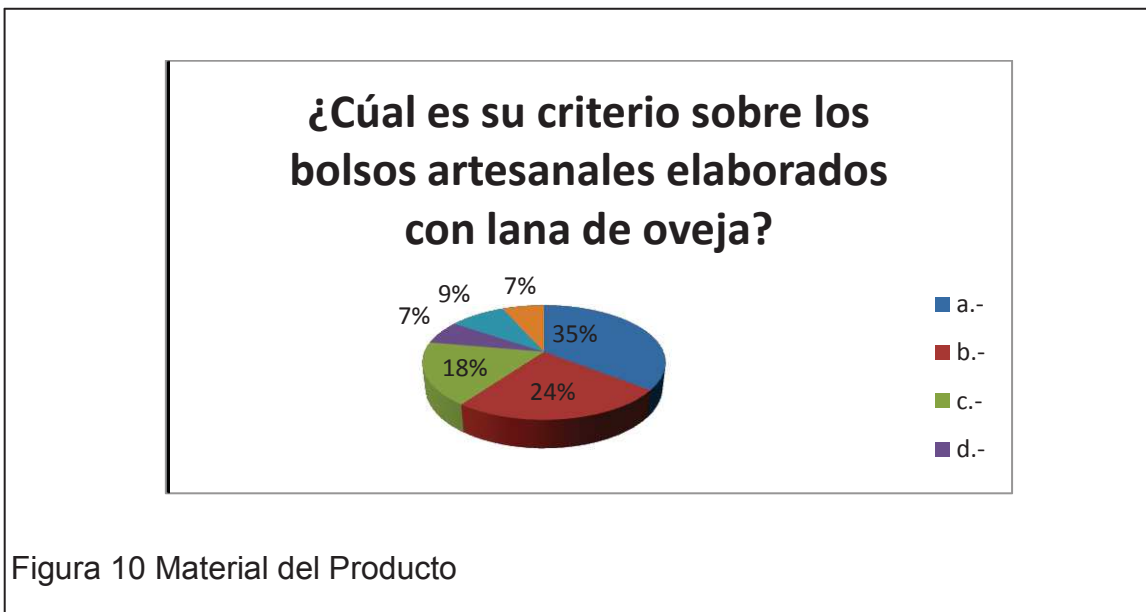
- a.- Una leyenda representativa del Centro Histórico de Quito.
- b.- Fotografía de las Iglesias más representativas del Centro Histórico de Quito.
- c.- Atractivos turísticos del Centro Histórico de Quito.



En este gráfico indica que el 51% de las personas encuestadas les interesa que en su bolso contenga una leyenda representativa del Centro Histórico de Quito, el 34% interesado que contenga Atractivos Turísticos del Centro Histórico de Quito y con el 15% Fotografías de las Iglesias más representativas del Centro Histórico de Quito. Este resultado es beneficioso para la empresa de bolsos artesanales.

5.- ¿Cuál es su criterio sobre los bolsos artesanales elaborados con lana de oveja?

- a.- Buena Calidad
- b.- Representa tradición de nuestro país.
- c.- Elaborado por manos artesanales del Ecuador.
- d.- Otros diseños
- e.- Maltrato animal
- f.- No conozco



Este gráfico indica el criterio de las personas encuestadas y es que el 35% les gusta por su buena calidad 100% natural esto es positivo, 24% opinaron por la tradición del Ecuador, 18% por la elaboración de las manos ecuatorianas.

6.- ¿Valora el esfuerzo de las personas que realizan bolsos artesanales?

SI () NO ()

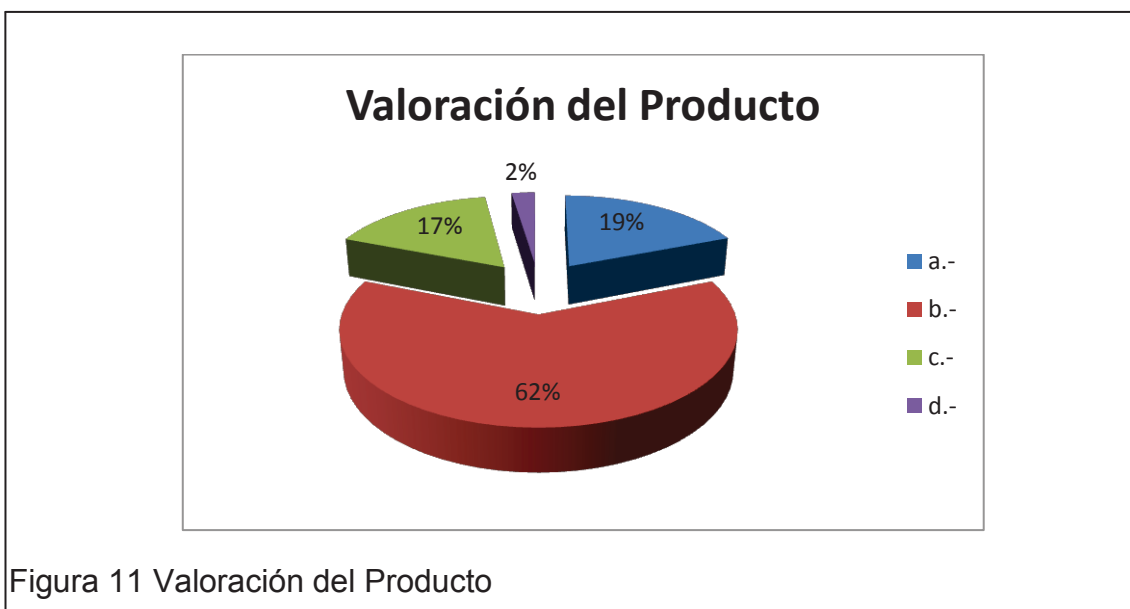
Por qué?

a.- Son hechos con mucha creatividad.

b.- Apoyo al talento nacional.

c.- Aporta al Ecuador.

d.- Son profesionales.



En este gráfico el 62% apoyan al talento nacional, 19% opinan que son hechos con mucha creatividad, el 17% aporta al Ecuador y el 2% dicen que son grandes profesionales al realizar los bolsos artesanales.

7. ¿Cuánto pagaría Ud. por un bolso artesanal?

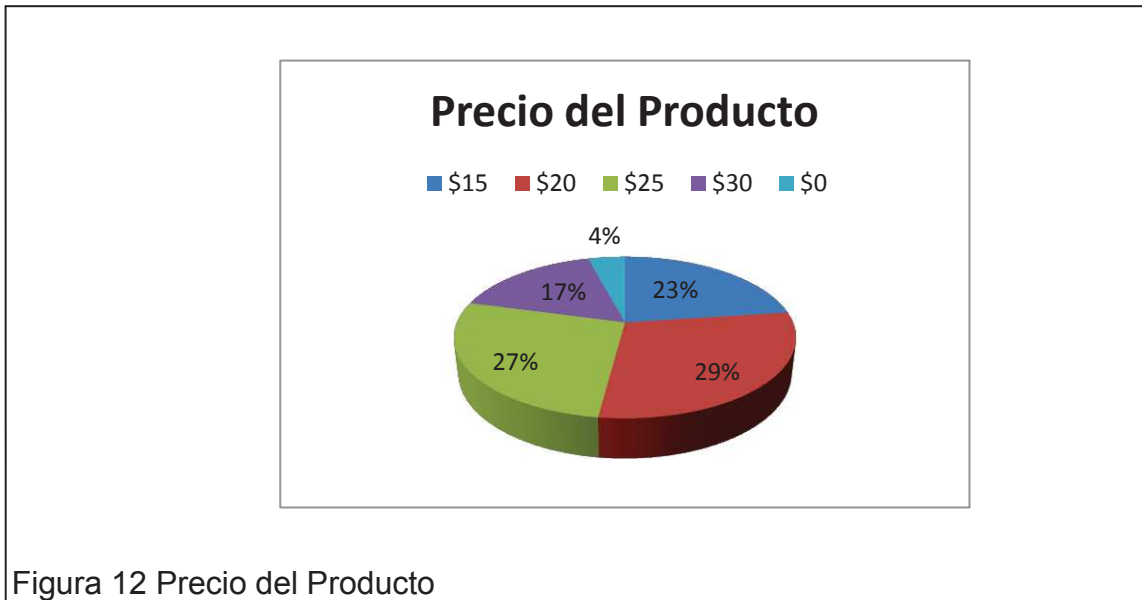
\$15

\$20

\$25

\$30

\$0



Este gráfico indica el 29% de las personas está dispuesta a pagar 20 dólares por lo un bolso seguido por el 27% de las personas que pagarían 25 dólares, esto quiere decir que el precio está acorde de lo estipulado por la empresa.

3.9.3. Análisis de la Oferta

La oferta del producto de los bolsos artesanales es muy variada, ya que existen grandes mercados, microempresas y pequeños negocios que realizan y distribuyen este producto, entre los competidores que afectan directa o indirectamente a la oferta se encuentran:

3.9.3.1. Competidores Directos

Tabla 9. Competidores Directos

Competidor	Ubicación	Producto	Principal Ventaja	Segmento al que se dirige
Mercado artesanal	Quito	Bolsos	Ubicación	Personas Extranjeras, de 10 a 60 años
Plaza de ponchos	Otavalo	bolsos	Ubicación y publicidad	Personas Extranjeras, de 10 a 60 años

3.9.3.2. Competidores Indirectos

Tabla 10. Competidores Indirectos

Competidor	Ubicación	Producto	Principal Ventaja	Segmento al que se dirige
Diferentes basares	Centro histórico de Quito	Bolsos carteras mochilas	Bajo precio	Nacionales y extranjeros

3.9.4. Análisis de Proveedores

Se proveerá la materia prima al por mayor para reducir costos, de igual manera materiales de trabajo, se llegará a un convenio con los proveedores, en donde se verá reflejado el beneficio de las dos partes.

Hacienda Peguche: será la encargada de proveer lana para la fabricación de los bolsos artesanales.

Cristian Albuja.- Persona que ayudará a imprimir la serigrafía.

Casa de tagua.- Proveerá con los botones de tagua.

3.9.5. Plan de Marketing

3.9.5.1. Producto: Posicionamiento, Ventaja Competitiva, Marca

Características físicas

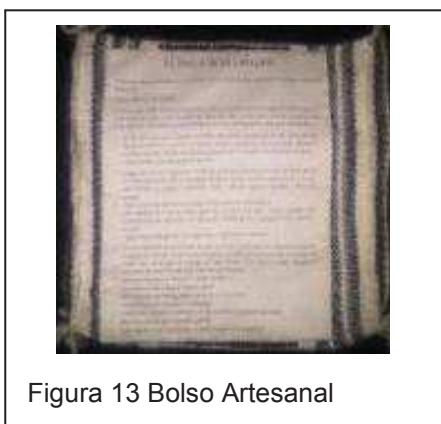


Figura 13 Bolso Artesanal

Se utiliza como materia prima la lana de oveja, es producida de la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, sector Peguche.

- Tela de color crema, tamaño A4, clase de tela gabardina, tipo de letra Arial black, tamaño de letra 12.
- En la tela gabardina tamaño A4 se encuentra impresa una leyenda de la ciudad de Quito utilizando la técnica de la serigrafía, para luego ser bordada en los bolsos artesanales.

Se puede observar todo este proceso de elaboración del bolso en el Anexo N°8

3.9.5.2 Servicio

Los bolsos se venderán directamente a los clientes con un servicio de calidad y satisfacción.

3.9.5.3. Ventaja Competitiva

Lana de oveja de mejor calidad y bolsos elaborados a mano por artesanos.

3.9.5.4. Marca

Logo:



Eslogan:

Disfrute la magia ancestral de otavalo transformado en bolso y llevelo por el mundo haciendo conocer una leyenda que represente a la ciudad de Quito.

Color Café= La Madre Tierra.

Color Azul= El Cielo

Color Verde= Ecosistema

Fotografía representativa tomada en Otavalo fuente de la materia prima.

3.9.6. Posicionamiento

Se iniciará el posicionamiento mediante volantes que se repartirá en los semáforos de las principales calles de Quito y en las afueras de los centros comerciales, así mismo en fechas cívicas y feriados como: el 10 de Agosto, fiestas de Quito se obsequiará llaveros de las islas Galápagos y postales del centro histórico de la ciudad de Quito.

Se realizará un tour para poder visualizar paso a paso la elaboración y fabricación de los bolsos artesanales desde la materia prima hasta el producto final.

3.9.6.1. Precio

El precio se orientó principalmente a la demanda extranjera el cual valoran el arte ecuatoriano, ya que el resultado de la investigación de mercados nos dio como indicador un precio de 25 Dólares Americanos por ende se incluirá el mini tour por las principales iglesias del centro histórico de Quito y la fabricación de los bolsos.

3.9.6.2. Plaza

La empresa se encuentra en el centro histórico de Quito, la venta será directa para mayor control de calidad en el servicio y para la recepción de turistas en la empresa.

3.9.6.3. Publicidad (medios de publicidad)

La publicidad se realizará a través de volantes en los semáforos de las principales calles de Quito, redes sociales, afiches en lugares de mucha afluencia de personas.

3.9.6.4 Promoción (ofertas, promociones)

Por la compra de un bolso, se obsequiará 2 entradas para observar la elaboración y producción de los bolsos artesanales, se obsequiarán llaveros de las islas Galápagos y postales del centro histórico de Quito.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

La ubicación de la empresa es en la calle García Moreno y Olmedo en el centro histórico de la ciudad de Quito, se eligió el lugar del centro por la gran acogida que tiene por los turistas nacionales y extranjeros, gracias a su historia y cultura.

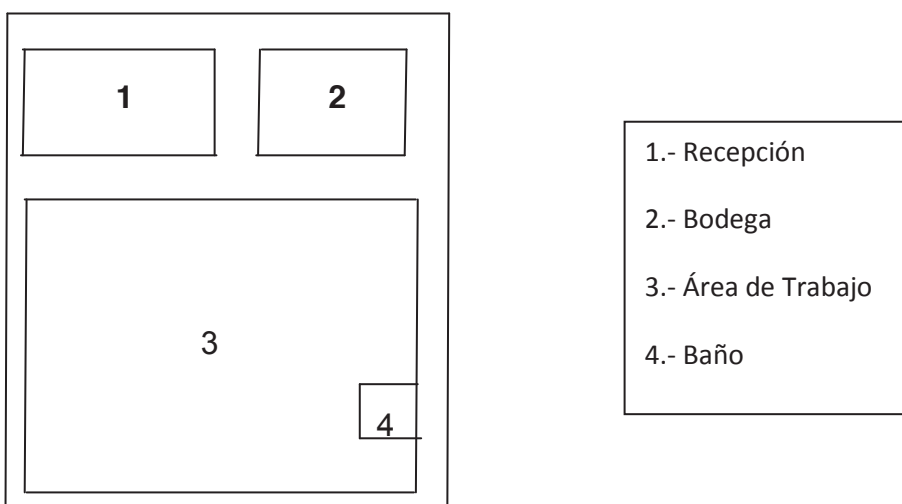
La empresa está compuesta por las siguientes áreas:

Recepción: La parte donde se recibe a los clientes, se exhiben los bolsos artesanales. Las dimensiones de este lugar es de 6m de largo por 4m de ancho.

Bodega: Lugar donde se almacenaran la materia prima y productos terminados. La dimensión es de 5m de largo por 4 de ancho.

Área de trabajo: Lugar donde se elabora y produce los bolsos artesanales. Su dimensión es de 12m de largo por 12m de ancho.


Baño: Cómodo para clientes y asociados.




4.1. Descripción

Símbolos empleados en el siguiente trabajo.-

 = Inicio / Fin

 = Proceso

 = Pregunta

1.- Diagrama de flujo- Elaboración del Producto

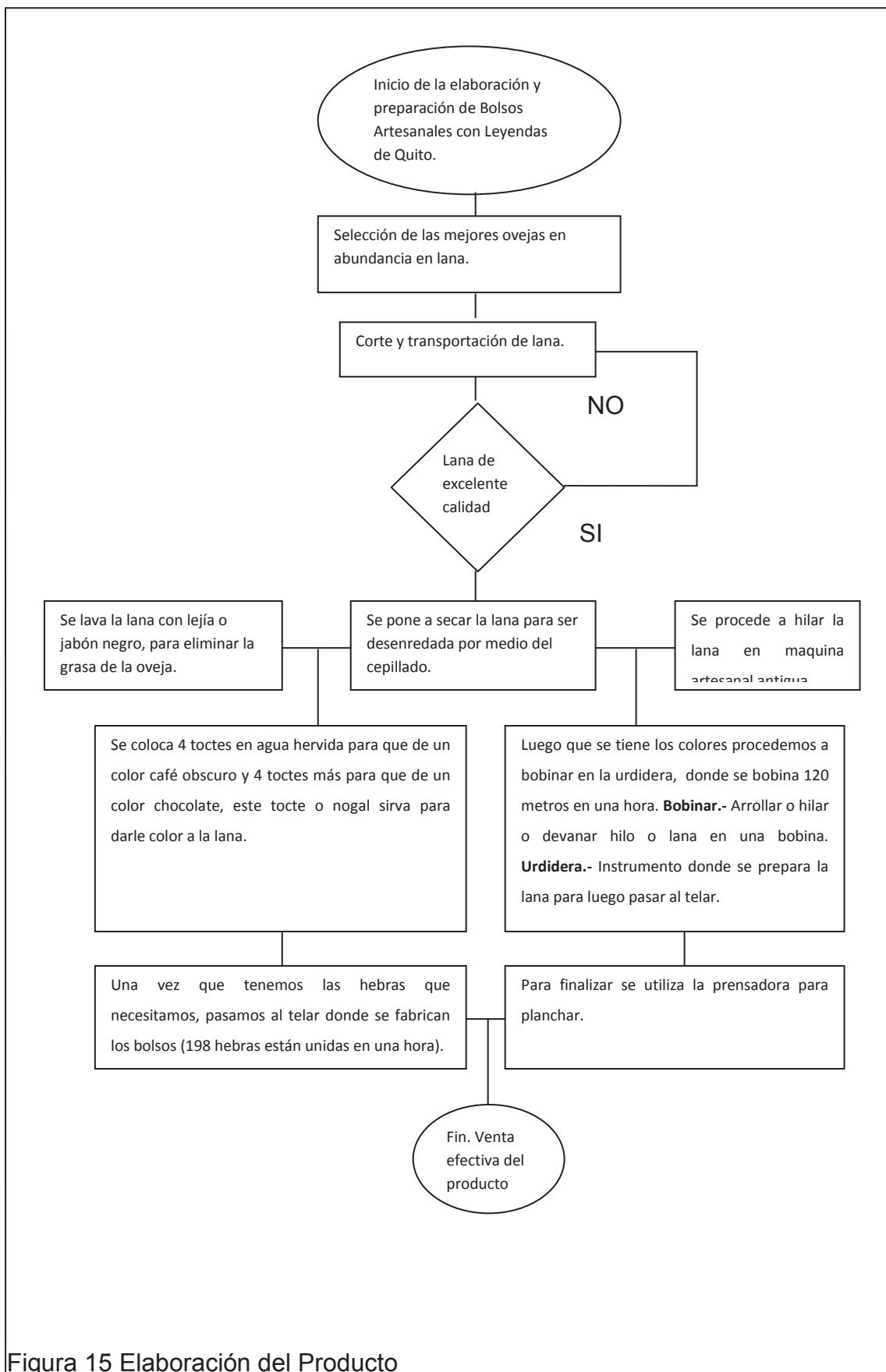


Figura 15 Elaboración del Producto

2.- Diagrama de Flujo-Servicio al Cliente

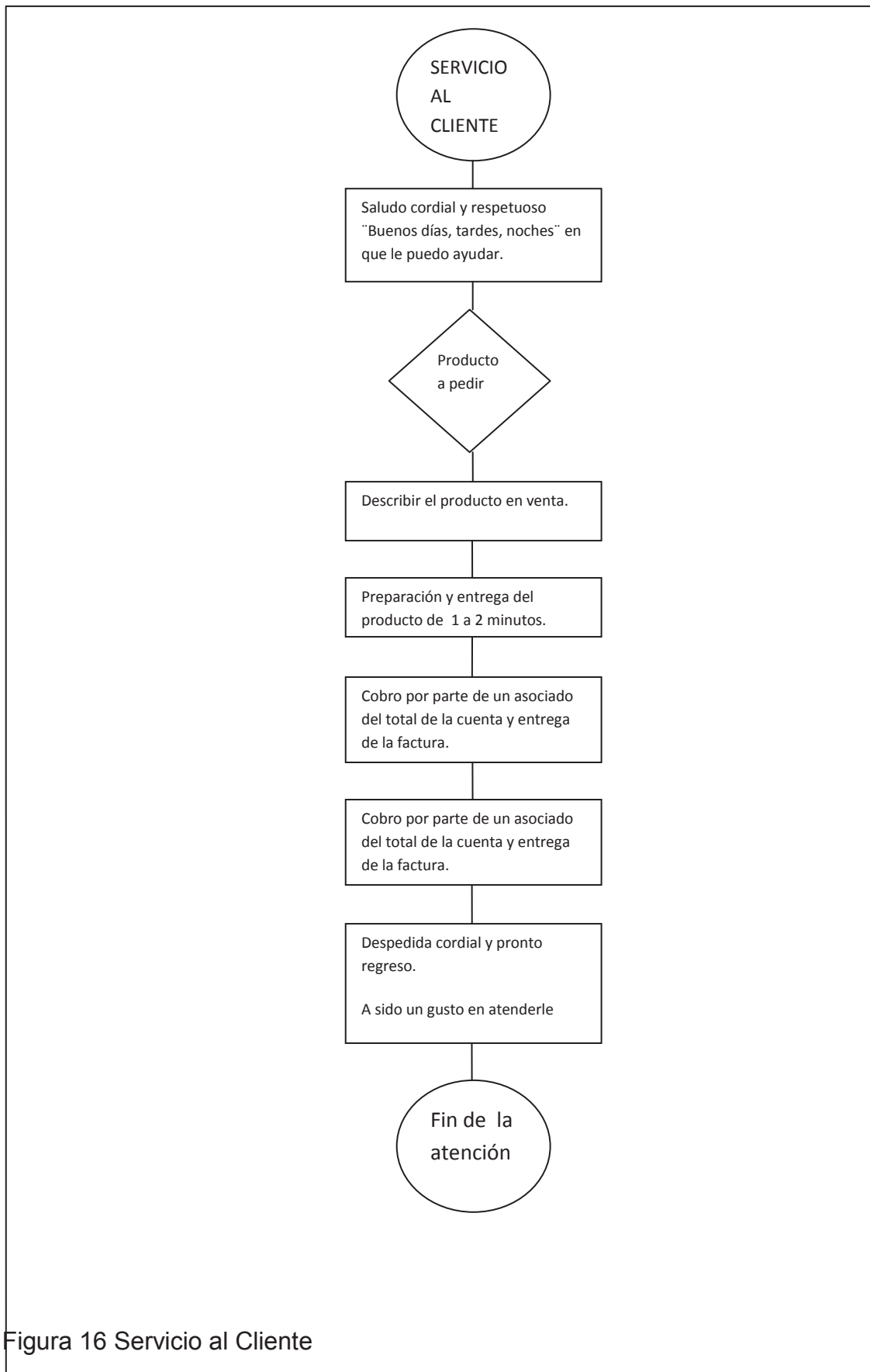


Figura 16 Servicio al Cliente

4.2. Tecnología

La tecnología a ser empleada dentro de la fábrica es básica, la utilización de una calculadora para realizar las cuentas respectivas.

4.3 Equipos e Instalaciones

Equipos para la elaboración de los bolsos artesanales con leyendas de Quito:

4.4 Materia Prima

Para la compra de la materia prima se toma en consideración los siguientes aspectos:

- Clima
- Buena crianza y alimentación de las ovejas
- Eventos que se realiza dentro del pueblo de Peguche.

4.5 Proveedores

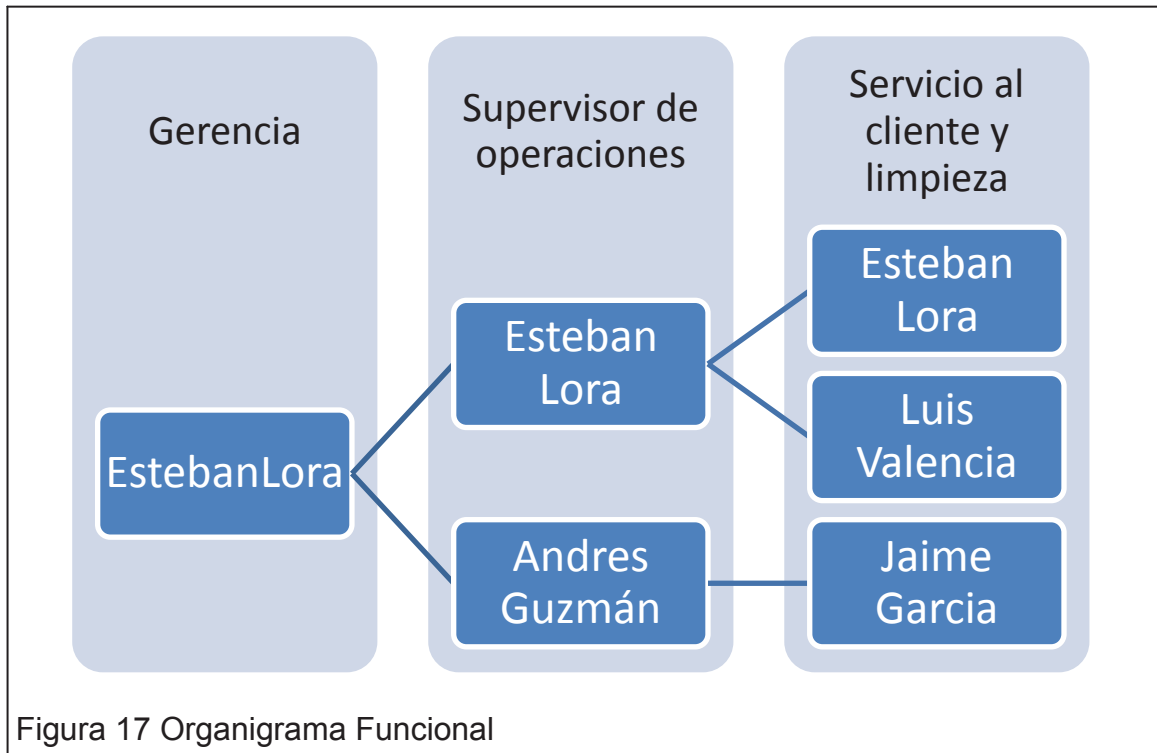
Tabla 11. Proveedores

Proveedores	Precio	Cantidad	Calidad
Hacienda Peguche	\$10.00	2 lb.	buena
Cristian Albuja	\$2.00 c/u	50	buena
Casa de tagua	0.05 cent.c/u	60 botones tagua	buena

5 Estructura Organizacional y Legal

5.1 Estructura Organizacional

5.1.1 Organigrama



5.1.2 Definición de Funciones

Gerencia

La persona encargada de gerencia de la fábrica de bolsos es el Sr. Esteban Lora, su función es la toma de decisiones, liderazgo e innovación constante en el almacén de bolsos artesanales.

Supervisor de operaciones

La compra de materia prima, negociación y pago a los proveedores se encargará el Sr. Esteban Lora, mientras que el otro asociado se encarga de verificar la buena calidad de trabajo para adquirir productos de alta calidad.

Servicio al cliente y limpieza

Las personas encargadas de atención al cliente y servicio del producto lo realizarán de una manera educada y cortés, respetando el orden en que llegan los clientes. Asimismo se encargarán de verificar y hacer la limpieza del local.

5.2 Estructura legal

La empresa de bolsos artesanales iniciará sus actividades compuesto por un solo propietario que será el Sr. Esteban Lora, la cual efectuará todos los trámites legales, tributarios y económicos como persona natural. El propietario correrá con todos los gastos que implique el funcionamiento de la empresa.

5.2.1. Obligaciones Laborales

Por el momento la empresa de bolsos artesanal, cumplirá con las obligaciones laborales inscritas en la ley, por motivo de comenzar el negocio de forma individual y además por estar comenzando a posicionarse dentro del mercado. Sin embargo se estudia la factibilidad de comprar un seguro contra accidentes para las personas que nos encontramos laborando dentro del local.

6 Estructura financiera.

6.1. Inversiones

6.1.1 Inversiones Fijas

Tabla 12. Inversiones Fijas

Concepto	USD
Maquinaria e instrumentos de trabajo	\$444.00
Bienes Muebles	\$900.00
Suministros de oficina	\$29.50
Equipos de oficina	\$900.00
Total Inversión Fija	\$2273.50

6.1.2 Inversión Diferida

Tabla 13. Inversión Diferida

Concepto	USD
Inversión Diferida	\$3000.00
Total Inversión Diferida	\$3000.00

6.1.3 Capital Trabajo

Tabla 14. Capital de Trabajo

Concepto	USD
Capital de Trabajo	\$500.00
Total Capital de Trabajo	\$500.00

6.2. Inversión y Financiamiento

6.2.1. Aportes Inversión

Tabla 15. Aportes Inversión

Concepto	USD	Aporte Propio	Aporte Extranjero
Inversión Fija	\$2273.50	\$2273.50	
Inversión Diferida	\$3000.00	\$2000.00	\$1000.00
Capital Trabajo	\$500.00	\$500.00	
Total	\$5772.00	\$4772.00	\$1000.00
Porcentaje Inversión	100.00%	0.83%	0.17%

El total de la inversión es de \$ 5771.00, del cual el aporte propio es de \$ 4771.00 que representa el 83% de la misma, es por tal razón que el aporte de fuentes extranjeras será de \$ 1000.00 que constituye el 17% de toda la inversión que se va a realizar dentro del presente proyecto, tomando en cuenta desde luego los gastos financieros generados por el préstamo de dicha cantidad.

6.2.2. Tabla de Amortización

AÑO 1

Tabla 16. Amortización del crédito.

Nº. de cuota	Abono Capital	Interés	Cuota	Saldo
				1,000.00
1	75.97	16.67	92.89	924.03
2	77.23	15.40	92.87	846.80
3	78.52	14.11	92.85	768.28
4	79.83	12.80	92.83	688.45
5	81.16	11.47	92.81	607.29
6	82.51	10.12	92.79	524.77
7	83.89	8.75	92.77	440.89
8	85.29	7.35	92.75	355.60
9	86.71	5.93	92.73	268.89
10	88.15	4.48	92.70	180.74
11	89.62	3.01	92.68	91.12
12	91.12	1.52	92.66	0.00
	1,000.00	111.61	1,113.33	

Tomado de Cooperativa Juventud Progresista Ecuatoriana.

6.3 Costos

Años 1

a) Costos de Producción

Tabla 17. Costos de Producción

Concepto	Total Anual
Costos de Producción	\$9036,00

b) Gastos Administrativos

Tabla 18. Gastos Administrativos

Concepto	Total Anual
Sueldos	\$7008.00
Servicios Básicos	\$528.00
Total Gastos Administrativos	\$7536.00

c) Gastos de Ventas

Tabla 19. Gastos de Ventas

Concepto	Total Anual
Total Costos de Ventas	\$235.00

d) Gastos Financieros

Tabla 20. Gastos Financieros

Concepto	Total Anual
Gastos Financieros	\$ 111.61

6.4 Ingresos**Año 1.**

Tabla 21. Ingresos

Producto	Producción Anual	Precio Venta c/u	Ingresos Anuales
Bolsos artesanales	720	\$25.00	\$18000
Total Ingresos			\$18000

6.5 Flujo de Caja e Indicadores Financieros

Tabla 22. Flujo de Caja e Indicadores Financieros

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL INGRESOS		\$18000,00	\$18000,00	\$18000,00	\$18000,00	\$18000,00
COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$9036,00	\$9036,00	\$9036,00	\$9036,00	\$9036,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$7536,00	\$7536,00	\$7536,00	\$7536,00	\$7788,00
GASTOS DE VENTAS		\$235,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
GASTOS FINANCIEROS		\$111,61	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL EGRESOS		\$16918,61	\$16572	\$16572	\$16572	\$16824
UTILIDAD		\$1081,39	\$1428	\$1428	\$1428	\$1176
INVERSION FIJA	\$2273,50					
INVERSION DIFERIDA	\$3000,00					
INVERSION DE TRABAJO	\$500,00					
	\$-5773,5					
VALOR DEL SALVAMENTO (10% de los act)						\$227,35
RECUPERACION DEL CAPITAL DE TRABAJO						\$5773,50
FLUJO NETO	\$-5773,50	\$1081,39	\$1428	\$1428	\$1428	\$5773,50
VAN	43,20					
TIR	4,26%					

Esto quiere decir que es factible la inversión por que el VAN da un valor positivo (mayor a 0) y el TIR es de 4.26% es aceptable.

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

7.1. Conclusiones:

- La riqueza cultural del Ecuador se ha ido perdiendo a través de los años por motivo de que las nuevas generaciones no continúan con el legado ancestral, en el caso de estudio de la elaboración de los bolsos de lana de oveja.
- La aceptación dentro del mercado turístico es muy buena, esto reflejó las tabulaciones de las encuestas.
- Se quiere aportar al desarrollo histórico cultural de la ciudad fomentando arte ancestral mediante personas nativas otavaleñas, para recalcar las riquezas que se posee y promocionar en el extranjero.

7.2. Recomendaciones:

- Se recomienda apreciar la riqueza histórico-cultural, fomentando e informándose de lo que posee el Ecuador para transmitir a los turistas nacionales y extranjeros.
- Valorar el trabajo y el esfuerzo que realizan las personas que día a día tratan de sostener la cultura y tradiciones que han dejado nuestros ancestros, que en la actualidad se está perdiendo.
- Aportar constantemente al servicio de la comunidad brindando un buen servicio al cliente porque es punto clave para fidelizar a un turista tanto nacional como extranjero.

8 Referencias:

Acuerdo ministerial RO N°.58 de abril de 2003 (Recuperado el 21 de Marzo del 2012)

Codeso. (2010) Recuperado 13 de marzo de 2012:
(<http://www.codeso.com/TurismoQuito.html>)

Mosquera, Ramiro. (2005) "*Quito, Arrugas Inolvidables*". Quito. Ecuador Ed. Carlos Alcides Panchi.

Naciones Unidas. "*Turismo*". Recuperado: 07 de marzo de 2012.
http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/9/turismo_cyd.pdf.

Ley de Turismo "*Turismo*" Art. 2 Ley de Turismo, 2002. Quito, Ecuador.
Recopilado el 3 de Mayo de 2012.

Turismo Quito (1978). "*Edificios civiles, plazas y museos del centro histórico*"
(Recuperado: 7 de Mayo del 2012).

9 ANEXOS

ANEXO N° 1
ESTRUCTURA FINANCIERA
INVERSIONES

INVERSIONES FIJAS**Maquinaria e instrumentos de trabajo**

Tabla 23. Maquinaria e Instrumentos de Trabajo

CONCEPTO	USD
Tijeras artesanales	\$50.00 (5 tijeras artesanales)
Jabón Negro	\$1.00
1 Esteras	\$10.00
Cepillo artesana	\$12.00
Hilar artesanal	\$50.00
1 libra de tocte	\$1.00
Urdidera	\$70.00
Telar	\$100.00
Planchadora de acero	\$200.00
TOTAL=	\$444.00

Bienes Muebles

Tabla 24. Bienes Muebles

CONCEPTO	USD
2 Escritorios	\$600.00
5 sillas	\$100.00
1 vitrina 4m x 5m	\$200.00
TOTAL=	\$900.00

Suministros de oficina

Tabla 25. Suministros de Oficina

CONCEPTO	USD
Calculadora	\$20.00
10 Esferográficos	\$2.50
1 resma de papel A4	\$5.00
Lápiz para detectar billetes falsos	\$2.00
TOTAL=	\$29.50*12 (meses)= \$354.00

Equipos de computación

Tabla 26. Equipos de Computación

CONCEPTO	USD
Computadora LG	\$900.00
TOTAL=	\$900.00

CAPITAL TRABAJO

Tabla 27. Capital Trabajo

Concepto	Tiempo	Obra	USD
Adecuación del Local	3 días	Pintar las paredes	\$100.00
	1 día	Compra de candados para seguridad	\$5.00
	1 día	Plomería en el baño	\$20.00
Garantía del local			\$375.00
Total Capital Trabajo			\$500.00

ANEXO N° 2
ESTRUCTURA FINANCIERA
COSTOS

Costos de Producción

Tabla 28. Costos de Producción

Área Producto	Unidad	USD – 1 Libra	Mensual	Total Anual
Costo directo				
Lana de oveja	250 libras	\$1.00	\$250.00	\$3000.00
Tocte	100 libras	\$1.00	\$100.00	1200.00
Botones de tagua	60 botones	\$0.05centc/u	\$3.00	\$36.00
Gasto Serigrafía (50u)	50	\$2.00 c/u	\$100.00	\$1200.00
Costo indirecto				
Gasto arriendo			\$300.00	\$3600.00
Total Costos de Producción			\$753.00	\$9036.00

Costos Administrativos

Sueldos

Tabla 29. Sueldos

Concepto	USD Mensual	USD Anual
Sueldo Luis Valencia	\$292.00	\$3504
Sueldo Jaime García	\$292.00	\$3504
Total Sueldos		\$7008

Costos Servicios Básicos

Tabla 30. Costos Servicios Básicos

Concepto	USD/Mensual	USD/Anual
Agua	\$ 12.00	\$ 144.00
Luz	\$ 12.00	\$ 144.00
Internet	\$20.00	\$240.00
Total Servicios Básicos		\$528.00

Gasto de Ventas

Tabla 31. Gasto de Ventas

Concepto	USD/Mensual	USD/Anual
Gastos afiches		\$ 150.00
Gastos bolígrafos (100 u)		\$ 40.00
Gasto llaveros		\$45.00
Total Gasto de Ventas		\$235.00

Gastos Financieros

Tabla 32. Gastos Financieros

Concepto	USD/Mensual	USD/Anual
Gastos por concepto de Intereses		\$ 111.61
Total Gastos Financieros		\$ 111.61

ANEXO N° 3

PROYECCIONES - COSTOS DE PRODUCCIÓN

Año 1

Tabla 33. Proyecciones-Costo de Producción

Área Producto	Unidad	USD – 1 Libra	Mensual	Total Anual
Costo directo				
Lana de oveja	250 libras	\$1.00	\$250.00	\$3000.00
Tocte	100 libras	\$1.00	\$100.00	\$1200.00
Botones de tagua	60 botones	\$0.05centc/u	\$3.00	\$36.00
Gasto Serigrafía (50u)	50	\$2.00 c/u	\$100.00	\$1200.00
Costo indirecto				
Gasto arriendo			\$300.00	\$3600.00
Total Costos de Producción			\$753.00	\$9036.00

Año 2

Tabla 34. Proyecciones-Costo de Producción

Área Producto	Unidad	USD – 1 Libra	Mensual	Total Anual
Costo directo				
Lana de oveja	250 libras	\$1.00	\$250.00	\$3000.00
Tocte	100 libras	\$1.00	\$100.00	\$1200.00
Botones de tagua	60 botones	\$0.05centc/u	\$3.00	\$36.00
Gasto Serigrafía (50u)	50	\$2.00 c/u	\$100.00	\$1200.00
Costo indirecto				
Gasto arriendo			\$300.00	\$3600.00
Total Costos de Producción			\$753.00	\$9036.00

Año 3

Tabla 35. Proyecciones-Costo de Producción

Área Producto	Unidad	USD – 1 Libra	Mensual	Total Anual
Costo directo				
Lana de oveja	250 libras	\$1.00	\$250.00	\$3000.00
Tocte	100 libras	\$1.00	\$100.00	\$1200.00
Botones de tagua	60 botones	\$0.05centc/u	\$3.00	\$36.00
Gasto Serigrafía (50u)	50	\$2.00 c/u	\$100.00	\$1200.00
Costo indirecto				
Gasto arriendo			\$300.00	\$3600.00
Total Costos de Producción			\$753.00	\$9036.00

Año 4

Tabla 36. Proyecciones-Costo de Producción

Área Producto	Unidad	USD – 1 Libra	Mensual	Total Anual
Costo directo				
Lana de oveja	250 libras	\$1.00	\$250.00	\$3000.00
Tocte	100 libras	\$1.00	\$100.00	\$1200.00
Botones de tagua	60 botones	\$0.05centc/u	\$3.00	\$36.00
Gasto Serigrafía (50u)	50	\$2.00 c/u	\$100.00	\$1200.00
Costo indirecto				
Gasto arriendo			\$300.00	\$3600.00
Total Costos de Producción			\$753.00	\$9036.00

Año 5

Tabla 37. Proyecciones-Costo de Producción

Área Producto	Unidad	USD – 1 Libra	Mensual	Total Anual
Costo directo				
Lana de oveja	250 libras	\$1.00	\$250.00	\$3000.00
Tocte	100 libras	\$1.00	\$100.00	\$1200.00
Botones de tagua	60 botones	\$0.05centc/u	\$3.00	\$36.00
Gasto Serigrafía (50u)	50	\$2.00 c/u	\$100.00	\$1200.00
Costo indirecto				
Gasto arriendo			\$300.00	\$3600.00
Total Costos de Producción			\$753.00	\$9036.00

ANEXO N° 4

PROYECCIONES – GASTOS ADMINISTRATIVOS

Año 1

Tabla 38. Proyecciones-Gastos Administrativos

Concepto	USD Mensual	USD Anual
Sueldos		
Sueldo Luis Valencia	\$292.00	\$3504.00
Sueldo Jaime García	\$292.00	\$3504.00
Total sueldos		\$7008.00
Costos Servicios Básicos		
Agua	\$ 12.00	\$ 144.00
Luz	\$ 12.00	\$ 144.00
Internet	\$20.00	\$240.00
Total Servicios Básicos		\$528.00
Total Gastos Administrativos		\$7536.00

Año 2

Tabla 39. Proyecciones-Gastos Administrativos

Concepto	USD Mensual	USD Anual
Sueldos		
Sueldo Luis Valencia	\$292.00	\$3504.00
Sueldo Jaime García	\$292.00	\$3504.00
Total sueldos		\$7008.00
Costos Servicios Básicos		
Agua	\$ 12.00	\$ 144.00
Luz	\$ 12.00	\$ 144.00
Internet	\$20.00	\$240.00
Total Servicios Básicos		\$528.00
Total Gastos Administrativos		\$7536.00

Año 3

Tabla 40. Proyecciones-Gastos Administrativos

Concepto	USD Mensual	USD Anual
Sueldos		
Sueldo Luis Valencia	\$292.00	\$3504.00
Sueldo Jaime García	\$292.00	\$3504.00
Total sueldos		\$7008.00
Costos Servicios Básicos		
Agua	\$ 12.00	\$ 144.00
Luz	\$ 12.00	\$ 144.00
Internet	\$20.00	\$240.00
Total Servicios Básicos		\$528.00
Total Gastos Administrativos		\$7536.00

Año 4

Tabla 41. Proyecciones-Gastos Administrativos

Concepto	USD Mensual	USD Anual
Sueldos		
Sueldo Luis Valencia	\$292.00	\$3504.00
Sueldo Jaime García	\$292.00	\$3504.00
Total sueldos		\$7008.00
Costos Servicios Básicos		
Agua	\$ 12.00	\$ 144.00
Luz	\$ 12.00	\$ 144.00
Internet	\$20.00	\$240.00
Total Servicios Básicos		\$528.00
Total Gastos Administrativos		\$7536.00

Año 5

Tabla 42. Proyecciones-Gastos Administrativos

Concepto	USD Mensual	USD Anual
Sueldos		
Sueldo Luis Valencia	\$292.00	\$3504.00
Sueldo Jaime García	\$292.00	\$3504.00
Total sueldos		\$7008.00
Costos Servicios Básicos		
Agua	\$ 20.00	\$ 240.00
Luz	\$ 20.00	\$ 240.00
Internet	\$25.00	\$300.00
Total Servicios Básicos		\$780.00
Total Gastos Administrativos		\$7788.00

ANEXO N° 5**PROYECCIONES – GASTOS DE VENTAS****Año 1**

Tabla 43. Proyecciones-Gastos de Ventas

Gastos de Ventas		
Concepto	USD/ Mensual	USD/Anual
Gastos afiches		\$ 150.00
Gastos bolígrafos (100 u)		\$ 40.00
Gasto llaveros		\$45.00
Total Gasto de Ventas		\$235.00

ANEXO N° 6**PROYECCIONES – GASTOS FINANCIEROS****Año 1**

Tabla 44. Proyecciones-Gastos Financieros

Costos Financieros		
Concepto	USD/Mensual	USD/Anual
Gastos por Intereses		\$111,61

ANEXO N° 7

PROYECCIONES – INGRESOS

AÑO 1

Tabla 45. Proyecciones-Ingresos

Producto	Producción Anual	Precio c/u	Venta	Ingresos Anuales
Bolsos artesanales	720		\$25.00	\$18000
Total Ingresos				\$18000

AÑO 2

Tabla 46. Proyecciones-Ingresos

Producto	Producción Anual	Precio c/u	Venta	Ingresos Anuales
Bolsos artesanales	720		\$25.00	\$18000
Total Ingresos				\$18000

AÑO 3

Tabla 47. Proyecciones-Ingresos

Producto	Producción Anual	Precio c/u	Venta	Ingresos Anuales
Bolsos artesanales	720		\$25.00	\$18000
Total Ingresos				\$18000

AÑO 4

Tabla 48. Proyecciones-Ingresos

Producto	Producción Anual	Precio c/u	Venta	Ingresos Anuales
Bolsos artesanales	720		\$25.00	\$18000
Total Ingresos				\$18000

AÑO 5

Tabla 49. Proyecciones-Ingresos

Producto	Producción Anual	Precio c/u	Venta	Ingresos Anuales
Bolsos artesanales	720		\$25.00	\$18000
Total Ingresos				\$18000

ANEXOS N°8

PROCESO DE ELABORACIÓN DE BOLSOS ARTESANALES

El proceso para la elaboración de los bolsos artesanales se lo presencié en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura Y se lo describe a continuación:

1. Se corta la lana de oveja con tijeras artesanales o máquina.
2. Se lava la lana con lejía o jabón negro, para eliminar la grasa de la oveja.

Ilustración 1. Lavado de la Lana



- 3 Se pone a secar la lana para ser desenredada por medio del cepillado.

Ilustración 2 Estera para secar la Lana



Ilustración 3 Cepillo Natural



Ilustración 4 Cepillo de Metal



4 Se procede a hilar la lana en maquina artesanal antigua.

Ilustración 5 Máquina para Hilar



Ilustración 6. Máquina para Hilar



Ilustración 7. Máquina para Hilar



Ilustración 8 Máquina para Hilar

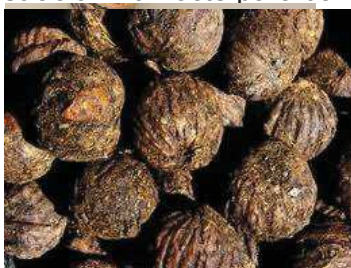


- 5 Se coloca 4 toctes en agua hervida para que de un color café oscuro y 4 toctes más para que de un color chocolate, este tocte o nogal sirve para darle color a la lana.

Ilustración 9 Tocte para dar Color



Ilustración 10 Tocte para dar



- 6 Luego que se tiene los colores procedemos a bobinar² en la urdidera, donde se bobina 120 metros en una hora.

Urdidera.- Instrumento donde se prepara la lana para luego pasar al telar.

Ilustración 11 Urdidera



² **Bobinar.** Arrollar o hilar o devanar hilo o lana en una bobina.

- 7 Una vez que tenemos las hebras que necesitamos, pasamos al telar donde se fabrican los bolsos (198 hebras están unidas en una hora).

Ilustración 12 Telar



ANEXOS N°9

Aspectos Legales

Obligaciones Tributarias

Las obligaciones tributarias serán cumplidas a través del RISE (Régimen Impositivo Simplificado), el cual se pagará a través de cuotas mensuales o un solo pago por adelantado, su concepción es de entregar notas de ventas a nuestros clientes que sobrepasen el \$25.00 de compra de nuestros productos.

Las condiciones que debe cumplir la empresa de fabricación de bolsos artesanales son las siguientes:

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia que no supere por este concepto los USD. 7850 al año.
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

Los requisitos para obtener el RISE son:

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía.
- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses)

El tipo de comprobante que se debe de entregar a nuestros clientes es de venta simplificados, es decir notas de venta o tiquete de máquina registradora autorizada por el SRI, para los requisitos de llenado solo deberá registrarse la fecha de la transacción y el monto total de la venta (se desglosará el 12% del IVA).

Los documentos emitidos sustentarán costos y gastos siempre que identifiquen al consumidor y se detalle el bien y/o servicio transferido. Un contribuyente inscrito en el RISE tiene la obligación de emitir y entregar comprobantes de venta por transacciones superiores a US\$ 4,00, sin embargo a petición del comprador, estará en la obligación de entregar el comprobante por cualquier valor.

Al final de las operaciones de cada día, se deberá emitir una nota de venta resumen por las transacciones realizadas por montos inferiores o iguales a US\$ 4,00 por lo que no se emitió un comprobante.

Las obligaciones de un contribuyente inscrito en el RISE son:

- Pagar su cuota puntualmente o pre pagar el año.
- Emitir los comprobantes de venta autorizados.

Las sanciones por no pagar las cuotas son:

- No paga 3 cuotas es clausurado.
- No paga 6 cuotas es excluido, debe ponerse al día y no puede re ingresar al régimen simplificado hasta después de un periodo de 24 meses.
- Además al no pagar se expone a perder todos los beneficios que tiene un contribuyente RISE es decir:
 - Deberá presentar formularios de declaración de IVA y Renta.
 - No estará exento de retenciones en la fuente de impuestos.
 - Deberá llevar contabilidad en caso necesario.
 - Deberán emitir facturas con datos informativos sobres clientes completos además de notas de venta.

Permiso Sanitario de Funcionamiento

El tiempo que transcurre para la obtención de este permiso es de quince días laborables.

Requisitos:

Presentar en la administración respectiva lo siguiente:

- Solicitud (formulario) de permiso sanitario;
- Copia de cédula de ciudadanía y de votación del propietario del negocio;
- Informe de compatibilidad y/o factibilidad de implantación de uso (otorgado por la Administración Zonal para las actividades comerciales que deben obtener el permiso sanitario por delegación del Ministerio de Salud al Municipio)
- Comprobante de pago de tasa de permiso sanitario del año;
- Permiso Sanitario de funcionamiento del año anterior (original) para locales ya existentes;
- Certificado (s) de salud (en áreas de alimentos, salas de belleza y peluquerías) para todo el personal, expandido por una unidad de salud.
- Permiso de trabajo en el país, actualizado (para personas extranjeras)
- Copia del RUC vigente.

Nota 1: El plazo máximo para obtener el permiso de funcionamiento es el 30 de junio de cada año, caso contrario se someterán a las sanciones establecidas en el Código de la Salud.

Nota 2: Para todo trámite deberá presentar el certificado de votación de acuerdo a Ley de Elecciones.”

Permiso Municipal de Funcionamiento

Requisitos

Para poder tramitar los permisos de los negocios que quieren instalarse por primera vez, tienen que presentar la siguiente documentación.

2. Copia de la carta de pago del predio urbano en el cual pretenden instalarse.
3. Copia de RUC.
4. Certificado de no adeudar al Municipio.

Cuando ya se encuentran funcionando los negocios y cuentan con el permiso del año anterior concedido por la I. Municipalidad deben presentar:

1. El permiso cancelado del año anterior.
2. Permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos.

Costo

El valor a ser cancelado del permiso de funcionamiento, es recaudado por la Unidad de Rentas de la I. Municipalidad y su costo está calculado en función del Capital en Giro que tiene el negocio.

ANEXOS N°10

ENCUESTA

Buenos Días/Tardes, mi nombre es Esteban Lora, pertenezco a la carrera de Turismo de la Universidad de Las Américas, UDLA, el motivo de esta encuesta es conocer su criterio con respecto al lanzamiento de un nuevo producto, ésta requiere sólo unos 5 minutos de su tiempo. Sus respuestas serán totalmente confidenciales.

Sexo: M () F () **Edad:**..... **Lugar de Procedencia:**.....

Estado Civil: Soltero/a: () Casado/a: () Divorciado/a: () Viudo/a ()
) Unión Libre ()

Ocupación: Estudiante: () Profesional: () No tiene: ()

Nivel de Ingresos:

1.- ¿Cuál es el medio por el cual Ud. transporta sus pertenencias básicas (sweater, cuadernos, documentos personales etc.)

- | | | | |
|--------------------------------|-----|---------|-----|
| <input type="radio"/> Mochila | () | Bolsos | () |
| <input type="radio"/> Canguros | () | Maletín | () |

2.- ¿Conoce Ud. en qué consiste los bolsos artesanales?

Si () No ()

3. ¿Está Ud. interesado en adquirir bolsos confeccionados por artesanos ecuatorianos?

Si () No ()

¿Por qué?.....
.....

4.- Compraría un bolso artesanal que contenga:

- Una leyenda representativa del Centro Histórico de Quito. ()
- Fotografía de las Iglesias más representativas del Centro Histórico de Quito. ()
- Atractivos turísticos del Centro Histórico de Quito. ()

Otro: ()
Especifique:.....
.....

5.- ¿Cual es su criterio sobre los bolsos artesanales elaborados con lana de oveja?

.....
.....
.....
.....

6.- ¿Valora el esfuerzo de las personas que realizan bolsos artesanales?

Si () No ()

Porque?.....
.....
.....

7. ¿Cuánto pagaría Ud. por un bolso artesanal?

\$15 () \$20 () \$25 () \$30 ()