



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

“PROYECTO PRODUCTIVO PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UN TALLER PARA LA REUTILIZACIÓN DE BOTELLAS PLÁSTICAS EN LA ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS TRADICIONALES DEL ECUADOR EN LA CIUDAD DE QUITO SECTOR – EL BEATERIO EN EL AÑO 2011”

**Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para optar por el título de
Tecnóloga en Turismo**

Profesor Guía

Lic. Lucia Benavides

Autora

Tatiana Elizabeth Quijije Napa

Año

2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Yo, Lucia Benavidez declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante Tatiana Elizabeth Quijije Napa, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan Trabajos de Titulación.”

.....

Lic. Lucia Benavides

Profesor Guía

1002669644

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Tatiana Elizabeth Quijije Napa, declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

.....

Tatiana Quijije

Autora

1722572995

AGRADECIMIENTO

Mediante esta pequeña nota quiero dejar expresado mi más sincero agradecimiento a todos los profesores que formaron parte de mi formación académica, ellos me han proporcionado todas las herramientas para el cumplimiento de mis metas dentro de la especialidad.

A Dios por darme la vida y la sabiduría para poder cumplir todos mis objetivos.

A mis padres y hermanos por todo el apoyo brindado durante este proceso.

A todos ellos Gracia

DEDICATORIA

A mis Queridos Padres

El presente proyecto producto del esfuerzo y sacrificio durante todo mi periodo estudiantil es dedicado especialmente a mis queridos padres por su apoyo incondicional, a mis compañeros y amigos por todos los momentos vividos, a mi querida Universidad que en sus aulas surgieron todos mis conocimientos y a mis profesores que con sus esfuerzos nos inculcaron todos sus conocimientos.

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo la realización de un taller para la reutilización de botellas plásticas en la elaboración de artesanías tradicionales en la ciudad de Quito, sector el Beaterio. A fin de promover, difundir y promocionar el sector turístico a través de artesanías que demuestren la diversidad de sitios naturales y la pluriculturalidad que nos caracteriza a cada región del país, como en el norte a la cultura Otavaleña, en el sur los Saraguros, en la Amazonia a la cultura Shuar y en la Costa los Tsáchilas. y el pueblo montubio, de igual forma promocionar al país por medio de recreaciones paisajísticas principalmente paisajes andinos como el que caracteriza al Cotopaxi o el Cañón del Rio Toachi, sin dejar atrás a las demás regiones del país y de esta manera concientizar el daño por el uso de botellas plásticas en las diferentes actividades turísticas.

Mediante un estudio de mercado se determinó como mercado meta el Centro histórico de la ciudad, principalmente la zona de la Plaza Grande puesto que es un lugar estratégico para la afluencia de turistas y en este sector se realizara la distribución y comercialización del producto a ofertar.

El Estudio de Mercado se refiere al diseño de un sistema de investigación de mercados, recolección de datos, estudio y análisis de la información recolectada en las encuestas

Como también el desarrollo del proceso productivo este se lo realizara bajo parámetros que ayudara a mantener la calidad del producto ya que en su mayoría se lo realizara de forma manual.

En el presente proyecto toma en cuenta el estudio financiero ya que este determinara si la propuesta es factible, enfocado principalmente en ingresos, inversiones, depreciaciones, costos y gastos del proyecto a través de un balance de pérdidas y ganancias.

Concluyendo que el proyecto es viable y factible, de tal manera que es una gran oportunidad para la difusión y promoción de nuevos atractivos turísticos además que es una forma de seguir fomentando los atractivos ya existentes

ABSTRACT

This project aims at conducting a workshop for the reuse of plastic bottles in the development of traditional crafts in the city of Quito, the Beguine industry. To promote, disseminate and promote the tourism sector through crafts that demonstrate the diversity of natural sites and cultural pluralism that characterizes each region, as in the north to Otavalo culture in southern Saraguros in the Amazon to the Shuar culture and the Coast montubio Tsáchilas. and people, equally promote the country through scenic recreations mainly Andean landscapes like that characteristic of the Cotopaxi or the Rio Toachi Canyon, leaving behind other regions and thus sensitize the damage from the use of plastic bottles in different tourism activities.

Through market research and target market will determine the historic city center, mainly the area of the Plaza Grande as it is a strategic place for the influx of tourists and in this sector will be held the distribution and marketing of the product to offer .

The Market Research concerns the design of a system of market research, data collection, study and analysis of information collected in surveys.

As well as the development of the production process it conducted under the parameters that will help maintain product quality as mostly perform it manually.

This project takes into account the financial study as this will determine if the proposal is feasible, focused primarily on income, investments, depreciation, costs and expenses of the project through a balance of income.

Concluding that the project is viable and feasible, so that is a great opportunity for the dissemination and promotion of new tourist attractions is also a way to further enhance the existing attractions.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
1. INICIO.....	3
1.1 RESUMEN EJECUTIVO.....	3
1.2 OBJETIVOS.....	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivos Específicos	4
1.2.3 Justificación del Proyecto	5
1.3 DEFINICIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	5
1.3.1 Problemática.....	5
1.3.2 Problemas Secundarios	5
1.3.3 Hipótesis de Solución	6
1.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO	6
1.4.1 Estructura de la población a nivel nacional.....	7
1.4.1.1 Edad media	8
1.4.1.2 Índice de crecimiento poblacional:.....	8
1.5 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES ECONÓMICAS.....	10
1.5.1 Actividad Económica	12
1.5.2 Pib (Producto Interno Bruto).....	13
1.5.3 Actividad Turística	14
1.5.4 Centro Histórico de Quito – Plaza Grande	15
1.5.6 Balanza Turística.....	17
1.5.7 Inflación	18
1.6 MARCO DE REFERENCIAS.....	19
1.6.1 Marco Teórico.....	19
1.6.2 Marco Conceptual	21
CAPITULO II.....	25
2. ESTUDIO DE MERCADO	25
2.1.OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	25
2.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	26
2.2.1 Producto	26
2.2.2 Usos	26
2.2.3 Usuarios	26

2.2.4	Presentación.....	26
2.2.5	Composición.....	27
2.2.6	Complementarios	27
2.2.7	Bienes de capital, intermedios y finales.....	27
2.3	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	27
2.3.1	Análisis de las fuentes secundarias.....	27
2.3.1.1	Sector Artesanal	27
2.3.2	Análisis de las fuentes primarias	30
2.3.3	Recolección de la información.....	30
2.3.4	Desarrollo del estudio.....	31
2.3.4	Contactos y entrevistas	31
2.3.5	Población.....	31
2.3.6	Muestra.....	32
2.3.7	Análisis de resultado de las encuestas.....	33
2.3.8	Calculo de la demanda insatisfecha y proyección	45
2.4	ANÁLISIS DE LA OFERTA	46
2.4.1	Análisis histórico de la oferta	46
2.5	ANÁLISIS DE LOS PRECIOS	47
2.5.1	Análisis histórico del precio	47
2.5.2	Determinación del precio	47
2.6	ESTUDIOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL	48
	PRODUCTO.....	48
2.6.1	Canales de distribución	48
	Ilustración 2.13 Canal de distribución.....	49
2.6.2	Promoción y publicidad	49
2.6.3	Cálculo del presupuesto de la mezcla promocional.....	49
2.6.4	La mezcla de mercadotecnia actual	50
2.6.3	Direccionamiento Estratégico.....	52
CAPITULO III	54	
3 ESTUDIO DEL PROYECTO.....	54	
3.1 LOCALIZACIÓN	54	
3.1.1	Cercanía de fuentes de abastecimientos	54
3.1.2	Cercanía de mercado	54
3.1.3	Disponibilidad de agua, energía y otros insumos	54
3.1.4	Comunicaciones	54
3.2 TAMAÑO	55	
3.2.1	Mercado.....	55
	Tabla 3.2.1 Tamaño del mercado.....	55
3.2.2	Materias Primas.....	56

3.2.3	Financiamiento	57
3.2.4	Tecnología.....	57
3.3.	INGENIERÍA DEL PROCESO.....	57
3.3.1	Lista De Equipos, Maquinaria, Herramientas, Enseres,.....	
	Vehículo	57
3.3.2	Mantenimiento De Equipo, Maquinaria, Herramientas,.....	
	Enseres, Vehículo	58
3.3.3	Lista De Materia Prima, Insumos Para El Proceso Productivo. 58	
3.3.4	Proceso de Producción	59
3.3.5	Diagrama de Operaciones.....	64
3.3.6	Layout.....	67
3.3.7	Cronograma De Inversiones.....	68
3.4	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	68
3.4.1	Matriz Del Personal	69
3.5	ASPECTOS LEGALES	70
3.5.1	Tipo de la Sociedad.....	70
3.5.2	Requisitos para la constitución de una compañía limitada	70
CAPITULO IV	82
4.	EVALUACIÓN FINANCIERA	82
4.1	ANÁLISIS DE INGRESOS, INVERSIONES COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO.....	82
4.1.1	Matriz de Ingresos, Inversiones Costos y Gastos del proyecto	82
4.1.2	Matriz Parámetros de Inversión y Proceso Productivo	84
4.1.3	Matriz Depreciaciones	85
4.1.4	Costos de Inversión del Proyecto	86
4.2	BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	87
4.2.1	Cuadro de Cálculo de Años.....	88
4.4	FLUJO DE FONDO A PRECIO DEL MERCADO DEL PROYECTO	88
4.5	EVALUACIÓN FINANCIERA VAN, TIR.....	89
CAPITULO V	91
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	91
5.1	CONCLUSIONES.....	91
5.2	RECOMENDACIONES.....	92
REFERENCIAS	93

ANEXOS	95
---------------------	-----------

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto busca aprovechar la oportunidad de difusión y promoción de los principales sitios naturales y manifestaciones culturales que caracteriza al país y de esta manera dar a conocer lugares poco conocidos, y seguir promocionando los sitios de mayor interés para el turista, a través de un taller productor de artesanías con botellas plásticas, ya que se ha visto en la necesidad de darles un nuevo uso por el excesivo consumo diario de botellas ya sean estas de bebidas como: gaseosas, agua, jugos y conservas. De igual manera se ha demostrado que cada año se utiliza más petróleo para la elaboración de plástico, dando lugar a que cada año estos materiales desechables vayan aumentando, afectando gravemente a la capa de ozono por su tardía degradación; a diferencia de las botellas de vidrio que tienen otro destino ya que estas son sometidas a varios procesos de recuperación las cuales serán reutilizadas para la elaboración de un nuevo producto.

De manera que el presente proyecto nos permitirá enfocarnos a un fin económico y medioambiental y turístico, ayudando a tener un desarrollo prudente en la implementación del proyecto, dado que en los últimos años la venta de artesanías está ganando nuevos mercados alrededor del mundo, debido especialmente al desarrollo de las actividades relacionadas con el turismo, que ha logrado que los objetos artesanales aumenten de valor y demuestren que pueden competir no solo a nivel nacional sino también internacionalmente.

Orientando así al manejo de un turismo sostenible de modo que los tres sectores tanto económico, socio-cultural y ambiental se vean beneficiado; de tal forma siguiendo el estudio de mercado se quiere dirigir como principales consumidores al mercado de turistas extranjeros ya que este representa una de las mayores entradas de dinero al país sin dejar a un lado a los turistas nacionales. Esto permitirá la creación de artesanías como: muñecas, pinturas y varios accesorios que reconozcan e identifiquen la pluriculturalidad de cada

región del país sea esta Costa, Andes, Amazonía o Galápagos provocando de este modo un nuevo uso a las botellas plásticas que seguramente al no ser reutilizadas su destino final serán los botaderos, ríos o quebradas provocando de tal manera graves impactos en los factores bióticos y abióticos en la naturaleza.

CAPITULO I

1. INICIO

1.1 RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tiene como fin aportar al sector turístico con artesanías elaboradas de botellas plásticas recicladas, que demostraran la pluriculturalidad que nos identifica como país y de esta manera concienciar el daño que provoca el material plástico. Este proyecto contiene cinco capítulos detallados a continuación:

El primer capítulo consta de un resumen ejecutivo, planteamiento de los objetivos generales y específicos, justificación, la formulación y sistematización de la problemática, la hipótesis, estudio del análisis del entorno y variables económicas culminando con el marco teórico que se tomó de referencia para sustentar el desarrollo del proyecto.

Segundo Capítulo estudio de mercado, objetivos del estudio de mercado, definición del producto, usos, usuarios, componentes, presentación, análisis de la demanda consta de análisis de fuentes primarias, secundarias, recolección de la información población y muestra para el desarrollo de las encuestas y es estudio de las mismas, cálculo de la demanda insatisfecha, análisis de la oferta y el estudio de la comercialización del producto que contiene canales de distribución, promoción, mezcla de la mercadotecnia actual.

Tercer Capítulo estudio del proyecto, este capítulo se dedica al estudio de la localización, el mercado, materia prima, financiamiento, tecnologías ingeniera del proceso aquí se detalla listas de equipos, maquinarias, herramientas, enseres, vehículos, mantenimientos de los equipos y lista de materia prima e insumos para el proceso productivo, finalmente culmina con el proceso de producción y la estructura organizacional del proyecto.

Cuarto Capitulo estudia toda la evaluación financiera y detalla los ingresos, costos, gastos, inversión, balance de pérdidas y ganancias, flujo de inversiones, cálculo del Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y punto de equilibrio del proyecto.

Quinto Capitulo es la parte final del proyecto ya que se determina las conclusiones y recomendaciones.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Crear un taller para la reutilización de botellas plásticas en la elaboración de artesanías tradicionales con el fin de difundir y promocionar el turismo en el Ecuador en la ciudad de Quito sector – el Beaterio en el año 2011”

1.2.2 Objetivos Específicos

- Difundir a través de las artesanías los sitios naturales más conocidos y enfatizar en lugares que aún no se conocen, así como también las manifestaciones culturales que tiene cada región.
- Desarrollar un estudio de mercado con el fin de conocer la oferta, demanda, precios del producto a desarrollar.
- Realizar el estudio técnico de los recursos tecnológicos, humanos, inversiones y procesos productivos adecuados para la implementación de un taller productor de artesanías.
- Analizar la viabilidad financiera del taller para la reutilización de botellas plásticas en la elaboración de artesanías en la ciudad de Quito sector el Beaterio.
- Estudiar nuestro mercado meta el Centro Histórico en especial la zona de la Plaza Grande para la distribución y comercialización del producto en los locales Tejidos y Bordados, Artesanías Plaza Grande y Quinde.

1.2.3 Justificación del Proyecto

El Ecuador actualmente presenta un gran crecimiento en el sector turístico, ya que el país cuenta con los suficientes recursos culturales y naturales para el desarrollo del mismo. Sus atractivos de gran relevancia lo convierten en un país multiétnico y pluricultural haciendo que cada región sea única. De tal manera se ha visto en la necesidad de difundir y promocionar las diferentes culturas y paisajes que rodean a cada región.

Por ello el presente proyecto propone aplicar un plan técnico y de elaboración, basado en una estrategia para establecer los parámetros adecuados que ayudaran a la reutilización de botellas plásticas, para la concienciación del manejo de las mismas, y que más tarde sea una vía de desarrollo en la creación de artesanías que ayuden a la difusión y promoción del país, brindando un beneficio económico a la sociedad, siendo como su mayor benefactor el sector turístico.

1.3 DEFINICIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

1.3.1 Problemática

¿Cómo implementar un taller para la producción de artesanías tradicionales que ayuden a la difusión y promoción de nuevos y existentes atractivos turísticos a través de la reutilización de botellas plásticas en la ciudad de Quito en el sector El Beaterio?

1.3.2 Problemas Secundarios

- ¿Cuál es la oferta, demanda, competencia, precios, canales de distribución de los productos artesanales elaborados con materiales reciclables en los alrededores de la ciudad de Quito?
- ¿Cuál es el tamaño, la localización adecuada, las inversiones necesarias, el proceso productivo adecuado, la estructura organizacional y legal necesaria para la implementación de la microempresa de artesanías?

- ¿Cuál es la viabilidad financiera, punto de equilibrio, Valor Actual Neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión para la microempresa productora de artesanías?
- ¿Cuál es el aporte a la sociedad con el taller productor de artesanías a través de la reutilización de botellas plásticas?

1.3.3 Hipótesis de Solución

Las actividades turísticas en el Ecuador, representan un gran aporte a los diversos sectores involucrados como; agencias de viajes, empresas de transporte, hoteles, restaurantes, museos, parques, plazas, mercados artesanales, etc. Es por ello que el turista al realizar estas actividades como turismo recreacionista, excursionista, familiar, trabajo etc., generan desechos principalmente por el consumo de bebidas en botellas plásticas por la facilidad de transportarla.

La generación de desechos como las botellas de plásticos está provocando grandes problemas de contaminación, especialmente en la ciudad de Quito. Ya que existen sectores de la ciudad que no han podido desarrollar iniciativas de concienciación en el manejo de desechos inorgánicos. Por lo cual tenemos que buscar nuevas alternativas que ayudarán a impulsar a la creación de un taller para la reutilización de botellas plásticas, al mismo tiempo generar rentabilidad tanto para la empresa como para la comunidad, puesto que se brindará trabajo y se disminuirá los impactos ambientales en la ciudad de esta manera difundir y promocionar los atractivos y apoyar al crecimiento del turismo responsable a través de la creación de artesanías que expongan la cultura de nuestro país.

1.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO

Pichincha es una de las principales provincias del Ecuador ubicada al norte del país su principal Cantón es Quito capital de la misma y es una de las más poblada de Pichincha

La provincia de Pichincha limita al norte con las provincias de Esmeraldas e Imbabura, al este con las de Sucumbíos y Napo, al sur con las provincias de Cotopaxi y al oeste con las provincias de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas.

1.4.1 Estructura de la población a nivel nacional

El (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2010) “demuestran que somos 14.483.489 ecuatorianos.

En la provincia de Pichincha según el Censo realizado en el 2010 en total son: 2.576.287. Divididos de la siguiente manera:

Hombres: 1.255.711 lo que representa el 48.74%

Mujeres: 1.320.576 lo q representan el 51.26%” (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2010)

Tabla 1.1 Estructura de la población a nivel nacional

GRUPO DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Menor de 1 año	18071	17787	35858
De 1 a 4 años	84674	81205	165879
De 5 a 9 años	105266	102961	208227
De 10 a 14 años	104263	101320	205583
De 15 a 19 años	102306	102530	204836
De 20 a 24 años	105506	109519	215025
De 25 a 29 años	102305	107959	209664
De 30 a 34 años	87870	94478	182348
De 35 a 39 años	74910	83405	158315
De 40 a 44 años	64032	71680	135712
De 45 a 49 años	59386	67322	126708
De 50 a 54 años	47880	53798	101678
De 55 a 59 años	39468	44251	83719

De 60 a 64 años	29985	34138	64123
De 65 a 69 años	23153	26760	49913
De 70 a 74 años	15764	19039	34803
De 75 a 79 años	10754	13581	24335
De 80 a 84 años	7390	10232	17622
De 85 a 89 años	3740	5590	9330
De 90 a 94 años	1565	2523	4088
De 95 a 99 años	421	742	1163
De 100 a o más	102	160	262
TOTAL	1.088.811	1.150.380	2.239.191

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos

1.4.1.1 Edad media

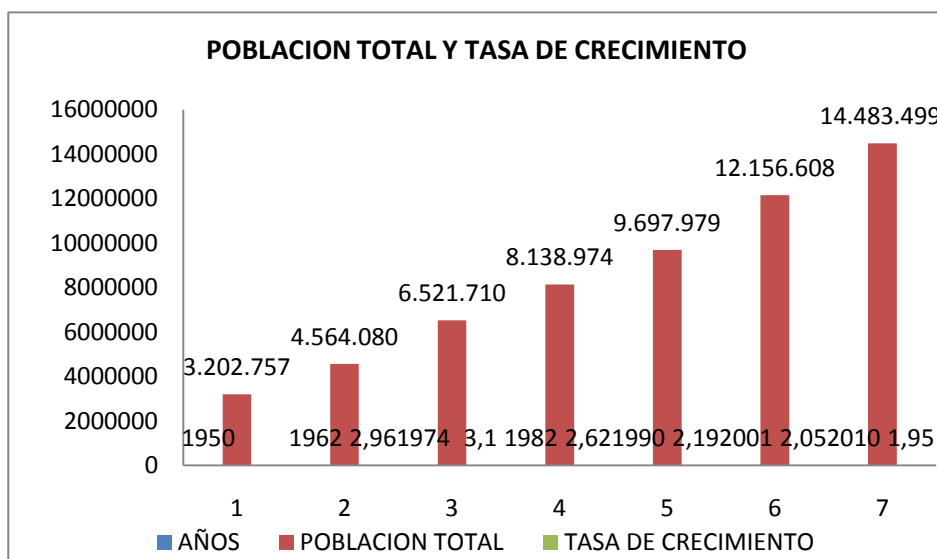
Fuentes recientes destacan que en el País la Edad media es de 28.4 años

Mientras que en la provincia de Pichincha de Edad Media es de 29.2 años

1.4.1.2 Índice de crecimiento poblacional:

En el último Censo desarrollado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos demuestran que en el 2010 el país creció un 1.95%

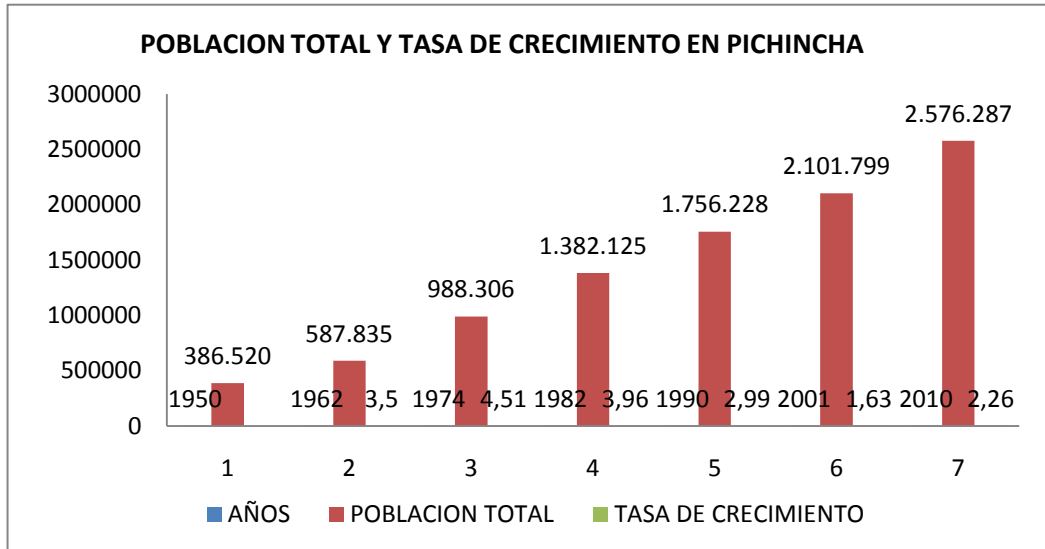
Ilustración 1.1 Población Total y Índice de Crecimiento



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos

En la provincia de Pichincha el INEC demuestra que la tasa de crecimiento para el 2010 fue de 2.26%

Ilustración 1.2 Población Total y Tasa de Crecimiento Provincia de Pichincha



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos

Índice de Nacimientos: 24.94 nacimientos/1,000 población (2003 esta.)

Índice de Defunciones: 5.29 defunciones/1,000 población (2003 esta.)

Actualmente el Ecuador cuenta con 14.483.489 ecuatorianos según el censo desarrollado en el año 2010 por el INEC.

La ciudad de Quito es la segunda más poblada del país esta tiene un estimado de 1,980,478 (estimado para la ciudad por el INEC) 2.576.287 (en todo la Distrito). Habitantes

En el siguiente cuadro vemos el gran crecimiento de la ciudad en los últimos años. Siendo su mayor crecimiento el sur de la ciudad ya que caracteriza por ser una zona de alta inmigración nacional en continuo crecimiento, renovación y alta actividad comercial. En la parroquia de Chillogallo, una de las más grandes y densas de la capital, los negocios proliferan en todas partes, especialmente los de todo tipo de servicios. La Estación de Trenes de Chimbacalle, el nuevo terminal terrestre de la ciudad y los centros comerciales

como el Recreo y el Quicentro Sur. Es importante resaltar que en el sur de la ciudad se encuentran las zonas verdes y los parques urbanos más grandes de la ciudad y del país, como el parque "Las Cuadras" de 24 hectáreas, "El Parque Metropolitano del Sur" de 672 hectáreas, y muchos otros.

Entre sus transporte tenemos líneas de transporte urbano que van a lo ancho y largo de la ciudad, al igual que Trolebús, Eco vía, Metro, taxis y transportes rurales, también existe el aeropuerto Mariscal Sucre principal terminal de arribo tanto para turistas nacionales y extranjeros.

Tabla 1.2 Estructura cuadro según los censos decenales del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Censo nacional	Ciudad (sólo parroquias urbanas)		Población del "Distrito Metropolitano" (desde 1993)
	Población	Hogares (viviendas)	
1950	209.932		319.221
1962	354.746		510.286
1974	599.828		782.651
1982	866.472		1.116.035
1990	1.100.847		1.409.845
2001	1.399.378		1.839.853
2010	2.239.191		2.239.191

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos

1.5 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES ECONÓMICAS

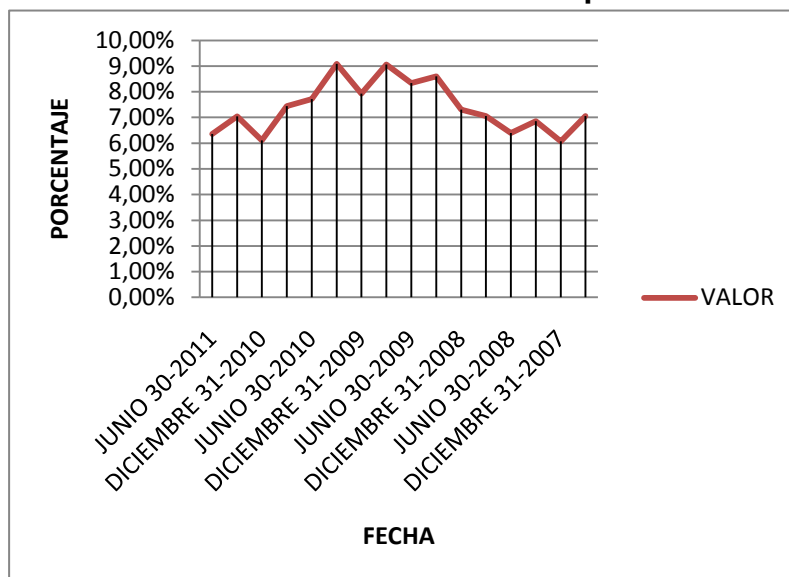
“Según las estadísticas económicas la tasa de desempleo en el país es del 6.36% y en ciudad de Quito está la tasa de desempleo se encuentra en un 3.76% mientras que la de subempleo esta en un 36.20%, el ingreso mensual medio se encuentra en los \$ 387 dólares” (Banco Central del Ecuador, 2011)

Tabla 1.3 Índice de desempleo

FECHA	VALOR
JUNIO 30-2011	6,36%
MARZO 31-2011	7,04%
DICIEMBRE 31-2010	6,11%
SEPTIEMBRE 30-2010	7,44%
JUNIO 30-2010	7,71%
MARZO 31-2010	9,09%
DICIEMBRE 31-2009	7,93%
SEPTIEMBRE 30-2009	9,06%
JUNIO 30-2009	8,34%
MAZO 31-2009	8,60%
DICIEMBRE 31-2008	7,31%
SEPTIEMBRE 30-2008	7,06%
JUNIO 30-2008	6,39%
MARZO 31-2008	6,86%
DICIEMBRE 31-2007	6,07%
SEPTIEMBRE 30-2007	7,06%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Ilustración 1.3 Taza de Desempleo en la ciudad de Quito



Fuente: Banco Central del Ecuador Año 2011

1.5.1 Actividad Económica

La actividad económica es muy variada, aquí que es donde se concentra la mayor parte de Quito es sede de las más importantes compañías nacionales y multinacionales, las actividades financieras y bancarias se concentran en el centro norte de la ciudad, esta también se concentra la mayor parte comercial, la actividad económica de la ciudad es muy variada ya que uno de los principales centro para la exportación de flores. Quito es la segunda ciudad que más remesas recibe según estadísticas del Banco Central del Ecuador en el 2008. Y por último y lo más importante, la actividad turística que es la que más atrae a la ciudad y en la cual pretende concentrar y dedicar sus mayores esfuerzos.

El sector artesanal en el país ha crecido considerablemente en los últimos cinco meses el 40%. “Este crecimiento se debe a las restricciones a las importaciones aprobadas por el Gobierno a principios de este año pasado, lo que ha hecho que los consumidores prefieran artesanías nacionales” principalmente de la costa y sierra ecuatoriana. (Diario Hoy, 2011)

“En el país hay 32 cámaras artesanales que integran a más de 50.000 artesanos que se acogen a la Ley de fomento artesanal. El 13.5% de la población actual se dedican a actividades manuales por cuenta propia aproximadamente 1. 134000 de la población son artesanos.

Un estudio del Colegio de profesionales de Mercadotecnia del Ecuador en convenio con la Cámara Artesanal de Pichincha, señala que el 82% de las unidades artesanales son de subsistencia y que en promedio laboran alrededor de 3 operarios”. (Camara Artesanal de Pichincha, 2011)

“De la industria ecuatoriana el 69.3% constituyen a pequeñas empresas y microempresas industriales. Ministerio de Industrias y

Productividad. Política industrial del Ecuador, Reg. Oficial 535 publicado el 26 de febrero del 2009”

El 81.16% de los artesanos tienen unidades económicas familiares de subsistencia”. (Camara Artesanal de Pichincha, 2011)

1.5.2 Pib (Producto Interno Bruto)

“Según la información que nos brinda el índice Banco Central del Ecuador (BCE) como ha sido el crecimiento en los últimos años del PIB (términos reales), los niveles de mejoramiento serían significativos, si se toma en cuenta la caída del Producto Interno Bruto (un -0,6%) en el 2009 a causa de la crisis mundial, indica un posible riesgo en la economía del país, por otro lado la proyección de crecimiento para el 2010 está en el orden del 3,4 por ciento debido a una serie de medidas encaminadas a la reactivación económica, mediante el crédito productivo y la recuperación de los precios del petróleo en el mercado internacional. (Banco Central del Ecuador, 2011)

Mientras que la Ciudad de Quito “es la segunda ciudad que más aporta al Producto Interno Bruto (PIB) Nacional y es la de mayor grado de recaudación de impuestos en el Ecuador por concepto de gravámenes según el Servicio de Rentas Internas (S.R.I.), superando el 57% nacional al año 2009, siendo en la actualidad la región económica más importante del país, según el último estudio realizado por el Banco Central del Ecuador, el aporte fue del 18,6% al PIB, generando 4.106 millones de dólares, sin embargo su valor de adjudicación permite que este PIB sea aún mayor llegando a adquirir en términos reales el 27% del PIB país gracias a las aportaciones de la producción petrolera y predial”. (Banco Central del Ecuador, 2011)

1.5.3 Actividad Turística

Para el desarrollo de las principales actividades turísticas, el país cuenta con una gran variedad de servicios que ayudan al desarrollo de la misma entre estos tenemos:

- **Hoteles.-** cuenta con servicio de alojamiento que se ajustan a los gustos y necesidades de los turistas, la mayoría están ubicadas en el centro histórico y en el sector centro norte de la ciudad de Quito.
- **Centros de Información Turística.-** Al momento cuenta con cinco centros de información turística, los cuales se localizan en puntos estratégicos de la ciudad, como en el Centro Histórico, la Mariscal, el Banco Central, el aeropuerto Internacional Mariscal Sucre y el Terminal de Quitumbe los que ofrecen diversos servicios de información dependiendo la zona donde se encuentran.
- **Agencias de Viajes.-** Las diferentes agencias de viajes asesoran al turista con los mejores paquetes ayudando así a organizar su tiempo con varios itinerarios y destinos.

En el último año por la crisis económica mundial, el Turismo en el país bajo considerablemente, ubicándose en quinto lugar en el (PIB).

**Tabla 1.4 Ingresos por Turismo comparado con los Ingresos de las Exportaciones producto principal.
Ingresos Económicos por Actividad Turística**

AÑOS SEMESTRE	TURISMO	PETRÓLEO CRUDO	BANANO Y PLÁTANO	CAMARÓN	FLORES	DERIVADOS PETRÓLEO	TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados)
2010	189,1	2.111,00	594,9	159,5	182,1	130,6	3.367,20
UBICACIÓN	3	1	2	5	4	7	
2011	214,5	2.672,30	616,30	264	201,1	253,1	4.221,30
UBICACIÓN	5	1	2	3	6	4	

Fuente: Banco Central del Ecuador Sep-2011

(1) Cifras provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.

(2) Se basan en las cifras de la Empresa Manifiestos y Banco Central del Ecuador.

(3) Incluye exportaciones del sector privado de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo.

(4) Incluye exportaciones de vehículos.

(*) Según Balanza de Pagos del Ecuador (Cta. Viajes y Transporte de Pasajeros)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Se basan en las cifras de la Empresa Manifiesto y Banco Central del Ecuador. Según Balanza de Pagos del Ecuador (Cta. Viajes y Transporte de Pasajeros.

Incluyen estimaciones por su registro de documentos (Enero-Junio) Según los datos anteriores demuestran que el turismo se encuentra en el tercer lugar es positivo en el primer semestre del año 2010 ya que con esto se demuestra que las actividades turísticas que brinda nuestro país son demandadas y representan un valor significativo dentro de la economía de la misma. Sin embargo en el 2011 se encuentra en quinto lugar dando como conclusión que no ha existido la adecuada promoción, pero hay que tomar en cuenta que para los años futuros existen proyectos positivos, puesto que las estrategias como el PLANDETUR 2020 será impulsada con éxito; haciendo del turismo una de las principales herramientas para el desarrollo y crecimiento del sector y del país.

1.5.4 Centro Histórico de Quito – Plaza Grande

El centro histórico de Quito es uno de los más grandes y mejor preservado de América, cuenta con varias Iglesias que resaltan la majestuosidad y belleza del Quito Colonial.

“El centro histórico de Quito ha sido desde hace cuatro siglos, el espacio de mayor importancia simbólica de la nación ecuatoriana.

Aquí el español Sebastián de Benalcázar fundó la villa de San Francisco de Quito en 1534, pero era desde mucho antes un punto de confluencia comercial ceremonial de los pueblos indígenas, y al comenzar el siglo XVI se había convertido en uno de los centros administrativos del Imperio inca.” (Municipio de Quito, 2011)

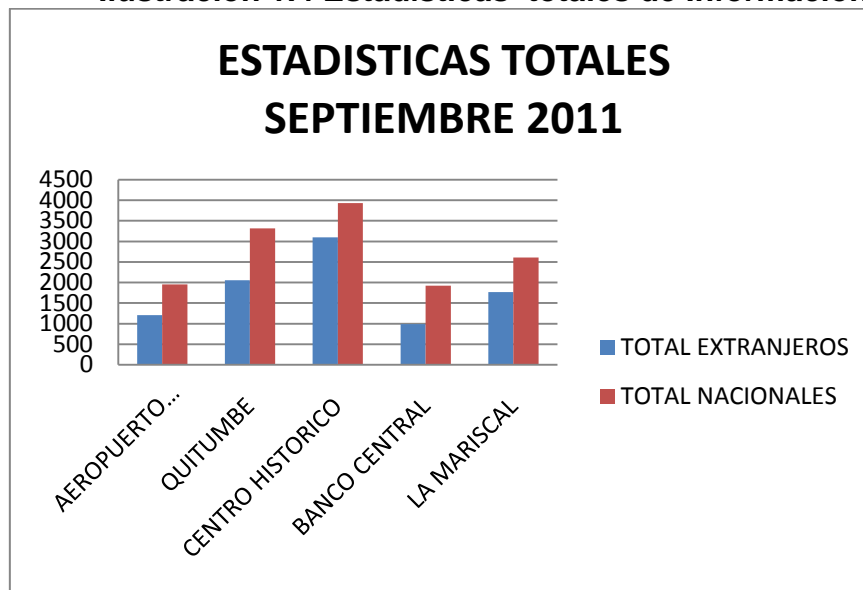
La Plaza Grande está ubicada en el casco colonial más antiguo de la ciudad, es muy reconocida por el monumento a los Próceres del Primer Grito de la Independencia, rodeado por el Palacio de Carondelet, El Palacio Municipal, el Palacio Arzobispal, la Catedral Metropolitana y varios hoteles que lo resaltan principalmente el Hotel Plaza Grande. Representando uno de los lugares más importantes y destacados para el desarrollo del turismo en la capital.

Tabla 1.5 Estadísticas totales de Información Turística- septiembre 2011

	AEROPUERTO INTERNACIONAL	QUITUMBE	CENTRO HISTÓRICO	BANCO CENTRAL	LA MARISCAL	TOTAL VISITANTES
TOTAL EXTRANJEROS	1205	2053	3096	992	1767	9113
TOTAL NACIONALES	1950	3315	3928	1924	2605	13722
TOTAL VISITANTES	3155	5368	7024	2916	4372	22835

Fuente: Centro de Información Turística “El Quinde”

Ilustración 1.4 Estadísticas totales de Información Turística



Fuente: Centro de Información Turística “El Quinde”

Esto nos demuestra que en el Centro Histórico se tiene más afluencia de turistas con un total promedio de 7024 visitas al mes.

1.5.6 Balanza Turística

En los últimos años se ha registrado saldos negativos, debido a que egresos de divisas son mayores a los ingresos por concepto del turismo.

“En lo que respecta al Ingreso de Divisas por concepto de turismo, en el Primer semestre del 2010 se contabilizó en su Balanza de Pagos 368,8 millones de dólares, de los cuales 384,3 millones de dólares corresponden al gasto de compras directas realizadas por los no residentes en el país y 2,5 millones de dólares al gasto en transporte aéreo. Y en lo que respecta al Egreso de Divisas por concepto de turismo en el mismo periodo, se contabiliza 410,4 millones de dólares, de los cuales 282,8 millones de dólares corresponden al gasto en compras directas realizadas por los residentes en el exterior y 127,6 millones de dólares al gasto de transporte aéreo, con lo cual la Balanza Turística en términos generales, en el primer semestre presenta un déficit, representado

un saldo negativo de 23,6 millones de dólares.” (Ministerio de Turismo, 2010)

**Tabla 1.6 Ingreso y Egresos de Divisas por Concepto de Turismo
CUENTA DE VIAJES Y TRANSPORTE DE PASAJEROS AÑOS: 2010-2011**

TRIMESTRES	2010						SALDO (a-b)
	INGRESOS (a)		TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS	EGRESOS (b)		TOTAL DE EGRESOS DE DIVISAS	
	Viajes	Transporte		Viajes	Transporte		
I TRIMESTRE	187,9	1,2	189,1	139,4	69,5	209	-19,9
II TRIMESTRE	193,4	1,3	194,7	143,3	76,3	219,6	-24,9
III TRIMESTRE	198,6	1,3	199,9	141,9	76,7	218,6	-18,7
IV TRIMESTRE	201,5	1,5	203	143,4	71,9	215,3	-12,3
TOTAL	781,4	5,2	786,6	568,1	294,4	862,5	-75,9
2011							
TRIMESTRES	INGRESOS (a)		TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS	EGRESOS (b)		TOTAL DE EGRESOS DE DIVISAS	SALDO (a-b)
	Viajes	Transporte		Viajes	Transporte		
I TRIMESTRE	212,9	1,6	214,5	152,9	76,5	229,4	-14,9

FUENTE: Banco Central del Ecuador Sep-2011

1.5.7 Inflación

A la inflación se define como un fenómeno de aumento constante y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo, esta es medida a través del Índice de precios al consumidor del área urbana (IPCU), a partir de la canasta de bienes y servicios deseados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de las encuestas de ingresos y gastos de los hogares

“La inflación mensual a enero del 2011 registró 0,68% como consecuencia del incremento en los precios de la canasta de bienes y servicios del IPC (Índice de Precios de Consumo). Por su parte, la inflación anual se ubicó en 3,17%.

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

de hogares.

Los sectores con mayor inflación acumulada, son: agrícola y pesca (1,94%); agroindustria (3,75%); industria (1,21%) y servicios (1,50%); y de acuerdo a la clasificación por bienes de consumo fueron: bebidas (6,08%), prendas de vestir (3,37%), restaurantes (3,35%), alimentos (2,95%) y salud (2,82). En el caso de la ciudad de Quito (0,20%), se registra un aumento en: restaurantes y hoteles (0,56%); recreación y cultura (0,47%); y, transporte (0,32%)". (Banco Central del Ecuador, 2011)

La inflación en los últimos dos años ha crecido considerablemente, provocado que los productos suban sus precios afectando principalmente a la canasta básica familiar.

1.6 MARCO DE REFERENCIAS

1.6.1 Marco Teórico

El Ecuador actualmente presenta grandes perspectivas de desarrollo turístico, transformándose en un pilar fundamental para el crecimiento económico-social del país; esto principalmente por los recursos patrimoniales que posee destacando fundamentalmente a la cultural y a todos sus atractivos naturales que le dan una característica única a nivel mundial. Por ende nuestro país tiene una gran demanda en el sector artesanal por parte de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Según el planteamiento de un "proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana." (Sapag, 2008, pág. 1) Nuestro país cuenta con varios talleres artesanales, esto ha beneficiado al sector ya que en los últimos meses se ha visto un incremento aproximado del 40%, los productos que se ofertan son de gran interés en el mercado internacional.

“Una decisión siempre debe estar basada en el análisis de un sin número de antecedentes con la aplicación de una metodología lógica que abarque la consideración de todos los factores que participan y afectan el proyecto. El hecho de realizar un análisis que considere lo más completo posible, no implica que, al invertir, el dinero estará exento de riesgo.” (Urbina, Evaluación de Proyectos, 2001, pág. 3)

Exponiendo estos antecedentes (Sapag, 2008, pág. 21) explica que “los diferentes modos de solucionar un problema o aprovechar una oportunidad constituirá las ideas del proyecto además representa la realización de un diagnóstico que identifica distintas vías de solución.”

Por ende el presente proyecto busca involucrar a la comunidad del sector puesto que generaría fuentes de trabajo y mejoría su calidad de vida, (Sapag, 2008, pág. 9) plantea que “la evaluación social de un proyecto compara los beneficios y costos de una determinada inversión pueda tener para la comunidad de un país en su conjunto”.

Posteriormente el estudio comercial del proyecto confirmará si la propuesta tendrá la acogida esperada y lo confirma (Sapag, 2008, pág. 19) ya que cita “que el estudio de la viabilidad comercial indicara si el mercado es o no factible al bien productivo o al servicio ofrecido por el proyecto y la aceptabilidad que tendría en su consumo o uso, permitiendo así determinar la postergación o el rechazo de un producto o servicio, sin tener que asumir los costos que implica un estudio económico completo. “

“Ya que se tiene el sistema de costos, los presupuestos, son los planes formales escritos en términos monetarios, con lo cual se determinan la trayectoria futura del proyecto en aspectos como ventas, costos de producción, los gastos de administración y ventas, así como de costos financieros.” (NAFIN, 2010)

Considerando que en los negocios, existe la necesidad de recopilar información sobre lo que piensan el público objetivo del producto a ofertar. (Urbina,

Evaluación de Proyectos, 2001, pág. cap. III) Dice “Por tal motivo el proceso de recopilación de información tanto cuantitativa y cualitativamente nos permitirá tomar decisiones relacionadas con el producto o servicio a ofrecer; también nos permitirá establecer una política de precios, determinar los canales de distribución que nos permita llegar de la mejor manera a nuestro público objetivo, etc.”

Para realizar el estudio de mercado existen diversas técnicas de recopilación de información, en un proyecto por lo general, la técnica que ha utilizar serán las encuestas, la cual consiste en elaborar un cuestionario que luego será aplicado a una muestra representativa en la cual podrá conocer la actitud del público objetivo frente a nuestro producto y determinar si comercialmente es factible el proyecto.

(Urbina, Evaluación de Proyectos, 2001, pág. CAP. VII) Manifiesta que en toda “actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo “la producción de un producto o servicio de una manera eficiente que permite un flujo constante, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc.”

1.6.2 Marco Conceptual

- **Taller**

“Es propiamente el espacio donde se realiza un trabajo manual o artesano, como el taller de un pintor o un alfarero, un taller de costura o de elaboración de alfajores, etc.” (Coriat, 1982)

- **Botella Plástica**

“La botella de plástico es un envase ligero muy utilizado en la comercialización de líquidos en productos como de lácteos, bebidas o limpia hogares. También se emplea para el transporte de productos en píldoras, como vitaminas o medicinas. Sus ventajas respecto al vidrio son básicamente su menor precio y su gran versatilidad de formas”. (Wikipedia, 2010)

- **Artesanías**

“Se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido -en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial”. (Wikipedia, 2010)

- **Turismo**

“Se denomina turismo al conjunto de actividades que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año y mayor a 24 horas, sin ánimo de lucro y con fines de ocio.” (AGENCIA DE VIAJES, 2010)

- **Análisis de la oferta.**

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productos) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Urbina, Evaluación de Proyectos, 2001, pág. 45)

- **Demanda.**

“La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido”. (Kotler, Camara, Grande, & Cruz, 2011, pág. 10)

- **Determinación de la demanda potencial insatisfecha**

“Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.” (Urbina, Evaluación de Proyectos, 2001, pág. 46)

- **Mercado.**

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes o servicio a precios determinados.” (Urbina, Evaluación de Proyectos, 2001, pág. 14)

- **Estudio de Mercado.**

“Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio, consta básicamente de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. (Urbina, Evaluación de Proyectos, 2001, pág. 16)

- **Investigación por Encuesta.**

“Obtención de datos primarios por medio de preguntas a las que personas acerca de sus conocimientos, actitudes, preferencias y comportamiento de compra.” (Kotler, Fundamentos de Marketing, 2002, pág. 112)

- **Investigación de Mercado.**

“Diseño, obtención, análisis y sistematización de datos pertinentes a una situación de marketing específica que una organización enfrenta.” (Kotler, Fundamentos de Marketing, 2002, pág. 99)

- **Inversión requerida.**

“Es la inversión inicial que comprende la adquisición de los activos fijos o tangibles o diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.” (Urbina, Evaluación de Proyectos, 2001, pág. 165)

- **Promoción.**

“Se refiere a todas las actividades que desarrolla una empresa para comunicar los meritos de sus productos y cuyo fin consiste en persuadir los clientes para que compren.” (Kotler, Fundamentos de Marketing, 2002, pág. 63)

- **Presupuestos de costos.**

“Son aquellos pagos realizados por la compra de materia prima y el pago de la nomina de planta, es decir el pago de todos los recursos que intervienen en la

fabricación o comercialización de un producto o prestación de un servicio.”
(Tamayo, 2002, pág. 141)

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Analizar el mercado de las materias primas y demás insumos indispensables para el proceso productivo.
- Estudiar el mercado competidor, es decir, a todos los productores artesanales que forman parte de la industria en la que se lleva a cabo el proyecto.
- Conocer los posibles efectos que pueden tener los factores económicos, socioculturales, demográficos, tecnológicos, competitivos y político- legales del entorno.
- Identificar al usuario o consumidor potencial del producto gracias a una previa segmentación del mercado.
- Delimitar el área geográfica que va ser atendida por el proyecto.
- Estimar el comportamiento futuro de la demanda y de la oferta de bienes y servicios del proyecto.
- Planificar una adecuada estrategia de comercialización basada en la naturaleza del bien y servicio del proyecto y a las características del usuario.
- Determinar la cantidad de bienes provenientes de la empresa que los consumidores estarán dispuestos a adquirir.
- Estimar los precios a los cuales los consumidores estarán dispuestos a adquirir el producto.
- Describir el canal de distribución más adecuado, que es la ruta que toma el producto al pasar del productor al consumidor final.

- Describir la promoción y publicidad que se ocupará para la comunicación del posicionamiento de producto a los consumidores o clientes.

2.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

2.2.1 Producto

El presente proyecto ha visto hacer un producto que este hecho a base de botellas recicladas estas serian elaboradas en muñecas de diferentes tamaños que manifiesten la cultura que rodea el país como Otavalos, Saraguros, Cañarís, etc. Al igual que pinturas y cajas que expongan los diferentes paisajes existentes del país sean estos de la Costa, Andes, Amazonia o Galápagos y otros accesorios que representen la identidad del Ecuador, estas serán hechas manualmente.

2.2.2 Usos

Podrán ser utilizados como adornos o souvenir en domicilios o establecimientos comerciales, también se los podrá dar como pequeños obsequios.

2.2.3 Usuarios

Hombres, mujeres, Ejecutivos, amas de casa, jóvenes, personas de la tercera edad que les guste admirar la esencia e identidad de los ecuatorianos. Que se encuentren en edades de entre 20 a 75 años, de un nivel económico medio bajo, medio, medio alto, y alto.

2.2.4 Presentación

Este producto será entregado a todos los clientes de una manera sencilla sin comprometer materiales ya sean estos cartón, papel plástico ya que estos comprometen al medio ambiente.

2.2.5 Composición

Estará compuesto por botellas plásticas, tela, pintura, adornos varios, encajes etc.

Serán cuadros que serán elaborados de forma manual que demuestren los principales atractivos turísticos del país.

2.2.6 Complementarios

Se pueden llevar también adornos o figuras hechas de madera como llaveros, bisutería con atractivos del país.

2.2.7 Bienes de capital, intermedios y finales

La mayoría de los productos serán un producto final ya que somos los creadores y van hacer utilizados por el consumidor final.

2.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.3.1 Análisis de las fuentes secundarias

2.3.1.1 Sector Artesanal

La producción artesanal es un boceto de manufacturas intensas en calidad de la mano de obra, donde la producción a baja escala productiva crea un producto durable y heterogéneo, el artesano posee una mano de obra altamente capacitada pues hace enteramente el producto, por sofisticado o difícil que fuera. Las técnicas de producción se diferencian según cada trabajador, por ende los instrumentos de trabajo son muy necesarios, no existe mecanización o maquinación alguna, sino más bien herramientas de manejo y destreza de la mano de obra. La jornada de trabajo es prolongada pues el artesano trabaja según sus hábitos y costumbres y al ritmo que él desea. El producto se hace manualmente y es por tanto una producción muy onerosa, de baja escala productiva y lenta.

“Se considera sector secundario de la economía a las industrias que transforman materias primas en bienes que satisfacen las necesidades humanas, acepción que lo ratifica Ben alcázar en su Libro Análisis del Desarrollo Económico del Ecuador 1989, concluyendo que los países se diferencian por el grado superior de desarrollo así, en “industrializados”, “desarrollados” y los que proveen de materia prima “en vías de desarrollo”. (Uquillas, 2008)

“El 13,5% de la PEA (Población Económicamente Activa) se dedican a actividades artesanales declaradas, formalmente, en el país son aproximadamente 1'134.000 artesanos.

El 82% de artesanos no tienen marca para sus productos y servicios.

El 81% de talleres artesanales tienen entre 1 y 5 operarios, generalmente son familiares.

El 80% de artesanos administran su unidad empíricamente, no manejan costos de producción, registros contables básicos, criterios de eficiencia y eficacia, variables mercadotécnicas.

El 61% de artesanos desean ser parte de estrategias de facilidad de comercialización, debido a que su propia naturaleza de actividad artesanal le niega la competitividad como individuo (uno frente al mercado).

El 36% de artesanos laboran sin permiso municipal, muchos asumen el carácter de ilegales otros suspenden su ilusión de emprender una actividad por su propia cuenta debido a la exigencia de muchos requisitos.

El 54% de artesanos desean innovar sus equipos y herramientas; sin embargo no cuentan con capital ni opciones de crédito aceptables.

El 25% de artesanos requiere crédito para mejorar su actividad; sin embargo, su realidad les niega como sujetos de crédito, frente a las políticas del sistema financiero. Ejemplo: microcrédito orientado a las actividades económicas muy pequeñas, con las tasas de interés más altas, garantías personales obligadas en circunstancias en que nadie garantiza nada a nadie.

El 77% de artesanos suponen que la competencia son sus propios compañeros, constituyéndose dicha percepción en una limitante para la asociación.

El 56% de artesanos desean mejorar sus conocimientos mediante capacitación, es decir, están conscientes de la necesidad de la actualización.

El 61% de artesanos desean ser parte de estrategias de facilidad de comercialización, debido a que su propia naturaleza de actividad artesanal le niega la competitividad como individuo (uno frente al mercado).

El 36% de artesanos laboran sin permiso municipal, muchos asumen el carácter de ilegales otros suspenden su ilusión de emprender una actividad por su propia cuenta debido a la exigencia de muchos requisitos.

Sobre el 90% de artesanos no han logrado acceder al sistema de compras públicas, debido a que el modelo implementado, pese a la diferenciación de modalidades según montos y rubros, pone a todos a competir con los mismos requisitos y las mismas condiciones, a sabiendas de que los artesanos no tienen posibilidades de competir.

Sin embargo de las cifras y sus connotaciones, un sector importante de los artesanos vinculados a los sectores de alimenticia, cuero, madera, confecciones, metales finos, cerámica, plástica y otros, mantienen viva la identidad cultural nacional.

Actualmente, el 8,3% (697.200 personas) está desocupada y el 51,7% (4'368.000 personas) sub-ocupada, esto significa que el 60% de la PEA, aproximadamente 5'065.200 personas en edad y capacidad de trabajar, no tienen seguridad de "ganarse la vida".

De la industria ecuatoriana, el 69,3% constituyen pequeñas y microempresas industriales. Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO, Política Industrial del Ecuador, Registro Oficial No. 535, publicado el 26 de febrero del 2009)". (Camara Artesanal de Pichincha, 2011)

2.3.2 Análisis de las fuentes primarias

Con respecto a las fuentes primarias que utilizaremos son encuestas y entrevistas ya que las dos son muy trascendentales para el desarrollo de este proyecto productivo.

2.3.3 Recolección de la información

Para la recolección de la información se realizara entrevistas a los principales locales existentes en la Plaza Grande y posteriormente encuestas al consumidor relativo a la demanda y aceptación de productos artesanales en el mercado.

2.3.4 Desarrollo del estudio

El trabajo se lo realizará en la Plaza Grande de la ciudad de Quito, donde se aplicará la encuesta a los consumidores nacionales y extranjeros de tres locales muy importantes del sector, posteriormente todos los datos obtenidos se procesarán y se realizará un análisis esta información la cual será interpretada en Excel para su tabulación e interpretación.

2.3.4 Contactos y entrevistas

Las entrevistas se realizaron a los dueños y encargados de los negocios ubicados en el sector.

El Quinde del Centro de Información Turística del Centro histórico.- la entrevista realizada destaco que el 90% de los turistas que buscan algún tipo de información sean estos nacionales o extranjeros, adquieren algún tipo de artesanía.

Tejidos y Bordados.- la entrevista realizada a la Sra. Yolanda Savier propietaria del local comercial antes mencionado, manifestó que recibe un promedio de 500 visitas mensuales y por lo cual declaro que el proyecto es muy factibles ya que el tipo de artesanías que busca el turista debe ser fácil de cargar no pesado, con temas turísticos y de calidad.

Artesanías Plaza Grande.- la entrevista realizada al Sr. Miguel Salazar propietario del local que cuenta con más de 40 años de historia, supo manifestar que recibe un promedio de 500 visitas mensuales de turistas. Estos visitantes lo que principalmente buscan son artesanías que tengan temas con paisajes, iglesias, nevados y todo tipo que demuestre la cultura ecuatoriana.

2.3.5 Población

Se define población al hombre, mujer, indistintos; en edades comprendidas entre los 20-75 años, con estudios universitarios o profesionales que les guste visitar el Ecuador y conocer más de la cultura.

La población a consultar para llevar a cabo el estudio de factibilidad está conformada por los clientes potenciales de los productos bajo investigación. Para el estudio del presente proyecto se definen a los clientes potenciales como lo son los 96288 visitantes anuales de las tres tiendas antes mencionadas en las entrevistas, ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito en el sector de la Plaza Grande.

2.3.6 Muestra

El diseño del muestreo tiene como objetivo principal proporcionar indicadores para la selección de una muestra que sea representativa de la población de estudio.

Ecuación para el cálculo de la muestra para una población finita:

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2 (N-1) + z^2 pq}$$

Ecuación para el cálculo de la muestra para una población infinita:

$$n = \frac{z^2 p q N}{e^2 N + z^2 p q}$$

n = Tamaño de la muestra.

z = Nivel de confianza 95% (1.96)

p = Probabilidad de que el evento ocurra 50% (0.50)

q = Probabilidad de que el evento no ocurra 50% (0.50)

e = Error permitido 5% (0.05)

N-1= Factor de corrección por finitud.

N= Población. 96288

Muestra:

$$n = \frac{z^2 p q N}{e^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 96288}{0.05^2(96288 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 96288}{0.0025(96287) + 3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{92474.9952}{240.7175 + 0.9604}$$

$$n = \frac{92474.9952}{241.6779}$$

$$n = 382.63$$

$$n = 383$$

2.3.7 Análisis de resultado de las encuestas

Los resultados obtenidos luego de la tabulación de los datos recopilados por medio de las encuestas, proyectan los siguientes resultados.

TABULACIÓN DE DATOS

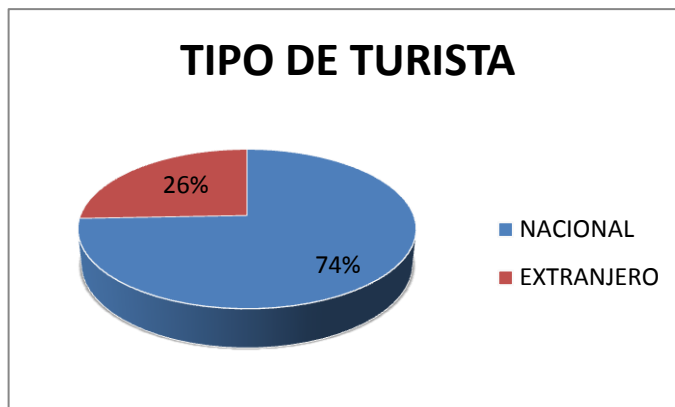
DATOS GENERALES: TIPO DE TURISTAS

TIPO DE TURISTA	Fuente	%
NACIONAL	285	74%
EXTRANJERO	98	26%
TOTAL	383	100%

FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Ilustración 2.1 Datos generales



FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Análisis: El objetivo de esta pregunta es conocer el tipo de turista que visita la Plaza Grande, de acuerdo al análisis de los resultados el 74% de los encuestados fueron turistas nacionales y el 26% fueron turistas extranjeros.

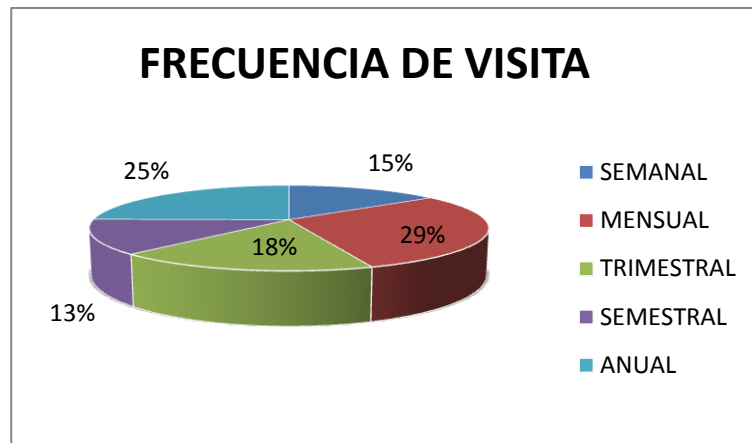
PREGUNTA 1: ¿Con que frecuencia visita usted La Plaza Grande?

FRECUENCIA DE VISITA	FUENTE	%
SEMANTAL	57	15%
MENSUAL	113	30%
TRIMESTRAL	68	18%
SEMESTRAL	50	13%
ANUAL	95	25%
TOTAL	383	100%

FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Ilustración 2.2 Frecuencia de visita



FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Análisis: El objetivo de esta pregunta es conocer la frecuencia de visita a la Plaza Grande, de acuerdo al análisis de los resultados el 29% de los encuestados lo hacen mensual, el 18% lo visitan trimestral, el 15% semanal, el 13% semestral y un 25% lo visitan anualmente

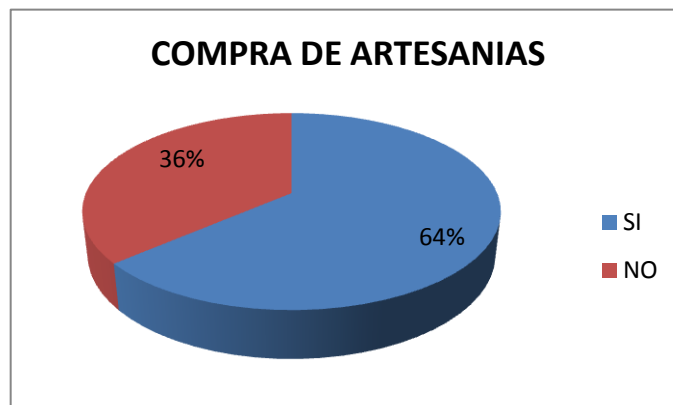
PREGUNTA 2: ¿Usted cuando visita La Plaza Grande compra algún tipo de artesanía?

COMPRA DE ARTESANÍAS	FUENTE	%
SI	244	64%
NO	139	36%
TOTAL	383	100%

FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Ilustración 2.3 Compra de Artesanías



FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Análisis: El objetivo de esta pregunta es conocer si el turista compra algún tipo de artesanía en la Plaza Grande, de acuerdo al análisis de los resultados el 64% de los encuestados Si compran mientras que el 36% no adquieren nada.

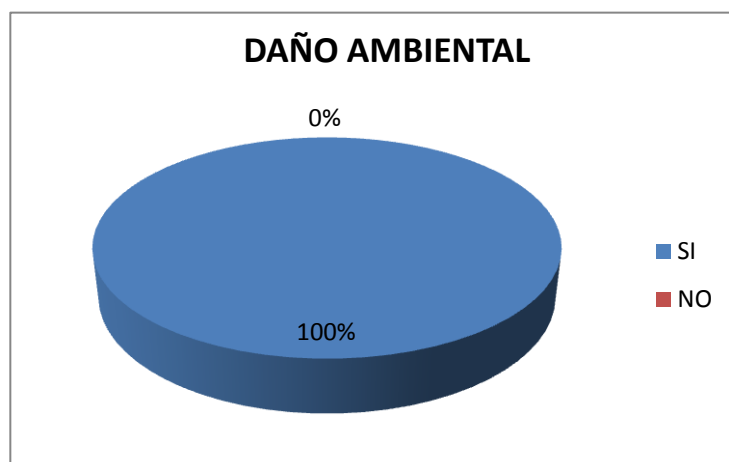
PREGUNTA 3: ¿Usted tiene conocimiento del deterioro del medio ambiente?

DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE	FUENTE	%
SI	383	100%
NO	0	0%
TOTAL	383	100%

FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Ilustración 2.4 Deterioro del Medio Ambiente



FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Análisis: El objetivo de esta pregunta es conocer si los turistas conocen sobre el deterioro del medio ambiente de acuerdo al análisis de los resultados 100% de los Encuestados si están enterados.

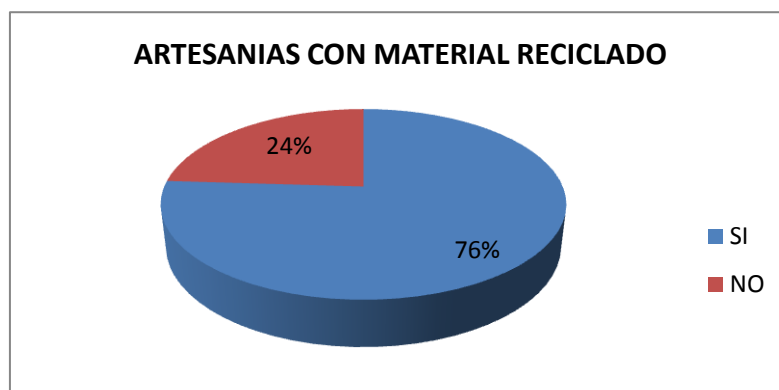
PREGUNTA 4: ¿Si tuviese la oportunidad de aportar con el cuidado del medio ambiente y el turismo ecuatoriano, adquiriría una artesanía con material reciclado lo haría?

ARTESANÍA CON MATERIAL REICLADO	FUENTE	%
SI	291	76%
NO	92	24%
TOTAL	383	100%

FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Ilustración 2.5 Artesanías con material reciclado



FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Análisis: El objetivo de esta pregunta es conocer si los turistas estarían dispuestos a comprar artesanías con material reciclado de acuerdo al análisis de los resultados 76% de los encuestados si estarían dispuestos mientras que un 24% no.

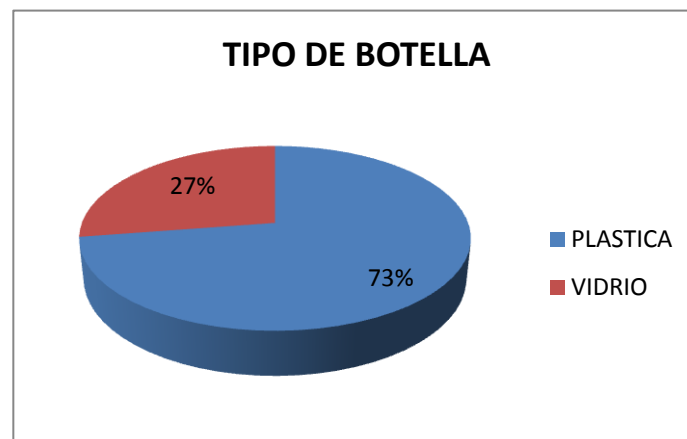
PREGUNTA 5: ¿Al adquirir algún tipo de estas artesanías que contribuyan con el turismo de qué tipo de botellas preferiría?

TIPO DE BOTELLA	FUENTE	%
PLÁSTICA	278	73%
VIDRIO	105	27%
TOTAL	383	100%

FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Ilustración 2.6 Tipo de Botella



FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Análisis: El objetivo de esta pregunta es conocer el tipo de botella que el turista estaría dispuesto a comprar al adquirir artesanías de acuerdo al análisis de los resultados 73% de los encuestados preferirían las botellas plásticas mientras que el 27% preferirían Botellas de vidrio.

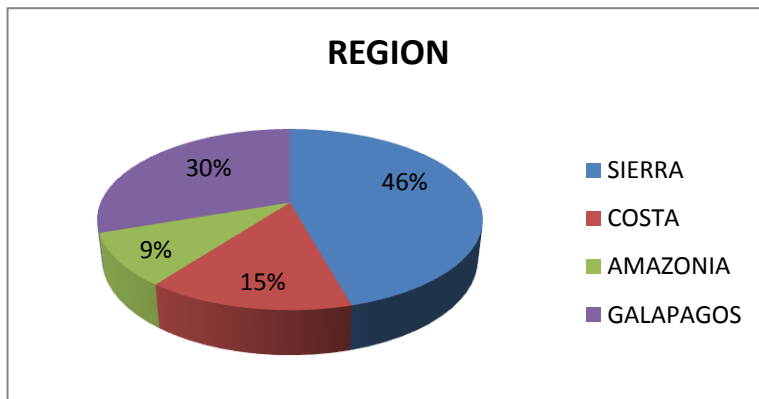
PREGUNTA 6: ¿Cuándo compra artesanías de que región le gusta más?

REGIÓN	FUENTE	%
SIERRA	175	46%
COSTA	56	15%
AMAZONIA	36	9%
GALÁPAGOS	116	30%
TOTAL	383	100%

FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Ilustración 2.7 Región



FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Análisis: El objetivo de esta pregunta es conocer de que región del país les gusta más adquirir artesanías de acuerdo al análisis el 46% prefieren artesanías de la Sierra, el 15%

De la Costa, el 9% de la Amazonia y el 30% prefieren de Galápagos.

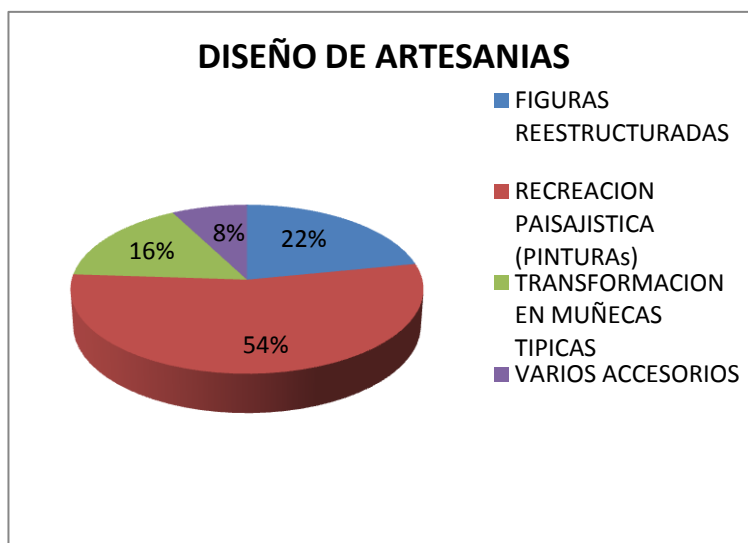
PREGUNTA 7: ¿Qué diseño de artesanías le gustaría adquirir en las botellas de plástico?

DISEÑO DE ARTESANÍAS	FUENTE	%
FIGURAS REESTRUCTURADAS	85	22%
RECREACIÓN PAISAJÍSTICA EN PINTURA	210	54%
TRANSFORMACIÓN EN MUÑECAS TÍPICAS	63	16%
VARIOS ACCESORIOS	30	8%
TOTAL	388	100%

FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Ilustración 2.8 Diseño de Artesanías



FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Análisis: El objetivo de esta pregunta es conocer el diseño que les gustaría adquirir de acuerdo al análisis el 22% prefieren Figuras reestructuradas, el 54% recreaciones paisajísticas, el 16% transformación de muñecas típicas y el 8% prefieren varios accesorios

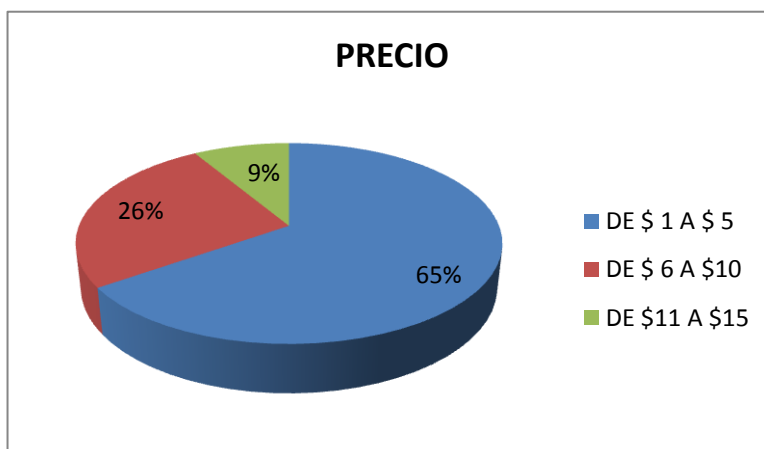
PREGUNTA 8: ¿Qué rango de precio estaría usted dispuesto a pagar por estos tipos de artesanías?

PRECIO	FUENTE	%
DE \$ 1 A \$ 5	250	65%
DE \$ 6 A \$10	100	26%
DE \$11 A \$15	33	9%
TOTAL	383	100%

FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Ilustración 2.9 Precio



FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Análisis: El objetivo de esta pregunta es conocer cuánto estaría dispuesto a pagar de acuerdo al análisis el 65% estarían dispuestos a pagar de \$1 a \$5 dólares, el 26% De \$6 a \$10 dólares y un 9% de \$11 a \$15 dólares.

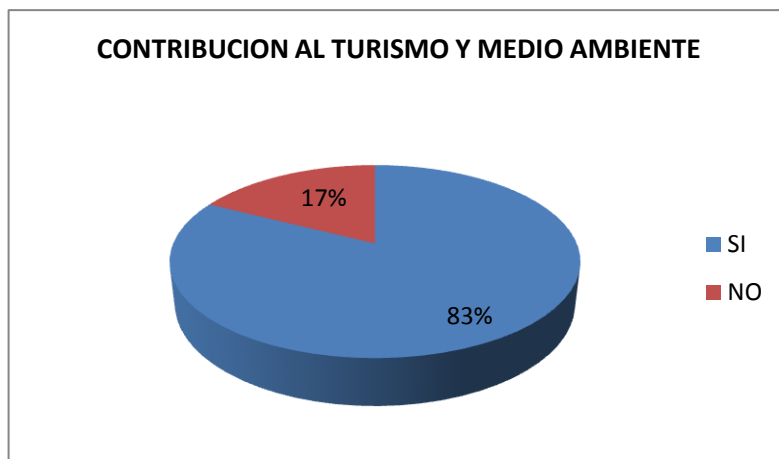
PREGUNTA 9: ¿Cree usted que la reutilización de botellas plásticas en la elaboración de artesanías contribuye con el turismo y al cuidado del ambiente?

CONTRIBUCIÓN AL TURISMO Y MEDIO AMBIENTE	FUENTE	%
SI	316	83%
NO	67	17%
TOTAL	383	100%

FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Ilustración 2.10 Contribución al Turismo y Medio Ambiente



FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

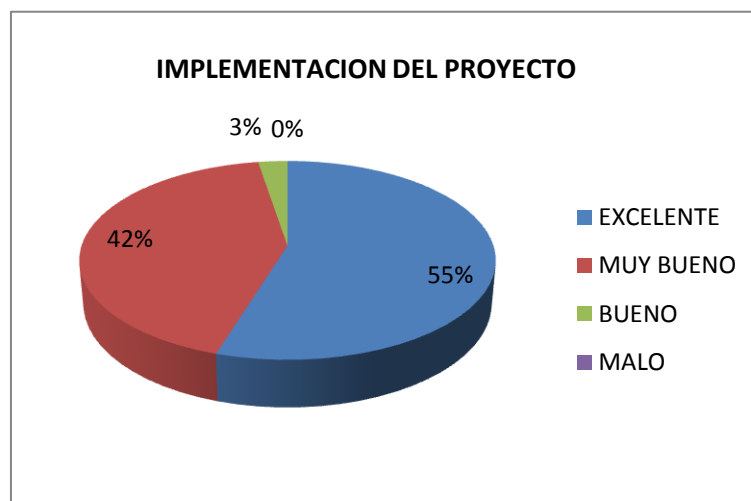
Análisis: El objetivo de esta pregunta es conocer si la reutilización de botellas aporta al turismo y medio ambiente de acuerdo a los análisis el 83% opinan que si mientras que el 17% no

PREGUNTA 10: ¿Cómo calificaría usted la implementación de este proyecto en el área turística?

CALIFICACIÓN AL PROYECTO	FUENTE	%
EXCELENTE	210	55%
MUY BUENO	163	43%
BUENO	10	3%
MALO	0	0%
TOTAL	383	100%

FUENTE
ELABORADO POR

Investigación de Mercado
La Autora

Ilustración 2.11 Calificación del Proyecto**FUENTE**

Investigación de Mercado

ELABORADO POR

La Autora

Análisis: El objetivo de esta pregunta es conocer si el proyecto tendría aceptabilidad de acuerdo a los análisis el 55% opinan que es Excelente, el 42% que es Muy Bueno El 3% que el Proyecto es Bueno.

2.3.8 Calculo de la demanda insatisfecha y proyección

DISEÑO DE ARTESANÍAS	PORCENTAJE DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL
Segmento de mercado con interés en el proyecto		96.288
Figuras Reestructurada	22%	21.183
Recreación Paisajísticas (Pinturas)	54%	51.996
Transformación en Muñecas Típicas	16%	15.406
Varios (Llaveros, etc.)	8%	7.703
TOTAL	100%	96.288
OFERTA DEL PROYECTO	Valor	
PARTICIPACIÓN DEL MERCADO	14%	-
Oferta Figuras Reestructurada	2.966	
Oferta Recreación Paisajísticas (Pinturas)	7.279	
Oferta Transformación en Muñecas Típicas	2.157	
Oferta Varios (Llaveros, etc.)	1.078	
OFERTA ANUAL DEL PROYECTO	13.480	
OFERTA MENSUAL DEL PROYECTO	1.123	
OFERTA DIARIA DEL PROYECTO	51	

DETALLE DE ARTESANÍA POR DÍA	
Oferta Diaria	51
Artesanos	5
Total de Oferta Diaria	10

Elaborado por: La Autora

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.4.1 Análisis histórico de la oferta

El sector artesanal en el país constituye una de las mayores fuentes de ingresos en las familias Ecuatorianas, por ende constituye un factor primordial para nuestra identidad y el desarrollo de la misma. En el país el mejoramiento del sector artesanal en los últimos años se ha convertido en la principal preocupación del gobierno, siendo como mayor prioridad el crecimiento de la capacidad comercial y el manejo de las técnicas ancestrales y habilidades manuales.

Los artesanos todavía no tienen la oportunidad de competir con productos procedentes de las manufactureras o de las industrias, debido a que su forma de producción es baja.

“En una economía de mercado como la nuestra, los precios de los bienes descansan sobre la cantidad de trabajo socialmente necesario para producirlos; los productores de mercancías que invierten en su producción más trabajo del socialmente necesario están en desventaja porque, al vender sus mercancías o productos, no recuperan todo el trabajo invertido por ellos sino solamente una parte, en razón de que el mercado no discrimina a los productos según su costo de producción, sino según el precio de productos iguales.”

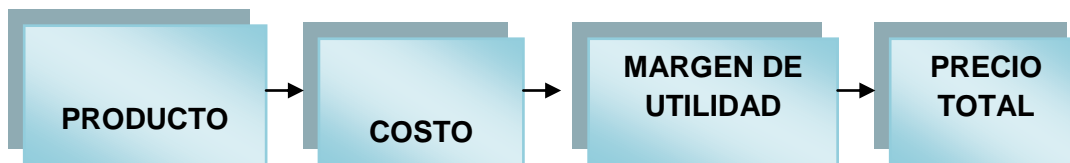
“En el último año el sector artesanal en el Ecuador ha experimentado un desarrollo del 40% un porcentaje muy significativo con respecto a la demanda los productos en el país, esta progresión se debe a las limitaciones a las importaciones aprobadas por el Gobierno a principios del año pasado, lo cual ha desatado que el mercado artesanal incremente sus ingresos. (Camara Pequeña Industria, 2011)

2.5 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

2.5.1 Análisis histórico del precio

Al no tener un competidor directo, se ha concluido que la mejor forma de fijar el precio es conforme al costo de producción más un margen de utilidad con el fin de alcanzar liquidez.

Ilustración 2.12 Diagrama con relación al costo



2.5.2 Determinación del precio

El precio se determinará de acuerdo a los siguientes parámetros.

- **COSTO POR UNIDAD.-** Debe calcularse de acuerdo al tamaño de cada artesanía.
- **COSTO MANO DE OBRA.-** Se ha determinado poner un precio correspondiente a la mano de obra, ya que los costos serán muy bajos.
- **MARGEN DE UTILIDAD.-** Ya que contamos con la aceptación en el mercado el margen de utilidad será de un 35%, beneficiando con el precio total al turista nacional o extranjero.
- **COSTO POR TRANSPORTE.-** se ha determinado poner un costo de 0.23 centavos por unidad correspondiente a la transportación del producto.

- **COSTO POR REUTILIZACIÓN DE BOTELLA.-** se ha determinado poner un costo de 0.05 centavos por unidad correspondiente a la transportación del producto.

Tabla 2.12 Determinación del precio

PRODUCTO	CANT. DE PRODUCTOS AL MES	COSTO POR UNIDAD	COSTO POR BOTELLA	COSTO MANO DE OBRA POR UNIDAD	MARGEN DE UTILIDAD	TRANSPORTE	TOTAL POR UNIDAD
Figuras Reestructurada	247	0,60	0,05	0,18	0,62	0,23	1,68
Recreación Paisajísticas (Pinturas)	606	0,63	0,05	0,23	0,65	0,23	1,79
Transformación en Muñecas Típicas	180	1,77	0,05	0,31	1,79	0,23	4,15
Varios (Llaveros, etc.)	104	0,70	0,05	0,03	0,72	0,23	1,73
TOTAL	1137						

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

2.6 ESTUDIOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

2.6.1 Canales de distribución

Como un taller re utilizador de botellas plásticas en la elaboración de artesanías, el canal de distribución más adecuado será entre el productor minorista y el consumidor final, el objetivo es que los productos lleguen al turista, permitiendo un desarrollo en los ingresos del sector artesanal y así lograr un margen de rentabilidad para el negocio.

Ilustración 2.13 Canal de distribución



Elaborado por: La Autora

2.6.2 Promoción y publicidad

La promoción para el presente proyecto será:

- **DESCUENTOS POR VOLUMEN.-** Este descuento se realizará de acuerdo al número de artesanías a adquirir por el productor minorista, el descuento a aplicar será por cada 100 artesanías que compre y se le proporcionara un descuento del 10%.

La publicidad de proyecto tomaremos en cuenta las siguientes estrategias:

- **ESCRITA.-** Se dará a conocer el producto artesanal a través de un catálogo que muestre todos los productos a ofertar el cual se entregará a cada uno de los locales artesanales, de esta manera daremos a conocer el propósito del taller al contribuir con el turismo y el medio ambiente.
- **INTERNET.-** La mejor forma de hacernos conocer será mediante las redes sociales como Facebook ya que de esta manera se dará información general del proyecto y los productos. De este modo se interactuará con los clientes, dando así un espacio para las opiniones y sugerencias.

2.6.3 Cálculo del presupuesto de la mezcla promocional

PLAZA

COSTO PLAZA	
Arreglo de Local	300
Gigantografías	150
TOTAL	450

PUBLICIDAD

COSTO PUBLICIDAD	
Catálogos	20
Internet	35
TOTAL	100

COSTO DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE MARKETING \$510.00
(QUINIENTOS CINCO DÓLARES)

2.6.4 La mezcla de mercadotecnia actual

La satisfacción del cliente se relaciona con un conjunto de herramientas con el que se pretende diseñar el producto, establecer precios, escoger los canales de distribución y modos de comunicación, y con estos pasos conformar un bien que realmente le guste y satisfaga la necesidad del consumidor. La forma más indicada de ejecutar estos pasos es con el Marketing Mix el cual está conformada por las Cuatro P: Producto, Precio, Plaza, Promoción y Publicidad.

Producto

La idea principal del proyecto es reutilizar botellas plásticas y con ellas elaborar artesanías que resalten nuestra identidad, las mismas que serán desarrolladas por personas que se respaldan con los conocimientos y técnicas necesarias.

El taller ofrecerá calidad, seguridad y concientización al cuidado del medio ambiente a través de artículos que representan la identidad del País el mensaje se difundirá a través de pequeños mensajes que estarán escritos en la botella.

(VER ANEXO 1)

Precio

El precio de cada una de las artesanías se detalló según el tamaño y diseño de la misma.

El precio para los clientes frecuentes se manejará a través de descuentos por volumen.

- Por la compra de 100 artesanías se le otorgará un 10% de descuento

Para aquella demanda que no sea parte de los clientes frecuentes, el precio se regirá de acuerdo al ya establecido previamente sin descuentos especiales.

Plaza

El servicio que deseamos brindar con la puesta en marcha del taller reutilizador de botellas plásticas en la elaboración de artesanías, estará a cargo del personal existente, todos deben mantener la comunicación correcta para el adecuado manejo de la producción.

El taller reutilizador de botellas en la elaboración de artesanías va a estar ubicada en el sector Centro Sur de la ciudad de Quito, aunque no está ubicada en el sector estratégico donde vamos a distribuir el producto se ha tomado en cuenta este sector por la reducción de costos principalmente por arriendo.

Promoción y Publicidad

La inversión en publicidad, es uno de los factores claves y de mayor importancia en el Proyecto, dado que el producto que se va a lanzar es nuevo en el mercado.

La Publicidad Informativa: En el cual se va a realizar una campaña de información sobre los siguientes puntos:

- La calidad y precios del servicio.
- La variedad de productos a ofertar.

Como principal herramienta para el desarrollo del proyecto se utilizará:

Catálogos: este material nos beneficiará en la venta del producto, el cual será repartido a nuestros futuros `clientes potenciales que inicialmente serán Tejidos y Bordados, Artesanías Plaza Grande y Quindeart y a futuro estaremos en nuevos clientes que con la entrega de este folleto se informaran mejor del taller. La inversión considerada será de \$480.00 anual.

Canales de Comunicación: Internet: se ha considerado que una buena forma de darnos a conocer es por medio de las redes sociales como Facebook, ya que es la mejor forma de interactuar con los futuros clientes.

Como estrategia adicional se considera a que el producto ayuda a la conservación del medio ambiente y al incentivo de conocer y adquirir lo nuestro, siendo un gran aporte al Turismo y un beneficio al crecimiento del Taller.

2.6.3 Direccionamiento Estratégico

- **Misión**

El taller re-utilizador de botellas plásticas para la elaboración de artesanías quiere destacar los diferentes atractivos y manifestaciones culturales existentes en el país, demostrando de esta manera una nueva idea en la elaboración de artesanías.

- **Visión**

Llegar a ser reconocidos como un taller que elabora artesanías con botellas plásticas y que de esta manera está difundiendo los principales atractivos turísticos del país y ayudando a la reutilización de plástico.

- **Valores**

- Respeto
- Colaboración
- Compañerismo

- **Objetivos**

- Incrementar las ventas anuales en un 10% y de esta manera dar más fuentes de trabajo.
- Capacitar al personal constantemente en atención al cliente y nuevas técnicas que surjan a futuro.
- Mantener actualización los estados financieros para la toma de decisiones a futuro.

CAPITULO III

3 ESTUDIO DEL PROYECTO

3.1 LOCALIZACIÓN

El tema de la localización fue analizado ampliamente en los capítulos anteriores, sin embargo desde el punto de vista técnico es necesario enfatizar algunas características de ubicación a ser tomadas en cuenta, a fin de reducir los costos y gastos y elevar de esta manera las utilidades.

3.1.1 Cercanía de fuentes de abastecimientos

La zona en la que se ubicará el taller será en el sur de la ciudad Quito, lo consideramos como un sitio muy accesible con relación al costo y a nuestros proveedores ya que la mayoría de ellos están ubicados en este sector.

3.1.2 Cercanía de mercado

Como se ha manifestado anteriormente, la zona de impacto del proyecto es el sector del Centro Histórico principalmente la zona de la Plaza Grande y el taller estará en un terreno ubicado en sector sur de la ciudad, puesto que para los clientes con los que vamos a operar en el lugar será muy accesible y de tal manera sea más beneficioso en relación al costo.

3.1.3 Disponibilidad de agua, energía y otros insumos

La zona en la que se instalará el punto fabril es en el sector de El Beaterio cuenta con todos los servicios básicos como son: agua potable, luz eléctrica, teléfonos, y otros servicios como la policía.

3.1.4 Comunicaciones

En el sector tenemos disponibilidad de servicios de internet, TV Cable, telefonía móvil, teléfono convencional, correo, todo ello facilita las actividades propias que el proyecto demanda.

3.2 TAMAÑO

El tamaño del taller está directamente relacionado con el mercado, esto me indica la cantidad de maquinaria y equipos que debemos adquirir, que de igual manera está en función a la cantidad,

3.2.1 Mercado

De acuerdo al análisis que se realizó en el Estudio de Mercado, se producirá un total de 51 piezas artesanales al día y un promedio de 1137 al mes, dependiendo de cada producto para un periodo de comercialización de 30 días.

Al realizar previamente un estudio de los gustos y preferencias del consumidor se ha concluido que los productos factibles para la producción y posterior venta son: Figuras Reestructuradas, Recreación Paisajísticas (Pinturas), Transformación en Muñecas Típicas, Varios (Llaveros).

Tabla 3.2.1 Tamaño del mercado

PRODUCTO	CANT. DE PRODUCTOS AL MES
Figuras Reestructurada	247
Recreación Paisajísticas (Pinturas)	606
Transformación en Muñecas Típicas	180
Varios (Llaveros, etc.)	104
TOTAL	1137

En el estudio de mercado sale una demanda de 1123 artesanías al mes, pero se ha decidido elaborar 14 artesanías diarias como precaución al daño o deterioro de las mismas.

3.2.2 Materias Primas

Los productos artesanales en los últimos años han crecido considerablemente, por motivo de que existe una gran demanda por parte de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Debido al excesivo consumo de material plástico especialmente de las botellas. La microempresa se dedicará a la reutilización y elaboración de artesanías ecuatorianas, tomando en cuenta que en el Ecuador si existe la materia prima suficiente para la elaboración de estos productos, por lo tanto es posible cubrir la demanda existente en el mercado.

La botella plástica es el material más importante para la elaboración del producto ya que esta simplemente la podemos encontrar en las calles, basureros o simplemente en nuestros hogares, el numero de botellas que se necesitaran para satisfacer la demanda serán de 1140 botellas mensuales. De esta manera le daremos un nuevo uso.

Pinturas de diferentes colores, en el país y principalmente en la ciudad tenemos varios distribuidores con los que podemos contar para la adquisición de la misma ya sea pintura para tela o para cerámica que se la podrá utilizar de igual manera en el plástico.

Los colores a utilizar principalmente serán el blanco, negro, piel, y los colores primarios como lo son el amarillo, azul, rojo ya que con estos se podrá hacer una gama de colores al realizar mezclas.

Telas que principalmente serán utilizadas en la confección de los vestuarios para la transformación de muñecas, contando principalmente como nuestro mayor Proveedor con la Piolera Ponte Selva S.A.

3.2.3 Financiamiento

Para el financiamiento del proyecto se ha considerado que habrá dos socios los cuales cabe señalar que cada socio aportara un capital inicial de \$3750,00 dólares, haciendo un total de \$ 7.500, 00 dólares americanos.

3.2.4 Tecnología

Es importante tomar en cuenta que se necesitará de una computadora, con el fin de realizar todas las facturaciones y cumplir así con el proceso de compra-venta, además es indispensable que la empresa cuente con internet de banda ancha para actualizar la información de los clientes y proveedores y una herramientas para coser para el proceso de confección de vestuarios y arreglos finales para la presentación del producto.

3.3. INGENIERÍA DEL PROCESO

3.3.1 Lista De Equipos, Maquinaria, Herramientas, Enseres, Vehículo

ACTIVO	CANT.	P. UNIT.	LUGAR DEL ACTIVO	RESPONSABLE
Muebles y Enceres				
Escritorios	2	200,00	Dep. Operativo y Adm	Administrador
Sillas	6	35,00	Dep. Operativo y Adm	Administrador
Archivadores	1	60,00	Dep. Operativo y Adm	Administrador
Mesas de Trabajo	3	250,00	Dep. Operativo	Administrador
Estantería	4	55,00	Bodega	Administrador
Equipos Informático				
Computadoras	2	550,00	Dep. Administrativo	Administrador
Impresoras	1	162,40	Dep. Administrativo	Administrador
Equipos de Oficina				
Máquina de coser	1	200,00	Dep. Operativo	Administrador
Teléfono	1	20,00	Dep. Operativo y Adm	Administrador
Herramientas				
Tijeras	6	2,00	Dep. Operativo y Adm	Administrador
Pinceles	10	1,00	Dep. Operativo	Administrador
Marcadores 1 caja	1	3,50	Dep. Operativo y Adm	Administrador
Basurero	4	2,00	Dep. Operativo y Adm	Administrador

Elaborado por: La Autora

3.3.2 Mantenimiento De Equipo, Maquinaria, Herramientas, Enseres, Vehículo

(VER ANEXO 2)

3.3.3 Lista De Materia Prima, Insumos Para El Proceso Productivo.

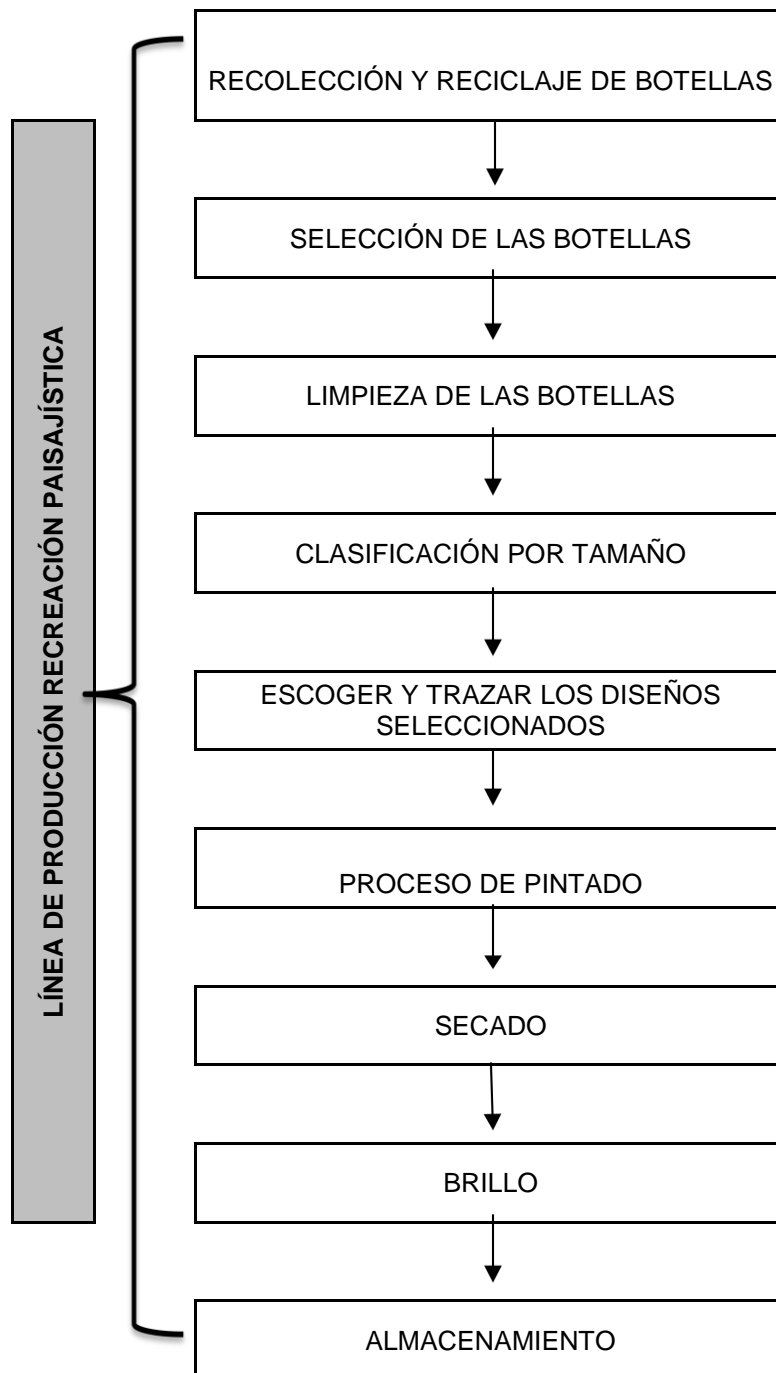
MATERIA PRIMA PARA EL NEGOCIO PARA 30 DÍAS	UNIDA D	CAN T.	PRECIO. UNIT.	PRECIO. TOTAL
COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Botellas Plásticas	Unidad	1140	0	0
Pintura Acrílica color Blanco Un litro	Unidad	5	6,95	34,75
Pintura Acrílica color Negro Un litro	Unidad	5	6,95	34,75
Pintura Acrílica color Primario 1 Un litro	Unidad	4	6,74	26,96
Pintura Acrílica color Primario 2 Un litro	Unidad	4	6,74	26,96
Pintura Acrílica color Primario 3 Un litro	Unidad	4	6,74	26,96
Pintura Acrílica color Piel Un litro	Unidad	4	6,74	26,96
Cerámica varios modelos	Piezas	250	0,5	125
Cinta Rasó diferentes colores 10 Yards	Yarda	20	0,5	10
Tela Tipo Franela diferentes colores	Rollos	3	45	135
Glass	Unidad	10	5,75	57,5
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Tijeras	Unidad	7	3,5	24,5
Pinceles	Unidad	10	1,5	15
Marcadores 1 caja	Unidad	1	7,5	7,5
Luz			25	25
Agua			20	20
Teléfono			35	35
TOTAL		1449	92,61	631,84

Elaborado por: La Autora

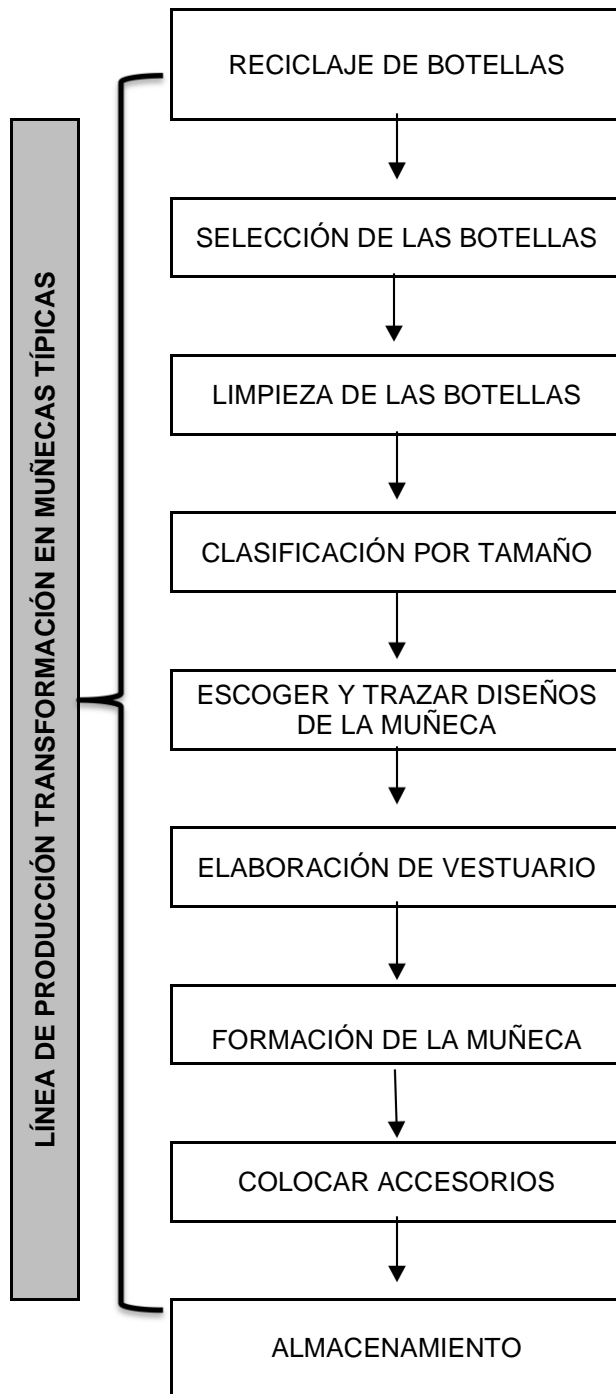
3.3.4 Proceso de Producción

Ilustración 3.1 Recreación Paisajística

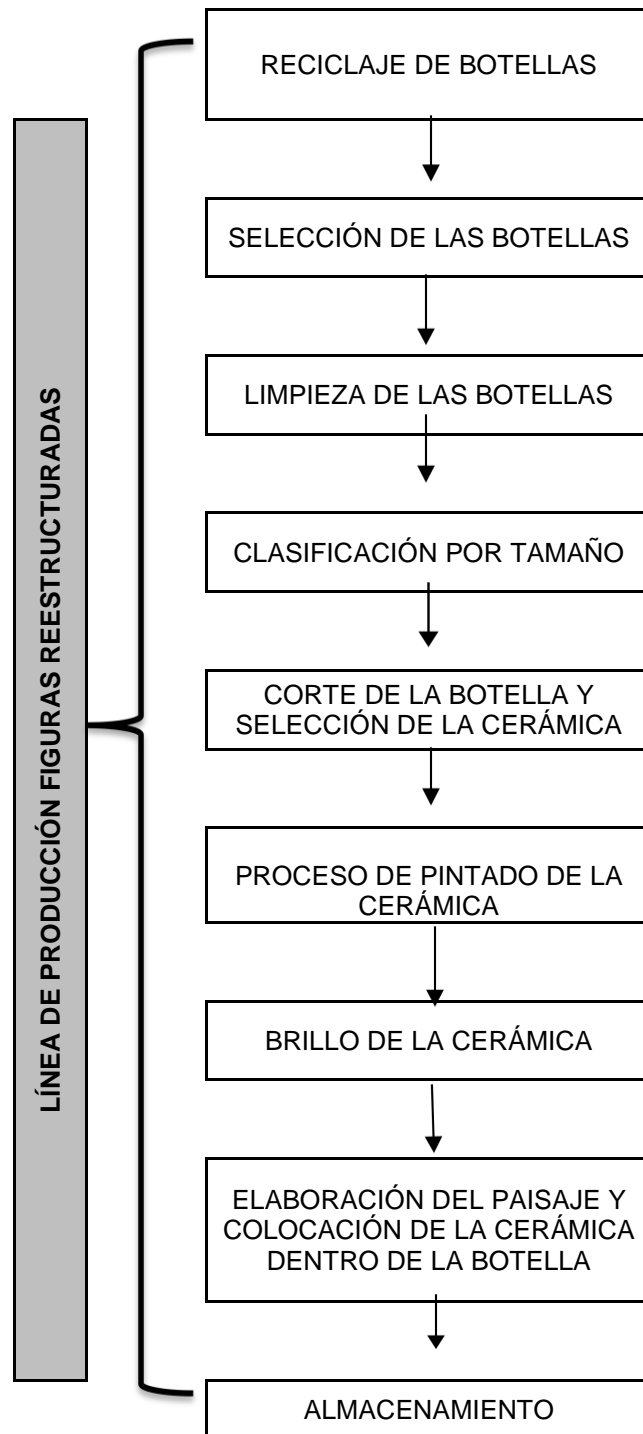
PROCESO DE PRODUCCIÓN PARA LA REUTILIZACIÓN DE BOTELLAS EN LA ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS



Elaborado por: La Autora

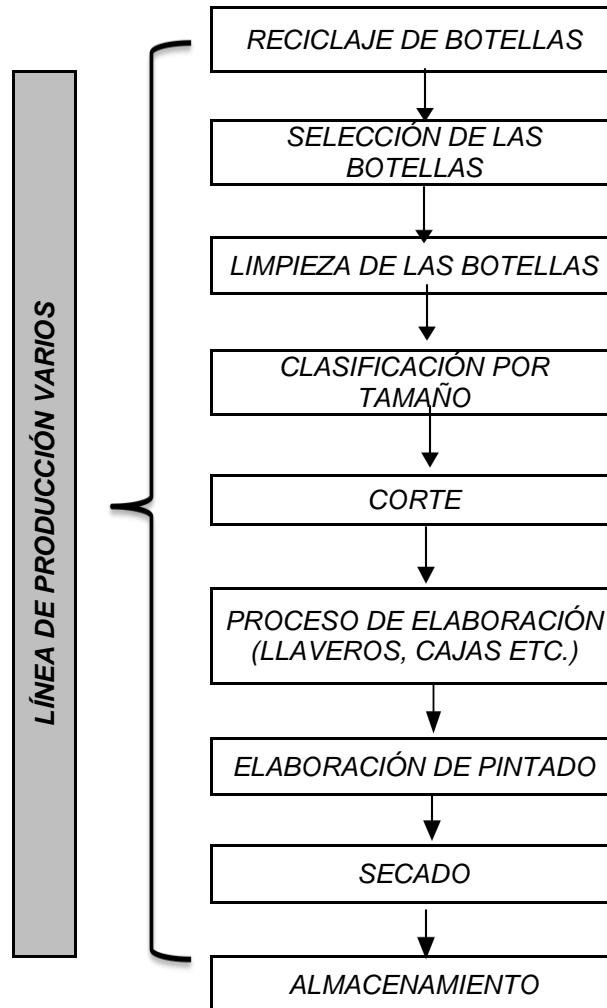
Ilustración 3.2 Transformación en Muñecas Típicas

Elaborado por: La Autora

Ilustración 3.3 Figuras Reestructuradas

Elaborado por: La Autora

Ilustración 3.4 Varios



Elaborado por: La Autora

El proyecto consiste en la reutilización de botellas plásticas y con ellas elaborar artesanías que resalte los principales paisajes, y representaciones culturales que nos identifican como país y de esta forma contribuir con el turismo y el cuidado del medio ambiente.

- Iniciando con la recolección y reciclaje de botellas el cual se hará en el parque Las Cuadras, parque Lineal, y parque de El Calzado. En las calles como Av. Pedro Vicente Maldonado, Av. Mariscal Sucre, Av. Teniente Hugo Ortiz, pensando a futuro integrar otros lugares del sur de la ciudad. Este trabajo lo realizara los socios del taller.
- Un segundo paso consiste en seleccionar las botellas que estén muy deterioradas, rotas o maltratadas y contar con la materia prima en buen estado.
- Limpieza de las botellas, se procederá a lavar, secar y sacar las etiquetas de forma habitual.
- Clasificación por tamaño este se ordenará por botellas grandes respectivamente las de 3 litros, medianas para la aplicación de los paisajes pintados, pequeñas para la transformación en muñecas y las botellas dañadas se utilizarán para la realización de cubos, llaveros y varios accesorios y que irán surgiendo en el proceso.
- Escoger el diseño y trazarlo este proceso se lo realizará para las recreaciones paisajísticas, se seleccionará el paisaje a pintar y se hará un boceto en la botella.
- Para pintar se lo realizara con pintura acrílica, con colores como amarillo, azul y rojo como primarios y el blanco, negro y color piel, para las diferentes tonalidades.
- Secado de las pinturas. El tiempo requerido para esta actividad es muy corto por ser pintura acrílica.
- Brillo este procedimiento se lo realizará con (Glass), una mezcla especial que le da un toque de luminosidad a la pintura y cerámica.
- Elaboración y selección de vestuario para las muñecas este se los realizara con la máquina de coser.
- Formación de la muñeca este proceso pretende la elaboración de la

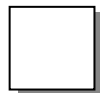
cabeza y manos con masilla, colocación del vestuario y diseño del rostro con pintura.

- Colocación de accesorios como encajes, collares etc.
- Corte de la botella para las figuras reestructuradas esto se lo hará de forma manual.
- Proceso de pintado de la cerámica de los diferentes monumentos como el de la Independencia, Mitad del Mundo, la Virgen del Panecillo, etc. con pintura acrílica
- Elaboración del paisaje y colocación de la cerámica dentro de la botella con una base de madera para sustentar la cerámica.
- Almacenamiento en la bodega para su posterior comercialización

3.3.5 Diagrama de Operaciones

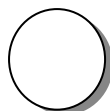
Los símbolos básicos de un diagrama de flujo de un proceso industrial son seis y se refieren a distintas operaciones y cada uno tiene una figura que lo representa tal como se indica enseguida:

Inspección:



Hay una inspección cuando un objeto se examinado para fines de identificación o para comprobar la calidad, cantidad, forma, tamaño o cualquier otra propiedad del objeto.

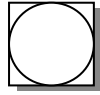
Operación:



Hay una operación cuando de manera intencionada se cambia en forma evidente cualquiera de las características específicas de un objeto, sean físicas

o químicas. Son operaciones las siguientes: taladrar, cortar, esmerilar, mezclar, etc.

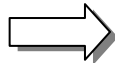
Operación-Inspección:



Hay una Operación - Inspección cuando a un objeto se le inspecciona y se le efectúa una operación al mismo tiempo.

A estas tres primeras operaciones se les denomina **Operaciones Principales**.

Traslado de transporte:



Hay un traslado o transporte cuando un objeto es llevado de un lugar a otro. No se identifica con traslado si el objeto es movido de un sitio a otro dentro de una misma operación realizada por un operario en un sitio de trabajo.

Demora o retraso:



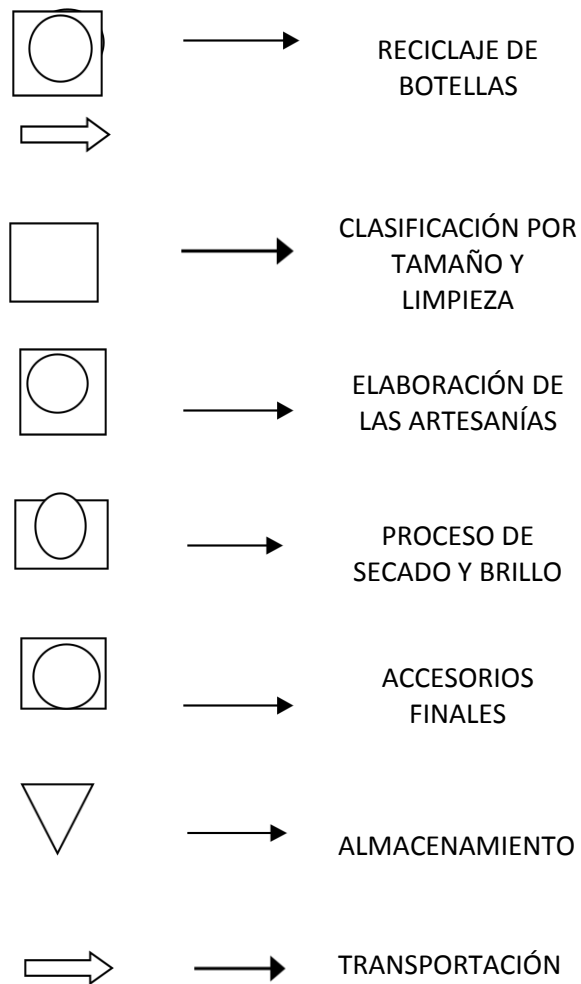
Hay demora o espera cuando se produce un almacenamiento temporal y se produce cuando es muy difícil evitar al amontonamiento de piezas u otros elementos entre una operación y otra. Por ejemplo cajas en espera hasta que sean abiertas por el operario para continuar con una operación: piezas que tienen que ser depositadas en un sitio con cierto orden para ser utilizadas en la siguiente operación, etc.

Almacenamiento:



Hay almacenamiento cuando un objeto es guardado y protegido contra traslados no autorizados.

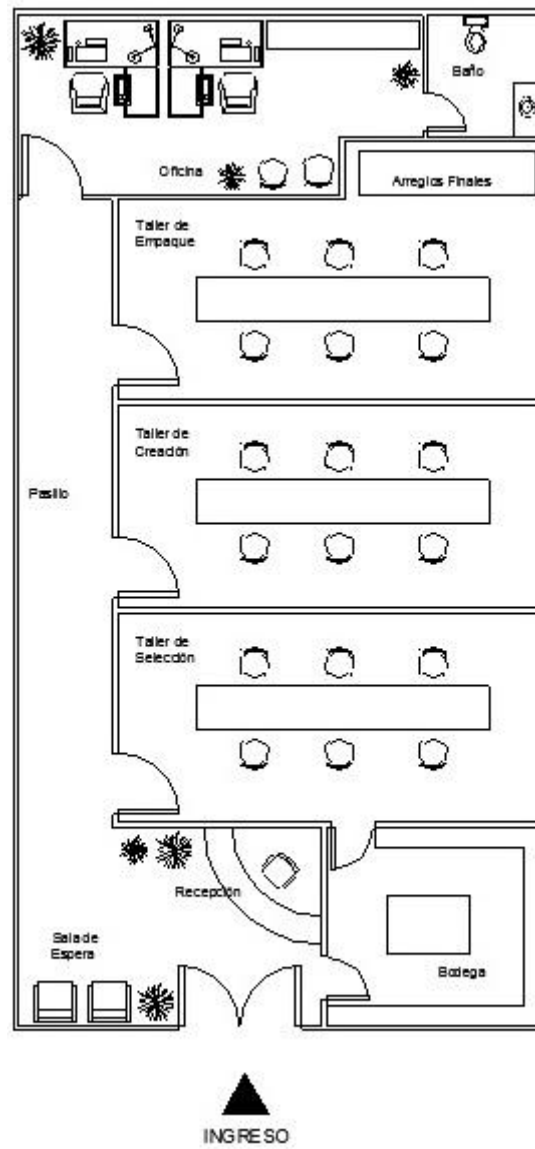
Ilustración 3.5 Diagrama de Operaciones



Elaborado por: La Autora

3.3.6 Layout

Ilustración 3.6 Distribución del departamento



Elaborado por: La Autora

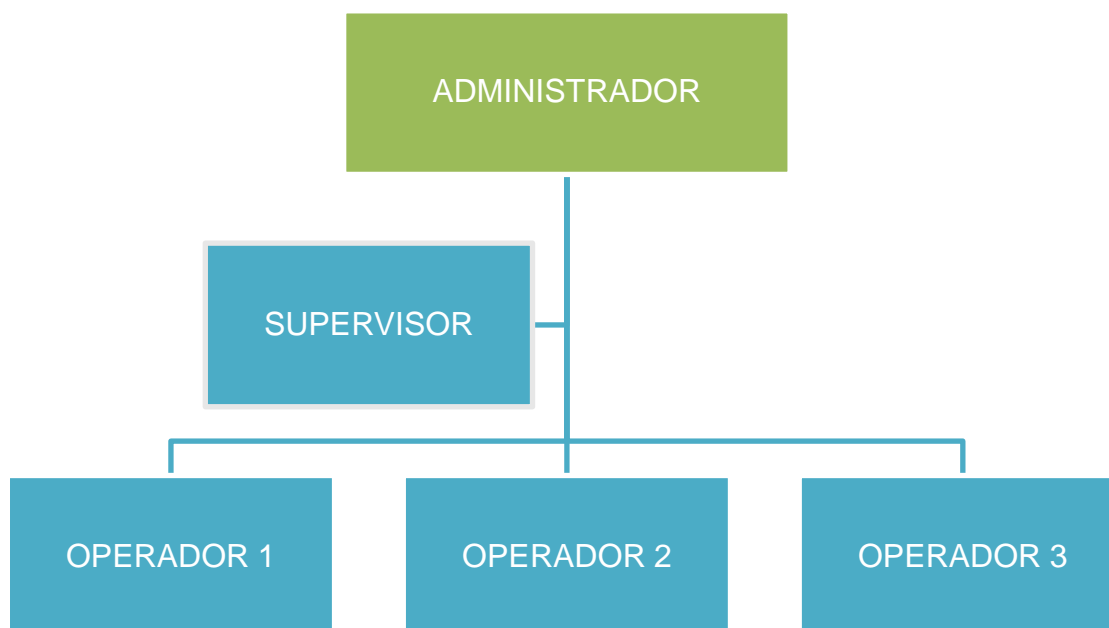
3.3.7 Cronograma De Inversiones

	ACTIVIDAD	MESES								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Estudios y diseños de ambiente de trabajo	■								
2	Adecuar la oficina al proyecto y programar la ejecución.		■							
3	Readecuaciones de la infraestructura		■							
4	Adquisición de muebles y enseres			■						
5	Adquisición de Equipos tecnológicos de oficina y adecuación en el área de trabajo			■						
6	Selección y contratación del personal colaboradores				■					
7	Adquisición de Materia Prima e Insumos					■	■			
9	Ajustes y Focus Group							■	■	
10	Operación									■

3.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Dentro de la operación del proyecto se contara con Supervisor general como cabeza del departamento y ayuda del departamento de investigación; quienes se encargaran del correcto funcionamiento del área de operaciones que estará constituida por los operadores.

Ilustración 3.7 Estructura Organizacional



3.4.1 Matriz Del Personal

CARGO	PERFIL	FUNCIONES	SALARIO	TIPO DE CONTRATO
ADMINISTRADOR	Estudiante universitario cursando los últimos años en carreras, con los métodos, técnicas y equipos necesarios, que sepa desenvolverse y expresarse con el personal, aplicar un liderazgo eficaz y habilidad conceptual para comprender las funciones del proyecto.	El administrador, deberá cumplir con el nivel operacional, con la planificación, organización, dirección y control de las actividades a desarrollar. Solución de problemas y aplicación de nuevas estrategias.	El salario será de \$ 350.00 dólares americanos	Contrato a Plazo Fijo con todos los beneficios sociales como ÍESS
SUPERVISOR	Estudiante de los últimos años de turismo, que conozca de las diferentes culturas y principales atractivos turísticos del país. Buena comunicación con el personal.	Involucrarse en el proceso productivo de las artesanías con ideas que ayuden a la elaboración de las mismas, supervisión y control del proceso productivo	El salario será de \$ 300.00 dólares americanos	Contrato a Plazo Fijo con todos los beneficios sociales como ÍESS
OPERADORES	Bachiller técnicos artesanales o personas que tengan la experiencia en los procesos de pintura y confecciones de vestuario	Encargados del proceso y diseño de las artesanías, de su estructuración y presentación final	El salario será de \$ 264.00 dólares americanos	Contrato a Plazo Fijo con todos los beneficios sociales como ÍESS

Elaborado por: La Autora

3.5 ASPECTOS LEGALES

3.5.1 Tipo de la Sociedad

El taller se constituirá como un Compañía Limitada Cía. Ltda., regulada por el código de la ley de compañías, conformada por seis personas (administrador, supervisor y Cuatro operadores) el capital inicial es de 7,500,00 dólares, aportado por los socios. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde, tendrá como finalidad la realización de toda clase de actos de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley.

3.5.2 Requisitos para la constitución de una compañía limitada

CONSTITUCIÓN

COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA Requisitos:

- **El nombre.-** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”. (Art. 16 LC).

El “principio de propiedad” consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

El “principio de inconfundibilidad o peculiaridad” consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías.

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

- **Solicitud de aprobación.-** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

SOCIOS

- **Capacidad:** Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías
- **Números mínimo y máximo de socios.-** La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley

De Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si

durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

CAPITAL

- **Capital mínimo.-** La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán avaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro.

Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001. (Superintendencia de Compañías, 2011)

El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

- **Participaciones.-** Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.
- **El objeto social:** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías.

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL RUC

Art. 8.- Requisitos para la obtención del RUC.- Son requisitos indispensables para la obtención del Registro Único de Contribuyentes los siguientes:

1. PERSONAS NATURALES:

INSCRIPCIÓN

- a) Presentar el original y entregar copia de la cédula de identidad;
- b) Fotocopia de la última papeleta de votación;
- c) Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrolla su actividad económica: recibo de luz, agua, teléfono;
- d) En el caso de extranjeros: fotocopia y original de la cédula de identidad, o del pasaporte y fotocopia del censo; y,
- e) En caso de artesanos calificados la copia de la calificación artesanal.

2. PERSONAS NATURALES:

ACTUALIZACIÓN

- a) Fotocopia de la última papeleta de votación;
- b) Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrolla su actividad económica: recibo de luz, agua, teléfono, impuesto predial (en caso de cambio de dirección o de creación de una nueva agencia o sucursal); y,
- c) En el caso de extranjeros, fotocopia y original de la cédula de identidad, o del pasaporte y fotocopia del censo.

(Servicio de Rentas Internas, 2011)

REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL

PATENTES MUNICIPALES

El impuesto de patentes municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

A partir del 2 de enero de cada año en la Administración Zonal respectiva.

Existen tres clases de personería:

- Patente personas naturales
- Patente Jurídica nueva (empresa en constitución)
- Patente jurídica antigua.(1.5x1000 a los activos totales Administración Sur)

PATENTE PERSONAS NATURALES En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:

- Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, Ministerio de Finanzas, y Formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
- Presentar la planilla de mejoras emitidas por el departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requiera el permiso de funcionamiento.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
- Copia de carta de pago de impuesto predial. (Quitumbe)

PATENTE JURÍDICA NUEVA

- Es el requisito a constituir una empresa en cuyo caso se necesita:
- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.

PATENTE JURÍDICA ANTIGUA

Para obtener este documento se debe cancelar las obligaciones del 2 al 31 de enero de cada año. Para declarar el impuesto del 1.5 x 1000, sobre los activos totales:

- Los balances y declaraciones en original y copia presentados en la

Superintendencia de Compañías y/o Ministerio de Finanzas.

- La declaración del impuesto del 1.5 x 1000, sobre activos totales presentada al Municipio. El formulario correspondiente puede adquirirlo en Recaudaciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizado.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Copia del carnet del contador, actualizado.
- Copia de la Carta de pago del 1.5 x 1000, del año anterior
(Camara Pequeña Industria, 2011)

REQUISITOS PARA LA AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO

PERSONAS NATURALES

- **Ecuatorianos**
 - Llenar la solicitud de afiliación.
 - Fotocopia de la cédula de ciudadanía.

- **Extranjeros**
 - Llenar la solicitud de afiliación.
 - Fotocopia del pasaporte o cédula de residencia.
 - Fotocopia del censo otorgado por Migración.

- **Personas Jurídicas**
 - Llenar la solicitud de afiliación.
 - Fotocopia simple de la escritura de constitución de la empresa.
 - Fotocopia de la resolución de la Superintendencia de Compañías. En caso de bancos o instituciones financieras, la resolución de la Superintendencia de Bancos y, en caso de sociedades civiles colectivas, la sentencia del juez.

- Fotocopia de la cédula o pasaporte del representante legal.
- **Apoderados**
 - Llenar la solicitud de afiliación.
 - Fotocopia de la escritura de poder conferido.
 - Fotocopia de la cédula o pasaporte.
 - En todos los casos, adicionalmente a la presentación de estos documentos, el solicitante deberá realizar el pago de la cuota de inscripción a la Cámara de Comercio.
 - Para las personas naturales, el valor a cancelar depende del capital que haya sido declarado para la afiliación.
 - Para las personas jurídicas, el valor a cancelar depende del capital suscrito en las escrituras de constitución de la empresa.

(Camara de Comercio, 2011)

REQUISITOS PARA OBTENER PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

INTENDENCIA DE POLICÍA

PERMISOS ANUALES DE FUNCIONAMIENTO

BASE LEGAL

Según Decreto Supremo 3310-B de fecha 8 de marzo de 1979 señala:

Las Intendencias Generales de Policía a nivel Nacional se encargarán de otorgar los Permisos Anuales de Funcionamiento según lo que señala el Art. 29 de dicho decreto, que manifiesta:

“Los locales donde se prestan servicio de alojamiento a huéspedes permanentes o transeúntes, los restaurantes o en general, lugares donde se consuman alimentos o bebidas alcohólicas y que están sujetos al pago del Permiso de Funcionamiento, deben obtener anualmente el mismo otorgado por las Intendencias Generales de Policía de cada Provincia.” (Ministerio de Inclusion Economica y Social)

REQUISITOS:

REQUISITOS	ESTABLECIMIENTOS
RUC SRI	Todos
Patente Municipal	Todos
Copia de Cédula	Todos
Permiso de Uso de Suelo	Centros de Diversión Nocturna
Permiso de Cuerpo de Bomberos	Centros de Diversión Nocturna

Los Permisos Anuales de Funcionamiento se renuevan cada año y estos requisitos rigen solo cuando se va a sacar el P.A.F por primera vez. Para la renovación anual se necesita el comprobante de pago del permiso del año anterior y la cancelación del costo de la tasa para el presente año.

Valores para trámites en el Ministerio de Gobierno

Según Acuerdo Ministerial No 0180 de 7 de septiembre de 2005, establece los siguientes valores por concepto de trámites en el Ministerio de Gobierno que rigen desde el 1 de octubre del 2005.

CÓDIGO	SERVICIO	VALOR (Dolores)
01	Trámite de autorización de cada rifa o sorteo	50.00
02	Otorgamiento de Copias: hasta 10 hojas	2.00
	Por cada hoja adicional	0.10
03	Trámite de Autenticación de documentos	3.00
04	Trámite de levantamiento de orden de clausura, ocasionada	100.00

	por incumplimiento de la Ley de Defensa del Consumidor y su reglamento o por cualquier otra causa establecida en el ordenamiento legal vigente	
05	Certificado de Residencia	2.00

REQUISITOS PARA OBTENER EL REGISTRO SANITARIO

Art. 6.- LICENCIA SANITARIA DE VENTA PARA PRODUCTOS ARTESANALES. El Registro Sanitario de productos de elaboración artesanal consistirá exclusivamente en la licencia sanitaria de venta otorgada por la Dirección Provincial de Salud de la provincia en la que se elaborare o expendiere el producto.

La Dirección Provincial de Salud exigirá a los productores artesanales de productos procesados el cumplimiento de las normas de buenas prácticas de manufactura que les fueren aplicables.

Se considerarán productos de elaboración artesanal aquellos elaborados por artesanos o micro empresarios registrados como tales en el MISIL y de conformidad con la reglamentación correspondiente.

PARA INSCRIPCIÓN DE PRODUCTOS NACIONALES

- **Solicitud** dirigida al Director General de Salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario.
- **Permiso de funcionamiento:** Actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud (Dirección Provincial de Salud de la jurisdicción en la que se encuentra ubicada la fábrica); (Original a ser devuelto y una copia). (INH)

- **Certificación otorgada por la autoridad de salud competente** de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para fabricar el producto. (Original a ser devuelto y una copia); (Corresponde al acta que levanta la Autoridad de Salud una vez que realiza la inspección del establecimiento).
- **Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo utilizado.**
- **Formula cualitativa - cuantitativa:** Incluyendo aditivos, en orden decreciente de las proporciones usadas (en porcentaje referido a 100 g. ó 100 ml.). Original.
- **Certificado de análisis de control de calidad del producto:** Con firma del Técnico Responsable. Original. (Obtenido en cualquier Laboratorio de Control de Alimentos, incluidos los Laboratorios de Control de Calidad del Instituto de Higiene "Leopoldo Izquieta Pérez")
- **Especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase.** (Otorgado por el fabricante o proveedor de los envases). Con firma del Técnico Responsable. Original.
- **Proyecto de rotulo a utilizar por cuadruplicado:** Dos Originales.

- **Interpretación del código de lote:** Con firma del Técnico Responsable.

LOTE: Una cantidad determinada de un alimento producida en condiciones esencialmente iguales.

CÓDIGO DE LOTE: Modo Simbólico (letras o números, letras y números) acordado por el fabricante para identificar un lote, puede relacionarse con la fecha de elaboración.

- **Pago de la tasa por el análisis de control de calidad, previo a la emisión del registro sanitario:** Cheque certificado a nombre del Instituto de Higiene y Malaria Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" por el valor fijado en el respectivo Reglamento.
- **Documentos que prueben la constitución, existencia y representación legal de la entidad solicitante,** cuando se trate de persona jurídica. Original.
- **Tres (3) muestras del producto envasado en su presentación final y pertenecientes al mismo, lote.** (Para presentaciones grandes, como por ejemplo: sacos de harina, de azúcar, jamones, etc., se aceptan muestras de 500 gramos cada una, pero en envase de la misma naturaleza)

LEY DE DEFENSA CONTRA EL ARTESANO

“Exoneraciones fiscales-tributarias: (sri, 2011)

- Exoneración de impuestos a la renta del capital...
- Impuesto a los capitales en giro.
- Impuesto al valor agregado (IVA) en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos.
- Importación de maquinaria, insumos, herramientas con el arancel más preferencial vigente.

Exoneración del impuesto a las exportaciones de artesanías.

- Créditos preferenciales
- Concesión de préstamos a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada.
- Apoyo Estatal
- Compra de artesanía para las instituciones oficiales y otros organismos públicos.
- Extensión de los beneficios que concede la Ley de Fomento Artesanal”

CAPITULO IV

4. EVALUACIÓN FINANCIERA

4.1 ANÁLISIS DE INGRESOS, INVERSIONES COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO

4.1.1 Matriz de Ingresos, Inversiones Costos y Gastos del proyecto

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
DEMANDA QUITO	96.288,00	109.768,32	125.135,88	142.654,91	162.626,60
OFERTA ANUAL DEL PROYECTO	13.480,32	21.953,66	25.027,18	28.530,98	32.525,32
VENTAS PRODUCTO A	4.972,11	8.102,00	9.236,28	10.529,36	12.003,47
VENTAS PRODUCTO B	13.011,88	21.190,77	24.157,48	27.539,53	31.395,06
VENTAS PRODUCTO C	8.945,54	14.568,45	16.608,03	18.933,16	21.583,80
VENTAS PRODUCTO D	687,15	1.119,70	1.276,45	1.455,16	1.658,88
TOTAL VENTAS ANUALES	137.384,99	176.702,91	201.441,31	229.643,10	261.793,13
MATERIA PRIMA DIRECTA					
Botellas Plásticas	-				
Pintura Acrílica color Blanco Un litro	417,00				
Pintura Acrílica color Primario 1 Un litro	323,52				
Pintura Acrílica color Primario 2 Un litro	545,13				
Pintura Acrílica color Primario 3 Un litro	323,52				
Pintura Acrílica color Piel Un litro	323,52				
Cerámica varios modelos	1.500,00				
Cinta Razo diferentes colores 10 Yards	120,00				
Tela Tipo Franela diferentes colores	1.620,00				
Glass	690,00				
COSTO MANO DE OBRA					
Costo Mano de Obra	242,76				
TOTAL MPD	6.105,45				
MANO DE OBRA DIRECTA					
Operarios	9.504,00				
TOTAL MOD	9.504,00				
GASTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIA PRIMA INDIRECTA	960,00	1.234,74	1.407,60	1.604,67	1.829,32
Luz	300,00	385,86	439,88	501,46	571,66
Agua	240,00	308,69	351,90	401,17	457,33
Teléfono	420,00	540,20	615,83	702,04	800,33
Arriendo de Planta Fabril (Local Propio)	-	-	-		
MANO DE OBRA INDIRECTA	3.600,00				
Supervisor	3.600,00				
GASTO DEPRECIACIÓN	127,50				
DEPRECIACIÓN EQUIPOS	20,00				

DEPRECIACIÓN MUEBLES	107,50				
INVERSIONES					
Escritorios	400,00				
Sillas	210,00				
Archivador	60,00				
Mesas de Trabajo	750,00				
Computadoras	1.100,00				
Impresoras	162,40				
Máquina de coser	200,00				
Teléfono	20,00				
Tijeras	12,00				
Pinceles	10,00				
Marcadores 1 caja	3,50				
Basurero	8,00				
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS Y SALARIOS	4.200,00				
Administrador	4.200,00				
GASTOS GENERALES	960,00				
Luz	300,00				
Agua	240,00				
Teléfono	420,00				
GASTO DEPRECIACIÓN	479,30				
Depreciación Equipos Informáticos	420,80				
Depreciación Equipos	2,00				
Depreciación Muebles	56,50				
GASTOS PUBLICIDAD					
Arreglo de Local	300,00				
Gigantografías	150,00				
Catálogos	120,00				
Internet	420,00				
TOTAL GASTOS PUBLICIDAD	990,00				
VALOR RESIDUAL	VALOR				
VALOR RESIDUAL ACTIVOS	2.993,90				
OFERTA ANUAL DEL PROYECTO	17.716,99	20.197,37	23.025,00		
OFERTA ANUAL PRODUCTO A	4.236,67	4.829,81	5.505,98	6.276,82	7.155,57
OFERTA ANUAL PRODUCTO B	10.399,10	11.854,98	13.514,68	15.406,73	17.563,67
OFERTA ANUAL PRODUCTO C	3.081,22	3.512,59	4.004,35	4.564,96	5.204,05
OFERTA ANUAL PRODUCTO D	1.540,61	1.756,29	2.002,17	2.282,48	2.602,03

Elaborado por: La Autora

4.1.2 Matriz Parámetros de Inversión y Proceso Productivo

CONCEPTO	VALOR	VARIACIONES	COSTO TOTAL
Demanda del Sector (o Demanda Quito)	96.288,00		
Tasa de Crecimiento de la Demanda	14,00%		
Participación del Mercado	20%		
Oferta Producto A	22%		
Oferta Producto B	54%		
Oferta Producto C	16%		
Oferta Producto D	8%		
Precio producto A	1,68		
Precio producto B	1,79		
Precio producto C	4,15		
Precio producto D	1,73		
CONCEPTO	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	
Escritorios	200,00	2,00	400,00
Sillas	35,00	6,00	210,00
Archivador	60,00	1,00	60,00
Mesas de Trabajo	250,00	3,00	750,00
Computadoras	550,00	2,00	1.100,00
Impresoras	162,40	1,00	162,40
Máquina de coser	200,00	1,00	200,00
Teléfono	20,00	1,00	20,00
Tijeras	2,00	6,00	12,00
Pinceles	1,00	10,00	10,00
Marcadores 1 caja	3,50	1,00	3,50
Basurero	2,00	4,00	8,00
Botellas Plásticas		13.680,00	-
Pintura Acrílica color Blanco Un litro	6,95	60,00	417,00
Pintura Acrílica color Negro Un litro	6,95	48,00	333,60
Pintura Acrílica color Primario 1 Un litro	6,74	48,00	323,52
Pintura Acrílica color Primario 2 Un litro	6,74	80,88	545,13
Pintura Acrílica color Primario 3 Un litro	6,74	48,00	323,52
Pintura Acrílica color Piel Un litro	6,74	48,00	323,52
Cerámica varios modelos	0,50	3.000,00	1.500,00
Cinta Razo diferentes colores 10 Yardas	0,50	240,00	120,00
Tela Tipo Franela diferentes colores	45,00	36,00	1.620,00
Glass	5,75	120,00	690,00
CONCEPTO	CANTIDAD	SALARIO	TOTAL GASTOS
Administrador	1,00	350,00	350,00
Supervisor	1,00	300,00	300,00
Operarios	3,00	264,00	792,00
DATOS ADICIONALES	CANTIDAD	VALOR	TOTAL GASTOS
Arriendo de Planta Fabril (Local Propio)	-	-	
Luz	12,00	25,00	300,00

Agua	12,00	20,00	240,00
Teléfono	12,00	35,00	420,00
Arreglo de Local	1,00	300,00	300,00
Gigantografías	1,00	150,00	150,00
Catálogos	6,00	20,00	120,00
Internet	1,00	35,00	35,00
Depreciación equipos		10%	
Depreciación equipos informática		33%	
Depreciación Enseres		10%	
Depreciación Muebles		10%	
Valor residual activos		20%	

Elaborado por: La Autora

4.1.3 Matriz Depreciaciones

DEPRECIACIONES						
ACTIVO	UNID	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL (años)	DEP. UNIT	DEP. ACTUAL
MUEBLES Y ENSERES						164,00
Escritorios	2	200,00	400,00	10	20,00	40,00
Sillas	6	35,00	210,00	10	3,50	21,00
Archivador	1	60,00	60,00	10	6,00	6,00
Mesas de Trabajo	3	250,00	750,00	10	25,00	75,00
Estantería	4	55,00	220,00	10	5,50	22,00
EQUIPOS DE OFICINA						22,00
Máquina de coser	1	200,00	200,00	10	20,00	20,00
Teléfono	1	20,00	20,00	10	2,00	2,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			-	10	-	420,80
Computadoras	2	550,00	1.100,00	3	183,33	366,67
Impresoras	1	162,40	162,40	3	54,13	54,13
TOTAL						606,80

Elaborado por: La Autora

4.1.4 Costos de Inversión del Proyecto

CONCEPTO	VALOR	%
A COSTO DEL PROYECTO		
INVERSIÓN FIJA	2.935,90	46,04%
Escritorios	400,00	6,27%
Sillas	210,00	3,29%
Archivador	60,00	0,94%
Mesas de Trabajo	750,00	11,76%
Computadoras	1.100,00	17,25%
Impresoras	162,40	2,55%
Máquina de coser	200,00	3,14%
Teléfono	20,00	0,31%
Tijeras	12,00	0,19%
Pinceles	10,00	0,16%
Marcadores 1 caja	3,50	0,05%
Basurero	8,00	0,13%
Inversión Materia Prima Directa	504,84	7,92%
TOTAL COSTO DEL PROYECTO	6.376,64	100,00%

Elaborado por: La Autora

4.2 BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

4.2.1 Matriz Balance Pérdidas y Ganancias

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas					
Ventas Producto A	4.972,11	8.102,00	9.236,28	10.529,36	12.003,47
Ventas Producto B	13.011,88	21.190,77	24.157,48	27.539,53	31.395,06
Ventas Producto C	8.945,54	14.568,45	16.608,03	18.933,16	21.583,80
Ventas Producto D	687,15	1.119,70	1.276,45	1.455,16	1.658,88
Ventas Totales	27.616,67	44.980,92	51.278,25	58.457,21	66.641,21
Costos de Producción	20.296,95	33.058,85	37.687,09	42.963,28	48.978,14
Mano de Obra Directa	9.504,00	15.479,73	17.646,89	20.117,46	22.933,90
Materia Prima Directa	6.105,45	9.944,31	11.336,52	12.923,63	14.732,94
Gastos de Fabricación	4.687,50	7.634,81	8.703,68	9.922,20	11.311,31
Mano de Obra Indirecta	3.600,00	5.863,53	6.684,43	7.620,25	8.687,08
Materia Prima Indirecta	960,00	1.563,61	1.782,51	2.032,07	2.316,56
Gastos Depreciación	127,50	207,67	236,74	269,88	307,67
Gasto Administrativo	5.639,30	9.185,06	10.470,97	11.936,91	13.608,08
Sueldos y Salarios	4.200,00	6.840,79	7.798,50	8.890,29	10.134,93
Gastos Generales	960,00	1.563,61	1.782,51	2.032,07	2.316,56
Gastos Depreciación	479,30	780,66	889,96	1.014,55	1.156,59
Gastos Publicidad	540,00	615,45	642,81	974,01	1.009,57
Catálogos	120,00	195,45	222,81	254,01	289,57
Internet	420,00	420,00	420,00	720,00	720,00
UTILIDAD NETA	1.140,42	2.121,55	2.477,37	2.583,00	3.045,43

Elaborado por: La Autora

4.2.2 Cuadro de Cálculo de Años

PARTIDA	AÑO 1	COEFICIENTE	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de Producción	20.296,95	73,50%	33.058,85	37.687,09	42.963,28	48.978,14
Mano de Obra Directa	9.504,00	34,41%	15.479,73	17.646,89	20.117,46	22.933,90
Materia Prima Directa	6.105,45	22,11%	9.944,31	11.336,52	12.923,63	14.732,94
Gastos de Fabricación	4.687,50	16,97%	7.634,81	8.703,68	9.922,20	11.311,31
Mano de Obra Indirecta	3.600,00	13,04%	5.863,53	6.684,43	7.620,25	8.687,08
Materia Prima Indirecta	960,00	3,48%	1.563,61	1.782,51	2.032,07	2.316,56
Gastos Depreciación	127,50	0,46%	207,67	236,74	269,88	307,67
Gasto Administrativo	5.639,30	20,42%	9.185,06	10.470,97	11.936,91	13.608,08
Sueldos y Salarios	4.200,00	15,21%	6.840,79	7.798,50	8.890,29	10.134,93
Gastos Generales	960,00	3,48%	1.563,61	1.782,51	2.032,07	2.316,56
Gastos Depreciación	479,30	1,74%	780,66	889,96	1.014,55	1.156,59
Gastos Publicidad	540,00	1,96%	879,53	1.002,66	1.143,04	1.303,06
Catálogos	120,00	0,43%	195,45	222,81	254,01	289,57
Internet	420,00		720,00	720,00	720,00	720,00

Elaborado por: La Autora

4.4 FLUJO DE FONDO A PRECIO DEL MERCADO DEL PROYECTO

4.4.1 Matriz Flujo de Fondo

CONCEPTO	AÑOS (VIDA ÚTIL DEL PROYECTO)					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
VENTAS PRODUCTO A		4.972,11	8.102,00	9.236,28	10.529,36	12.003,47
VENTAS PRODUCTO B		13.011,88	21.190,77	24.157,48	27.539,53	31.395,06
VENTAS PRODUCTO C		8.945,54	14.568,45	16.608,03	18.933,16	21.583,80
VENTAS PRODUCTO D		687,15	1.119,70	1.276,45	1.455,16	1.658,88
INGRESOS TOTALES		27.616,67	44.980,92	51.278,25	58.457,21	66.641,21
COSTOS X GASTOS						
COSTO DE PRODUCCIÓN		20.296,95	33.058,85	37.687,09	42.963,28	48.978,14
MANO DE OBRA DIRECTA		9.504,00	15.479,73	17.646,89	20.117,46	22.933,90
MATERIA PRIMA DIRECTA		6.105,45	9.944,31	11.336,52	12.923,63	14.732,94
GASTOS DE FABRICACIÓN		4.687,50	7.634,81	8.703,68	9.922,20	11.311,31
MATERIA PRIMA INDIRECTA		3.600,00	5.863,53	6.684,43	7.620,25	8.687,08
MANO DE OBRA INDIRECTA		960,00	1.563,61	1.782,51	2.032,07	2.316,56
GASTOS DEPRECIACIÓN		127,50	207,67	236,74	269,88	307,67

GASTOS ADMINISTRATIVOS		5.639,30	9.185,06	10.470,97	11.936,91	13.608,08
SUELDOS Y SALARIOS		4.200,00	6.840,79	7.798,50	8.890,29	10.134,93
GASTOS GENERALES		960,00	1.563,61	1.782,51	2.032,07	2.316,56
GASTOS DEPRECIACIÓN		479,30	780,66	889,96	1.014,55	1.156,59
UTILIDAD NETA		1.140,42	2.121,55	2.477,37	2.583,00	3.045,43
DEPRECIACIONES		606,80	988,33	1.126,70	1.284,44	1.464,26
CAPITAL DE TRABAJO	- 7.500,00					
VALOR RESIDUAL ACTIVOS						2.993,90
FLUJO DE FONDOS A PRECIOS DE MERCADO	- 7.500,00	1.747,22	3.109,89	3.604,07	3.867,44	7.503,58
VAN	3,58					
TIR	34%					

4.5 EVALUACIÓN FINANCIERA VAN, TIR

4.5.1 Matriz Evaluación Van, Tir

CONCEPTO	VALOR	VARIACION
VALOR ORIGINAL DEL VAN	3,58	0,00%
VALOR FINAL DEL VAN	3,58	
ELASTICIDAD DEL VAN	0	VECES
VALOR ORIGINAL DE LA TIR	0,34	0,00%
VALOR FINAL DE LA TIR	34%	
ELASTICIDAD DE LA TIR	0	VECES

Elaborado por: La Autora

4.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

4.6.1 Matriz Punto de Equilibrio

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. COSTO VARIABLE	7.065,45	11.179,05	12.744,12	14.528,30	16.562,26
MATERIA PRIMA DIRECTA	6.105,45	9.944,31	11.336,52	12.923,63	14.732,94
MATERIA PRIMA INDIRECTA	960,00	1.234,74	1.407,60	1.604,67	1.829,32
COSTO VARIABLE UNITARIO	0,40	0,55	0,55	0,55	0,55
B. COSTO FIJO	19.254,00	30.363,11	34.555,15	39.634,07	45.082,04
MANO DE OBRA DIRECTA	9.504,00	15.479,73	17.646,89	20.117,46	22.933,90
ARRIENDO	-	-	-	-	-
MANO DE OBRA INDIRECTA	3.600,00	5.863,53	6.684,43	7.620,25	8.687,08
SUELDOS Y SALARIOS	4.200,00	6.840,79	7.798,50	8.890,29	10.134,93
GASTOS GENERALES	960,00	1.563,61	1.782,51	2.032,07	2.316,56
GASTOS PUBLICIDAD	990,00	615,45	642,81	974,01	1.009,57
COSTO FIJO UNITARIO	1,09	1,50	1,50	1,51	1,51
CANTIDAD OFERTADA POR EL PROYECTO	17.716,99	20.197,37	23.025,00	26.248,50	29.923,29
OFERTA PRODUCTO A	4.236,67	4.829,81	5.505,98	6.276,82	7.155,57
OFERTA PRODUCTO B	10.399,10	11.854,98	13.514,68	15.406,73	17.563,67
OFERTA PRODUCTO C	3.081,22	3.512,59	4.004,35	4.564,96	5.204,05
OFERTA PRODUCTO D	1.540,61	1.756,29	2.002,17	2.282,48	2.602,03
PRECIO DE MERCADO DEL PRODUCTO	1,68	1,6775	1,6775	1,6775	1,6775
PRECIO DE EQUILIBRIO	1,4855	2,0568	2,0543	2,0634	2,0601
CANTIDAD DE EQUILIBRIO	15.057,42	27.013,22	30.742,76	35.261,33	40.108,24

VENTAS PARA CUBRIR LOS COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO	
ANUALES	15057,42

Elaborado por: La Autora

CAPITULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- El proyecto pretende difundir y promocionar el sector turístico del país con artesanías elaboradas de botellas plásticas que demuestran los diversos paisajes y manifestaciones culturales que se desarrollan en cada región.
- El desarrollo de actividades turísticas en el país, provocan el excesivo consumo de material no degradable como las botellas plásticas, haciendo que el sector turístico sea parte del problema.
- El estudio preliminar determinan que el sector artesanal en los últimos meses ha tenido un crecimiento del 40%, lo cual indica que la implementación del proyecto es una gran oportunidad de difundir el producto en el sector turístico.
- El desarrollo de las encuestas demuestran que el proyecto tiene aceptación en el mercado y que es viable.
- El desarrollo de la evaluación financiera determina que el proyecto es rentable.
- El sector artesanal cuenta con varios beneficios con los que la ley ampara al sector como: exoneraciones en el pago de impuestos (IVA, renta).

5.2 RECOMENDACIONES

- Aprovechar las fortalezas del producto para incentivar al cuidado del medio ambiente y la realización del turismo interno.
- Difusión y promoción de lugares turísticos poco conocidos en el país, y seguir promocionando los sectores turísticos ya existentes.
- Buscar nuevas fuentes de distribución y comercialización del producto, de esta forma ampliar el negocio dando a conocer las artesanías.
- A futuro ver la alternativa de implementar en el negocio nuevos productos que serán elaborados de materiales reciclados como el cartón, las latas, los envases tetrapak, etc.
- Para el posicionamiento en el mercado se recomienda realizar más publicidad, participación en ferias artesanales, esto ayudara a que se conozca en más lugares el producto.

REFERENCIAS

Libros:

Tamayo, W. M. (2002). *500 Ideas de Negocios no tradicionales y como ponerlas en practica*. Quito: Ecuador.

Uquillas, C. A. (2008). *El Modelo Económico Industrial en el Ecuador*. Recuperado el 5 de Octubre de 2011, de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2008/au.htm>

Urbina, G. B. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Madrid: McGraw Hill.

Urbina, G. B. (2011). *Evaluación de Proyectos*. Madrid: McGraw Hill.

Sapag, N. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyetos*. Madrid: McGraw Hill.

Kotler, P. (2005). *Fundamentos de Marketing*. Mexico.

Kotler, P., Camara, D., Grande, I., & Cruz, I. (2011). *Direccion de Marketing*. Milenio.

Documentos de Internet:

AGENCIA DE VIAJES. (2010). *DEFINICIONES*.

Banco Central del Ecuador. (2011). *Estadísticas Económicas*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2011, de <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000003>

Banco Central del Ecuador. (2011). *Estadísticas Sector Real*. Recuperado el 14 de Octubre de 2011, de <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000003>

Camara Artesanal de Pichincha. (2011). *C.A.P.* Recuperado el 16 de Noviembre de 2011, de <http://www.camaraartesanalpichincha.com/index.php?view=article&id=67:la-competitividad-del-sector-artesanal&format=pdf>

Camara de Comercio. (2011). *Afiliación*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2011, de <http://www.lacamaradequito.com>

Camara Pequeña Industria. (2011). *Sector Artesal*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2011, de <http://www.pequenaindustria.com.ec>

Coriat, B. (1982). *El taller y el cronómetro*. Madrid.

Diario Hoy. (2011). *Noticias*. Recuperado el 08 de Septiembre de 2011, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/sector-artesanal-ecuatoriano-crece-a-un-ritmo-del-40-cada-ano-354867>.

INH. (s.f.). Obtenido de www.inh.gov.ec

Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (2010). *Ecuador en Cifras*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2011, de <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/main.html>

Kotler, P. (2002). *Fundamentos de Marketing*. Mexico.

Kotler, P., Camara, D., Grande, I., & Cruz, I. (2011). *Dirección de Marketing*. Milenio.

Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Ministerio de Turismo. (2010). *Análisis del Turismo*. Recuperado el 27 de Febrero de 2011, de <http://www.mintur.gov.ec>

Municipio de Quito. (2011). *Quito Distrito Metropolitano*. Recuperado el 08 de Septiembre de 2011

NAFIN. (2010). *NAFIN*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2010, de <http://www.nafin.com/portalnf/consultoras>

Servicio de Rentas Internas. (2011). *Trámites*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2011, de www.sri.gov.ec

sri. (2011). Obtenido de <http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacionJoseFranco>

Superintendencia de Compañías. (2011). *Requisitos compañías de Responsabilidad Limitada*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2011

Uquillas, C. A. (2008). *El Modelo Económico Industrial en el Ecuador*. Recuperado el 5 de Octubre de 2011, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2008/au.htm>

Wikipedia. (2010). *Artesanías*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2011

Wikipedia. (2010). *Botellas Plásticas*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/Botella_de_pl%C3%A1stico

AGENCIA DE VIAJES. (2010). *DEFINICIONES*.

ANEXOS

Anexo 1



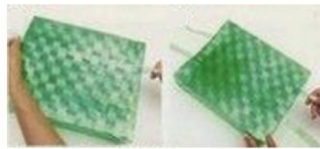
Figuras Reestructuradas



Recreación Paisajística



Transformación en muñecas



Varios

ANEXO 2

Nombre de la Razón Social: Soluciones Técnicas

Dirección: Av. De la Prensa N47-241 y Gonzalo Salazar

Teléfono:(02)2457333 – Quito

Web- Mail: solteconcepcion@hotmail.com

Nombre de la Razón Social: Multi Equipos Imperial

Dirección: Av. Pedro Vicente Maldonado entrada al Beaterio S48-247

Teléfono: (02)2696928– Quito

Nombre de la Razón Social: Vladimir Rojas

Dirección: Av. Puyas Oe 8-162 y Alajuelas

Teléfono:(02) 3170203 – Quito

Web- Mail: wycpublicidad@gmail.com

Nombre de la Razón Social: Piolera Ponte Selva S.A

Dirección: Los Guarumos E9-77 y Av. 6 de Diciembre

Teléfono:(02) 2460-205 – Quito

Web- Mail: info@ponteselva.com.ec