



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Plan de comercialización de productos artesanales elaborados manualmente en el Centro de Rehabilitación Social, de varones de la ciudad Esmeraldas

**PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE INGENIERIA COMERCIAL
MENCIÓN PRODUCTIVIDAD**

AUTOR:

LAURA ZAMBRANO PINARGOTE

ASESOR:

ING. ELÍAS SALAZAR

ESMERALDAS, 2014

Tabla de contenido

AUTORÍA.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RESUMEN EJECUTIVO.....	IV
ABSTRACT.....	V
INTRODUCCIÓN.....	VI
<i>CAPÍTULO I</i>	6
<i>1. CONTENIDO DEL MARCO CONCEPTUAL</i>	6
1.1 Problema de la Investigación	6
1.1.1 Problema Principal.....	7
1.1.2 Problemas Secundarios	7
<i>1.2 Justificación</i>	7
<i>1.3 Objetivos</i>	8
1.3.1 Objetivo General	8
1.3.2 Objetivos Específicos	9
<i>1.4 Marco Teórico</i>	9
1.4.1 Bases Teóricas	9
<i>CAPITULO II</i>	15
2. Metodología de la Investigación	15
2.1 Línea de Investigación	16
2.2 Descripción del lugar	16
2.2.1 Tipos de Investigación	16
2.2.1.1 Investigación Descriptiva	16
2.2.1.2 Investigación de Campo.....	16
2.3 Métodos de Investigación	17
2.3.1 Inductivo	17
2.3.2 Deductivo.....	17
2.3.3 Estadístico.....	17
2.2.3 Tipo de Muestreo	18
2.2.3.1 Aleatorio Simple	18
2.4 Población y Muestra de Estudio	18
2.4.1 Tamaño de la Muestra.....	18
2.5 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	18

CAPITULO III	19
3. Investigación de Mercado.....	19
3.1 Investigación de Mercado	19
3.1.1 Evidencia de Mercado	19
3.1.2. Binomio Producto Mercado.....	19
3.1.3 Segmentación de Mercado.....	20
3.1.3.1 Distribución del producto	21
3.1.4 Perfil del Consumidor.....	21
3.1.5 Proyección de la demanda potencial.....	21
3.1.6 Tendencias del Mercado.....	25
3.1.7 Factores de Riesgo.....	25
3.2 Ingresos en Base al Análisis de Mercado.....	25
3.3 Análisis de la Competencia.....	27
3.3.1 Descripción de la Competencia:	27
3.3.2 Competencia Directa:	27
3.3.3 Competencia Indirecta:	27
3.3.4 Productos Sustitutos:	27
3.3.5 Análisis Porter.....	28
3.3.5.1 Competidores Existentes.....	28
3.3.5.2 Poder de Negociación de los Proveedores	28
3.3.5.3 Poder de Negociación de los Clientes.....	28
3.3.5.4 Productos Sustitutos.....	28
3.3.5.6 Nuevos Competidores.....	28
3.3 Ventajas Competitivas:.....	29
3.4 Precio.....	29
3.5.1 Variables Para la Fijación del Precio	29
3.6. Distribución y Localización	30
3.6.1 Determinación del Tamaño Óptimo.....	30
3.6.1.1 Localización Óptima del Proyecto.....	30
3.6.1.2 Macrolocalización.....	30
3.6.1.3Microlocalización	31
3.7 Estrategias de Promoción.....	31
3.7.1 Clientes Claves	31
3.8 Estrategia de captación de clientes	31
3.8.1 Estrategia de publicidad.....	31
 CAPÍTULO IV.....	 32
3 ANÁLISIS TÉCNICO	32

4.1 Análisis de las Operaciones	32
4.1.1 Productos	32
4.1.2 Descripción del producto	32
4.1.3 Diseño del producto	32
4.1.4 Catálogo del producto	33
4.1.5 Logotipo del producto.....	34
4.1.6 Etiqueta del producto	34
4.1.7 Presentación del producto.....	35
4.1.8 Eslogan del producto	37
4.2 Aspectos diferenciales	37
4.3 Proceso de Investigación y Desarrollo.	39
4.3.1 Proceso Productivo	39
4.3.3 Descripción del proceso de producción	40
4.3.4 Materia prima	41
4.3.5 Capacidad instalada o tamaño.....	41
4.3.6 Tecnología para la producción	41
4.3.7 Control de calidad	42
4.3.8 Requerimiento de mano de obra.....	42
4.3.9 Seguridad industrial y medio ambiente	42
4.3.9.1 Normativa ambiental.....	42
4.4 ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA.....	43
4.4.1 Misión.....	43
4.4.2 Visión.....	43
4.4.3 Objetivos Estratégicos	43
4.4.4 Modelo de Negocio.....	43
4.4.5 Oportunidad de Negocio detectada.....	45
4.4.6 Organigrama Funcional	45
4.4.7 Descripción del Equipo Emprendedor y Directivo.....	46
4.4.7.1 Equipo, Formación y Experiencia.....	46
4.4.7.1.1 Equipo.....	46
4.5 Alianzas Estratégicas	47
4.4 Legal Jurídico y Fiscal	47
4.6.1 Información Empresarial	47
4.6.2 Aspecto Legal	48
4.6.3. Personalidad Jurídica.	48
4.6.4 Representante Legal.....	49
4.6.5 Reglamento Interno	49
4.6.6 Modalidad Contractual	49
4.6.7 Órganos de Gobierno y de Control	50

4.6.8 Cobertura de Responsabilidades	50
CAPITULO VI.....	51
5 Estudio Financiero	51
5.1 Inversión Total Inicial	51
5.2 Costos del Producto.....	52
5.3 Gastos del Servicio	53
5.4 Pronóstico de Compra y Ventas	55
5.5 Punto de Equilibrio	56
5.6 Estado de Situación Inicial	57
5.7 Evaluación Económica Financiera del Proyecto	58
5.7.1 Indicadores de Evaluación del Proyecto	58
5.7.1.1 Valor Actual Neto	58
5.7.1.2 Tasa Interna de Retorno	58
5.7.1.3 Período de Recuperación de la Inversión.....	59
5.7.2 Análisis de Sencibilidad.....	59
5.7.2.1 Escenario Optimista	60
5.7.2.2 Escenario Moderado	60
5.7.2.3 Escenario Pesimista	60
CAPITULO VI.....	61
6. Discusión.....	61
CAPITULO VII	63
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	63
7.1 Conclusiones.....	63
7.2 Recomendaciones	64
7 Glosario de términos.....	65
8 BIBLIOGRAFÍA.....	67
ANEXOS	71
ANEXO 1	71
ANEXO 2	73
ANEXO 3	82
ANEXO 4	83
ANEXO 5	86
ANEXO 6	87

ANEXO 7	96
ANEXO 8	98

CAPÍTULO I

1. CONTENIDO DEL MARCO CONCEPTUAL

1.1 Problema de la Investigación

1.1.1 Problema Principal

El problema se genera en que las personas privadas de su libertad (PPL) realizan varias actividades de tipo productivo dentro del centro, entre las cuales está la fabricación de productos artesanales, elaborados manualmente y que son de tipo utilitarios; como la fabricación de redes de pesca (atarrayas), hamacas artesanías entre otros; por los que no reciben un pago justo, no tienen quien les provee la materia prima, ni clientes definidos; finalmente sus trabajos no son valorados, ya que pertenecen a un grupo social discriminado.

1.1.2 Problemas Secundarios

Actualmente ellos comercializan sus productos dentro del centro a personas que van a visitarlos, y muchas veces los trabajadores del centro se quedan con los productos y no les pagan un precio justo.

Mediante este medio de trabajo ellos, con lo poco que les pagan no logran satisfacer sus necesidades.

1.2 Justificación

Después de varias visitas y charlas que se dieron en el curso para dar ideas de proyectos de tesis, o apoyo a proyectos que ya están en marcha. El Padre José Antonio Maeso quien apoya a las personas privadas de su libertad en la Pastoral del Centro de Rehabilitación Social de varones, nos comentó

acerca de las necesidades que pasan, del injusto pago que perciben por sus trabajos, y de las condiciones en las que viven. Es ahí donde nació mi interés como estudiante de brindar un apoyo por medio de este proyecto, y que ellos mediante el trabajo honrado sean conscientes que hay una oportunidad de cambio.

El motivo del proyecto radica principalmente en aportar a un grupo social, que mediante proyectos productivos puedan tener una herramienta de trabajo honrado, y que no vuelvan a cometer delitos. Es importante realizar este proyecto a nivel local porque representa aporte a la sociedad, y apoyo al emprendimiento.

A futuro los beneficiarios directos de este proyecto serán las personas privadas de su libertad que al comercializar sus productos a un precio real, podrán mejorar sus ingresos económicos, y poder subsistir dentro del centro. Los beneficiarios indirectos es la sociedad esmeraldeña que va a recibir personas rehabilitadas con ganas de generar cambios que se insertarán al mercado laboral para aportar al desarrollo de su cantón, y así mismo se irá disminuyendo las altas tasas delictivas.

Las expectativas que genera este proyecto parte de la idea que muchos ciudadanos tienen la idea de que estas personas no pueden cambiar, porque muchos al recuperar su libertad vuelven a cometer actos delictivos. Este tipo de pensamiento es lo que debe cambiar, y estas personas están demostrando que a pesar de todas las limitaciones que pasan dentro del centro, tienen ganas de cambiar y de emprender nuevos caminos, mediante el trabajo.

Este proyecto va de la mano con la línea de investigación de nuestra escuela que es el emprendimiento, además es una forma de vinculación con la colectividad de Esmeraldas y de la PUCESE para crear lazos de unión con la ciudadanía.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Elaborar un Plan de comercialización de productos artesanales elaborados manualmente en el Centro de Rehabilitación Social de varones de la ciudad de Esmeraldas.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Realizar un estudio de Mercado de los productos artesanales elaborados en el Centro de Rehabilitación Social de varones de la ciudad de Esmeraldas.
2. Determinar la estructura organizativa adecuada para asegurar la sostenibilidad del proyecto.
3. Realizar un estudio económico, técnico y financiero de los productos.

1.4 Marco Teórico

1.4.1 Bases Teóricas

El siguiente proyecto es de tipo social, que actualmente es muy importante y varias empresas con fines de lucro también se están inclinando al aporte en este campo que cada vez se incrementa en el país. Ayuda a mejorar el nivel de vida de las personas en estado de vulnerabilidad, que mediante el trabajo buscan un cambio.

En la actualidad un proyecto social representa un gran aporte a la sociedad que así mismo genera un cambio en las personas involucradas.

Las herramientas consultadas, son de vital importancia ya que permitió el desarrollo del proyecto; en un esquema metodológico que permita el logro de los objetivos planteados.

De las empresas sociales:

Según el Art 1 de la Ley de Economía Popular y Solidaria dice: “Se entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de formas y prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas, tienen, simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital”(Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012).

Una empresa social es aquella que busca beneficiar a la sociedad en donde se desenvuelve, su característica distintiva es su capacidad para diseñar soluciones innovadoras y dinámicas a los problemas de desempleo y la exclusión social, contribuyendo al tipo de desarrollo económico que refuerza la cohesión social, que es una de las facetas del desarrollo sostenido. (<http://www.diganero.com>)

Las empresas sociales se caracterizan por no tener como fin último de su existencia el rendimiento financiero y la obtención de utilidades, sino lograr mejores beneficios para un mayor número de pequeños productores y de sus comunidades, para los consumidores finales y para el desarrollo ecológico, social y culturalmente sustentable (<http://www.liderempresarial.com>).

Uno de los principales aspectos para llevar a cabo una empresa social es el “Factor C” al que llamamos a la solidaridad convertida en fuerza económica. Es la energía social que se genera mediante la unión de conciencias, voluntades y sentimientos en un grupo solidario que se propone objetivos compartidos. Se manifiesta en la cooperación, el compañerismo, la amistad, la ayuda mutua, la colaboración y la comunicación fluidas, el compartir los sacrificios y los beneficios. Sin un consistente Factor C no hay empresas solidarias que funcionen, la formación de una empresa solidaria debe comenzar por la creación de esta energía social(Migliario, 2004).

Las empresas sociales se enfrentan a grandes desafíos desde su nacimiento. Por un lado, deben mantener su enfoque social que es el motivo de su existencia. Pero por otro, tienen que trabajar en un entorno altamente competitivo, encontrándose con problemas similares a los de las empresas

“tradicionales”: escalabilidad, necesidad de innovación de forma sistemática, identificación de nuevos mercados.

Para ello siempre se pone a disposición de las empresas sociales herramientas que les permitan analizar la situación de la empresa en el campo de innovación social o utilizar la innovación, las alianzas o los modelos de negocio como elementos de competitividad sostenible. (<http://www.sinnple.es/servicios/empresa-social>)

De los productos artesanales de tipo utilitarios:

Objetos utilitarios, como su nombre indica, tienen una funcionalidad adicional además de la estética. En esta categoría entran todos aquellos objetos que tienen un uso específico, son útiles, sirven para algo más que para adornar. (<http://www.tallersur.es/productos/ceramica-artesanal/objetos-utilitarios/>)

Artesanías utilitarias es la que tiene funcionalidad en la vida cotidiana del hombre, tal es el caso de los cómales o sartenes, mientras que la decorativa sirve precisamente como un adorno es decir, producen artículos sin creación artística especial, pues pueden ser elaboradas a mano por el artesano, casi en la misma forma que en la industria mecanizada. (<http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TEFLIP/657.458-M722m/files/assets/downloads/page0021.pdf>)

Del trabajo social y comunitario:

El trabajo comunitario es aquel que se enfoca en beneficiar la comunidad usando sus propios medios y los que el gobierno tiene disponibles.

Ese trabajo lo realizan principalmente grupos de ciudadanos que quieren mejorar el lugar donde viven y se organizan para ello.

(<http://answers.yahoo.com/question/index?qid=20130409114251AAWxfoF>)

Es la disciplina de la que se deriva la actividad profesional del Trabajador Social que tiene por objeto la intervención social ante las necesidades sociales para promover el cambio y la resolución de los problemas en las relaciones humanas.

Su finalidad es contribuir al desarrollo e incremento del bienestar social y la calidad de vida de las personas colaborando de manera crítica y constructiva al logro de una sociedad más justa.

El trabajo social interviene en los puntos en los que las personas interactúan con su entorno. Son fundamentales para el trabajo social:

- Los principios de los derechos humanos.
- La justicia social.

En tanto que aborda la resolución de problemas en las relaciones humanas se enfrenta a situaciones complejas con importantes implicaciones éticas. El Trabajo Social parte de una concepción del ser humano como ser en permanente interacción con su medio.

(<http://www.taringa.net/posts/info/2826275/Que-es-el-Trabajo-Social-areas-laborales-perfil-obj-etc.html>)

El trabajo social en sus distintas expresiones se dirige a las múltiples y complejas relaciones entre las personas y sus ambientes. Su misión es la de facilitar que todas las personas desarrollen plenamente sus potencialidades, enriquezcan sus vidas y la prevención de las disfunciones. El Trabajo Social profesional está enfocado a la solución de problemas y al cambio. Por ello, los trabajadores sociales son agentes de cambio en la sociedad y en las vidas de las personas, familias y comunidades para las que trabajan. El Trabajo Social es un sistema de valores, teoría y práctica interrelacionados entre sí. (*<http://www.ts.ucr.ac.cr/decla-006.htm>*)

Básicamente, la misión del Trabajo Social consiste en facilitar que todos los individuos logren desarrollar a pleno sus potencialidades, a la vez que enriquezcan sus vidas y prevengan las disfunciones que pueden resultar en ese camino.

(: *<http://www.definicionabc.com/social/trabajo-social.php#ixzz2kGCocyiG>*)

De la organización:

Para crear una empresa social se debe partir contando con una metodología organizada y simple, un método que pueda ser aplicado por todas las personas emprendedoras que desean poner su propia empresa, independientemente de los recursos que posea; es decir un esquema que pueda ser manejado y puesto en práctica fácilmente por todos los emprendedores en general, no obstante sus conocimientos técnicos, experiencias, recursos financieros u voluntad (*Mariño, 100 Tips para crear tu propia empresa, 2008*).

La empresa actual, de hecho, debe ser cada vez más capaz de operar con eficacia en mercados tradicionales y con sus productos actuales, y a la vez capaz de prepararse para el futuro destinando recursos a innovar (tiempo de directivos y técnicos, presupuesto y estructura de gestión)(*Ferràs, 2009*).

Del marketing social:

En sí toda empresa ya sea social, o con fines de lucro su objetivo es lograr vender sus productos para mantenerse y es necesario aplicar ciertas estrategias comerciales. Existen 6 habilidades organizacionales para el abastecimiento equilibrado: creación de un modelo de costo total, creación de estrategias de abastecimiento, construcción y sostenimiento de relaciones, integración de la red de abastecimiento, aprovechamiento de la innovación del proveedor, desarrollo de una base de abastecimiento global(*Laseter, 2000*).

El marketing juega un papel relevante en el conjunto de la estrategia de la empresa. Concretamente la adopción de una filosofía de marketing de orientación al mercado tiene una gran importancia en el proceso empresarial de creación del valor y en el desarrollo de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia(*José Luis Munuera Alemán, 2007*).

Además de captar a nuevos clientes, una de las claves del éxito empresarial es conseguir satisfacer de una manera continua a los clientes que ya se tienen, para evitar que los atraigan las empresas de la competencia(*Ardura, 2006*).

Entonces para alcanzar sus metas y objetivos, todas las organizaciones requieren de una planeación efectiva y una estrategia de marketing adecuada. Sin estos esfuerzos vitales, las empresas no satisfarán las necesidades y deseos de sus clientes u otros grupos de referencias(*Hartline*).

Todo esto va de la mano con una ciencia llamada Marketing Social que es diseño, implementación y control de programa, dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales, mediante la inclusión de factores como la planeación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de

mercados. El marketing social busca el bienestar del mercado meta y de la sociedad en general. No la del mercadólogo en todo programa de marketing social debe tener como finalidad un bienestar mayor para la sociedad, aunque el principal beneficiario sea el mercado meta seleccionado, es decir, el individuo y su familia(*Romero*).

Del estudio financiero:

A parte del Marketing existe otra herramientas esencial en toda empresa es la parte financiera. El análisis es estados financieros, también conocido como análisis económico-financiero, análisis de balance o análisis contable, es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas. De esta forma, desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede ir tomando las decisiones que corrijan los puntos débiles que pueden amenazar su futuro(*Amat, 2008*).

En definitiva, cuando un directivo se enfrenta ante la existencia de problemas financieros en una empresa, lo primero que tendría que cuestionarse es si los mismos provienen o tienen su origen en un erróneo planteamiento estructural o bien, en un deficiente funcionamiento de la empresa. Cualquier diagnóstico gerencial que eluda esta pregunta estará ya viciado desde su propia base(*Eslava, 2003*).

Otra herramienta esencial es la administración de costos que tiene un enfoque mucho más amplio que el sistema de costeo tradicional. No solo se ocupa de cuánto cuesta algo, sino también de los factores que generan costos, como el tiempo del ciclo, la calidad y la productividad de los procesos. De este modo, la administración de costos exige una profunda comprensión de la estructura de costos de una empresa. Los administradores deben ser capaces de determinar los costos a largo y a corto plazo, de las actividades y de los procesos así como de los costos de los productos, los servicios, los clientes, los proveedores y otros objetos de interés. La causa de estos costos también se estudia con detalle(*Mowen, 2007*). Las compañías se encuentran bajo una presión continua para reducir el costo de los productos o servicios que venden. Para calcular y administrar el costo de los productos, el contador administrativo intenta entender las tareas o actividades (tales como montar las maquinas o distribuir los productos) que ocasionan la elevación de costos(*Foster, 2007*).

Los procesos de manufactura de algunas empresas permiten obtener diversos productos finales que son manufacturados a partir de unos mismos elementos. Los orígenes de los costos conjuntos son de diferente naturaleza pero reflejan una situación común, diversidad de productos derivados de los mismos costos de producción. Las empresas que se encuentran en esta situación se enfrentan al

problema de decidir cómo se van a dividir los costos conjuntos entre los productos finales resultantes(*Valencia, 2006*).

CAPITULO II

2. Metodología de la Investigación

2.1 Línea de Investigación

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores (<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>). Es por esta razón que este proyecto va encaminado hacia esta línea, con el motivo de que las PPL sean capaces de llevar adelante este medio de trabajo.

2.2 Descripción del lugar

El siguiente proyecto se desarrolló en la ciudad y cantón de Esmeraldas se utilizó instrumentos de investigación como la encuesta las mismas que se realizaron en el mes de marzo del 2013.

Las encuestas se las realizó a hombres y mujeres de la población económicamente activa, específicamente personas que se dedican a actividades artesanales.

2.2.1 Tipos de Investigación

Para el estudio de mercado de los productos artesanales elaborados en el centro de rehabilitación social (CRS), de Esmeraldas se utilizaron dos tipos de investigación: descriptiva y de campo.

2.2.1.1 Investigación Descriptiva

Se utilizó mediante el método de encuestas este tipo de investigación nos permitió conocer detalladamente la posición en el mercado, cuales son los gustos y preferencias del consumidor, el nivel de aceptación del proyecto, cuáles son los clientes potenciales, la competencia, el precio.

2.2.1.2 Investigación de Campo

Esta Investigación se la realizó visitando el CRS de varones de Esmeraldas, y conversando con las PPL que trabajan haciendo las artesanías de tipo utilitario, para saber y conocer de cerca cual es la realidad en la que viven, sus necesidades, y sus proyectos a futuro con las actividades que realizan.

2.3 Métodos de Investigación

La investigación se desarrolló bajo el método inductivo, y el método deductivo.

2.3.1 Inductivo

El pensamiento va de lo particular a lo general es ideal para lograr principios y a partir de ellos utilizar el método deductivo. *(Moguel, 2003)*

Se lo aplicó en esta investigación para la recolección de datos, y con la muestra calculada se determinó la demanda del proyecto.

2.3.2 Deductivo

El pensamiento va de lo general a lo particular, exposición de conceptos y definición es para extraer conclusiones. *(Nell, 1999)*

Se empleó para deducir la participación del mercado en proyectos similares al que vamos a desarrollar.

2.3.3 Estadístico

Consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad, de una o varias consecuencias verificables deducidas de la hipótesis general de la investigación. *(Jasso, 2002)*. Para el método estadístico se utilizó una herramienta que es el excel para el cálculo de la muestra y posteriormente obtener el número de personas a las que se les aplicó la encuesta.

2.2.3 Tipo de Muestreo

2.2.3.1 Aleatorio Simple

Son procedimientos de muestreo en los que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de pasar a formar parte de la muestra y además nosotros conocemos esa probabilidad. La selección de los elementos muestrales se realiza mediante procedimientos aleatorios. Es decir del total de la población se escogió al azar un número de artesanos para que participen en la muestra.

2.4 Población y Muestra de Estudio

El tamaño del Universo para el proyecto de investigación está conformado por la totalidad de elementos que se va a estudiar, de esta totalidad se tomará una fracción de población denominada muestra.

La muestra fue tomada de la Junta Nacional de Defensa del Artesano de la Provincia de Esmeraldas el total de la población a estudiar son 2500.

2.4.1 Tamaño de la Muestra

De acuerdo al resultado que se obtuvo se realizaron 190 encuestas a los artesanos del Cantón Esmeraldas, de tal manera que se pueda constituir así parte del mercado objetivo.

2.5 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Una vez recolectada la información de las encuestas se precedió a la tabulación y gráficos en una hoja de cálculo en Microsoft Excel y Microsoft Word. Se tomaron los resultados de cada una de las preguntas para su análisis y finalmente se hizo un análisis general de la encuesta.

CAPITULO III

3. Investigación de Mercado

3.1 Investigación de Mercado

“La investigación de mercado implica el diagnóstico de la necesidad de información y búsqueda sistemática y objetiva mediante el uso de métodos para su obtención, análisis e interpretación con el fin de solucionar problemas”.(Juan Antonio Trespalacios, 2005)

3.1.1 Evidencia de Mercado

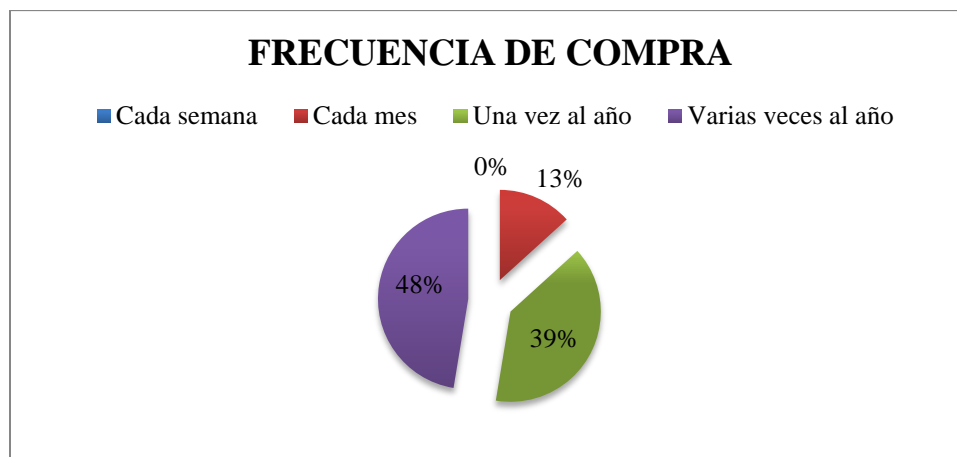
Entre las necesidades que se va a cubrir con este proyecto, tenemos:

- Consolidar una cultura de responsabilidad social.
- Brindar a los comerciantes artesanales productos de calidad.
- Establecer una marca social.
- Crear un cambio de actitud en contra de la discriminación de las personas privadas de su libertad.

3.1.2. Binomio Producto Mercado

En este proyecto se realizará un Plan de Comercialización de productos artesanales elaborados manualmente en el Centro de Rehabilitación Social de varones de la Ciudad de Esmeraldas a un mercado de 20 años de edad en adelante, de ambos sexos con, con un nicho de mercado destinado a personas que comercialicen productos artesanales, según encuestas realizadas el 76% de los encuestados estarían dispuestas a comprar los productos.

Gráfico N. 1
Frecuencia de Compra



Elaborado por: Laura Zambrano., 2013 Fuente: Investigación de Campo.

3.1.3 Segmentación de Mercado

Tabla N. 1
Segmentación de mercado

VARIABLE	CRITERIO
GEOGRÁFICOS	
Región	Ecuador, Provincia Esmeraldas, Cantón Esmeraldas
Urbano-Rural	Urbano
Clima	Tropical
DEMOGRÁFICOS	
Población Ocupada	127.837 personas
Género	Masculino y femenino
Clase Social	Baja-Media-media alta
Ocupación	Artesanos
Edad	De 20 años en adelante
PSICOLÓGICOS	
Personalidad	Sociable, seguro, actitud positiva
CONDUCTUALES	
Beneficios deseados	Calidad del producto

Elaborado por: Laura Zambrano., 2013 Fuente: Investigación de Campo

El segmento de mercado escogido son los artesanos calificados en la JNDA de la Provincia de Esmeraldas, en edad de 20 años en adelante, de género masculino y femenino, de clase social baja-media, media – alta y alta.

3.1.3.1 Distribución del producto

La distribución de los productos será mediante una tercera persona, porque los productores al estar privados de su libertad, no podrán realizar negociaciones fuera del CRS, este se encargará de la negociación con los comerciantes artesanos, mediante la presentación de los productos y el catálogo, una vez el comerciante escoja los productos se pasará el pedido correspondiente.

Para el pago de los productos se dará de 10 a 15 días plazo dependiendo la cantidad del pedido, las cuentas por cobrar también estará a cargo de la persona que pasa los pedidos. Si por uno u otro motivo esta persona llega a renunciar a esta tarea; quedará a cargo del Sacerdote de la Pastoral.

3.1.4 Perfil del Consumidor

A través de este estudio de mercado, es posible determinar grupos con características similares que consumen determinado producto o servicio; para cada grupo se identifican distintos perfiles. (*www.masterresearch.com*)

El plan de comercialización está dirigido a los artesanos calificados que habitan de la ciudad de Esmeraldas de entre 20 a 50 años de edad tanto hombres como mujeres, con un nivel medio, estas personas pueden ser:

- Artesanos que comercialicen productos elaborados manualmente como son hamacas y atarrayas.
- Personas con negocios como: Talabarterías, artículos para el hogar elaborados en madera.
- Personas dedicadas al turismo.

Según las encuestas realizadas cantón Esmeraldas el 76% de los artesanos están dispuestos a comprar los productos.

3.1.5 Proyección de la demanda potencial

Para determinar la demanda se escogió los artesanos registrados del cantón Esmeraldas que tienen un porcentaje significativo de tasa de ocupación.

Tabla N. 2
Artesanos del Cantón Esmeraldas

	AÑO	NO. DE ARTESANOS
0	2001	500
1	2002	506
2	2003	511
3	2004	517
4	2005	522
5	2006	528
6	2007	534
7	2008	540
8	2009	546
9	2010	552
10	2011	558
11	2012	564
12	2013	570

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Inec.

Se ha escogido el cantón Esmeraldas dando una población de artesanos ocupados de 6948 que son los posibles consumidores.

Además para establecer el incremento en la proyección de la demanda se ha tomado la tasa de ocupación plena desde el año 2001 a 2013 del Cantón Esmeraldas.

Tabla N. 3
Tasa de ocupación plena

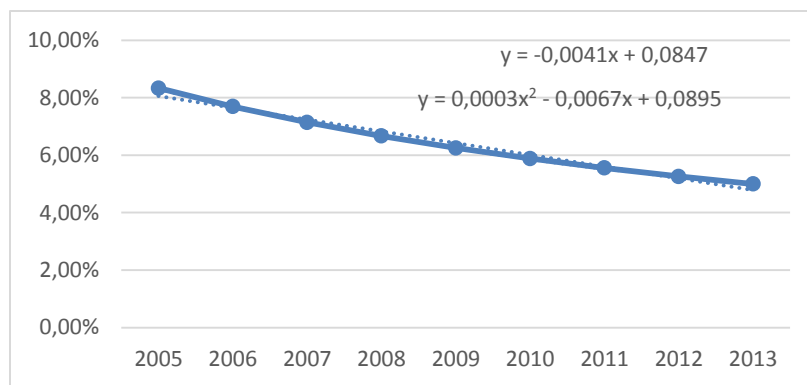
	AÑO	NO. DE ARTESANOS	%	VARIACIÓN
0	2001	500	14.51%	
1	2002	506	12.59%	-13.23%
2	2003	511	21.88%	73.79%
3	2004	517	13.20%	-39.67%
4	2005	522	14.30%	8.33%
5	2006	528	15.40%	7.69%
6	2007	534	16.50%	7.14%
7	2008	540	17.60%	6.67%
8	2009	546	18.70%	6.25%
9	2010	552	19.80%	5.88%
10	2011	558	20.90%	5.56%
11	2012	564	22.00%	5.26%
12	2013	570	23.10%	5.00%

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

Con los datos expuestos se realizó una proyección lineal y polinómica para conocer cuál de estas se asemeja a la realidad.

Gráfico N. 2
Proyección lineal y polinómica



Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

Al remplazar las formulas de la regresión lineal y polinómica, proyectada a 5 años se establece que la demanda polinómica se asemeja a datos reales al mercado esmeraldeño.

Tabla N. 4
Demanda lineal y polinómica

DEMANDA LINEAL			DEMANDA POLINÓMICA		
AÑOS	%	DEMANDA	AÑOS	%	DEMANDA
2014	0.0273	586	2014	0.0745	613
2015	0.0232	600	2015	0.0848	665
2016	0.0191	611	2016	0.0969	729
2017	0.0150	620	2017	0.1108	810
2018	0.0109	627	2018	0.1265	913

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

Con esto se determinó la demanda por productos luego de determinar la demanda insatisfecha:

Tabla N. 5
Demanda del Proyecto
Escenario Optimista

Años	Demanda	Oferta	Demanda anual Insatisfecha	Participación %	Demanda Insatisfecha	
					Número de Demandantes	
					Producción anual	Producción mensual
2014	613	300	313	80%	250	21
2015	665	330	335	80%	250	21
2016	729	363	366	80%	250	21
2017	810	399	411	80%	250	21
2018	913	439	473	80%	250	21

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

Tabla N. 6
Demanda del Proyecto
Escenario Moderado

Años	Demanda	Oferta	Demanda anual Insatisfecha	Participación %	Demanda Insatisfecha	
					Número de Demandantes	
					Producción anual	Producción mensual
2014	613	300	313	60%	188	16
2015	665	330	335	60%	188	16
2016	729	363	366	60%	188	16
2017	810	399	411	60%	188	16
2018	913	439	473	60%	188	16

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

Tabla N. 7
Demanda del Proyecto
Escenario Pesimista

Años	Demanda	Oferta	Demanda anual Insatisfecha	Participación %	Demanda Insatisfecha	
					Número de Demandantes	
					Producción anual	Producción mensual
2014	613	300	313	40%	125	10
2015	665	330	335	40%	125	10
2016	729	363	366	40%	125	10
2017	810	399	411	40%	125	10
2018	913	439	473	40%	125	10

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

3.1.6 Tendencias del Mercado

La tendencia es la dirección hacia donde se mueve el mercado, ya sea que exista una mayor demanda o por el contrario una disminución. Las tendencias se modifican tanto en base a múltiples factores, algunos inclusive afectan de manera indirecta nuestro mercado. (*www.negocios-internacionales.net*).

Datos registrados por el Ministerio de Industrias y Productividad informan que el crecimiento del mercado artesanal es de 40% cada año y esto representa el 40% del PIB, del país.

Por medio de la investigación realizada se llega a la conclusión que hay un grado de aceptación del 76%, y se puede ver que la tendencia del mercado son las hamacas puesto que los comerciantes opinan son las que más tienen salidas en ventas en los negocios.

3.1.7 Factores de Riesgo

Uno de los factores de riesgo es que los comerciantes no tengan la suficiente confianza en comprar los productos por lo que son personas privadas de libertad, y tienen cuestionamientos como la forma de pago, plazo de pago, créditos, canales de distribución.

3.2 Ingresos en Base al Análisis de Mercado

Tabla N. 8
Pronóstico de Venta

ESCENARIO OPTIMISTA							
PRONÓSTICO DE VENTAS							
AÑOS	PRODUCTOS	PRODUCCIÓN ANUAL	P.V.P	TOTAL DE INGRESOS	PRODUCCIÓN MENSUAL	P.V.P	TOTAL DE INGRESOS
2014	Hamacas	148	\$ 15.00	\$ 2,227.08	12	\$ 15.00	\$ 185.59
	Atarrayas con plomo	60	\$ 35.00	\$ 2,114.86	5	\$ 35.00	\$ 176.24
	Atarrayas sin plomo	41	\$ 50.00	\$ 2,071.70	3	\$ 50.00	\$ 172.64
TOTALES		250		\$ 6,413.64	21		\$ 534.47

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de Campo.

Tabla N. 9
Pronóstico de Venta

ESCENARIO MODERADO							
PRONÓSTICO DE VENTAS							
AÑOS	PRODUCTOS	PRODUCCIÓN ANUAL	P.V.P	TOTAL DE INGRESOS	PRODUCCIÓN MENSUAL	P.V.P	TOTAL DE INGRESOS
2014	Hamacas	111	\$ 15.00	\$ 1,670.31	9	\$ 15.00	\$ 139.19
	Arrayas con plomo	45	\$ 35.00	\$ 1,586.15	4	\$ 35.00	\$ 132.18
	Arrayas sin plomo	31	\$ 50.00	\$ 1,553.78	3	\$ 50.00	\$ 129.48
TOTALES		188		\$ 4,810.23	16		\$ 400.85

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de Campo.

Tabla N. 10
Pronóstico de Venta

ESCENARIO PESIMISTA							
PRONÓSTICO DE VENTAS							
AÑOS	PRODUCTOS	PRODUCCIÓN ANUAL	P.V.P	TOTAL DE INGRESOS	PRODUCCIÓN MENSUAL	P.V.P	TOTAL DE INGRESOS
2014	Hamacas	74	\$ 15.00	\$ 1,113.54	6	\$ 15.00	\$ 92.79
	Arrayas con plomo	30	\$ 35.00	\$ 1,057.43	3	\$ 35.00	\$ 88.12
	Arrayas sin plomo	21	\$ 50.00	\$ 1,035.85	2	\$ 50.00	\$ 86.32
TOTALES		125		\$ 3,206.82	10		\$ 267.24

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de Campo.

3.3 Análisis de la Competencia

3.3.1 Descripción de la Competencia:

La competencia se determina mediante la propiedad de un conjunto de actividades de una organización que puede contribuir a mejorar su desempeño y crear más valor para la empresa. (Santos, 1994).

3.3.2 Competencia Directa:

Según la ley de EPS, la competencia será otras asociaciones regidas a esta ley que comercialicen los mismos productos, es decir la competencia serán asociaciones artesanales registradas bajo esta ley, dado que no existen productores artesanales específicamente dedicados a elaborar productos utilitarios como las hamacas y atarrayas, no se tiene competencia directa.

3.3.3 Competencia Indirecta:

Como competidores están todos los artesanos informales, talabarterías, negocios de ventas de artículos en madera. Pequeños productores que no están registrados que comercializan estos productos mas no los fabrican.

Estos competidores son:

- Artesanías Montecristi
- Asociación de Artesanos de la Plaza Cívica
- Talabartería “El Colorado”
- Talabartería “La Hacienda”
- Artesanos informales.

3.3.4 Productos Sustitutos:

Según Porter “Los sustitutos limitan los rendimientos potenciales de una industria al colocar un techo a los precios que las empresas que operan en ella pueden cobrar de manera rentable”. (Thomas L. Wheelen, 2007). Los productos sustitutos como mayor amenaza del proyecto son:

Hamacas: hamacas sillas, sillas, y perezosas.

Atarrayas: Redes de pesca industriales.

3.3.5 Análisis Porter

Mediante el análisis de las cinco fuerzas, nos permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad y, según éste, la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cuatro fuerzas o elementos.

3.3.5.1 Competidores Existentes

Por ser la Provincia de Esmeraldas un lugar turístico, se tiene un alto grado de competencia según el INEC el 14% de la población esmeraldeña se dedica a actividades artesanales, por lo que se tiene un grado de posicionamiento en el mercado.

3.3.5.2 Poder de Negociación de los Proveedores

Se cuenta con proveedores calificados con esto se establecerá plazos de pago y fidelización con los mismos para que se sientan seguros de contar con la empresa. Todo esto se lo hace con el fin de reducir costos y proveer materia prima de calidad.

3.3.5.3 Poder de Negociación de los Clientes

El cliente es la razón de ser, siempre se van a tomar decisiones en base a los gustos y preferencias de los clientes.

3.3.5.4 Productos Sustitutos

Existe en el mercado productos sustitutos, pero la diferenciación de estos productos es que son productos elaborados manualmente con responsabilidad social, por lo cual no se elaboran productos sustitutos.

3.3.5.6 Nuevos Competidores

En el mercado siempre van a existir, nuevos competidores, por lo que en este proyecto se han planeado estrategias con el fin de mantener la fidelidad de los clientes.

3.3 Ventajas Competitivas:

Según Michael Porter: “La base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible. La estrategia competitiva consiste en lo que hace una compañía para tratar de desarmar las compañías rivales y obtener una ventaja competitiva”. (Porter., 2010).

Se ha determinado 1 estrategia genérica que diferencie el producto de los demás.

Estrategia de Diferenciación del Producto.- Dar al cliente un producto de calidad, que satisfaga la necesidad y permita la satisfacción del cliente, además crear responsabilidad social.

3.4 Precio

Para definir el precio a los productos a vender, se considera la mano de obra, los costos indirectos de fabricación y la materia prima es de ahí dónde se sacaran los costos unitarios de cada producto para poder asignárseles el precio. Éstos son:

TABLA N. 11

Precios de venta por productos

PRODUCTOS	PRECIOS DE VENTA
Atarrayas con plomo 12 ¼	\$50
Atarrayas sin plomo 12 ¼	\$35
Hamacas	\$15

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

3.5.1 Variables Para la Fijación del Precio

Se determinó el precio en base a dos variables:

Costos de productos unitarios que comprende: la suma de mano de obra, C.I.F y materia prima.

Precios relacionados con la diferenciación del producto, partiendo de que son productos de calidad, con un enfoque de responsabilidad social.

3.6. Distribución y Localización

3.6.1 Determinación del Tamaño Óptimo

En el CRS, existen espacios en donde las PPL, realizan sus actividades, es decir el grupo de trabajo cuenta con un taller, cuyas dimensiones son 10mts de largo y 12mts de ancho, respectivamente.

3.6.1.1 Localización Óptima del Proyecto

La localización del proyecto comprende el estudio de la macro localización y el de la microlocalización. El primero se refiere a la determinación de las zonas o regiones; mientras que el segundo complementa al primero, determinando el lugar donde convendrá establecer el proyecto; ya sea campo o ciudad.

3.6.1.2 Macrolocalización

El presente proyecto tendrá escenario en la Provincia de Esmeraldas, Cantón Esmeraldas.

IMAGEN N. 1
Mapa de Macrolocalización



Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

3.6.1.3 Microlocalización

El domicilio de la Asociación, está ubicado en el Centro de Rehabilitación Social de Varones de la Ciudad de Esmeraldas en la Parroquia Vuelta Larga, kilómetros 7 1/2, vía Atacames. Al ser privados de libertad es el único lugar en donde se puede ubicar la Asociación.

3.7 Estrategias de Promoción

3.7.1 Clientes Claves

Todos aquellos comerciantes de productos artesanales, cuyo fin es adquirir productos de calidad con buena imagen para ofrecer a sus clientes.

3.8 Estrategia de captación de clientes

3.8.1 Estrategia de publicidad

Se desarrollará la elaboración de un catálogo de los productos cada uno con su respectivo precio, características, medidas, y diseño. También mediante redes sociales.

CAPÍTULO IV

3 ANÁLISIS TÉCNICO

4.1 Análisis de las Operaciones

4.1.1 Productos

Philip Kotler define como producto: "Cualquier ofrecimiento que puede satisfacer una necesidad o un deseo, y podría ser una de las 10 ofertas básicas: bienes, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas" (*Philip, Fundamentos Marketing, 2010*).

4.1.2 Descripción del producto

- Atarrayas con plomo 12 ¼.
- Atarrayas sin plomo 12 ¼.
- Hamacas.

4.1.3 Diseño del producto

Tabla N. 12
Características del Producto

Presentaciones	Características	Funciones Principales	Ventajas Competitivas	Empaque o Etiqueta	Estado del Producto	Proceso de venta
Atarrayas con plomo 12 ¼	Red de pesca, tamaño normal para pescar en ríos o en piscina	Herramienta de pesca.	Es una artesanía que además de usarla para la pesca artesanal, también se la usa como decoración los turistas las compran por esta función.	Producto con su respectiva etiqueta.	En desarrollo.	Venta directa.
Atarrayas sin plomo 12 ¼	Red de pesca, tamaño normal para pescar en ríos o en piscina	Herramienta de pesca.	Es una artesanía que además de usarla para la pesca artesanal, también se la usa como decoración los turistas las compran por esta función.	Producto con su respectiva etiqueta.	En desarrollo.	Venta directa.
Hamacas	Hamaca tejida con piola gruesa color negro.	Producto de descanso.	Producto demandado en el área turística.	Producto con su respectiva etiqueta.	En desarrollo.	Venta directa.

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

4.1.4 Catálogo del producto

Imagen N. 2
Catálogo del producto



Elaborado por: Wagner Mite., estudiante de diseño gráfico.

Imagen N. 3
Catálogo del producto



Elaborado por: Wagner Mite., estudiante de diseño gráfico.

4.1.5 Logotipo del producto

Imagen N. 4
Logotipo del producto



Elaborado por: Wagner Mite., estudiante de diseño gráfico.

4.1.6 Etiqueta del producto

Imagen N. 5
Etiqueta del producto



Elaborado por: Wagner Mite., estudiante de diseño gráfico.

4.1.7 Presentación del producto.

Imagen N. 6
Atarraya



Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

Imagen N. 7
Atarrayas

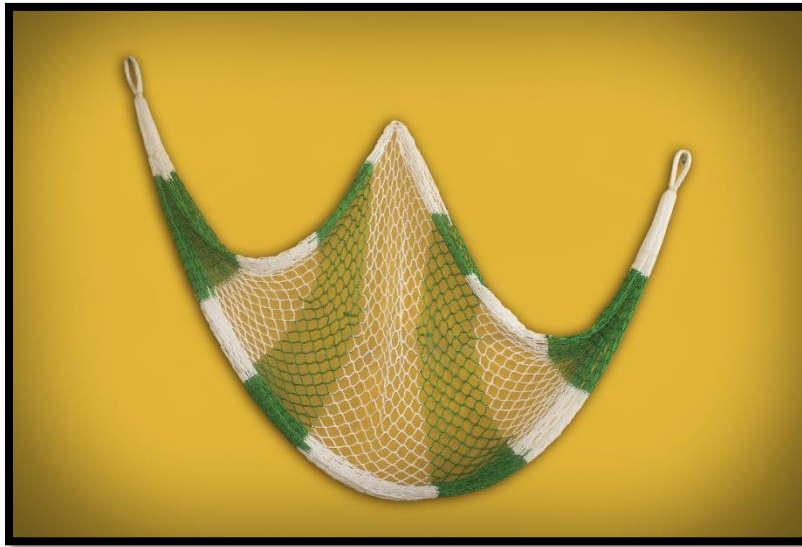


Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

Imagen N. 8

Hamaca



Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

Imagen N. 9

Hamaca



Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

Imagen N. 10

Hamaca



Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

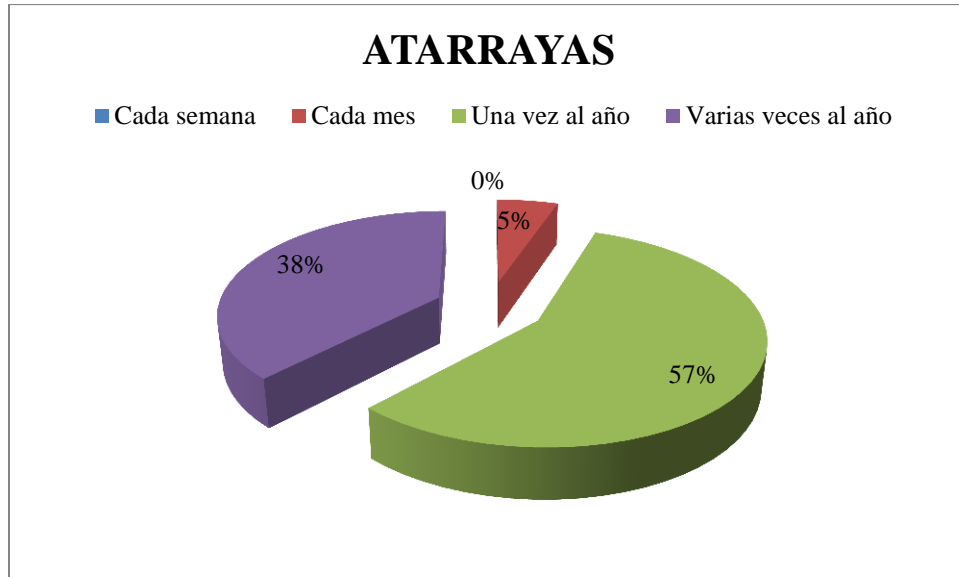
4.1.8 Eslogan del producto

“Renacer” un proyecto a favor de la superación de personas privadas de libertad.

4.2 Aspectos diferenciales

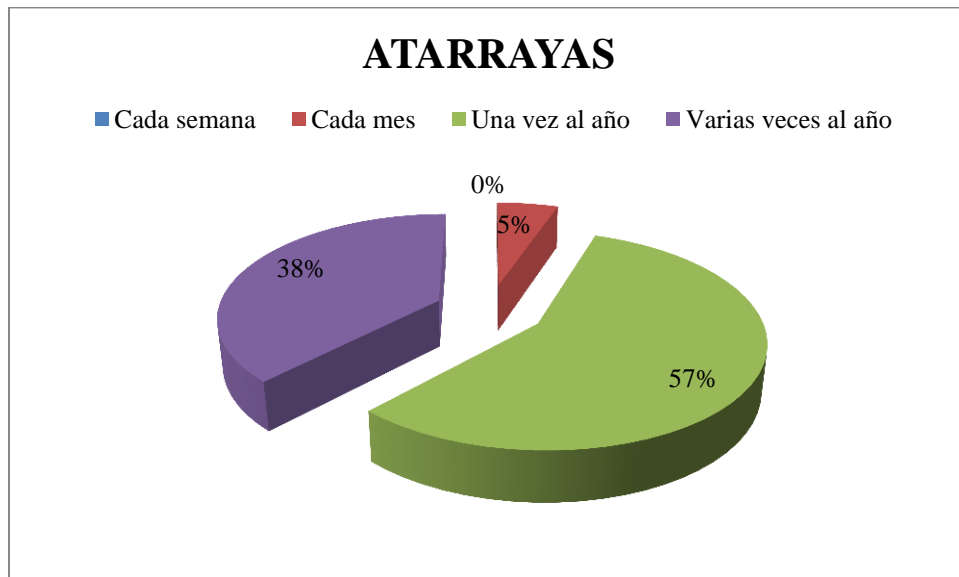
Con el objetivo de ocupar un lugar estratégico en el mercado, las empresas buscan diferenciar su oferta de productos respecto a los de la competencia. Para lograrlo, los clientes deben poder percibir con facilidad dicha diferenciación; esto se establece a través de los atributos o características del producto. Tenemos los siguientes:

Gráfico N. 3
Disposición de compra Atarrayas 12 ¼ sin plomo



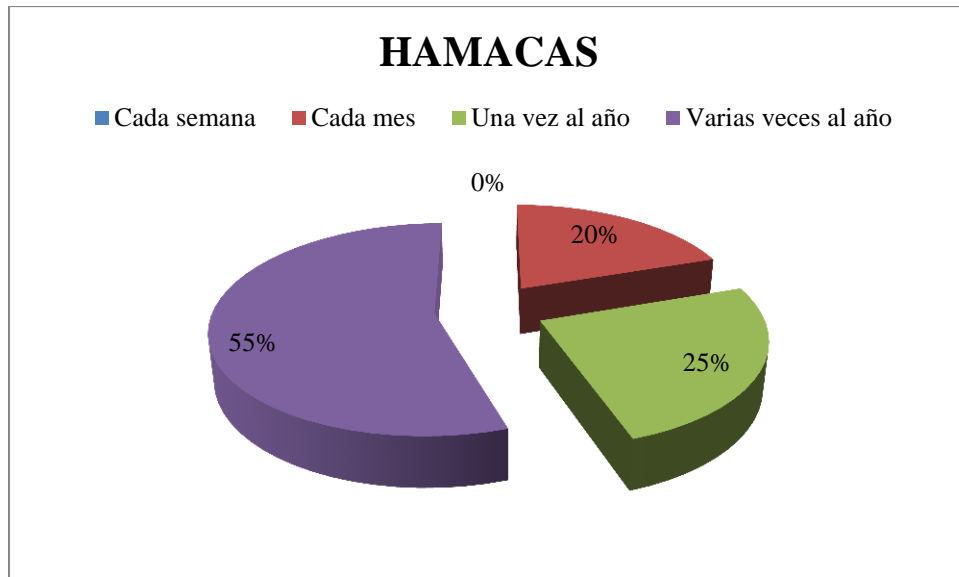
Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013 **Fuente:** Investigación de campo

Gráfico N. 4
Disposición de compra Atarrayas 12 ¼ con plomo



Elaborado por: Laura Zambrano P., **Fuente:** Investigación de campo

Gráfico N. 5
Disposición de compra Hamacas



Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

4.3 Proceso de Investigación y Desarrollo.

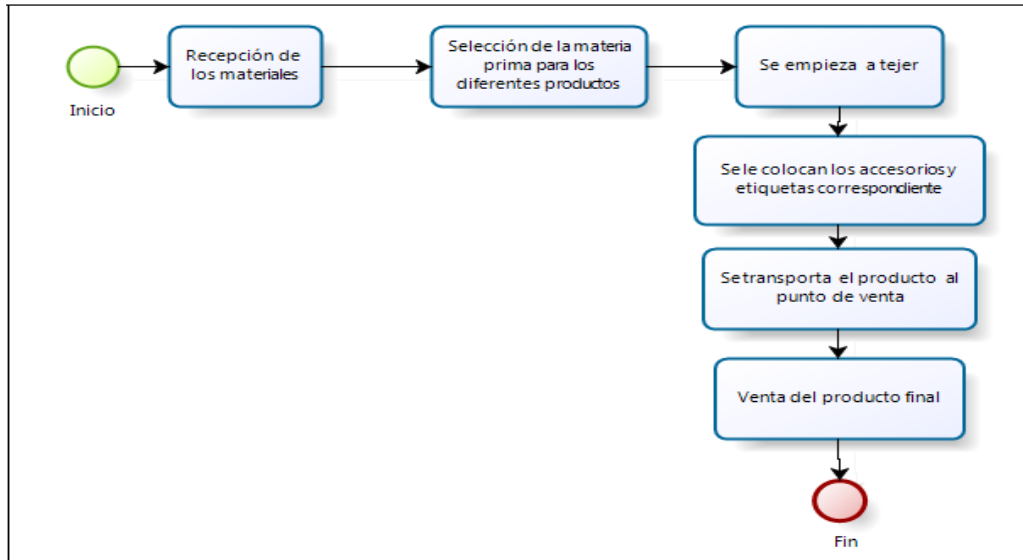
Actualmente los productos ya han sido desarrollados y comercializados posteriormente con motivo de innovar se están desarrollando los productos con nuevos colores, formas, y diseños.

4.3.1 Proceso Productivo

El proceso productivo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción. (Fincowsky, 1998).

5.3.2 Diagrama de flujo del proceso de producción

Imagen N. 11
Proceso de producción



Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Bizagi.

4.3.3 Descripción del proceso de producción

1. Recepción de los materiales: El personal de producción recibe los materiales, con lo cual se elaborará el producto.
2. Selección de la materia prima para los diferentes productos: Como son 2 tipos de productos que se va a producir, se selecciona los tipos de hilos, piolas para las atarrayas y las hamacas.
3. Se empieza a tejer: Una vez ya seleccionada la materia prima se comienza a tejer los productos.
4. Se colocan las etiquetas correspondientes: Una vez tejido el productos se le colocan accesorios correspondientes.
5. Se transporta el producto al punto de venta: Cuando el producto ya está terminado, se lo lleva al punto de venta para su exhibición o almacenamiento.
6. Venta del producto: El cliente escoge o hace el pedido correspondiente con el tipo de producto que desee ya sea hamacas, o atarrayas.

4.3.4 Materia prima

- Hilos.
- Piolas.
- Plomo.
- Agujas.

4.3.5 Capacidad instalada o tamaño

La capacidad instalada es la cantidad máxima de producción que puede obtenerse en la empresa; en cambio, la capacidad utilizada indica el porcentaje de la capacidad instalada realmente utilizada (*Cárdenas, 1985*).

Al ser productos elaborados manualmente prima la mano de obra, no se utiliza ningún tipo de maquinarias o tecnología.

La capacidad de producción del proyecto es de 15 unidades por atarrayas, y 24 unidades por hamacas y se la ha calculado en base a las horas hombre. (Ver anexo)

4.3.6 Tecnología para la producción

Debido a las limitaciones que tienen las personas privadas de libertad, no tienen el recurso suficiente para comprar maquinaria u equipos para la producción, también porque esto representa un peligro ya que pueden usarlos como armas y hacerse daño, es muy difícil tener dentro del centro este tipo de herramientas.

Es por eso que la producción se la realiza manualmente.

4.3.7 Control de calidad

El control de calidad por producto se lo realizará por etapas basándose en los siguientes aspectos:

TABLA N. 13
Aspectos para el Control de Calidad

Grupo de características	Características de calidad
Valor de calidad	Aspecto (forma y color)
Valor de empleo (valor de utilidad, valor de uso)	Etiquetas Tiempo de uso Vistosidad (atractivo)

Elaborado por: Laura Zambrano

Fuente: Investigación de campo

4.3.8 Requerimiento de mano de obra

Se determinó que el costo de la mano de obra para el personal de producción se lo obtiene de la siguiente manera: el personal se requiere según el pedido, es decir si se pide 12 hamacas se requiere de 12 personas o más, a parte de las que están en la asociación se contrata a otras personas que tejan y a cada uno que teja se le paga el precio ya fijado para la venta del producto.

4.3.9 Seguridad industrial y medio ambiente

4.3.9.1 Normativa ambiental

Al ser productos netamente artesanales y al no usar ningún tipo de maquinaria o tecnología, por lo tanto no existe ningún efecto que contribuya al deterioro del medio ambiente; en este proyecto.

4.4 ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA

4.4.1 Misión

Renacer es una Asociación de personas privadas de libertad con ganas de generar cambios, a través de la venta de productos artesanales utilitarios como son las redes de pesca y hamacas de calidad, a su vez demostrando día a día competitividad en el mercado.

4.4.2 Visión

Ser una Asociación comprometida con nuestros clientes brindando productos de calidad, con personas capaces de generar nuevas investigaciones de innovación, diseño, combinaciones, etc.; para mantener la fidelidad de nuestros clientes.

4.4.3 Objetivos Estratégicos

- Realizar nuevos procesos de innovación de los productos y desarrollar nuevas técnicas de procesamiento.
- Ofrecer a nuestros clientes productos de calidad, que son competitivos en el mercado.
- Crear convenios y compromisos de pagos con los proveedores.
- Compromiso de cada miembro de la Asociación, de tener como principio: satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

4.4.4 Modelo de Negocio

Para tal efecto se diseñó un modelo de negocio según Luis Razeto Migliario: Desde la Economía Solidaria se propone un modelo alternativo al convencional en la creación y gestión de actividades empresariales. Son las denominadas Empresas Solidarias, entidades con figura jurídica mercantil que desarrollan su actividad de forma similar a otras empresas,

pero partiendo del compromiso con los principios de la justicia, honestidad, transparencia, responsabilidad social y la ayuda mutua, el esfuerzo propio y el consumo ético.

También en el campo empresarial, se reivindica la actividad económica como un medio al servicio de las personas y de la comunidad en la que se desarrollan. Se trata de empresas que, partiendo de la necesaria rentabilidad, eficacia y sostenibilidad técnica y financiera, huyen de una concepción exclusivamente ligada a la maximización de beneficios y al modelo productivista que prima la acumulación de capital por encima del desarrollo de las personas trabajadoras, y es ajeno a los daños sociales y ambientales producidos en la consecución de sus objetivos. Una visión de la empresa, por tanto, que orienta su sentido y finalidad hacia el beneficio social y hacia la calidad de vida y desarrollo de las personas.

TABLA N. 14
Modelo de Negocio

Aliados estratégicos	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación cliente	Segmento cliente
Comerciantes, asociaciones e Instituciones Públicas. Y Privadas	Tendrá como objetivo brindar capacitaciones para mejora de procesos, y fortalecimiento organizacional.	Marketing Social	Se ofrecerán productos que atiendan y llenen las expectativas y requerimiento del cliente, conllevando a la responsabilidad social.	El segmento de mercado escogido son los comerciantes artesanos de la Provincia de Esmeraldas, más específicamente personas con edad de 20 años en adelante, de género tanto masculino como femenino, de clase social baja-media-media alta.
	Recursos		Distribución	
	Talento Humano Financieros Materiales		El canal de distribución será de manera directa, mediante un intermediario.	
Estructura de costo			Generación de ingresos	
Los costos considerados en este proyecto son: La mano de obra Publicidad			Se generará ingresos a través de la venta de los productos artesanales	

Los costos considerados son: La mano de obra Publicidad	S
---	---

Elaborado por: Laura Zambrano., 2013

Fuente: Investigación de campo.

4.4.5 Oportunidad de Negocio detectada

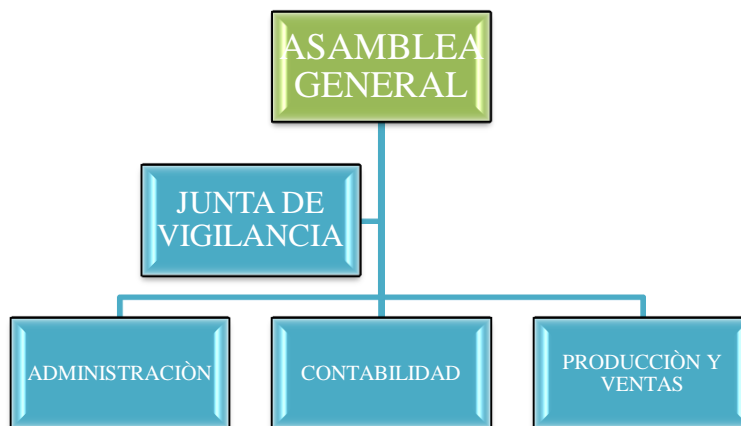
“La necesidad es un componente básico del ser humano que afecta su comportamiento, porque siente la falta de algo para poder sobrevivir o sencillamente para estar mejor” (Thompson). Es desde este indicador que las PPL al surgir la necesidad vieron en los productos elaborados manualmente como son las hamacas y atarrayas, una oportunidad de negocio detectada, al realizar ventas dentro del CRS, a personas que ingresan a visitarlos, y a los Administrativos, al tener un respaldo de ventas posteriores estos productos se han convertido en su principal fuente de sustento.

4.4.6 Organigrama Funcional

El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizativa, usualmente aplicados a empresas u organización. Los organigramas son sistemas de organización que se representan en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o gráficas de organización. (<http://www.pac.com.ve/>).

Se ha planteado que la forma de organización sea por Asociación que se ajusta a las necesidades del proyecto, se ha establecido el siguiente organigrama.

IMAGEN N. 12
Organigrama Funcional



Elaborado por: Laura Zambrano., 2013

Fuente: Investigación de Campo

4.4.7 Descripción del Equipo Emprendedor y Directivo

El equipo está constituido por 13 personas respectivamente, y cuenta con una persona los dirige y se encarga de la negociación y de registrar los pedidos.

4.4.7.1 Equipo, Formación y Experiencia

4.4.7.1.1 Equipo

Un equipo de trabajo es un grupo de personas organizadas, que trabajan juntas para lograr una meta. Un equipo de trabajo pretende alcanzar unas metas comunes. El equipo se forma con la convicción de que las metas propuestas pueden ser conseguidas poniendo en juego los conocimientos, capacidades, habilidades, información y, en general, las competencias, de las distintas personas que lo integran. (<http://www.aiteco.com/>).

TABLA N. 15
Equipo emprendedor

Equipo	Actividad	Formación y experiencia
1. Walter Segundo Apolinario Escalante	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.
2. Reidy García Candela	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.
3. Jesús Ganchozo	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.
4. Samuel Santana Vera	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.
5. Domingo Cortéz Morales	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.
6. Roberto Casquete García	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.
7. Luis Arroyo Vivas	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.
8. Luis Castillo Madrigal	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.
9. Martire Cortéz Nazareno	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.
10. Segundo Cando Nieto	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.
11. Ramón Quijije Charcopa	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.
12. Miguel Trejo López	Tejer las hamacas y atarrayas.	Encargado del proceso productivo, y entrega del producto final.

Elaborado por: Laura Zambrano., 2013

Fuente: Investigación de campo.

4.5 Alianzas Estratégicas

- ✓ **PUCESE:** Colaboración del Departamento de Vinculación con la Colectividad, para realizar capacitaciones.
- ✓ **Pastoral del Centro de Rehabilitación Social:** prestación de equipos y local para la realización de las actividades así como reuniones.
- ✓ **Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria:** Para recibir apoyo, en cuanto a la organización social.
- ✓ **MIES:** Para la debida organización de las PPL que trabajan en el proyecto, los reglamentos para sus, miembros la inclusión social, ser reconocidos como una organización de hecho, orientados hacia el Buen Vivir.

4.4 Legal Jurídico y Fiscal

Se decidió con los integrantes del proyecto formar una asociación ya que esto se ajusta a sus necesidades.

4.6.1 Información Empresarial

TABLA N. 16
Información Empresarial

Nombre de la Organización	Asociación Artesanal de productos elaborados manualmente “Renacer”.
Fecha de Creación (Mes/Año)	Julio del 2013
Actividad	Producción y comercialización de productos artesanales elaborados manualmente.
Ámbito geográfico	Provincia de Esmeraldas
Ubicación	Cuidad de Esmeraldas
Dirección	CRS de Esmeraldas Km 7 ½ vía Atacames
Teléfono	0994178939
Fax	062470312
Correo Electrónico	aso.renacer@hotmail.es
Funcionario Principal(Nombre y Cargo)	Walter Apolinario Escalante
Persona de contacto(Nombre y Cargo)	

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: 4 Plus

4.6.2 Aspecto Legal

Para realizar el Plan de Comercialización se necesita que se rija bajo la economía popular y solidaria cuyos principios privilegia al ser humano en armonía con la naturaleza, por encima del lucro y la acumulación del capital.

Según el Art 2 de la Ley de Economía Popular y Solidaria:

“Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y del sector Financiero Popular y Solidario; y, las empresas públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento.

Las disposiciones de la presente Ley no se aplicarán a las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios.

Tampoco serán aplicables las disposiciones de la presente Ley, a las mutualistas y fondos de inversión, las mismas que se regirán por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y Ley de Mercado de Valores, respectivamente”.

Por lo tanto en ningún momento se está excluyendo a las personas privadas de libertad, porque ellos realizan actividades tipo productivo que son programas de rehabilitación, que se dan en los CRS del país.

4.6.3. Personalidad Jurídica.

ART 8 de la Ley de Economía Popular y Solidaria: “Las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente ley.

La personalidad jurídica se otorgará mediante acto administrativo del Superintendente que se inscribirá en el Registro Público respectivo.

Las organizaciones en el ejercicio de sus derechos y obligaciones actuarán a su nombre y no a nombre de sus socios”.

4.6.4 Representante Legal

De acuerdo al artículo 22 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario define: El Administrador, bajo cualquier denominación, será elegido por el órgano de gobierno y será el representante legal de la asociación EPS.

Será responsable de cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emanadas de los órganos de gobierno, directivo y de control de la asociación EPS. El Administrador deberá presentar un informe administrativo y los estados financieros semestrales para consideración de los órganos de gobierno y control. El Administrador de la Asociación EPS está obligado a entregar a los asociados en cualquier momento la información que esté a su cargo y que se le requiera.

4.6.5 Reglamento Interno

Su finalidad es brindar mayor calidad, eficiencia y eficacia en todos los servicios que brinda la Asociación de Artesanos Renacer. Este es el instrumento por medio del cual se regula las obligaciones y prohibiciones a las que deben sujetarse los socios, en relación con sus labores, permanencia y vida en la empresa.

4.6.6 Modalidad Contractual

El pago que van a percibir va a ser mediante el contrato de jornada parcial, es decir son remunerados por lo que produzcan de una manera equitativa, mediante las ventas generadas por los productos.

4.6.7 Órganos de Gobierno y de Control

Para ejercer el control y con fines estadísticos las personas y organizaciones registradas presentarán información periódica relacionada con la situación económica y de gestión, a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

4.6.8 Cobertura de Responsabilidades

Según la Ley de Economía Popular y Solidaria en la Sección II Parágrafo 1, 2, y 4 indica:

ART 29.- Atribuciones y deberes de la asamblea general.-

- Aprobar y reformar el estatuto social, el reglamento interno y el de elecciones,
- Elegir a los miembros de los consejos de Administración y Vigilancia,
- Remover los miembros de Administración y Vigilancia con causa justa, en cualquier momento y con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
- Nombrar auditor interno y externo de la terna que presentará, a su consideración, el Consejo de Vigilancia;
- Aprobar o rechazar los estados financieros y los informes de los consejos y de Gerencia.

CAPITULO VI

5 Estudio Financiero

5.1 Inversión Total Inicial

Se llama inversión fija porque el proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello perjudique la actividad productiva. Todos los activos que componen la inversión fija deben ser valorados mediante licitaciones o cotizaciones pro forma entregados por los proveedores de equipos, maquinarias, muebles, enseres, vehículos, etc. (Gregorio, 2007).

Para la ejecución del proyecto se requerirá de una inversión total inicial de \$ 2,020.00 la cual detalla los siguientes valores: (Gastos de Constitución, Inversión en Efectivo, Adecuación de Instalaciones).

TABLA N. 17

Resumen inversión inicial

RESUMEN INVERSIÓN TOTAL INICIAL	
INVERSION DIFERIDA	
Gastos de Constitución	100
SUBTOTAL INVERSIÓN	100.00
INVERSIÓN EN EFECTIVO	
Efectivo	1020
Adecuación de instalaciones	1000
SUBTOTAL INVERSIÓN EFECTIVO	2,020.00
INVERSION INICIAL	2,120.00

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo

El costo del proyecto y su financiamiento es el siguiente:

TABLA N. 18

Total de la inversión y su financiamiento

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Capital Propio	2,120.00	100%
INVERSION INICIAL	2,120.00	100%

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

La inversión requerida se destinara a la adecuación de las instalaciones en donde trabajan, con el fin de proteger sus pertenencias.

5.2 Costos del Producto

Los siguientes cuadros pormenorizan los costos en los que se debe incurrir la Asociación para que sea posible la producción; como la materia prima, la mano de obra y los costos de producción de acuerdo al producto que se oferte.

TABLA N. 19

ESCENARIO OPTIMISTA								
COSTO MATERIA PRIMA			COSTO MANO DE OBRA			COSTO DE PRODUCCIÓN		
PRODUCTO	V. MENSUAL	V.ANUAL	PRODUCTO	V. MENSUAL	V.ANUAL	Detalle	V. MENSUAL	V.ANUAL
Hamacas	67.83	814.00	Hamacas	59.20	710.40	Materia Prima	216.83	2,667.00
Atarrayas con plomo	110.00	1,320.00	Atarrayas con plomo	89.00	1,068.00	Mano de Obra	193.20	2,393.40
Atarrayas sin plomo	39.00	533.00	Atarrayas sin plomo	45.00	615.00	Costo de producción	410.03	5,060.40
TOTAL COSTO M.P	216.83	2,667.00	TOTAL COSTO M.O	193.20	2,393.40			

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

TABLA N. 20

ESCENARIO MODERADO								
COSTO MATERIA PRIMA			COSTO MANO DE OBRA			COSTO DE PRODUCCIÓN		
PRODUCTO	V. MENSUAL	V.ANUAL	PRODUCTO	V. MENSUAL	V.ANUAL	Detalle	V. MENSUAL	V.ANUAL
Hamacas	45.83	550.00	Hamacas	40.00	480.00	Materia Prima	174.75	1,729.00
Atarrayas con plomo	73.33	880.00	Atarrayas con plomo	59.33	712.00	Mano de Obra	128.08	1,537.00
Atarrayas sin plomo	55.58	299.00	Atarrayas sin plomo	28.75	345.00	Costo de producción	302.83	3,266.00
TOTAL COSTO M.P	174.75	1,729.00	TOTAL COSTO M.O	128.08	1,537.00			

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

TABLA N. 21

ESCENARIO PESIMISTA								
COSTO MATERIA PRIMA			COSTO MANO DE OBRA			COSTO DE PRODUCCIÓN		
PRODUCTO	V. MENSUAL	V.ANUAL	PRODUCTO	V. MENSUAL	V.ANUAL	Detalle	V. MENSUAL	V.ANUAL
Hamacas	27.50	330.00	Hamacas	24.00	288.00	Materia Prima	102.39	1,228.67
Arrayas con plomo	55.39	664.67	Arrayas con plomo	44.81	537.78	Mano de Obra	1,095.78	1,095.78
Arrayas sin plomo	19.50	234.00	Arrayas sin plomo	22.50	270.00	Costo de producción		
TOTAL COSTO M.P	102.39	1,228.67	TOTAL COSTO M.O	91.31	1,095.78			

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

5.3 Gastos del Servicio

Se llama gastos del servicio al dinero que se debe desembolsar para el desarrollo de las actividades que ejecuta la empresa. En este caso los gastos anuales del servicio ascienden a \$ 844.00 los cuales se detallan en resumen en la siguiente tabla:

TABLA N. 22

Presupuesto de Gastos

PRESUPUESTO DE GASTOS		
DESCRIPCIÓN	Mensual	Anual
Publicidad	15	30
Utensilios de limpieza	19.00	57.00
Materiales de oficina	14.50	87.00
Gastos de Constitución	8.33	100.00
Viáticos	50.00	600.00
TOTAL	91.83	844.00

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

Se ha destinado un gasto para suministros de oficina y para gastos de suministros de limpieza como se observa en las tablas 23 y 24 respectivamente.

TABLA N. 23
Suministro de Limpieza

COSTOS DE UTENSILIOS DE LIMPIEZA				
Utensilios	Cantidad	Precio Unitario	Total (Mensual)	Total Anual
Escoba	2	2.00	4.00	24.00
Trapeador	1	2.50	2.50	15.00
Tacho para Basura	2	5.00	10.00	60.00
Pala para Basura	1	2.50	2.50	15.00
TOTAL	6	12.00	19.00	114.00

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

TABLA N. 24
Suministros de Oficina

COSTOS DE MATERIALES DE OFICINA				
Materiales de Oficina	Cantidad (Anual)	Precio Unitario	Total (Mensual)	Total Anual
Bolígrafos	10	0.35	3.50	42.00
Cuaderno	3	2.00	6.00	72.00
Calculadora	1	5.00	5.00	60.00
TOTAL	14	7.35	14.50	174.00

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

5.4 Pronóstico de Compra y Ventas

Se consideró que las ventas se mantendrán constantes mientras que los costos y gastos se estiman que tendrán un crecimiento del 2% en relación al aumento histórico que ha tenido cada año:

TABLA N. 25
Pronóstico de Compra y Ventas

ESCENARIO OPTIMISTA					
AÑOS	1	2	3	4	5
Hamacas	148	148	148	148	148
Precio	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
TOTAL	\$ 2,227.08	\$ 2,227.08	\$ 2,227.08	\$ 2,227.08	\$ 2,227.08
AÑOS	1	2	3	4	5
Atarrayas con plomo	60	60	60	60	60
Precio	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00
TOTAL	\$ 2,114.86	\$ 2,114.86	\$ 2,114.86	\$ 2,114.86	\$ 2,114.86
AÑOS	1	2	3	4	5
Atarrayas sin plomo	41	41	41	41	41
Precio	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
TOTAL	\$ 2,071.70	\$ 2,071.70	\$ 2,071.70	\$ 2,071.70	\$ 2,071.70
TOTAL	\$ 6,413.64	\$ 6,413.64	\$ 6,413.64	\$ 6,413.64	\$ 6,413.64

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

TABLA N. 26

ESCENARIO MODERADO					
AÑOS	1	2	3	4	5
Hamacas	111	111	111	111	111
Precio	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
TOTAL	\$ 1,670.31	\$ 1,670.31	\$ 1,670.31	\$ 1,670.31	\$ 1,670.31
AÑOS	1	2	3	4	5
Atarrayas con plomo	45	45	45	45	45
Precio	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00
TOTAL	\$ 1,586.15	\$ 1,586.15	\$ 1,586.15	\$ 1,586.15	\$ 1,586.15
AÑOS	1	2	3	4	5
Atarrayas sin plomo	31	31	31	31	31
Precio	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
TOTAL	\$ 466.13	\$ 466.13	\$ 466.13	\$ 466.13	\$ 466.13
TOTAL	\$ 3,722.59	\$ 3,722.59	\$ 3,722.59	\$ 3,722.59	\$ 3,722.59

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

TABLA N. 27

ESCENARIO PESIMISTA					
AÑOS	1	2	3	4	5
Hamacas	74	74	74	74	74
Precio	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
TOTAL	\$ 1,113.54	\$ 1,113.54	\$ 1,113.54	\$ 1,113.54	\$ 1,113.54
AÑOS	1	2	3	4	5
Atarrayas con plomo	30	30	30	30	30
Precio	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00
TOTAL	\$ 1,057.43	\$ 1,057.43	\$ 1,057.43	\$ 1,057.43	\$ 1,057.43
AÑOS	1	2	3	4	5
Atarrayas sin plomo	21	21	21	21	21
Precio	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
TOTAL	\$ 310.76	\$ 310.76	\$ 310.76	\$ 310.76	\$ 310.76
TOTAL	\$ 2,481.73	\$ 2,481.73	\$ 2,481.73	\$ 2,481.73	\$ 2,481.73

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

5.5 Punto de Equilibrio

A través del cálculo del punto de equilibrio podremos determinar el valor que necesitamos obtener por la venta de los productos de la Asociación.

Pero antes debemos calcular los costos fijos y variables, para luego mediante la siguiente fórmula obtener el resultado necesario a cubrir:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \text{Costos Fijos} / 1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})$$

TABLA N. 28
Calculo del Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO					
DETALLES	1	2	3	4	5
Costos Fijos	874.00	789.48	805.27	821.37	837.80
Total Costos Fijos	874.00	789.48	805.27	821.37	837.80
Ventas Netas	0.00	6,413.64	6,413.64	6,413.64	6,413.64
Costos Variables	5,060.40	5,060.40	5,060.40	5,060.40	5,060.40
TOTAL COSTOS VARIABLES	5,060.40	5,060.40	5,060.40	5,060.40	5,060.40
MARGEN DE CONTRIBUCION	-5,060.40	1,353.24	1,353.24	1,353.24	1,353.24

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

5.6 Estado de Situación Inicial

El estado de situación financiera mostrará cuales son los activos o derechos con los que cuenta la Asociación al inicio de la operación de acuerdo al total de la inversión que es \$2.120,00 así como las obligaciones y capital contable. Cabe recalcar que dentro de la cuenta banco está el dinero en efectivo aportado por los socios para apertura la cuenta de integración de capital.

ESTADO DE SITUACION INICIAL ASOCIACIÓN RENACER

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corriente	\$ 2,020.00	Pasivos Corriente	\$ -
Banco	\$ 2,020.00	Obligaciones a corto plazo	\$ -
		Pasivos Largo Plazo	\$ -
		Obligaciones a largo plazo	\$ -
Activos Fijos	\$ -	TOTAL DE PASIVOS	\$ -
Muebles y Enseres	\$ -	Patrimonio	\$ 2,120.00
Equipos de oficina	\$ -	Capital Social	\$ 2,120.00
Equipos de computación	\$ -		
Equipos y maquinarias	\$ -		
Vehiculo	\$ -		
Otros Activos	\$ 100.00		
Gasto de Constitución	\$ 100.00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 2,120.00	TOTAL DE PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 2,120.00

5.7 Evaluación Económica Financiera del Proyecto

Los indicadores son una herramienta efectiva para medir cuan rentable es o no un proyecto por eso en la siguiente tabla nos muestra un resumen de los escenarios.

A continuación se presentan los flujos de caja para los tres escenarios, proyectados cada uno para 5 años. Se podrá apreciar que durante los 5 años se obtiene un flujo neto positivo en el escenario optimista, mientras que en los escenarios moderado y pesimista el flujo neto es negativo.

TABLA N. 29

<i>Años</i>	<i>Escenario Optimista</i>	<i>Escenario Moderado</i>	<i>Escenario Pesimista</i>
0	\$ (2,120.00)	\$ (2,120.00)	\$ (2,120.00)
1	\$ 579.24	\$ (317.41)	\$ (632.20)
2	\$ 563.76	\$ (332.89)	\$ (632.20)
3	\$ 547.97	\$ (348.68)	\$ (632.20)
4	\$ 531.87	\$ (364.79)	\$ (632.20)
5	\$ 515.44	\$ (381.21)	\$ (632.20)
TOTAL	\$ 2,738.28	\$ (1,744.99)	\$ (3,161.02)

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

5.7.1 Indicadores de Evaluación del Proyecto

5.7.1.1 Valor Actual Neto

Como se puede observar en la tabla N.29 por medio del cálculo del VAN, se indica que el proyecto es rentable en el escenario optimista que el VAN es mayor a 0; pero en el escenario moderado y pesimista no es rentable

5.7.1.2 Tasa Interna de Retorno

A través del método TIR se evidencia la viabilidad del proyecto una vez que se la compara con la Tasa de rentabilidad exigida 8,17%.

En el escenario optimista resultó 9% superando la tasa exigida; en el escenario moderado y pesimista la TIR es negativa.

5.7.1.3 Período de Recuperación de la Inversión

TABLA N. 30

PERIODO DE RECUPERACIÓN		
AÑO	FLUJO NETO DE CAJA	FNC ACUMULADO
0	-2,120.00	-2,120.00
1	579.24	-1,540.76
2	563.76	-977.00
3	547.97	-429.03
4	531.87	102.84
5	515.44	618.28

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

El período de recuperación es otro método utilizado para realizar la evaluación económica de un proyecto. Este método calcula el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial.

5.7.2 Análisis de Sensibilidad

La base para aplicar este método es identificar los posibles escenarios del proyecto de inversión, los cuales se presentan a continuación:

TABLA N. 31

INDICADORES	Escenario Optimista	Escenario Moderado	Escenario Pesimista
Costo Capital	4.53%	4.53%	4.53%
VA	\$ 2,738.28	\$ (1,744.99)	\$ (3,161.02)
Inversión	\$ (2,120.00)	\$ (2,120.00)	\$ (2,120.00)
VAN	\$ 618.28	(\$ 3,864.99)	(\$ 5,281.02)
TIR	9%		
B/C	\$ 1.29		
PRC	3.81		

Elaborado por: Laura Zambrano P., 2013

Fuente: Investigación de campo.

5.7.2.1 Escenario Optimista

Si se analiza desde un escenario optimista el proyecto, es decir, que llegase a producir 21 unidades y 250 al año, con un incremento del 2,5% en el precio de los productos, con una inversión de \$2,120.00 siendo su VAN y su TIR positivos se determina que el proyecto es factible con un periodo de recuperación de la inversión inicial de casi 4 años y una relación de costo beneficio que significa que por cada \$ 1 invertido en el proyecto se obtiene \$ 1,29 de rentabilidad.

5.7.2.2 Escenario Moderado

Si se analiza desde un escenario moderado el proyecto, es decir, que llegase a producir 16 unidades y 180 anual, con un incremento del 2,5% en el precio de los productos, con una inversión de \$2.120,00 siendo su VAN y su TIR negativo se determina que el proyecto no es factible.

5.7.2.3 Escenario Pesimista

Si se analiza desde un escenario pesimista el proyecto, es decir, que llegase a producir 10 unidades y 125 anual, con un incremento del 2,5% en el precio de los productos, con una inversión de \$2.120,00 siendo su VAN y su TIR negativo se determina que el proyecto no es factible.

CAPITULO VI

6. Discusión

El presente proyecto tiene como finalidad crear un “Plan de Comercialización de Productos Artesanales Elaborados Manualmente por Personas Privadas de Libertad del Centro de Rehabilitación Social de Varones de la Ciudad de Esmeraldas”.

Primeramente con la finalidad de realizar un proyecto social que trate de la inclusión de estas personas que son discriminadas por la sociedad, y para la concientización de que hay otra oportunidad para ellos mediante el cambio, el trabajo honrado y la responsabilidad social; en el plan de comercialización se tomó como modelo la “Economía Solidaria” termino que actualmente muchos no conocen y es poco usado como modelo para proyectos. Es así que en este tipo de economía prima privilegiadamente el ser humano por encima del capital (dinero).

Se hace respetar la dignidad de las personas privadas de libertad, como seres humanos y como hijos de Dios.

Para el estudio y desarrollo del proyecto no se encontraron propuestas iguales a esta, pero si se encontró proyectos de rehabilitación productiva, emprendimiento e inclusión; ejecutadas por el Ministerio de Justicia Derechos Humanos y Cultos, conjuntamente con la Corporación CONQUITO del Municipio de Quito, cuyos proyectos tratan principalmente de la inserción social de las personas privadas de libertad.

En esta propuesta no se busca primordialmente un gran beneficio económico, una gran rentabilidad o utilidad del proyecto, ni que el TIR sea elevado, partiendo principalmente de las grandes limitaciones que tienen.

Con este plan lo que se busca es que ellos como pequeños productores artesanales, tengan una identidad a través de la creación de una asociación regida bajo la ley de Economía Popular y Solidaria, y bajo un reglamento interno para mayor orden. Eso es lo que se dejó planteado en el primer capítulo.

En el segundo capítulo se realizó una investigación de mercado tomando como población los artesanos calificados y registrado en la Junta Provincial de Defensa del Artesano de Esmeraldas, y cuya muestra fueron los artesanos del cantón, aquí se propuso estrategias de mercado, canales de distribución, competidores, perfil de los consumidores, frecuencia de compra.

En el tercer capítulo, análisis de las operaciones se propuso un catálogo de productos, etiquetas, nuevos diseño, combinaciones, y cronograma para la producción.

En el cuarto capítulo habla sobre la parte financiera y determina un VAN de \$618.28 con una TIR del 9% con un periodo de recuperación de 3 años y 8 meses con una relación de costo beneficio de 1,29 permitiendo la factibilidad del plan.

CAPITULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

El resultado del presente estudio permite concluir que el proyecto de un plan de comercialización de productos artesanales elaborados manualmente por personas privadas de libertad de la ciudad de Esmeraldas, justifica su puesta en marcha por las siguientes consideraciones:

El estudio de mercado que se realizó en la ciudad de Esmeraldas a personas tanto hombres como mujeres de 20 a 50 años de edad con una población de 2500 artesanos calificados, deja en evidencia que existe una gran demanda, esta demuestra que están dispuestos a comprar los productos en un 76% según el estudio realizado. Así mismo se definieron entre otros aspectos como: los competidores directos, precios de los productos y sus cualidades, la frecuencia de compra y demás elementos que hicieron efectivo la realización del estudio de mercado.

En el Estudio Técnico del proyecto se determinó composición de los nuevos diseños, colores combinaciones a través un proceso de investigación de producción. De la misma manera se estableció un diagrama de flujo para ilustrar el proceso de producción que se utilizará.

La planificación estratégica debe ser el punto de orientación para la puesta en marcha del proyecto, pues en ella se establece los lineamientos generales para el logro de las metas y objetivos planteados.

En el Estudio Financiero, se concluyó que el VAN del proyecto es de \$618,28 la TIR es del 9% el período de recuperación de la inversión del proyecto es de 3 años y 8 meses, mientras que la relación beneficio mostro de 1,29. Los indicadores muestran la sostenibilidad del proyecto.

7.2 Recomendaciones

Se deja como propuesta el plan de comercialización con la convicción de que es realizable, ofreciendo productos de calidad, buscando la ejecución del plan, ya que a través de los estudios efectuados se ha determinado su viabilidad.

Estudiar las nuevas tendencias del mercado para ofrecer productos con innovación y calidad. De la misma manera sería necesario establecer buenas relaciones comerciales con proveedores para que ellos se sientan comprometidos con la empresa.

Cumplir con los requerimientos necesarios que se establecen en el estudio técnico para la ejecución del plan en las áreas operativa, administrativa y legal.

Estar en constante investigación y desarrollo de nuevas formas de producción que favorezcan al ambiente y mejoren la calidad del producto que se ofrece al mercado.

Se deberían asociar más personas porque se tiene buena perspectiva de que la demanda crecerá y se necesitarán más personas para la producción.

7 Glosario de términos

Artesanías: Artesanía 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.

Producción: La producción es la actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios y al mismo tiempo la creación de valor, más específicamente es la capacidad de un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo de tiempo determinado.

Comercialización: Comercialización es la actividad de comercializar productos o servicios.

Ingresos: Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, etc.

Bienestar: Bienestar es un concepto relativo al buen estado de personas o colectivos.

Satisfacción: Satisfacción, es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, satisfacer exigencias, premiar un merito o deshacer un agravio.

Necesidad: Una necesidad para una persona es una sensación de carencia unida al deseo de satisfacerla. Por ejemplo, la sed, el hambre y el frío son sensaciones que indican la necesidad de agua, alimento y calor, respectivamente.

Personas Privadas de Libertad: La privación legal de libertad es aquella que, con fundamento en disposiciones de las leyes, dicta una autoridad competente contra un individuo cuya conducta se considera que ha infringido normas de convivencia social.

Centro de Rehabilitación Social: Lugar en donde las personas privadas de libertad, van a cumplir sus condenas demandadas por la ley.

Inclusión: La Inclusión es un enfoque que responde positivamente a la diversidad de las personas y a las diferencias individuales, entendiendo que la diversidad no es un problema, sino una oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad, a través de la activa participación en la vida familiar, en la educación, en el trabajo y en general en todos los procesos sociales, culturales y en las comunidades.

Concientización: La concientización indica aquella “acción cultural por la liberación”, propia de una acción educativa, que tiende a desmitificar la realidad y a preparar al hombre a actuar en la praxis histórica, en base a la cual la toma de conciencia emerge como intencionalidad y el hombre no es solamente un contenedor de cultura, sino, en el contexto dialéctico con la realidad, deviene creador de cultura en proceso de conocimiento activo, auténtico y dinámico.

Trabajo: Actividad o dedicación que requiere un esfuerzo físico o mental.

Inserción Social: La inserción social, la acción de integrar a un individuo o a un grupo dentro de la sociedad, un concepto sociológico.

Plan: Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

Economía Solidaria: La economía solidaria, es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basada en la solidaridad y el trabajo.

Estrategias: Una Estrategia es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.

Procesos: Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) bajo ciertas circunstancias con un fin determinado.

8 BIBLIOGRAFÍA

1. Qué es una empresa social. (2012). Artículo extraído el 12, diciembre, 2012, de:<http://www.diganero.com>
2. Proyectos de emprendimientos en los Centros de Rehabilitación Social del Ecuador. (2012). Artículo extraído el 11, abril, 2012 de: <http://www.justicia.gob.ec>
3. [Ecuador, Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria \(2012\)](#). DOCUMENTO ELABORADO POR EQUIPO TÉCNICO MIES: Eco. Milton Maya, Eco. Paciente Vasquez, Dr. Carlos Naranjo, Lcdo. Carlos Varela, Ing. Romina Andrade, Lcda. Lucia Valverde, Dr. Iván Pacheco, Ab. Freddy Pérez, Ab. Patricio Muriel: Autores.
4. Proyecto de emprendimientos en la cárcel del Ecuador. (2012). Artículo publicado el 08 octubre, 2012. Extraído el 21 noviembre, 2012. [Versión electrónica] <http://www.eltiempo.com.ec>
5. Proyecto de emprendimientos en la cárcel del Ecuador. (2012). Artículo publicado el 15 octubre, 2012. Extraído el 27 noviembre, 2012. [Versión electrónica] <http://www.diariohoy.com.ec>
6. Proyectos de emprendimientos para reclusos. (2012). Artículo publicado el 24 septiembre, 2012. Extraído el 13 octubre, 2012. [Versión electrónica] <http://www.desarrollosocial.com>
7. Migliario, L. R. (2004). Creación de empresas asociativas y solidarias. Chile.
8. Mariño, W. (2008). 100 tips para crear tu propia empresa. Quito-Ecuador
9. Ponti, F., Ferrás, X. (2009). Pasión por innovar: Un modelo novedoso que incentiva la creatividad empresarial. Colombia: Editorial Norma.
10. Laseter, Timothy, M. (2000). Alianzas estratégicas con proveedores. Bogotá-Colombia.
11. Munuera, J. L. (2007). Estrategias de marketing. Madrid.
12. Hartline, O.C., Ferrel & Michael, D. Estrategias de Marketing.
13. Ardura, R. I. (2006). Principios y estrategias de marketing. Barcelona-España.
14. Romero, L.A. Marketing Social.
15. Amat, O. (2008). Análisis económico-financiero. España.

16. Eslava, J.J. (2003). Análisis económico financiero de las decisiones de gestión empresarial. Madrid- España.
17. Hanse, M. (2007). Administración de costos contabilidad y control. México.
18. Foster,. Charles, T., Horngren, S.M., Datar, G. (2007). Contabilidad de Costos. México.
19. Simisterra, G. (2006). Contabilidad de costos. México.
20. Mariño, W. 100 Negocios familiares de baja inversión. (2008). Quito- Ecuador.
21. Schneider, B. (2009). Resiliencia: cómo construir empresas exitosas en contexto de inestabilidad. Colombia.
22. Jennings, J. (2009). Piense en grande, actúe en pequeño: Cómo las compañías más rentables mantienen el espíritu de los pequeños negocios emprendedores. Colombia.
23. Charan, R. (2009). Know-How: las 8 habilidades que distinguen a las personas de buen desempeño de las demás. Colombia.
24. Bossidy, L., Charan, R. (2009). Haga lo que tenga que hacer: un modelo para diagnosticar la situación de su empresa y proyectarla al futuro. Colombia.
25. Blanchard, K., Fowler, S., Hawkins, L. (2009). Autoliderazgo y el ejecutivo al minuto: cómo incrementar la efectividad mediante el autoliderazgo situacional. Colombia
26. Mariño, W. (2008). 100 Estrategias de publicidad para bajos presupuestos. Quito- Ecuador.
27. Que es emprendimiento. (2013). Artículo extraído el 27 de abril, del 201. Del sitio web de: www.gerencie.com
28. Junta Nacional de Defensa del Artesano. (2012). Conversación con la Delegada de la Junta, 26/03/2013.
29. INEC- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). Citada el 17 de octubre del 2012 del sitio web:<http://www.inec.gob.ec/home/>
30. Entrevista al Padre Jose Antonio Maeso.Realizada el 14 de noviembre del 2012.
31. Mies-Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2012). Citada el 14 de noviembre del 2012 del sitio web: <http://www.mies.gob.ec>
32. IEPS-Instituto de Economía Popular y Solidaria. (2013). Quito 23 de julio del 2013.

33. Código de comercio. (2012). Citado el 27 de abril del 2013, del sitio web de: <http://www.google.com.ec>.
34. Código de procesamiento civil. (2012). Citado el 27 de abril del 2013, del sitio web de: <http://www.google.com.ec>.
35. Qué es sociedad de derecho. (2013). Artículo extraído el 27 de abril del 2013, del sitio web de: www.gerencie.com
36. Perfil de consumidor. (2013). Artículo extraído el 10 de mayo del 2013, del sitio web de: www.masterresearch.com
37. Tendencia de mercado. (2013). Artículo extraído el 10 de mayo del 2013 del sitio web de: <http://www.negocios-internacionales.net>
38. Mogel., Ernesto Rodríguez. (2003). Metodología de la investigación. México.
39. Nell., Sankid. (1999). Métodos de Investigación. México.
40. Jasso., Graciela Pérez Rivera & Elizabeth. (2002). Cuadernos del Cesó. México.
41. Naresh., Malhotra. (2004). Investigación de mercado. México.
42. Juan Antonio Trespacios., Rodolfo Vázquez & Laurentino Bello. (2005). Investigación de mercado. Madrid.
43. Santos., Díaz. (1994). El marketing y su utilidad en la pequeña empresa. España.
44. Thomas L., Wheelen., Miguel Angel & Guillermo Van Der Linde. (2007). Introducción a la administración estratégica y política de negocio. México.
45. Michael Porter. (2010). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desarrollo superior.
46. Phillip Kotler. (2010). Fundamentos del marketing. California.
47. Fincowsky., Enrique Benjamín Franklin. (1998). Organización de empresas. México.
48. Cárdenas., J Hargadon Jr., & Armando Munera. (1985). Contabilidad de costos.
49. Gregorio José. (2007). Macroeconomía teoría y política. México.
50. Díaz., Inmaculada Aguilar. (2006). Finanzas corporativas en la práctica. Madrid.
51. Las empresas sociales. (2013). Artículo extraído el 10 noviembre, 2013 del sitio web: <http://www.sinnples.es>
52. Productos artesanales de tipo utilitario. (2013). Artículo extraído el 10 noviembre, 2013 del sitio web de: <http://www.tallersur.es>

53. El trabajo comunitario. (2013). Artículo extraído el 10 noviembre, 2013 del sitio web de: <http://www.answers.yahoo.com>
54. Trabajo social. (2013). Artículo extraído el 10 noviembre, 2013 del sitio web de: <http://www.taringa.net>
55. Finalidad del trabajo social. (2013). Artículo extraído el 10 noviembre, 2013 del sitio web de: <http://www.ts.ucr.ac.cr>
56. Misión del trabajo social . (2013). Artículo extraído el 10 noviembre, 2013 del sitio web de: <http://www.definicionabc.com>

ANEXOS



ANEXO 1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS

Por favor conteste la siguiente encuesta cuyo fin es, saber la aceptación de compra que tendrían los productos artesanales elaborados por las Personas Privadas de Libertad del Centro de Rehabilitación Social de varones de la Ciudad de Esmeraldas.

DATOS GENERALES:

Nombre:

N.- de cédula de identidad:

1.- Estaría dispuesto Ud, a comprar productos artesanales elaborados por las Personas Privadas de Libertad del Centro de Rehabilitación Social de varones de la Ciudad de Esmeraldas

SI
NO

2.- ¿En una escala del 1 al 3, marque qué productos estaría más dispuesto a comprar?

	1	2	3
	Muy importante	Poco importante	Menos importante
Hamacas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atarrayas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro cuál?.....			

3.- ¿Cuál es el motivo por el que usted compraría estos productos?

Compra y venta (negocio)
Para dar como obsequio
Otros

4.- ¿Cada cuanto tiempo estaría dispuesto a comprar productos artesanales elaborados por las personas privadas de libertad?

HAMACAS

Una vez por semana

Cada dos meses

Una vez al año

Varias veces al año

ATARRAYAS

Una vez por semana

Cada dos meses

Una vez al año

Varias veces al año

5.- ¿Qué cantidad de estos productos estaría dispuesto a comprar?

Hamacas 1 a 5 5 a 10 10 a 20 25 o más

Atarrayas 1 a 5 5 a 10 10 a 20 25 o más

6.- ¿Estaría dispuesto a pagar los siguientes precios por estos productos?

Hamacas: entre \$3 a \$5 entre \$6 a \$8 entre \$15 a \$20

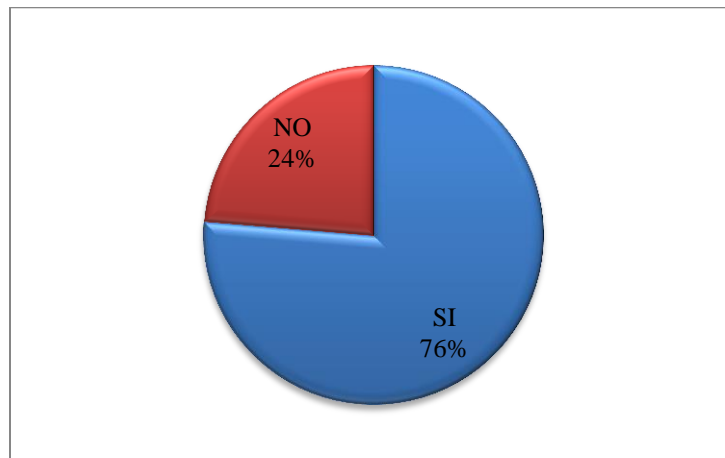
Atarrayas: entre \$25 a \$35 entre \$40 a \$50 entre \$80 a \$120

ANEXO 2

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1.- Estaría dispuesto Ud, a comprar productos artesanales elaborados por las Personas Privadas de Libertad del Centro de Rehabilitación Social de varones de la Ciudad de Esmeraldas

SI	145
NO	45

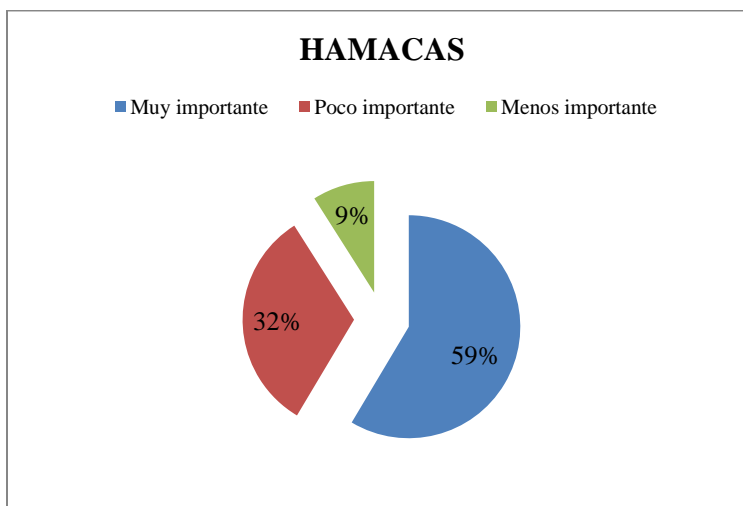


Elaborado por: Laura Zambrano., 2013 **Fuente:** Encuesta

Análisis: El 76% de los encuestados sí estarían dispuestos a comprar los productos frente a un 24% que dijo no, muchos manifestaron que sería un buen proyecto puesto que ayuda a un cambio en las personas privadas de su libertad.

2.- ¿En una escala del 1 al 3, marque qué productos estaría más dispuesto a comprar?

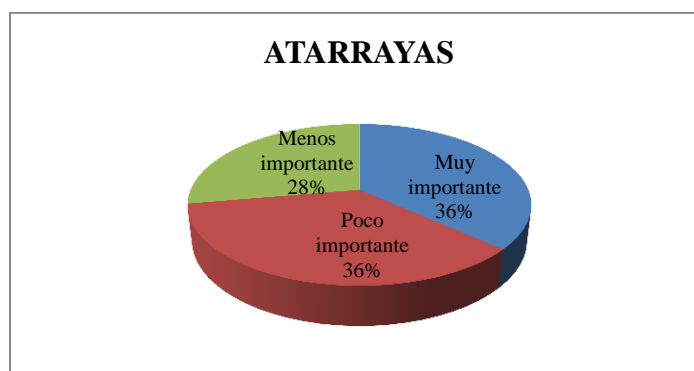
	Muy importante	Poco importante	Menos importante
Hamacas	65	36	10



Elaborado por: Laura Zambrano., 2013 Fuente: Encuesta

Análisis: Las hamacas son consideradas muy importante ya que es un producto muy demandado sobre todos por los turistas

	Muy importante	Poco importante	Menos importante
Atarrayas	37	36	28



Elaborado por: Laura Zambrano., 2013 Fuente: Encuesta

Análisis: Del mismo modo las atarrayas son productos con gran aceptación de un 36% altamente demandado por personas dedicadas a la pesca.

3.- ¿Cuál es el motivo por el que usted compraría estos productos?

Compra y venta	83
Para dar como obsequio	34
Otros	27



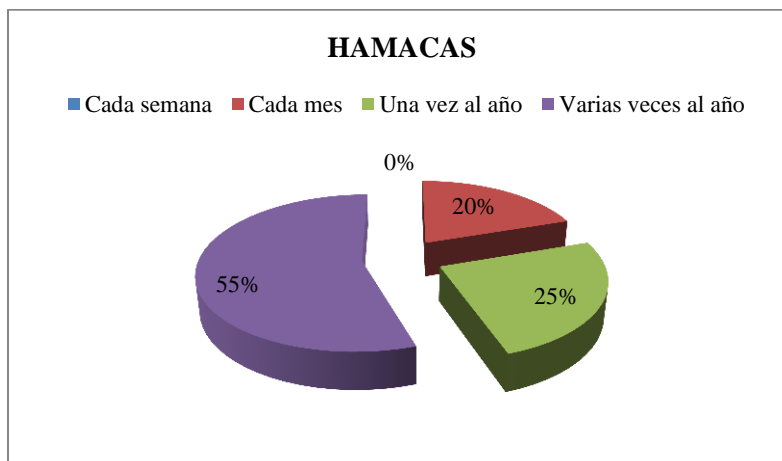
Elaborado por: Laura Zambrano., 2013

Fuente: Encuesta

Análisis: Como fue el propósito de la investigación el 58% dijo que el motivo de compra es para compra y venta, ya que la encuesta fue destinada a los artesanos comerciantes este fue el resultado.

4.- ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesto a comprar productos artesanales elaborados por las personas privadas de libertad?

HAMACAS	
Cada semana	0
Cada mes	23
Una vez al año	29
Varias veces al año	64

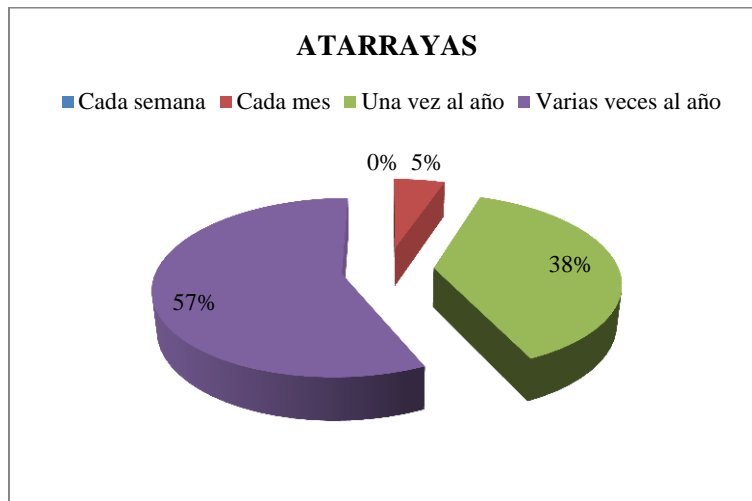


Elaborado por: Laura Zambrano., 2013

Fuente: Encuesta.

Análisis: Un 55 % de los encuestados están dispuestos a comprar hamacas varias veces al año, debido a la demanda de sus clientes, y a la aceptación que tiene este producto

ATARRAYAS	
Cada semana	0
Cada mes	5
Una vez al año	36
Varias veces al año	54

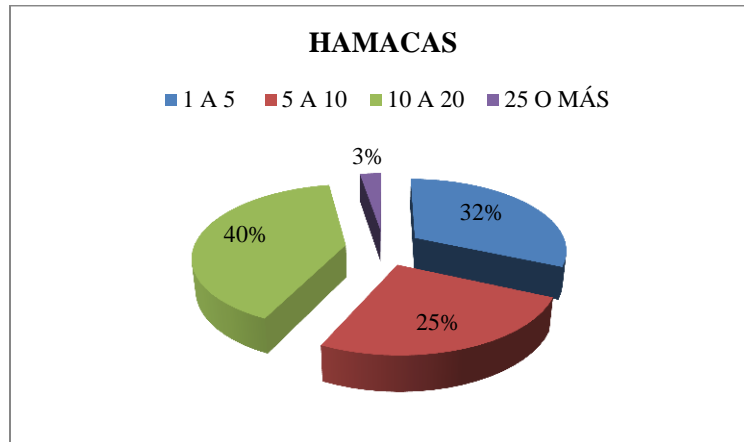


Elaborado por: Laura Zambrano., 2013 **Fuente:** Encuesta

Análisis: Así mismo un 57% de los encuestados están dispuestos a comprar las atarrayas varias veces al año, debido a su aceptación y a la calidad que estos productos representan para los comerciantes.

5.- ¿Qué cantidad de estos productos estaría dispuesto a comprar?

HAMACAS	
1 A 5	36
5 A 10	29
10 A 20	46
25 O MÁS	3

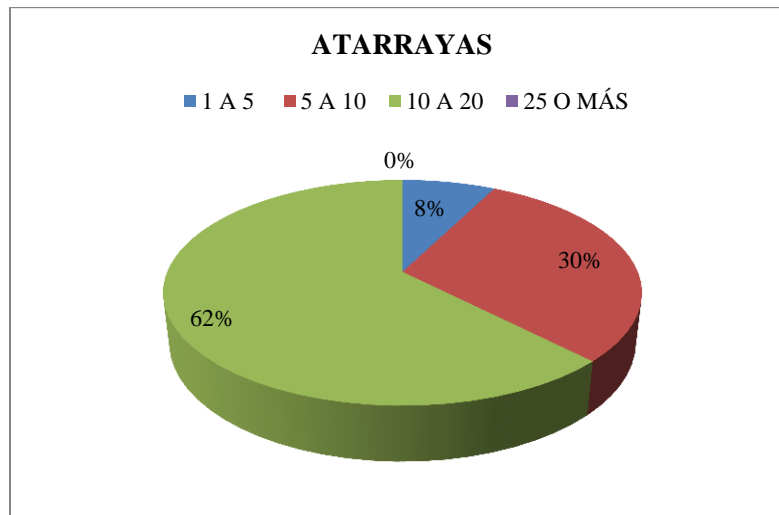


Elaborado por: Laura Zambrano., 2013

Fuente: Encuesta

Análisis: El 40% de los encuestados están dispuestos a comprar de 10 a 20 unidades de hamacas, esto puede variar de acuerdo a la demanda que puede crecer.

ATARRAYAS	
1 A 5	7
5 A 10	28
10 A 20	58
25 O MÁS	0

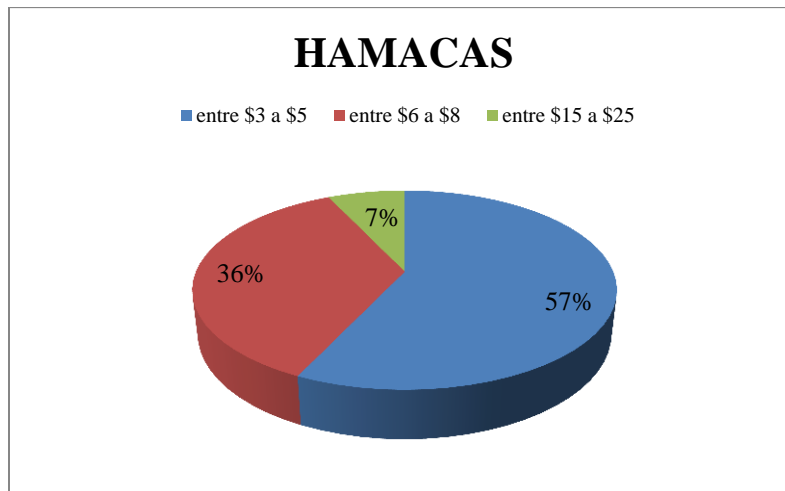


Elaborado por: Laura Zambrano., 2013 Fuente: Encuesta

Análisis: El 62% de los encuestados están dispuestos a comprar de 10 a 20 unidades de hamacas, esto puede variar de acuerdo a la demanda que puede crecer.

6.- ¿Estaría dispuesto a pagar los siguientes precios por estos productos?

HAMACAS	
entre \$3 a \$5	65
entre \$6 a \$8	41
entre \$15 a \$25	8

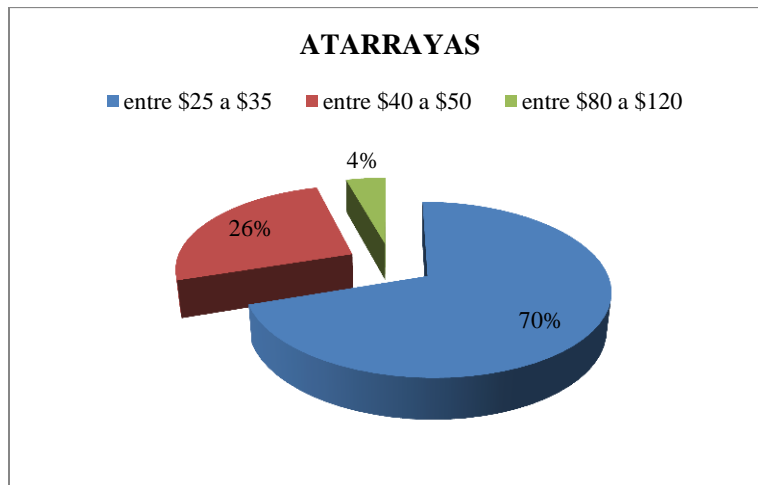


Elaborado por: Laura Zambrano., 2013

Fuente: Encuesta

Análisis: Como es obvio los comerciantes prefieren los costos más bajos, porque son convenientes para ellos.

ATARRAYAS	
entre \$25 a \$35	65
entre \$40 a \$50	24
entre \$80 a \$120	4



Elaborado por: Laura Zambrano., 2013 **Fuente:** Encuesta

Análisis: Como es obvio los comerciantes prefieren los costos más bajos, porque son convenientes para ellos, y porque generan ganancias.

ANEXO 3

**REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA
ASOCIACIÓN RENACER**

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

El Artículo 6 del Reglamento general de la Ley de la EPS: Las asociaciones EPS, por su parte presentarán los siguientes documentos:

Solicitud de constitución dirigida a la Superintendencia de la EPS.

Reserva de denominación, dirigida a la Superintendencia de la EPS.

Las asociaciones EPS en formación, reservarán en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en coordinación con la Superintendencia de Compañías, el uso de una denominación por el plazo de noventa días dentro de los cuales presentarán la documentación para el otorgamiento de la personalidad jurídica.

Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de diez asociados fundadores.

El acta constitutiva deberá contener:

- 1. Lugar y fecha de constitución;**
- 2. Expresión libre y voluntaria de constituir la organización;**
- 3. Denominación, domicilio y duración;**
- 4. Objeto social;**
- 5. Monto del fondo o capital social inicial;**
- 6. Nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores;**
- 7. Nómina de la Directiva provisional; (Presidente, Secretario)**
- 8. Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.**
- 9. Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, número de cédula, aporte inicial y firma.**
- 10. Estatuto social, en dos ejemplares.**

De conformidad con el modelo de adecuación de Estatutos, establecido en la página web de la Superintendencia

Certificado de depósito del aporte del capital social inicial.

Fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social mediante Resolución MCDS-EPS-002-2012 de 13 de noviembre de 2013, el equivalente a tres remuneraciones básicas unificadas, cantidad que deberá ser presentada preferentemente en una cooperativa de Ahorro y Crédito.

ANEXO 4

MODELO DE ACTA CONSTITUTIVA

En la ciudad de Esmeraldas, a los dos días del mes de noviembre de dos mil doce, en la sala de reunión de la Coordinación Provincial del Instituto de Economía Popular y Solidaria de Esmeraldas, ubicada en la Avenida Bolívar entre Sucre y Piedrahita, parroquia urbana de Esmeraldas, cantón Esmeraldas, provincia Esmeraldas, se reúnen con el carácter de socios fundadores de una asociatividad de la eps, al amparo de la norma jurídica de la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y su Reglamento General, las siguientes personas:

Nombres	Apellidos	Nacionalidad	Cedula	Dirección Domiciliaria

A continuación se pasa a considerar la iniciativa, y en primer lugar se propone las designaciones del Sr. ... y el Sr. ... como Presidente y Secretario provisional de esta Asamblea. Después de un amplio debate e intercambio de opiniones, se resuelve:

1. **Constitución:** Constituir formalmente en este acto la asociación de la economía popular y solidaria propugnada, derecho privado y asociativo, sin fines de lucro ni de acumulación de capital, con capital social variable, con plena capacidad de obrar de acuerdo con la Ley Orgánica de la Ley de la Economía Popular y Solidaria y su Reglamento General y, con los caracteres esenciales que se especifican en la presente acta.
2. **Denominación:** La entidad que por la presente se constituye se denominará "....." y tendrá un plazo de vigencia indefinido. Pudiendo disolverse por voluntad propia de sus socios o por mandato legal.
3. **Domicilio:** El domicilio de la Asociación se halla en las calles... , en la localidad de ...
4. **Objetivos y propósitos institucionales:** La Asociación que aquí se funda tendrá como objeto principal los siguientes objetivos, **ejemplos:**
 - a) Brindar servicios complementarios de alimentación y limpieza, con eficiencia, calidad, responsabilidad y precio justo, a instituciones públicas y privadas
 - b) Distribuir equitativa y solidariamente los excedentes que genere la prestación de servicios, entre sus socios;
 - c) Promover espacio de aprendizajes colectivos entre los socios, unidad e integración y de rendición de cuenta como mecanismo de fortalecimiento organizativo
 - d) Mejorar las condiciones socioeconómicas de sus integrantes a través de la conformación de una caja de ahorro y solidaria
 - e) Incentivar y mantener la cooperación y la ayuda mutua entre grupos afines;
 - f) Planificar y elaborar proyectos cuando así lo requiera la asociación para que sean presentadas ante organismos públicos, privados, nacionales y extranjeros, para que a través de ellos se consiga la ayuda necesaria para el cumplimiento y adelanto de sus socios; y,
5. **Capital Social:** La Asamblea de socios fundadores, resolvió que el capital social de la Asociación, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tiene el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico.
Se fijó como capital social inicial la suma de \$... financiado equitativamente con el aporte de cada uno de los integrantes.
6. **Comisión Directiva:** La designación del Directorio provisional, conforme se lo establece en el Art. 2 del Reglamento General de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, quedó integrada de la siguiente manera:

COMISION DIRECTIVA

PRESIDENTE/A:.....

SECRETARIOA:.....

TESORERO/A:

Para constancia, validez y legitimidad del Acta constitutiva, firman el presidente y secretario de la Asociación.

Sr.....

PRESIDENTE

Sr.....

SECRETARIO

NOMINA DE SOCIOS FUNDADORES

Nombre y Apellido	Cedula	Ocupación	Capital social inicial	Firma

ANEXO 5

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL RUC

Para que ésta empresa pueda obtener el RUC como asociación y bajo en control de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria se debe tener los siguientes requerimientos:

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B suscritos por el representante legal
- Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañía
- Original y copia de la cédula de identidad o pasaporte del representante legal
- Original y copia de agua, luz o teléfono de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción:
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior; u,
- Original y copia del contrato de arrendamiento

ANEXO 6

REGLAMENTO INTERNO DE LA ASOCIACION

TÍTULO PRIMERO: GENERALIDADES Y PRINCIPIOS

Artículo 1.- ADECUACIÓN DE ESTATUTOS: La Renacer actualmente funcionando en legal y debida forma, adecua su estatuto social, sometiendo su actividad y operación a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, en cumplimiento de lo establecido en la Disposición Transitoria Primera de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, y de conformidad con la regulación dictada para el efecto.

Artículo 2.-DOMICILIO, RESPONSABILIDAD Y DURACIÓN: El domicilio principal de la Asociación Renacer será el Cantón Esmeraldas, Provincia Esmeraldas pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Artículo 3.- OBJETO SOCIAL: La Asociación Renacer tendrá como objetivo comercializar productos artesanales elaborados manualmente, que permita el sustento de los socios y sus familias en busca de su desarrollo social y económico.

TITULO SEGUNDO: DE LOS ASOCIADOS

Artículo 4.- ASOCIADOS.- Son miembros Renacer, las personas privadas de libertad, con actividades relacionadas con el objeto social establecido en el artículo 3 del presente Estatuto, aceptadas por la Junta Directiva, previos el cumplimiento de los requisitos y procedimientos específicos que constarán en el Reglamento Interno.

Artículo 5.- OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS ASOCIADOS: Son obligaciones y derechos de los asociados, además de los establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y su Reglamento General, los siguientes:

- Intervenir en las Juntas Generales con voz y voto, pudiendo elegir y ser elegidos para los cargos directivos, previo el cumplimiento de los requisitos previstos en el presente estatuto y en su Reglamento Interno;
- Ser beneficiarios de los programas de capacitación, y producción de los productos que ofrezca la Asociación Renacer;
- Utilizar responsablemente los bienes y servicios comunes;
- Cumplir las disposiciones legales, reglamentarias, los estatutos sociales y la normativa interna que rigen a la Asociación Renacer;
- Contribuir con su comportamiento al buen nombre y prestigio de la Asociación Renacer;
- No incurrir en competencia desleal en los términos dispuestos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y su Reglamento;
- No utilizar a la organización para realizar actividades ilícitas;
- Adquirir conocimientos sobre economía solidaria, así como observar las disposiciones del estatuto social y los reglamentos que rijan a la Asociación Renacer.
- Aceptar y cumplir las decisiones de los órganos de administración y control social.
- Comportarse solidariamente en sus relaciones con la Asociación Renacer y con los asociados de la misma.
- Ser informados de la gestión de la Asociación Renacer de acuerdo con las prescripciones estatutarias.
- Los demás que consten en el Reglamento Interno.

Artículo 6.- PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE ASOCIADO: La calidad de asociado se pierde por retiro voluntario, exclusión o fallecimiento.

Artículo 7.- RETIRO VOLUNTARIO: El asociado podrá solicitar a la Junta Directiva, en cualquier tiempo, su retiro voluntario. En caso de falta de pronunciamiento por parte de la Junta Directiva, la solicitud de retiro voluntario surtirá efecto transcurridos 30 días desde su presentación.

Artículo 8.- EXCLUSIÓN: La exclusión del asociado será resuelta por la Junta Directiva de conformidad con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno.

La exclusión será susceptible de apelación ante la Junta General en última y definitiva instancia.

TÍTULO TERCERO: ORGANIZACIÓN Y GOBIERNO

Artículo 9.- ESTRUCTURA INTERNA: El gobierno, dirección, administración y control interno de la Asociación Renacer, se ejercerá por medio de los siguientes organismos:

- Junta General;
- Junta Directiva;
- Junta de Vigilancia; y;
- Administrador.

CAPITULO PRIMERO

DE LA JUNTA GENERAL

Artículo 10.- La Junta General es la máxima autoridad de la Asociación Renacer, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derecho a un solo voto. Sus decisiones serán obligatorias para los órganos internos y sus asociados, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley, al reglamento o su estatuto social.

Artículo 11.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL

- Aprobar y reformar el Estatuto Social y el Reglamento Interno;
- Elegir y remover a los miembros de las Juntas Directiva y de Vigilancia y al Administrador, con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
- Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables;
- Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva;
- Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y Administrador;

- Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva;
- Resolver la transformación, fusión, disolución y liquidación, de la Asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados;
- Las demás que señalen ley.

Artículo 12.- CLASES Y PROCEDIMIENTO DE JUNTAS GENERALES: Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias y su convocatoria, quórum y normas de procedimiento parlamentario, constarán en el Reglamento Interno de la Asociación. En la convocatoria constará por lo menos: lugar, fecha, hora de la Junta y el orden del día.

CAPITULO SEGUNDO

DE LA JUNTA DIRECTIVA

Artículo 13.- La Junta Directiva estará integrada por el Presidente, el Secretario y 3 Vocales elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento Interno de la Asociación. Los miembros de la Junta Directiva durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

Artículo 14.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DIRECTIVA

- Son atribuciones y deberes de la Junta Directiva:
- Dictar las normas de funcionamiento y operación de la Asociación Renacer;
- Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de asociados;
- Sancionar a los socios de acuerdo con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno;
- Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la Asociación,
- Elaborar el proyecto de reformas al Estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la Junta General.

CAPITULO TERCERO

DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

Artículo 15.- La Junta de Vigilancia supervisará las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones de la Junta General y la Junta Directiva. Estará integrada por 3 vocales principales y sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos constantes en el Reglamento Interno. Los miembros de la Junta Vigilancia durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

Artículo 16.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

Son atribuciones y deberes de la Junta de Vigilancia:

- Supervisar los gastos económicos que realice la Asociación Renacer;
- Vigilar que la contabilidad se encuentre al día y debidamente sustentada;
- Conocer el informe administrativo, los estados financieros y el balance social presentados por el Administrador;
- Presentar su Informe anual de labores a la Junta General.

CAPITULO CUARTO

DEL PRESIDENTE

Artículo 17.- ATRIBUCIONES

El Presidente de la Junta Directiva presidirá también la Asociación Renacer y la Junta General. Durará 2 años en sus funciones, pudiendo ser reelegido por una sola vez, mientras mantenga la calidad de vocal de la Junta Directiva; y, además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes;

- Convocar y presidir las juntas generales y sesiones de junta directiva;
- Firmar, conjuntamente con el Secretario, la documentación de la Asociación Renacer y las actas de las sesiones;

- Presidir todos los actos oficiales y protocolarios de la Asociación Renacer;
- Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, Reglamento Interno y demás disposiciones emitidas por la Junta General y la Junta Directiva.

DEL SECRETARIO

Artículo 18.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: El Secretario de la Asociación Renacer, además de las funciones y responsabilidades propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

- Elaborar las actas de las sesiones de Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación;
- Firmar, conjuntamente con el Presidente, la documentación de la Asociación Renacer y las actas de las sesiones;
- Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del Presidente;
- Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la Asociación Renacer;
- Custodiar y conservar ordenadamente el archivo;
- Entregar a los asociados, previa autorización del Presidente, la información que esté a su cargo y que le sea requerida;
- Notificar las resoluciones;
- Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.

DEL ADMINISTRADOR

Artículo 19.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

El Administrador será elegido por la Junta General, por un período de 2 años y además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

- Representar a la Asociación Renacer;
- Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las Juntas General y Directiva;

- Administrar la asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados,
- Presentar el informe administrativo, el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General.

TÍTULO CUARTO

RÉGIMEN ECONÓMICO

Artículo 20.- CAPITAL SOCIAL: El capital social de la Asociación Renacer estará constituido por:

- Las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables;
- La totalidad de las utilidades y excedentes del ejercicio económico una vez cumplidas las obligaciones legales; y,
- Las donaciones efectuadas a su favor que, en caso de disolución, no podrán ser objeto de reparto entre los asociados. La Junta General determinará, la organización pública o privada, sin fin de lucro, que será beneficiaria de estos bienes y que tendrá como objeto social una actividad relacionada con el sector economía popular y solidaria.

Artículo 21.- CONTABILIDAD Y BALANCE

La Asociación Renacer aplicará las normas contables establecidas en el Catálogo Único de Cuentas emitido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Los estados financieros y el balance social anuales, serán aprobados por la Asamblea General, y remitidos a la Superintendencia hasta el 31 de marzo de cada año. En los registros contables de la cooperativa se diferenciarán, de manera clara, los resultados financieros provenientes de las actividades propias del objeto social y los que sean producto de actividades complementarias, así como las utilidades y los excedentes.

TÍTULO QUINTO: DE LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 22.- TRANSFORMACIÓN

La Asociación Renacer podrá transformarse en cooperativa por decisión de las dos terceras partes de los asociados tomada en Junta General convocada para ese efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; o, por disposición de esta Superintendencia, cuando haya superado los niveles de activos, ventas y número de asociados para mantener la condición de Asociación.

Artículo 23.- FUSIÓN

La Asociación Renacer podrá fusionarse con otra u otras de actividad similar, por decisión tomada por las dos terceras partes de los asociados en la Junta General convocada especialmente para este efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Artículo 24.- DISOLUCIÓN y LIQUIDACIÓN

La Asociación Renacer se disolverá y liquidará por voluntad de sus integrantes, expresada con el voto secreto de las dos terceras partes de los asociados, en Junta General convocada especialmente para el efecto; y, por resolución de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, de acuerdo con las causales establecidas en la Ley y su Reglamento.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Se entienden incorporadas al presente estatuto y formando parte del mismo, las disposiciones de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las dictadas por el ente regulador y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

SEGUNDA. - Los conflictos que surgieren al interior de la Asociación serán resueltos según los mecanismos establecidos en el Reglamento Interno que deberá incluir como instancia de resolución, la presentación ante un Centro de Mediación debidamente

autorizado y calificado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, antes del ejercicio de las acciones administrativas o judiciales que sean pertinentes.

TERCERA.- Los directivos, asociados y administrador de la Asociación, brindarán, obligatoriamente, las facilidades necesarias para la realización de inspecciones, supervisiones, exámenes especiales, auditorías y entregarán la información que fuere requerida por la Superintendencia, caso contrario, serán de su responsabilidad, las sanciones que pudieran imponerse a la asociación.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA.- Dentro de los 30 días siguientes a la aprobación del presente estatuto por parte de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, se procederá a la elección y reporte de los directivos y administrador designados, para su registro.

CERTIFICACIÓN.- En mi calidad de Secretario de la Asociación Renacer CERTIFICO que el presente Estatuto, adecuado a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, fue aprobado en Asamblea General, efectuada el domingo 3 de febrero del 2013, conforme consta en el Libro de Actas, al que me remito en caso de ser necesario. Lo certifico, a los diez días del mes de abril del año dos mil trece.

Sr.

SECRETARIO (A)

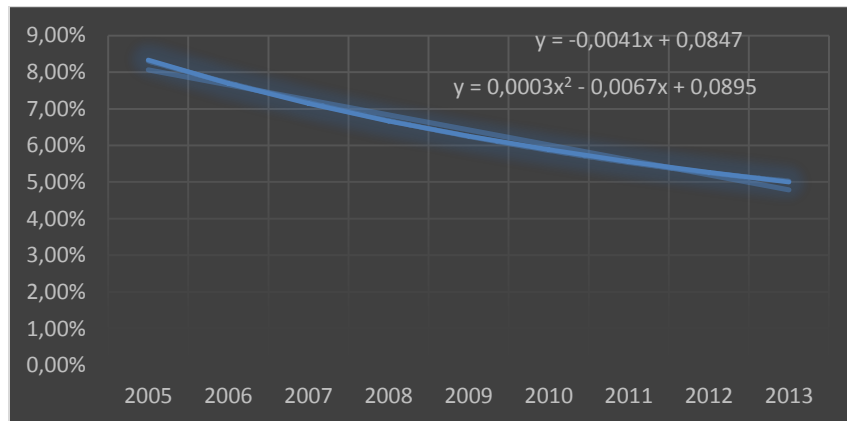
ANEXO 7

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA

	AÑO	NO. DE ARTESANOS	%	VARIACIÓN
0	2001	500	14.51%	
1	2002	506	12.59%	-13.23%
2	2003	511	21.88%	73.79%
3	2004	517	13.20%	-39.67%
4	2005	522	14.30%	8.33%
5	2006	528	15.40%	7.69%
6	2007	534	16.50%	7.14%
7	2008	540	17.60%	6.67%
8	2009	546	18.70%	6.25%
9	2010	552	19.80%	5.88%
10	2011	558	20.90%	5.56%
11	2012	564	22.00%	5.26%
12	2013	570	23.10%	5.00%

AÑOS	X	Y
2001	1	0.0806
2002	2	0.0765
2003	3	0.0724
2004	4	0.0683
2005	5	0.0642
2006	6	0.0601
2007	7	0.0560
2008	8	0.0519
2009	9	0.0478
2010	10	0.0437
2011	11	0.0396
2012	12	0.0355
2013	13	0.0314
2014	14	0.0273
2015	15	0.0232
2016	16	0.0191
2017	17	0.0150
2018	18	0.0109

AÑOS	X	y
2001	1	0.1044
2002	2	0.0913
2003	3	0.0800
2004	4	0.0705
2005	5	0.0628
2006	6	0.0569
2007	7	0.0528
2008	8	0.0505
2009	9	0.0500
2010	10	0.0513
2011	11	0.0544
2012	12	0.0593
2013	13	0.0660
2014	14	0.0745
2015	15	0.0848
2016	16	0.0969
2017	17	0.1108
2018	18	0.1265



DEMANDA LINEAL			DEMANDA POLINÓMICA		
AÑOS	%	DEMANDA	AÑOS	%	DEMANDA
2014	0.0273	586	2014	0.0745	613
2015	0.0232	600	2015	0.0848	665
2016	0.0191	611	2016	0.0969	729
2017	0.0150	620	2017	0.1108	810
2018	0.0109	627	2018	0.1265	913

ANEXO 8

ESTUDIO FINANCIERO

FLUJO DE CAJA PROYECTADO ESCENARIO OPTIMISTA

INGRESOS	VIDA UTIL DEL PROYECTO							TOTAL
	AÑO 0	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas		534.47	6,413.64	6,413.64	6,413.64	6,413.64	6,413.64	32,068.21
Inversión Fija	1,100.00							1,100.00
Gastos de Constitución	100.00							100.00
TOTAL INGRESOS			6,413.64	6,413.64	6,413.64	6,413.64	6,413.64	32,068.21
Costo de Ventas								
Costo de producción			5,060.40	5,060.40	5,060.40	5,060.40	5,060.40	25,302.00
TOTAL COSTO DE VENTA			5,060.40	5,060.40	5,060.40	5,060.40	5,060.40	25,302.00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			1,353.24	1,353.24	1,353.24	1,353.24	1,353.24	6,766.21
Gastos Operacionales								
Gastos de Administración y Ventas								
Publicidad		15	30	30.60	31.21	31.84	32.47	123.65
Utensilios de limpieza		19	57	58.14	59.30	60.49	61.70	234.93
Materiales de oficina		14.5	87	88.74	90.51	92.33	94.17	358.58
Gastos de Constitución		8.3	100					
Viáticos		50	600	612.00	624.24	636.72	649.46	2,472.96
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			874.00	789.48	805.27	821.37	837.80	4,127.93
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			874.00	789.48	805.27	821.37	837.80	4,127.93
UTILIDAD OPERACIONAL			479.24	563.76	547.97	531.87	515.44	2,638.28
Gastos de Constitución			100.00					100.00
FLUJO NETO			579.24	563.76	547.97	531.87	515.44	2,738.28

FLUJO DE CAJA PROYECTADO ESCENARIO MODERADO

INGRESOS	VIDA UTIL DEL PROYECTO							TOTAL
	AÑO 0	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas		310.22	3,722.59	3,722.59	3,722.59	3,722.59	3,722.59	18,923.16
Inversión Fija	2,120.00							2,120.00
Gastos de Constitución	100.00							100.00
TOTAL INGRESOS			3,722.59	3,722.59	3,722.59	3,722.59	3,722.59	18,612.94
Costo de Ventas								
Costo de producción			3,266.00	3,266.00	3,266.00	3,266.00	3,266.00	16,330.00
TOTAL COSTO DE VENTA			3,266.00	3,266.00	3,266.00	3,266.00	3,266.00	16,330.00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			456.59	456.59	456.59	456.59	456.59	2,282.94
Gastos Operacionales							-	-
Gastos de Administración y Ventas							-	-
Publicidad		15	30	30.60	31.21	31.84	32.47	123.65
Utensilios de limpieza		19	57	58.14	59.30	60.49	61.70	234.93
Materiales de oficina		14.5	87	88.74	90.51	92.33	94.17	358.58
Gastos de Constitución		8.33	100					
Viáticos		50	600	612.00	624.24	636.72	649.46	2,472.96
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			874.00	789.48	805.27	821.37	837.80	4,127.93
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			874.00	789.48	805.27	821.37	837.80	4,127.93
UTILIDAD OPERACIONAL			417.41	332.89	348.68	364.79	381.21	1,844.99
Gastos de Constitución			100.00					100.00
FLUJO NETO			317.41	332.89	348.68	364.79	381.21	1,744.99

FLUJO DE CAJA PROYECTADO ESCENARIO PESIMISTA								
INGRESOS	VIDA UTIL DEL PROYECTO							TOTAL
	AÑO 0	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas		206.81	2,481.73	2,481.73	2,481.73	2,481.73	2,481.73	12,408.63
Inversión Fija	2,120.00							2,120.00
Gastos de Constitución	100.00							100.00
TOTAL INGRESOS			2,481.73	2,481.73	2,481.73	2,481.73	2,481.73	12,408.63
Costo de Ventas								
Costo de producción			2,324.45	2,324.45	2,324.45	2,324.45	2,324.45	11,622.25
TOTAL COSTO DE VENTA			2,324.45	2,324.45	2,324.45	2,324.45	2,324.45	11,622.25
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			157.28	157.28	157.28	157.28	157.28	786.38
Gastos Operacionales								
Gastos de Administración y Ventas								
Publicidad		15	30	30.60	31.21	31.84	32.47	123.65
Utensilios de limpieza		19	57	58.14	59.30	60.49	61.70	234.93
Materiales de oficina		14.5	87	88.74	90.51	92.33	94.17	358.58
Gastos de Constitución		8.33	100					
Viáticos		50	600	612.00	624.24	636.72	649.46	2,472.96
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			874.00	789.48	805.27	821.37	837.80	4,127.93
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			874.00	789.48	805.27	821.37	837.80	4,127.93
UTILIDAD OPERACIONAL			716.72	632.20	647.99	664.10	680.53	3,341.55
Gastos de Constitución			100.00					100.00
FLUJO NETO			616.72	632.20	647.99	664.10	680.53	3,241.55