



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFFECTUADO:

Desde Noviembre de 2012 hasta Mayo de 2013

REALIZADO POR:

Ángela Emilia Rodríguez Falquez

Tutores:

Ing. Rolando Farfán

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Alborada XIV mz. Villa 37

Teléfono: 042213550

Celulares: 0984815935

Correo: angierofa@gmail.com

Guayaquil - Ecuador

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Srta. Ángela Emilia Rodríguez Falquez como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERA EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Mayo de 2013

Ing. Rolando Farfán Vera

Tutor

Ing. G.E.I. María del Rocío Vallejo Fiallos

Lectora

Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño

Lector



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

ÁNGELA EMILIA RODRIGUEZ FALQUEZ

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, Mayo de 2013

EL AUTOR

ÁNGELA EMILIA RODRIGUEZ FALQUEZ



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, ÁNGELA EMILIA RODRIGUEZ FALQUEZ

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: “Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Mayo de 2013

EL AUTOR

ÁNGELA EMILIA RODRIGUEZ FALQUEZ

DEDICATORIA

A DIOS, quien me ha guiado en cada paso de este camino, dándome la oportunidad de aprender, y que sí he llegado hasta aquí ha sido únicamente por Su Voluntad

A MIS PADRES y HERMANO, quienes han dejado en mí excelentes principios, para continuar con mis estudios, sueños y proyectos.

A RICARDO, quien en momentos difíciles ha permanecido a mi lado incondicionalmente, dándome fuerzas y ánimos para continuar.

AGRADECIMIENTO

A DIOS, quien supo enseñarme que no hay mejor manera de hacer las cosas que dejando todo en sus manos, luchando siempre hasta el final.

A MIS PADRES y HERMANO, quienes estuvieron allí con paciencia dándome apoyo y apostando a que terminaría.

A MIS COMPAÑEROS, con quienes he compartido momentos buenos y malos en estos 5 años de carrera; siempre apoyándonos unos con otros.

RESUMEN

El siguiente Trabajo de Titulación tiene como finalidad, analizar los elementos necesarios para llevar a cabo un negocio basado en la elaboración de bolsos artesanales. Como valor agregado a este producto se utilizará una técnica de pintado en agua (Ebru). Este negocio se iniciará en la ciudad de Guayaquil y va dirigido a un mercado de mujeres entre 17 y 65 años de edad.

Hoy en día la moda resulta un complemento infaltable en la mujer ecuatoriana, tanto así que la vestimenta ya no es lo único en donde se puede demostrar que alguien “está a la moda”. Este trabajo de titulación comprueba, según este segmento de mercado, que existen indumentos que pueden complementar la imagen de una mujer y que los bolsos o carteras son un ejemplo de aquello.

Esta empresa quiere llegar a resaltar esta imagen, rescatando la identidad ecuatoriana ofreciendo un producto novedoso y con un interesante aspecto.

El desarrollo del estudio de la demanda y el offering, el método investigativo, un plan operativo y la presentación de un plan financiero; logran poner en evidencia la rentabilidad de este negocio Ebru Colors.

ABSTRACT

The following degree project, aims to analyze all the necessary elements to develop a business based on the production of handmade bags. As an added value, this product will use a technique of painting in water to create the design. This business will start in Guayaquil's city and will be focused on women market between 17 and 65 years old.

Nowadays, fashion is an evident fact shown on Ecuadorian women, so clothing is not the only thing how women can prove someone "is chic". This workshop will ensure there are some complementary garments accessories needed to fit a women's look.

This company wants to stand out they images, capturing Ecuadorian identity offering a creative and unique product, handbags.

The study of the demand and offering, a research plan, an operational and financial plan will demonstrate the profitability of this business Ebru Colors.

INTRODUCCIÓN

El siguiente Trabajo de Titulación propone “La creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica Ebru”. El cual desea presentar y establecer su marca en el mercado, para ofrecer un accesorio necesario para la mujer guayaquileña. Busca reunir las expectativas de este sector y satisfacerlas conjunto a un valor agregado. Se presentarán capítulos en los que se describirán las etapas de un plan de estudio de factibilidad de introducción al mercado de la compañía.

Este se inicia con los segmentos de investigación y sus objetivos. Se describirá la idea de negocio; y junto a esto se suma la parte jurídica por la que debe atravesar la compañía. Posteriormente se realiza la auditoría del mercado, en el que específicamente, se centrará en analizar el segmento de mercado preestablecido dentro de la ciudad de Guayaquil. Esto proporcionará información para plantear una gestión de marketing en donde se establecen campañas de promoción e identificación del producto.

También se incluirá un plan operativo en el que precisamente debido al enfoque del negocio describe su punto fuerte: la producción artesanal. Finalmente este trabajo analiza los factores económicos financieros y tributarios que pueden afectar a la compañía; incluyendo el plan de contingencia, con la prevención de casos caóticos que la compañía podría atravesar. Esta información se ve reflejada en las conclusiones y recomendaciones del trabajo; y se ve reforzada por sus anexos y fuentes

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	IV
AUTORIZACIÓN.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
ÍNDICE GENERAL.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XXI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XXIII
ABREVIATURAS.....	XXIV
CAPÍTULO 1.....	25
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
1.1. Tema – Título.....	26
1.2. Justificación.....	26
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.....	26
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.....	27
1.5. Objetivos de la Investigación.....	29
1.5.1. Objetivo General.....	29
1.5.2. Objetivos Específicos.....	29
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	29
1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático.....	30
1.7.1. Planteamiento del Problema.....	30
1.8. Fundamentación Teórica del Negocio.....	31
1.8.1. Marco Referencial.....	31
1.8.2. Marco Teórico.....	32
1.8.3. Marco Conceptual.....	34
RODRÍGUEZ, Ángela.....	XI

1.8.4. Marco Legal.....	35
1.8.5. Marco Lógico.....	37
1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	37
1.10. Cronograma.....	38
CAPÍTULO 2.....	39
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	40
2.1. Análisis de la Oportunidad.....	40
2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio.....	40
2.1.2. Descripción de la Idea de Producto o Servicio.....	41
2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa	41
2.3. Objetivos de la Empresa.....	42
2.3.1. Objetivo General.....	42
2.3.2. Objetivos Específicos.....	42
2.4. Estructura Organizacional	42
2.4.1. Organigrama	42
2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	43
2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos departamento	45
CAPÍTULO 3.....	47
3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	48
3.1. Aspecto Societario de la Empresa	48
3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa).....	48
3.1.2. Fundación de la Empresa	48
3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones.....	48
3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios.....	49
3.2. Aspecto Laboral de la Empresa.....	50
3.2.1. Generalidades.....	50
3.2.2. Mandato Constituyente #8	51
3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo.....	51
3.2.4. Obligaciones del empleador	52

3.2.5.	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración	52
3.2.6.	Fondo de Reserva y Vacaciones	53
3.2.7.	Asociaciones de Trabajadores	53
3.2.8.	Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo.....	53
3.3.	Contratación Civil	53
3.3.1.	Principios Básicos de la Contratación.....	53
3.3.2.	Contratos de Prestación de Servicios	54
3.3.3.	Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios.....	54
3.3.4.	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación.....	54
3.4.	Políticas de Buen Gobierno Corporativo	55
3.4.1.	Código de Ética.....	55
3.4.2.	Indicadores de Gestión.....	56
3.4.3.	Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios.....	56
3.4.4.	Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación.....	57
3.5.	Propiedad Intelectual.....	58
3.5.1.	Registro de Marca	58
3.5.2.	Manual de Procesos Productivos	58
3.6.	Seguros.....	58
3.6.1.	Incendio.....	58
3.6.2.	Robo	59
3.6.3.	Maquinarias y Equipos	59
3.6.4.	Materia Prima y Mercadería	59
3.7.	Presupuesto.....	59
CAPÍTULO 4.....		60
4.	AUDITORÍA DE MERCADO.....	61
4.1.	PEST	61
4.2.	Macro, Meso y Micro	63
4.3.	Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria.....	65

4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado	65
4.5. Matriz BCG	67
4.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado.....	68
4.7. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.	69
4.8. Análisis de la Oferta.....	70
4.8.1. Tipo de Competencia.....	70
4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	71
4.8.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.	72
4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa	72
4.9. Análisis de la Demanda	73
4.9.1. Segmentación de Mercado	73
4.9.1.1. Criterio de Segmentación.....	73
4.9.1.2. Selección de Segmentos.....	73
4.9.1.3. Perfiles de los Segmentos.....	74
4.9.2. Matriz FODA.....	74
4.10. Investigación de Mercado	75
4.10.1. Método.....	76
4.10.2. Diseño de la Investigación	76
4.10.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos	76
4.10.2.2. Tamaño de la Muestra	77
4.10.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos	77
4.10.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.).....	77
4.10.2.3.2. Concluyente (Encuesta)	79
4.10.2.5. Resumen e interpretación de resultados.....	86
4.10.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado.....	87
4.10.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado.....	87
4.11. Cuantificación de la Demanda	88

4.11.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha.....	88
4.11.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback.....	88
CAPÍTULO 5.....	90
5. PLAN DE MARKETING	91
5.1. Objetivos: General y Específicos.....	91
5.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada.....	91
5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración	91
5.1.1.2. Cobertura	91
5.2. Posicionamiento	91
5.2.1. Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolo Identitario.	92
5.3. Marketing Mix.....	92
5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.	94
5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.....	94
5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea	95
5.3.1.5. Marcas y Submarcas.....	95
5.3.2.1. Precios de la Competencia	96
5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta	96
5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas	97
5.3.2.4. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.....	97
5.3.3. Estrategia de Plaza	98
5.3.3.1. Localización	98
5.3.3.1.1. Macro Localización	98
5.3.3.1.2. Micro Localización.....	98
5.3.3.1.3. Ubicación.....	99

5.3.3.1.4.	Distribución del Espacio.....	99
5.3.3.2.1.	Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.	100
5.3.3.2.2.	Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.	101
5.3.3.2.3.	Logística	101
5.3.3.2.4.	Red de Ventas.....	102
5.3.4.	Estrategias de Promoción	102
5.3.4.1.	Estrategias ATL y BTL	102
5.3.4.2.	Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje ...	103
5.3.4.3.	Promoción de Ventas.....	103
5.3.4.3.1.	Venta Personal	103
5.3.4.3.3.	Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.....	104
5.3.4.4.	Publicidad.....	104
5.3.4.4.1.	Estrategia de Lanzamiento.....	104
5.3.4.4.2.	Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.....	104
5.3.4.4.3.	Mindshare.....	105
5.3.4.4.4.	Publicidad Blanca.....	105
5.3.4.4.5.	Merchandising	105
5.3.4.4.6.	Relaciones Públicas	106
5.3.4.4.7.	Marketing Relacional	106
5.3.4.4.8.	Insight Marketing.....	106
5.3.4.4.9.	Gestión de Promoción Electrónica	107
5.3.4.4.9.1.	Estrategias de E-Commerce , E-Business e E-Marketing.....	107
5.3.4.4.9.2.	Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores	107
5.3.4.4.9.3.	Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta).....	107
5.3.4.4.10.	Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales.....	108

5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	108
5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta).....	108
5.3.4.4.10.3. Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Capítulo 4).....	108
5.3.4.5. Ámbito Internacional.....	108
5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional.....	108
5.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional	109
5.3.5. Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Project)	109
5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.	109
5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Exempresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo, Proporción Gastos Financieros, Gastos de Marketing Mix; Contribución Unitaria del Beneficio.	110
CAPÍTULO 6.....	111
6. PLAN OPERATIVO.....	112
6.1. Producción	112
6.1.1. Proceso Productivo	112
6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos.....	115
6.1.3. Mano de Obra	116
6.1.4. Capacidad Instalada	116
6.1.5. Flujogramas de Procesos	116
6.1.6. Presupuesto	117
6.2. Gestión de Calidad	119
6.2.1. Procesos de planeación de calidad.....	119
6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas	119
6.2.3. Políticas de calidad	119
6.2.4. Benchmarking	120

6.2.5.	Proceso de aseguramiento de la calidad	120
6.2.6.	Estándares de la calidad	121
6.2.7.	Procesos de control de calidad	121
6.2.8.	Certificaciones y Licencias.....	122
6.2.9.	Presupuesto	122
6.3.	Gestión Ambiental.....	123
6.3.1.	Procesos de planeación ambiental.....	123
6.3.2.	Beneficios de las acciones proactivas	123
6.3.3.	Políticas de protección ambiental	123
6.3.4.	Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental	124
6.3.5.	Estándares de la calidad ambiental.....	124
6.3.6.	Procesos de control de calidad	125
6.3.7.	Trazabilidad	125
6.3.8.	Logística Verde	125
6.3.9.	Certificaciones y Licencias.....	125
6.3.10.	Presupuesto.....	126
6.4.	Gestión de Responsabilidad Social	126
6.4.1.	Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social.....	126
6.4.2.	Beneficios de las acciones proactivas	126
6.4.3.	Políticas de protección social	127
6.4.4.	Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa..	127
6.4.6.	Procesos de controles sociales.....	128
6.4.7.	Certificaciones y Licencias.....	128
6.4.8.	Presupuesto	129
6.5.	Balanced Scorecard & Mapa Estratégico	129
6.6.	Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.).....	130
CAPÍTULO 7.....		131
7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO.....		132
7.1.	Inversión Inicial.....	132

7.1.1.	Tipo de Inversión	132
7.1.1.1.	Fija.....	132
7.1.1.2.	Diferida	132
7.1.1.3.	Corriente.....	132
7.1.2.	Financiamiento de la Inversión.....	134
7.1.2.1.	Fuentes de Financiamiento.....	134
7.1.3.	Tabla de Amortización	134
7.1.4.	Cronograma de Inversiones	136
7.2.	Análisis de Costos.....	136
7.2.1.	Costos Fijos.....	136
7.2.2.	Costos Variables.....	137
7.2.2.1.	Costos de Producción	137
7.3.	Capital de Trabajo.....	137
7.3.1.	Costos de Operación	137
7.3.2.	Costos Administrativos	137
7.3.3.	Costos de Ventas	138
7.3.4.	Costos Financieros.....	138
7.4.	Análisis de Variables Críticas.....	139
7.4.1.	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	139
7.4.2.	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas	139
7.4.3.	Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.	140
7.4.4.	Análisis de Punto de Equilibrio.....	140
7.5.	Entorno Fiscal de la Empresa	141
7.5.1.	Planificación Tributaria	141
7.5.1.1.	Generalidades (Disposiciones normativas)	141
7.5.1.2.	Minimización de la carga fiscal.....	141
7.5.1.3.	Impuesto a la Renta	142
7.5.1.4.	Impuesto al Valor Agregado.....	142
7.5.1.5.	Impuestos a los Consumos Especiales	142
7.5.1.6.	Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales	142

7.5.1.7.	Impuestos al Comercio Exterior	143
7.5.1.8.	Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones	143
7.5.1.9.	Impuestos a la Salida de Divisas	143
7.5.1.11.	Impuestos a las Tierras Rurales	143
7.6.	Estados Financieros proyectados	143
7.6.1.	Balance General Inicial.....	143
7.6.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	144
7.6.2.1.	Flujo de Caja Proyectado	146
7.6.2.1.1.	Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital	147
7.6.2.1.1.1.	TMAR.....	147
7.6.2.1.1.2.	VAN.....	147
7.6.2.1.1.3.	TIR	147
7.6.2.1.1.4.	PAYBACK.....	148
7.7.	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples	148
7.7.1.	Productividad.....	148
7.7.2.	Precio Mercado Externo	149
7.7.3.	Costo de Materia Prima.....	150
7.7.4.	Costo de Suministros y Servicios	150
7.7.5.	Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).....	150
7.8.	Balance General.....	151
7.8.1.	Razones Financieras	153
7.8.1.1.	Liquidez	153
7.8.1.2.	Gestión	153
7.8.1.3.	Endeudamiento	153
7.8.1.4.	Rentabilidad.....	153
7.9.	Conclusión Financiera	154
CAPÍTULO 8.....		156
8.	PLAN DE CONTINGENCIA	157
8.1.	Plan de administración del riesgo.....	157
8.1.1.	Principales riesgos	157
8.1.2.	Reuniones para mitigar los riesgos	157

menor tiempo.	157
8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)	158
8.2. Planeación de la respuesta al riesgo.....	158
8.2.1. Monitoreo y control del riesgo	158
8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo.....	158
8.2.3. Reporte del riesgo	159
8.2.4. Estrategias de Salida	159
8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas.....	159
CAPÍTULO 9.....	161
CONCLUSIONES	161
CAPÍTULO 10.....	164
RECOMENDACIONES.....	164
CAPÍTULO 11.....	167
FUENTES	167
CAPÍTULO 12.....	173
ANEXOS	173

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.Marco lógico	37
Tabla 2 Previsión anual y mensual de los salarios y beneficios	57
Tabla 3 Presupuesto de la parte jurídica	59
Tabla 4 Segmento de mercado elegido.....	74
Tabla 5 Matriz FODA.....	75
Tabla 6 Cifras históricas de la Industria Textil	89
Tabla 7 Matriz BAV	92
Tabla 8 Presupuesto Marketing.....	110
Tabla 9 Materia Prima necesaria.....	116
Tabla 10 Presupuesto de Producción	118
Tabla 11 Presupuesto Utensilios.....	118
Tabla 12 Presupuesto Materia Prima	118

Tabla 13 Inversión Inicial.....	133
Tabla 14 Fuentes de Financiamiento	134
Tabla 15 Datos del financiamiento	134
Tabla 16 Amortización de Capital.....	136
Tabla 17 Cronograma de Inversiones	136
Tabla 18 Costos Administrativos	138
Tabla 19 Intereses.....	138
Tabla 20 Precio por producto	139
Tabla 21 Mark Up y Margen de Contribución	139
Tabla 22 Proyecciones de costos y ventas	140
Tabla 23 Punto de Equilibrio Anual	141
Tabla 24 Impuesto a la Renta	142
Tabla 25 Balance Inicial	144
Tabla 26 Estado de Resultados Mensual.....	145
Tabla 27 Estado de Resultados Anual	146
Tabla 28 Flujo de Efectivo Proyectado.....	147
Tabla 29 Payback.....	148
Tabla 30 Análisis de la TIR en escenario optimista	148
Tabla 31 Análisis de la TIR en escenario pesimista	149
Tabla 32 Flujo de Efectivo escenario pesimista	149
Tabla 33 Análisis de la TIR escenario optimista.....	150
Tabla 34 Payback escenario pesimista	150
Tabla 35 Gastos Financieros con una tasa de 15%	150
Tabla 36 Flujo de Efectivo con Interés a un tasa de 15%	151
Tabla 37 Gastos Financieros a una tasa de 10%.....	151
Tabla 38 Análisis de la TIR a una tasa de Interés del 10%	151
Tabla 39 Balance General proyectado	152
Tabla 40 Ratios de Endeudamiento	153
Tabla 41 Ratios de Rentabilidad	154
Tabla 42 Principales riesgos	157

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Cronograma de realización del Trabajo de Titulación por capítulos.....	38
Ilustración 2. Organigrama de Ebru colors	42
Ilustración 3 Matriz BCG	68
Ilustración 4 Análisis de las Fuerzas de Porter.....	70
Ilustración 5 Porcentaje de gasto según categorías.....	72
Ilustración 6 Fórmula para obtención de Muestra	77
Ilustración 7 Encuesta Pregunta 1.....	82
Ilustración 8 Encuesta Pregunta 3.....	83
Ilustración 9 Encuesta Pregunta 4.....	83
Ilustración 10 Encuesta Pregunta 5.....	84
Ilustración 11 Encuesta Pregunta 6.....	84
Ilustración 12 Encuesta Pregunta 7.....	85
Ilustración 13 Encuesta Pregunta 8.....	86
Ilustración 14 Variación Tasa de Crecimiento Industrial textilera	89
Ilustración 15 Producto.....	93
Ilustración 16 Imagen de la marca	93
Ilustración 17 Distribución del espacio de oficina.....	99
Ilustración 18 Modelo de la Isla comercial.....	100
Ilustración 19 Canal de Distribución	100
Ilustración 20 Cronograma de Marketing	109
Ilustración 21 Flujograma de Producción	117
Ilustración 22 Trazabilidad	125
Ilustración 23 Acciones Proactivas.....	126
Ilustración 24 Estándares de responsabilidad social.....	128
Ilustración 25 Balanced Scorecard.....	129
Ilustración 26 Mapa Estratégico	130

ABREVIATURAS

AITE: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador
ATL: Above the Line
BAV: Brand Asset Valuator
BCG: Boston Consulting Group
BTL: Below the Line.
CNV: Consejo Nacional de Valores
FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas
IEPI: Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
INEN: Instituto Ecuatoriano de Normalización
ISO: International Organization for Standardization
IVA: Impuesto al Valor Agregado
PEST: Político Económico Social Tecnológico
PIB: Producto Interno Bruto
RUC: Registro Único de Contribuyentes
SENPLADES: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo
SINDE: Sistema de Investigación y Desarrollo
SRI: Servicio de Rentas Internas del Ecuador
TIR: Tasa Interna de Retorno
TMAR: Tasa Mínima Atractiva de Retorno
UCSG: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
VAN: Valor Actual Neto

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

El tema del Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniero de Desarrollo de Negocios es: “Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil” - “EBRU-COLORS”.

1.2. Justificación

Moda, cultura, y nuevos materiales son factores dinámicos en la fabricación y comercialización de nuevos productos. Siempre hay una necesidad para el estudio y desarrollo de diferentes materiales y estilos de acabado. Un ejemplo de esto es la introducción de nuevas técnicas de pintado en artículos de uso personal y de gran necesidad que aportan la imagen de una mujer. Características importantes, que contribuyen especialmente a la comercialización de este producto, en donde se crearán nuevas tendencias de diseño en bolsos de mano a través de la técnica Ebru.

Como resultado de esta iniciativa se puede resaltar el promover la creatividad, emprendimiento y sentido de pertenencia a nuevos productos de elaboración nacional y 100% artesanal que no requiere de altos costos de producción y se basa en el gusto de las personas. Se puede tomar como oportunidad la gran afluencia turística del Ecuador que ha aumentado en casi el 2.98% desde enero de 2012 a enero de 2013 (Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, 2013); y a esto se adhiere el 70% de 449 encuestados que prefieren decir SI a un producto ecuatoriano, según estudios de “Mucho mejor si es hecho en Ecuador” (Corporación Mucho Mejor si es hecho en Ecuador, 2011). Esto incluye la generación de nuevas plazas de trabajo, exclusivamente artesanos.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

Actualmente en la ciudad de Guayaquil se comercializan bolsos de diversos materiales y diseños empleados para diferentes usos, bajo modelos que son

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

tradicionalmente los mismos o con muy pocas variaciones, incluso la creatividad y la innovación no forman parte del valor agregado de estos productos. El presente trabajo aplicará formalmente herramientas económico-financieras, jurídicas y de mercado para la comercialización de un nuevo bolso de mano artesanal; introduciendo así, una nueva técnica de diseño enfocada exclusivamente a mujeres guayaquileñas quienes consideran este accesorio un complemento importante en su vida diaria, sin importar la edad o clase social.

Por otro lado, se resalta que las encuestas trabajarán la parte cuantitativa, pero siempre es concluyente hacerla a las personas adecuadas, en este caso personas que cumplen con las características del segmento poblacional al que se desea alcanzar en un período de 2 años.

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

EBRU-COLORS; planteará objetivos claros y precisos ligados directamente con los que plantea la nación, especificados en el Plan Nacional del buen Vivir 2009 a 2013, llevado a cabo con la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, relacionado al siguiente *Objetivo 11: Establecer un sistema económico, social y sostenible*; en el cual se determina con *la Política 11.1 Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción* (SENPLADES, 2009). El sector productivo y artesanal es el cual se deberá poner atención para el enfoque de la compañía; es por esto que este objetivo va directamente relacionado al determinar y fomentar la producción nacional, en este caso del tejido ecuatoriano.

Esto también va de acuerdo a la línea de investigación de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil en la que se determina el Acceso a la producción: recursos, posibilidades, capacidades y técnicas. (Universidad Católica Santiago de Guayaquil - SINDE, 2011)

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Dentro del contexto se tomarán en cuenta las diferentes tendencias que se tiene hoy en día por obtener bolsos de tela y sustituir carteras. En el Ecuador las colegialas y universitarias ecuatorianas es de gran acogida este tipo de productos coloridos, los cuales según sus preferencias y gustos aseguran adquirir los que sean de mayor novedad por su color (La Hora Nacional). Sin embargo también se recalca su bajo interés por estos artículos elaborados en el Ecuador, es por esto que con esta nueva propuesta se puede equiparar esta demanda insatisfecha con la variedad de este producto, y por consecuente dar ventaja a su fabricación.

En cuanto a los productos ecuatorianos en el exterior, éstos son tomados como “preferencias internacionales” y también forman parte de una ventaja competitiva para este negocio, dando lugar a países como Estados Unidos y Reino Unido, los cuales en el 2011, ocupan casi el 30% de participación en la importación de los productos artesanales del Ecuador (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones - Pro Ecuador, 2012).

Es importante resaltar que el presente trabajo de Titulación ha planteado como límite de investigación de mercado la ciudad de Guayaquil la cual aporta con los siguientes datos: Guayaquil es el puerto principal del Ecuador, se encuentra ubicada en la provincia del Guayas. Según estudios estadísticos esta provincia, hasta el 2012, acogió a 32171 turistas. Y es importante nombrar que existen, según el censo de población del 2010, el 50.83% son mujeres, por lo que le conviene al negocio, ya que esto es justamente el mercado al que se dirige la empresa (Cinthia Herrera - PP El Verdadero, 2011). También es una de las ciudades con mayor concurrencia y actualmente existen varias opciones de movilización público.

Las mujeres guayaquileñas tienen entre sus prioridades el cuidado e imagen personal, tal es el caso que según el estudio realizado por Ómnibus-Ipsa Group en abril del 2010, entre 700 hogares de Quito y Guayaquil; se demostró que para el 78% de esta población femenina, el cuidado personal es muy importante y que para una muestra de mujeres entre 18 y 49 años, el 94% dijo que el cuidado personal es de

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

suma importancia. Esto es a lo que quiere llegar la compañía con su localización escogida (Revista Semana - Diario Expreso, 2011).

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Analizar la factibilidad de empezar una empresa comercializadora de bolsos artesanales diseñados con la técnica Ebru en la ciudad Guayaquil.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar los factores macroeconómicos que puedan intervenir al iniciar la compañía.
- Realizar un estudio de mercado para evaluar las condiciones del segmento objetivo
- Desarrollar un plan de mercadeo y promoción para presentar el producto.
- Identificar la rentabilidad financiera de esta idea de negocio.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información

Para determinar el método se toman en consideración dos fases: investigación base, la cual captará toda información que ayude a determinar los objetivos generales del negocio; su técnica, elaboración, materiales, etc. Luego se dará paso a la investigación cognitiva, la cual se hará para sostener la información levantada previamente, conocer las necesidades de la demanda, y el cómo suplir dichas necesidades con el producto que se desea ofrecer. Estas dos fases dan lugar al método al emplear métodos cualitativos y cuantitativos; en los que la recolección de datos se dará por encuestas y focus group; esto permitirá tomar una percepción objetiva y subjetiva de la investigación, específicamente del mercado (Folgueiras, 2009).

De esta manera continuará la parte evaluativa y se concluirá la investigación con resultados que fortalecerán la estructura base del negocio. Cabe mencionar, que los grupos de discusión se realizarán con la técnica de acción participativa debido que ésta

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

tomará conciencia crítica de la población sobre su realidad, su empoderamiento, el esfuerzo y ampliación de sus redes sociales, tema que hoy en día es de crucial conocimiento; terminando así en una acción transformadora (Marlen Eizaguirre y Néstor Zabala, 2011).

1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

La investigación a continuación supone un planteamiento de paradigma socio-crítico debido a que los métodos a utilizarse serán bajo estudios y métodos descriptivos, comportamientos de las mujeres en sus compras; experimentales, focus group y sus respectivos comentarios acerca de la técnica que se usará para diseñar los bolsos; u observacionales, cómo proceden en su compra final y cuáles son sus preferencias finales; estos se dan por el comportamiento crítico, como su nombre lo plantea, de la persona a investigarse; en este caso se refiere a la demanda o a la que se quiere investigar para desarrollar la compañía.

Cabe recalcar que se ha seleccionado este fenómeno paradigmático, ya que incluyen de cierta forma las ideologías de la investigación de una manera teórica-positivista y práctica-interpretativa. Se resaltarán planteamientos críticos de la racionalidad subjetiva que incluyan juicios valores e intereses de la humanidad, en este caso del grupo de investigación (Lafuente, 2010).

1.7.1. Planteamiento del Problema

El mercado de mujeres de la ciudad de Guayaquil es muy amplio, se necesita sintetizar cuáles son sus diferentes propuestas para la creación de este producto. Hoy en día estas preferencias varían de acuerdo a la ocasión, gustos y estilos que la moda impone, pero, ¿Es difícil llevarlo más allá?, ¿Cuántas alternativas existen? Este trabajo de titulación promueve una visión diferente en cuanto a estilo de bolsos se trate, y esto, para cambiar la perspectiva que la mujer guayaquileña tiene acerca de este producto y específicamente de uno artículo, artesanal recalcando su diversidad y costos muy asequibles.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

1.8. Fundamentación Teórica del Negocio

1.8.1. Marco Referencial

Como referencia se han considerado ciertas empresas dedicadas a la elaboración de bolsos o carteras, centradas en el mercado ecuatoriano. Un ejemplo de este enfoque es “Bolsos Ecuador”, empresa ecuatoriana quien se dedica a realizar todo el proceso de elaboración de los mismos; corte, cosido, impresión empaque y entrega; su principal objetivo social es entregar al cliente un producto nacional y a su vez amigable con el ambiente. Precisamente es por esto que para el presente trabajo de titulación, se toma en referencia a este ejemplo como una compañía productora y confeccionadora en el país. Incluso sus ingresos no se originan de las ventas a consumidor final sino a las compañías, ya que comercializan estos bolsos con un fin publicitario; algo a lo que EBRU-COLORS no se especializa. Sin embargo, nuevamente, se destaca como una de las mejores comercializadoras de esta clase de productos, habiendo posicionado su nombre en el país y resaltando su marca la identidad nacional (Bolsos Ecuador, 2012).

Como otros ejemplos; ahora sí, especificando su elaboración artesanal, se toma en cuenta negocios ecuatorianos que siendo pequeños, han resaltado con su producción artesanal y han llegado a ocupar un lugar dentro de la mente de los consumidores. En esta categoría se encuentra “Bolsos Bordados O.M., esta micro-empresa tiene como objetivo rescatar y revivir el Arte del Bordado en sus diferentes técnicas y tendencias actuales en lo concerniente al Bordado a Mano. Este negocio destaca también sus confecciones en los bolsos y carteras de tela, impregnando y resaltando bordados originales en cada uno haciendo de este una prenda única. Así esta idea de la diseñadora ecuatoriana Sra. Olga María Balarezo Zambrano, rescata e intensifica la tendencia de la elaboración a mano de productos tales como bolsos o carteras fabricados en nuestro país (Revista Mujeres 365, 2012). Estas dos empresas mencionadas están dentro de lo que es o será la industria de fabricación de artículos indumentarios de EBRU-COLORS y se toman en referencia por sus dos principales enfoques, su confección -Bolsos Ecuador- y su diseño -Bordados O.M.-.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Como referencia de artesanías ecuatorianas se toma en cuenta su diversidad de acuerdo a su lugar de origen y culturas, tal es el caso que en el Ecuador existen los llamados bolsos bordados, otavaleños, o de cuero los cuales son un gran icono en el Ecuador. De hecho según estudios de Pro Ecuador, en las provincias de Esmeraldas Guayas y el Oro se concentra la elaboración de diferentes artículos artesanales en los que se incluyen los bolsos; y que existen alrededor de 2219 talleres que se dedican a esta producción de artículos y que se fabrican aproximadamente 195 por taller mensualmente (Inteligencia Comercial e Inversiones - Pro Ecuador, 2012).

Sin embargo, situando el mercado externo, se reconoce también que el tipo de negocio a emplearse procede de la experiencia de fabricación de este producto por parte de empresas internacionales, las cuales se han dedicado exclusivamente al reconocimiento de la marca de sus productos, tales como Gucci y Prada mismas que, comenzaron la confección de carteras entre 1913 y 1923, haciendo que hoy en día se reconozcan por su diseño elegante y refinado incluyendo su versatilidad. Partiendo de estas dos grandes empresas, muchas otras a nivel mundial decidieron competir y crear bolsos de gran demanda internacional tales como Chanel o Dior; éstas toman como oportunidad el crecimiento de la industria de la moda, renovando y rediseñando sus productos. Estos ejemplos claros merecen ser reconocidos por la mezcla que generan entre la industria de la confección y la industria de la moda. (Silva, 2010)

1.8.2. Marco Teórico

La teoría de que una cartera o un bolso es un instrumento indumentario casi vital en el Ecuador podría confirmarse viendo las estadísticas realizadas por la Embajada de España en Quito en 2010, ya que estas confirman que “Si se analizan los datos de la canasta básica de Ecuador, se puede comprobar que la media de consumo en artículos textiles es del 5,86% del total de consumo” y que según la tabla trazada por el INEC están incluidos accesorios textiles. Este estudio también comprueba los hábitos de compra enfocados en el sector femenino tanto de mediana edad como de tercera edad, dando datos como en el que la propensión a la compra en ellas es mayor que la de los

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

varones, y ellas en gran medida son las que realizan las compras tanto para ellas como para ellos, así como las de los productos textiles para el hogar (INEC, 2011).

Un enfoque muy válido y que se ha convertido casi en una teoría también es el ¿Por qué las mujeres llevan bolsos o carteras y los hombres no? Una revista on-line se pregunta: ¿Podría ser que las mujeres son genéticamente predispuestas a un amor de los bolsos? Esta enfoca su atención a que las mujeres definitivamente tienen sus carteras como una posesión preciada y que llevan sus bolsos dondequiera que vayan. La revista alega que los bolsos contienen sus instrumentos más valiosos, como maquillaje, las llaves y la billetera. En otra publicación justifican esta teoría basándose en que las mujeres “aprecian” de mejor manera la belleza y la moda; pero, ¿de dónde surge este “amor” por la moda y la belleza? Aquí es donde se puede agregar la historia con la época de la “liberación de la mujer”, promovida en el último tercio del siglo XIX., ya que esto no sólo influyó la manera de pensar y actuar de las mujeres, sino también la manera de sentir. Un ejemplo de esto lo lideró Coco Chanel, pues creía firmemente que la mujer podía mostrarse elegante sin tener que cargar con el peso de una moda que las retenía en la casa. El significado de la moda ha ido cambiando drásticamente a lo largo de las épocas (El Kiosko, 2010).

La sociedad se ha convertido en el principal benefactor de las nuevas tendencias y la moda. La influencia que ejercen, cada vez se está volviendo más visible y dominante.

Las personas se orientan por los gustos, modelos, formas de actuar de aquellos que son considerados famosos y por lo tanto “modelos de vida”; haciendo que los medios de comunicación, como la televisión, radio, periódicos y revistas, Internet, se estén convirtiendo en elementos predominantes que día a día bombardean con publicidad a los ojos de los consumidores la nueva moda, imponiendo nuevas conductas y cambios de comportamiento, ya que por tratar de verse bien y “estar a la moda” muchos optan por hacer cambios en su manera de vivir y actuar; mujeres encuentran su felicidad y satisfacción al cambiar de apariencia y aspecto físico, imitando a las modelos de revistas, vistiendo como ellas, actuando como tales, asegurando que esa es la manera

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

adecuada y que todos deben tratar de imitar ya que es muestra de belleza y auto-desarrollo y de una vida “perfecta”.

Hoy, las carteras son más que un simple accesorio útil, son una forma de expresión y una representación de nuestra feminidad convirtiéndose también en un producto de consumo masivo con diseños que compitieron mano a mano con la ropa.

Otra de los factores en las que se basa este trabajo de titulación es el generar empleo a sectores artesanales del país, hoy en día es importante recalcar que la elaboración de artesanías generadas a mano (no industriales) genera un importante desarrollo a los pequeños artesanos o cooperativas de artesanos. Según reportes y noticias del Diario Hoy, el trabajo artesanal ha sido y sigue siendo el sustento diario para muchas familias por lo que es muy importante destacar la contratación de personas de este sector, generando un empleo fijo y sustentable basado en la elaboración nacional (Diario HOY, 2006).

1.8.3. Marco Conceptual

En el presente trabajo de titulación se tiene claro que hay dos conceptos en los que se debe hacer énfasis. Estos son: los bolsos o carteras, y el otro, la técnica que se usará.

Por esto se debe conocer que las carteras surgieron como una alternativa de los bolsillos. Los antiguos monumentos comprueban que en Roma y en Grecia se originaron los primeros bolsos; y eran usados tanto por hombres y mujeres, se conoce que estos eran colgados del hombre y del cuello. En cuanto a la técnica que se requiere usar, se debe conocer de qué se trata; el Ebru es el arte de vetear en el papel, el ' ebru ' en turco, es una forma decorativa tradicional que emplea métodos especiales. La palabra ' ebru ' viene de la palabra persa ' ebr, ' que significa ' nube.' La palabra ' ebru ' entonces desarrollada de esto, asume el significado ' como una nube ' o ' nublado, ' y fue asimilada en Turquía. El vetear da realmente la impresión de nubes (Galen Berry, 2010).

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

El marmoleo, como también es llamada a esta técnica, es un arte divertido; es que existe una infinita variedad de diseños y combinaciones de colores. Incluso después de hacerlo durante más de 20 años, con frecuencia sorprenden mediante la presentación de nuevos diseños que tal vez nadie más lo ha hecho. Además de encuadernación, trabajos de mármol se puede utilizar para marcos de cuadros, manteles, notecards, juegos de escritorio, collages, origami, pantallas de lámparas, y para cubrir casi cualquier cosa, como cajas y latas. “Marbling” en tela nunca fue muy satisfactorio hasta los últimos años, hasta el desarrollo de pinturas acrílicas (Día, 2012).

Las tintas vetas de grasa tradicionales no sólo eran lo suficientemente resistente para soportar el lavado. Ahora, sin embargo, veteado fino se puede hacer con la misma facilidad en tela como en papel con estas nuevas pinturas y los colores son muchos más vivos y brillantes, y de larga duración, que nunca en el pasado. Las mejores telas a utilizar son las fibras naturales, como algodón y seda, ya que se absorben mejor el color de las fibras artificiales.

Ya que los bolsos ofrecidos son de tela, se toma en consideración el inicio de la industria textil, la cual se remonta a la época colonial cuando las primeras industrias usaban lana de oveja; y no fue hasta el siglo XX que se introdujo el algodón. Hoy por hoy esta industria ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras en las que constan el algodón, el poliéster y la seda. Se puede afirmar que al nivel del territorio ecuatoriano las provincias con mayor número de empresas dedicadas a esta actividad con Imbabura, Tungurahua, Azuay, y Guayas. La diversificación que existe en este sector ha permitido que se fabriquen gran cantidad de productos en base a estas fibras textiles en el Ecuador (AITE, 2011).

1.8.4. Marco Legal

La compañía se rige desde la parte legal, sobre la Constitución de la República del Ecuador; como ejemplo general ésta dicta, en el Título XII Capítulo 1 Art. 246 que: “El Estado promoverá el desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión, como cooperativas, talleres artesanales, juntas administradoras de agua potable y otras

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

similares, cuya propiedad y gestión pertenezcan a la comunidad o a las personas que trabajan permanentemente en ellas, usan sus servicios o consumen sus productos.”
Recalcando que la Constitución Soberana apoya los talleres artesanales, en el que EBRU-COLORS está clasificado (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

En la Constitución de la República del Ecuador, también se declara según el Capítulo 2 Art. 23 que existen derechos civiles establecidos, que permiten que a las personas se les garantizará específicamente en el numeral 16 “La libertad de empresa, con sujeción a la ley”, es decir, que este derecho no está desamparado y se rige por leyes, normas y entidades. Las que se vinculan en este negocio, se detallan a continuación:

1. Ley de compañías
2. Ley de la Propiedad Intelectual
3. Ley de Régimen Tributario Interno
4. Código Penal
5. Código Civil
6. Código del Trabajo
7. Superintendencia de Compañías
8. Registro Mercantil
9. Servicio de Rentas Internas
10. IESS

Es necesario tomar en cuenta los certificados que deben ser emitidos para ser nombrado como un negocio artesana. Un ejemplo es el trámite de Calificación Artesanal el cual es emitido por el Ministerio de Comercio Exterior Industrialización Pesca y el Ministerio de Economía y Finanzas, según Acuerdo Interministerial No.158.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

1.8.5. Marco Lógico

JERARQUÍA DE LOS OBJETIVOS	INDICADORES DE VERIFICACIÓN	FUENTES DE VERIFICACIÓN	RIESGOS/SUPUESTOS
OBJETIVO GLOBAL (FN)			
Analizar la factibilidad de empezar una empresa comercializadora de bolsos artesanales diseñados con la técnica Ebru en la ciudad Guayaquil.	Análisis del porcentaje de la TIR para los accionistas de la compañía	Encuesta con preguntas claves para la captación de información cuantitativa. Fuentes primarias y secundarias.	Cambios en la industria de la moda. Mejora de los productos con mayor reconocimiento de marca
OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
*Determinar factores macroeconómicos *Realizar estudios de mercado *Desarrollar un plan de mercadeo *Personalizar los productos *Identificar la rentabilidad financiera	*Medir el porcentaje de aproximación de la compañía con el entorno *Obtener la mejor participación del segmento de mercado en cuanto a venta de bolsos *Determinar el número de clientes se acercan al mes *Alcanzar una utilidad favorable para el negocio	*Análisis de datos *Renocer sucogerencias por parte del consumidor , para la mejora del producto final *Verificar el interés observado por los clientes *Estudio de las razones financieras	*La información cualitativa es muy dispersa, no puede generalizarse el producto *La frecuencia de compra es baja *La demanda requiere medios de publicidad de mayor inversión *No obtener suficiente utilidad
RESULTADOS (COMPONENTES)			
Conocer la información necesaria para comprobar que este negocio es rentable.	Examinar los márgenes de ganancia entre los precios y los costos	Realización de grupos focales para la obtención de datos cualitativos. Confirmar el método a llevar acabo una campaña	La economía puede ocasionar cambios profundos en los costos de materia prima
ACTIVIDADES			
*Investigar factores cuantitativos y cualitativos del mercado. *Coordinar los presupuestos necesarios para cada etapa de inicio del negocio *Analizar costos de producción	INSUMOS: *Determinar la cotización de cada actividad. *Comprar de materia prima (telas, pinturas, máquinas de coser, hilos, etiquetas, etc.),por cada bolso vendido.	COSTES: Costos incurridos en la elaboración de los bolsos. Costos incurridos en constituir el negocio. Costos de promoción. Costos administrativos.	*Los presupuestos no definen la totalidad de cada actividad *Los costos administrativos están regidos a los aumentos de sueldos a nivel nacional

Tabla 1.Marco lógico
Elaborado por: La Autora

1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

¿De qué manera se promocionará el producto? ¿Cuál es la más conveniente para este tipo de negocio?

¿Qué factores podrán influir en la investigación de mercado?

¿Será rentable el negocio propuesto?

¿El producto presentado será de agrado para el consumidor?

¿Cuáles son los materiales necesarios para realización de la técnica Ebru?

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

¿Cuál es el índice de mujeres que utilizan bolsos o carteras diariamente en Guayaquil?

¿Cuál es el rango de edad en que el sector femenino adapta este accesorio?

Estas preguntas van de acuerdo al método de estudio que se realizará en esta investigación. Captaran tanto, información cualitativa y cuantitativa.

1.10. Cronograma

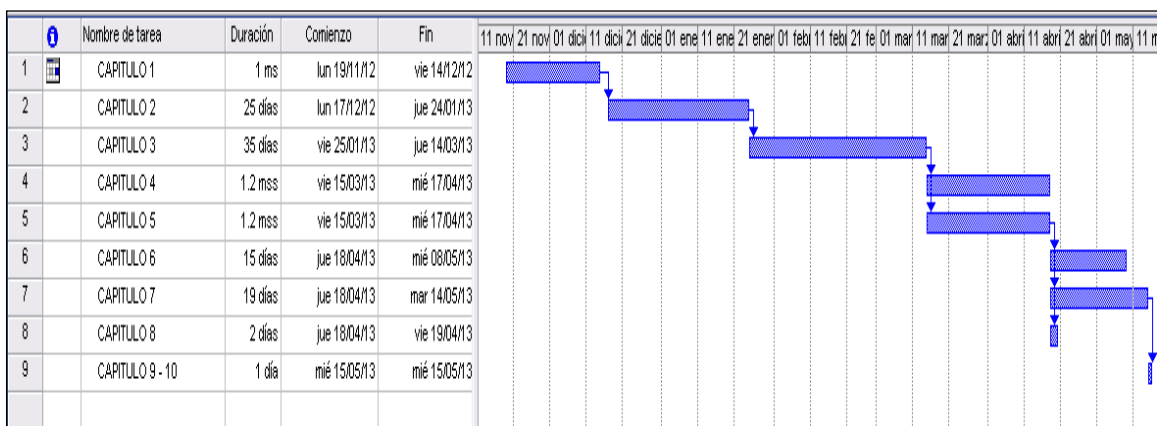


Ilustración 1 Cronograma de realización del Trabajo de Titulación por capítulos

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

Debido a la gran demanda de bolsos, carteras o maletas, se ha optado por comercializar este producto, junto con una incomparable presentación; garantizando que el cliente final quede satisfecho con el diseño del artículo; ya que este será único debido a que la técnica a usarse (Ebru), permite visualizar más opciones de diseño del mismo. Hoy en día las mujeres ecuatorianas dedican gran parte de su tiempo a su imagen, siendo uno de sus preferidos, los bolsos o carteras, ellas buscan este artículo con el fin de combinarlo de acuerdo a su estilo de vestir y que a la vez vaya a la mano con la moda. Cabe recalcar que esta industria promueve preferencias y tendencias nuevas en cuanto al color; destacando que todo debe ser llamativo y “lleno de vida”, como el medio y la publicidad suele presentar este tipo de productos.

También es importante resaltar que a pesar de la actual adquisición de productos importados por parte de la demanda, el negocio aprovecha y convierte al producto en un artículo de gran interés, dejando como curiosidad su elaboración nacional; y por consecuente la participación artesana. Tomando en cuenta como una oportunidad el bajo coste de producción tanto del diseño como de la confección del mismo.

El siguiente trabajo de titulación también resalta su interés de generar plazas de trabajo para el sector ecuatoriano específicamente a sectores artesanales en los cuales son soportados por el Ministerio de Inclusión Económica y Social, y muchas asociaciones pro -artesano.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio

La idea de negocio se basa en la confección y elaboración de bolsos o carteras utilizando la técnica de Ebru, rociando tintas de colores en la superficie de un recipiente con agua. Justamente es por esto que se ha decidido nombrar a la marca “Ebru Colors”.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Estos bolsos se venderán en una isla comercial en un inicio, y luego las ventas se personalizarán con su elaboración bajo pedido, pero esto una vez constituida la empresa. Los precios se establecerán según el tamaño, el diseño, y lo complejo de su elaboración. Las ventas serán personales, y el proceso de producción tendrá una excelente logística, debido a que es el enfoque esencial del negocio.

2.1.2. Descripción de la Idea de Producto o Servicio

El producto a elaborar será plenamente de confección ecuatoriana, se tomarán muestras de diseños de bolsos de formas básicas (patrón) y éstas podrían ampliarse a medida que la demanda lo requiera (personalizados). La producción será artesanal y precisa basada en la técnica antes mencionada.

Los bolsos serán confeccionados por costureras dedicadas al trabajo de la elaboración del mismo. Y los diseñadores se centrarán en dar un toque especial y personal al diseño de la técnica de pintado. Las telas que se usaran serán de algodón, seda o satín; las cuales se adaptarán a los colores artificiales o acrílicos que se implementarán; dejando un producto de gran calidad, de infinitos diseños y variedad de colores. Como se mencionaba en el Capítulo 1, el producto requiere destacar su exclusividad y autenticidad con su diseño.

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

Ofrecer un producto de excelente calidad, que vaya de acuerdo a las preferencias y gustos del consumidor; identificándolo como “único”. Utilizando los recursos necesarios bajo la colaboración de un excelente grupo de trabajo.

Visión

Ser considerado como uno de los mejores ejemplos de negocio artesanales resaltando su creatividad y crecimiento en Guayaquil; aumentando así el alcance de comercialización al mercado a todo el Ecuador.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Valores

Responsabilidad, que convierte a la compañía en un verdadero equipo de trabajo.

Integridad, que comprende la honestidad y un trabajo bien hecho

Compromiso, en beneficio de la compañía y de la sociedad

Creatividad, empleada en cada producto para dar el valor agregado al producto

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

Conseguir un alto reconocimiento en el mercado femenino por su creatividad y calidad para obtener altos ingresos en ventas y lograr un crecimiento continuo de la compañía.

2.3.2. Objetivos Específicos

- Obtener el 10% de la participación en el mercado de la industria de la confección de indumentales textiles elaborados a mano.
- Alcanzar el 50% más de lo que se invirtió dentro de 5 años.
- Aumentar la producción, empleando al menos, un tercio más del personal ya instalado en el negocio.

2.4. Estructura Organizacional

2.4.1. Organigrama

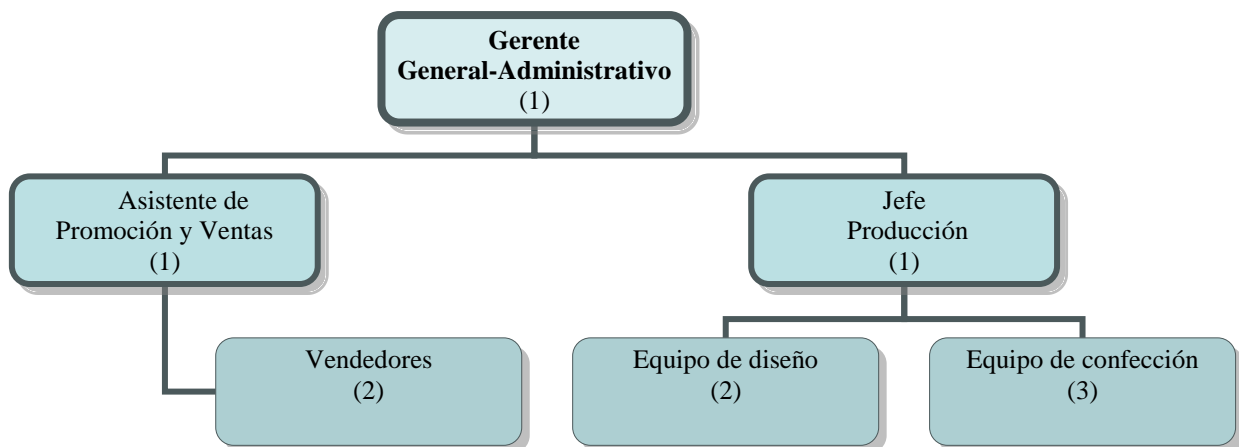


Ilustración 2. Organigrama de Ebru colors

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

La empresa refleja o muestra una estructura lineal; ya que está basada en la autoridad directa del jefe sobre los subordinados, ésta obedece al hecho de que entre el supervisor y los subordinados existen líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad, cada jefe recibe y trasmite todo lo que sucede en su área.

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

“Ebru Colors” contará con la participación de tres trabajadores principales: Uno aportará con la gestión administrativa general del negocio; otro con la comercialización y promoción del producto; y el tercero con el ingenio y la compicidad que la elaboración del producto comprende. Sólo el gerente general tomará acciones principales de la compañía, y tendrá a cargo especialmente a los otros dos socios, mientras que ellos a su vez tendrán un grupo de personas con cargos operativos.

El Gerente General Administrativo, comprenderá funciones de carácter monetario, por lo que este deberá ser responsable, honesto y contará con la confianza de sus otros asociados. Figura como representante legal de la empresa y deberá poseer una amplia facultad de manejo y administración de una empresa. Se caracteriza por la alta capacidad de resolver problemas y continuar el negocio con grandes ideas de crecimiento. También deberá poseer conocimientos contables y reconocimiento de un avance económico del negocio ya que la contabilidad será llevada por una persona contratada solamente por una vez al mes.

Perfil: Hombre o Mujer, entre 30 y 40 años, estudio mínimo de tercer nivel, en administración, ingeniería comercial o carreras afines, buena presencia, excelentes referencias, experiencia laboral mínima de 4 años en cargos similares, liderazgo, estudios

El Jefe de Producción, tendrá a su cargo dos áreas de vital importancia (confección y diseño). Este poseerá una gran visión y capacidad de crecimiento del producto. Tendrá que ser atento a las necesidades que posean las áreas y un gran control y liderazgo ya que sus subordinados se enfocaran en llevar el proceso de la mejor manera para

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

entregar un producto final de excelente calidad. También deberá conocer todos los procedimientos, es decir, tendrá que tener una gran habilidad de adaptación a cada uno de los cambios por los que la empresa puede sobrepasar en cuanto al producto.

Perfil de Jefe de Producción: Hombre o mujer, entre 28 y 30 años, estudio mínimo de tercer nivel en marketing, ventas, administración o carreras afines, buena presencia, experiencia laboral mínima de 4 años, liderazgo y creativo.

Tanto el Equipo de Confección como el Equipo de Diseño, tendrán claro sus objetivos, serán creativos y muy dispuestos a los cambios. Se tomará en cuenta su puntualidad debido a los costos que emplee la producción.

Perfil de confección: Hombre o mujer, entre 20 y 70 años, estudios medios, conocimientos comprobados y certificados de confección, experiencia mínima laboral 3 años.

Perfil de diseño: Hombre o mujer, entre 20 y 30 años, estudio mínimo de segundo nivel, creativo y responsable, no es necesaria experiencia.

El Asistente de Promoción y Ventas, demostrará habilidad para las ventas, extrovertido y muy sociable. Él estará muy cerca de los clientes por lo que debe estar atento y captar lo sugerido por los clientes. Dará el ejemplo a sus dos subordinados y mantendrá una excelente relación con el Gerente General, ya que este tendrá participarle del comportamiento del consumidor. Habría que incluir el liderazgo dentro de sus competencias más importantes.

Perfil: Hombre o mujer, entre 19 y 35 años, egresado carreras de marketing, administración, ingeniería industria o carreras afines, liderazgo, estudios de investigación de mercado y mercadeo.

Vendedores, tendrán que tener sociabilidad, trabajo en equipo, conocimiento de costos y precios, las variaciones de presupuestos, esta incluye capacidad para atención al cliente y proveedores y por supuesto creatividad.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Perfil: Hombre o mujer, entre 18 y 30 años, espíritu amable y sociable, estudio mínimo de segundo nivel, no es necesaria la experiencia, disponibilidad para horarios rotativos de lunes a domingo.

2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos departamento

Este manual de instrucciones va acorde al organigrama ya planteado anteriormente:

El Gerente General Administrativo, se encargará de actualizar procesos de cada una de las áreas, revisará si se encuentran en correcto orden los aspectos legales y constitucionales de la compañía; estará al tanto de las actualizaciones de los contratos; firmará y representará a la empresa judicial y extrajudicialmente. Presentará un informe de los avances financieros y económicos de la compañía. Tiene una interacción directa con el Asistente de Promoción y Ventas, y el Jefe de Producción. Su nivel es el más alto de la compañía.

El Jefe de Producción, elaborará informes del proceso de producción de los empleados. Se preocupa por la constante capacitación de los empleados respecto a la técnica empleada. Tendrá como pendiente el abastecimiento de los materiales de cada área de quien se encarga. Mostrará reportes de costos de operación y producción dependiendo de las horas trabajadas. Coordinará inventarios semanales, tanto de la materia prima como del producto terminado. Participará de juntas con proveedores y clientes en los que deba hacer presentaciones y ofertas para que se incline por nuestra compañía. Es el segundo nivel más alto de la compañía, si en algún momento el Gerente General no se encuentra, este tomará responsabilidades del mismo. Su interacción debe ser con cada persona de la compañía debido al enfoque productivo de la misma.

Equipo de confección, estarán a cargo del gerente de producción y tres operarios quienes trabajarán por turnos de 8 horas en el corte y confección de los bolsos. El personal de ventas será el encargado de despachar el producto. Ejercerán todos los pasos del proceso de producción etapa de confección como se describirá en el Capítulo

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

6 estarán bajo el cargo del Jefe de Producción y forma parte de uno de los niveles operacionales.

Equipo de diseño y pintado, estarán a cargo del gerente de producción y contará con dos personas que ejercerán funciones como: pintado, rociado, “peinado”, marmoleado y secado; para que el área de confección se encargue de comenzar sus funciones. De igual manera que el área de confección, estarán dirigidos por el Jefe de Producción y es uno de los niveles operativos e la compañía.

El Asistente de Promoción y Ventas, hará estudios de tendencias, de las influencias de cada uno de los medios, presupuestar campañas. Coordinará eventos internos de la compañía y contactará cada uno de los proveedores de la empresa. Realizará planes estratégicos para la promoción y venta del producto; y asignará un presupuesto para cada uno de ellos. Estará bajo el cargo directo del Gerente General y este tiene como subordinados a los vendedores.

El vendedor despachará el producto ya finalizado, cortejando y presumiendo una compra futura del cliente. Llevar una cartera de clientes frecuentes e incentivar la mejora del producto partiendo de las sugerencias de los mismos. Los vendedores tendrán interacción con el asistente de promoción y ventas y como mayor porcentaje al público. También forma parte de los niveles operativos de la compañía.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)

EBRU COLORS es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de bolsos artesanales conjuntamente con el diseño en técnica Ebru. En el caso de esta compañía esta ha decidido constituirse como una empresa de sociedad limitada, bajo el amparo de una persona jurídica.

3.1.2. Fundación de la Empresa

La presente empresa ha decidido comenzar sus actividades mercantiles como una persona jurídica de derecho privado y como compañía con fines de lucro clasificada como sociedad anónima; debido a que esta refiere su interés a la obtención de su capital social. No pretende buscar socios, pretende buscar capital para apalancar su crecimiento. Este capital será respaldado por dos accionistas los cuales tendrán sus respectivas asambleas para las decisiones financieras de la compañía.

Objeto Social: “Diseño, creación, pintado, invención, producción, fabricación, manufactura, maquila, compra, venta, importación, exportación, distribución, venta a comisión y comercio en general de todo tipo de bienes cuyo comercio esté permitido por la ley, especial más no limitativamente, de toda clase de artículos, accesorios, productos indumentarios y accesorios, bolsos, mochilas, carteras billeteras, porta chequeras u objetos similares, de cuero sintético, el cuero original, cáñamo, telas naturales, telas sintéticas, plásticos, hilos de diferentes cualidades, algodón, lino, Denis, lona, lana, mezclilla, seda hasta poliéster 100% y mezcla poliéster nylon y todas las demás mezclas de poliéster con fibras naturales como algodón, lino, lana u otros materiales textiles o complementos en general.”

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

Para la compañía EBRU-COLORS se ha tomado considerar un monto inicial de constitución de la empresa de \$2800 aproximadamente, por lo que a esto se dio un con

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

el monto mínimo (\$800) para empezar los trámites de constitución de la compañía. En capítulos posteriores se podrá detallar los gastos de inversión y el total del capital que realmente se necesita. Los accionistas se registrarán por participación, de las cuales el 70% de participación pertenecen al fundador de la compañía, obteniendo el otro inversionista el 30% de participación. Las acciones serán emitidas como comunes, es decir que no otorga ningún privilegio especial, esto lo describe la Ley de Compañías en el Art. 15, la cual resalta: “La Compañía Anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.” (Ley de Compañías del Ecuador, 2005) Es decir que de acuerdo al monto de las acciones, dependen su porcentaje de participación y aportación en esta compañía.

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

Los accionistas se reúnen al menos una vez al año, en esta compañía se espera que los accionistas puedan reunirse dos veces en el año, esto para decidir el destino de las utilidades o en el caso de la constitución de la compañía, el representante legal de la misma, el cual será elegido por dos años; cabe recalcar que todas estas decisiones serán medidas según el porcentaje de participación accionaria. Las juntas ordinarias serán convocadas con un mes de anticipación para que el 100% de los accionistas se encuentren reunidos. También será publicada en la prensa con los temas a tratar, mediante el diario “Viva Alborada”.

En estas juntas de accionistas se procederá a elegir también los miembros del directorio; los cuales su número ya estuvo predeterminado por el estatuto de la compañía una vez que se constituyó en la Superintendencia de Compañías. En el caso de EBRU COLORS, el directorio estará conformado por 5 miembros.

3.1.5. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores

Para que EBRU COLORS pueda efectuar una oferta pública de valores, previamente debe cumplir con los siguientes requisitos, según la Ley de Mercado de Valores del Ecuador:

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

1. Tener la calificación de riesgo para aquellos valores representativos de deuda o provenientes de procesos de titularización, de conformidad al criterio de calificación establecido en esta Ley. Únicamente se exceptúa de esta calificación a los valores emitidos, avalados o garantizados por el Banco Central del Ecuador o el Ministerio de Finanzas, así como las acciones de compañías o sociedades anónimas, salvo que por disposición fundamentada lo disponga el C.N.V. (Consejo Nacional de Valores) para este último caso; *Nota: El Art. 16 lit. d) del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva cambió la denominación del Ministerio de Finanzas y Crédito Público por la de Ministerio de Economía y Finanzas.

2. Encontrarse inscrito en el Registro del Mercado de Valores tanto el emisor como los valores a ser emitidos por éste; y,

3. Haber puesto en circulación un prospecto o circular de oferta pública que deberá ser aprobado por la Superintendencia de Compañías. La Superintendencia de Compañías procederá a la inscripción correspondiente en el Registro del Mercado de Valores, una vez que los emisores le hayan proporcionado, la información completa, veraz y suficiente sobre su situación financiera y jurídica de conformidad con las normas que expida el C.N.V. (CONGRESO NACIONAL EL PLENARIO DE LAS COMISIONES LEGISLATIVAS, 2009).

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Generalidades

EBRU COLORS debido a su producción personalizada y artesanal, mantendrá su equipo de trabajo centrado en el diseño y confección de los bolsos. Basado en el sistema lineal que posee la estructura organizacional; entregará remuneraciones según las funciones realizadas por el empleado. Tal es el caso que el Gerente General de la compañía tendrá un salario alto debido a su administración y control. Así mismo nivel operativo de la empresa obtendrán remuneración promedio, en algunos casos tomando en cuenta el esfuerzo que sus labores diarias requieran.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

El total de trabajadores que se estima la empresa tendrá al inicio de la misma, será de 10 personas debido a que recién estará abriendo sus actividades. Como se había expuesto en el capítulo anterior, las áreas estarán divididas entre la administración, división comercial y la producción; el asistente contable no cuenta como trabajador de la compañía esta será como contratación externa.

3.2.2. Mandato Constituyente #8

Este mandato protege la tercerización, intermediación y contratación por horas, según el Art.1 de este mandato establece que la relación laboral será directa y bilateral entre trabajador y empleador. La contratación por horas está prohibida siempre y cuando esta no conste como jornada parcial según el Art. 82 del código de trabajo, ya que el empleado tiene derecho a la remuneración en proporción a la relación a la jornada completa, no podrá ser menor a la remuneración básica mínima unificada. También este mandato, registra las sanciones en caso de que estas normas del código de trabajo sean violentadas (Mandato Constituyente -Asamblea, 2011).

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

Los contratos que se expondrán en el presente Trabajo de Titulación; serán de carácter indefinido, ya que este también incluirá una cláusula en la que se indica el tiempo (máx. 90 días) que tiene el empleador de poner a prueba al empleado y concluir si se desea dentro de la compañía o no. Este contrato puede darse por terminado, por cualquiera de las dos partes de forma libre. En todos los contratos se tomarán en cuenta las cláusulas esenciales tales como: remuneración, tiempo de prueba, el objeto, el lugar y la confidencialidad.

Es posible que se deban generar contratos eventuales, para cubrir a las personas ausentes durante un periodo, por el bien de su seguridad laboral, y para cubrir el incremento de la demanda. Se ha desarrollado un modelo de contrato para este negocio, este se encuentra como un adicional en la sección ANEXOS (Anexo 1).

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

3.2.4. Obligaciones del empleador

EBRU COLORS además de completar con el marco jurídico institucional, también se centra, con mucho valor, en sus obligaciones como empleador, ya que el trabajador al sentirse protegido se siente motivado a la vez para trabajar de una manera proactiva dentro de la empresa considerando que el cumplimiento de sus deberes le permitirá de la misma manera exigir sus derechos.

El Código de Trabajo Ecuatoriano resalta en el Art 42 estas obligaciones tales como atender sus reclamos, respetar sus asociaciones, indemnizar por accidente, reconocer el seguro social, entre otras cuyo contenido y alcance se explican por sí solas y de las cuales se han citado las siguientes:

17. Facilitar la inspección y vigilancia que las autoridades practiquen en los locales de trabajo, para cerciorarse del cumplimiento de las disposiciones de este Código y darles los informes que para ese efecto sean indispensables. Los empleadores podrán exigir que presenten credenciales;

18. Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador (Comisión de Legislación y Codificación, 2005).

3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

Tal como indica la ley, será pagado el décimo tercer sueldo el cual es el valor de todas las remuneraciones del año sobre los meses laborados. Este será cancelado a todos los trabajadores de la empresa en el mes de diciembre Según lo que indica el No. 363 del Ministerio de Relaciones Laborales (MRL). El décimo cuarto sueldo también es considerado en las previsiones de remuneración por empleado, éstas se cancelaran, ya que la compañía está constituida en la ciudad de Guayaquil, en el mes de marzo, como se establece en el Art. 115 del Código de Trabajo. En la previsión se detallará cuanto le corresponde a cada uno de los empleados (Contadores Auditores, 2012) (Ecuador Legal Online, 2013).

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

3.2.6. Fondo de Reserva y Vacaciones

El fondo de reserva se cancelará una vez pasado los dos años del trabajador en laborar en la compañía, este corresponde a un salario repartido en el año.

Las vacaciones hoy en día son de máximo 15 días en las empresas privadas, el valor a cancelar es la suma de todos los salarios mensuales del empleado al año y dividirlo a 24. Esto también es mostrado en la tabla de previsiones.

3.2.7. Asociaciones de Trabajadores

Las Asociaciones de trabajadores son grupos de trabajadores que se unen para luchar por un bienestar. Esto se divide en sindicatos, formados por mínimo 30 personas. En este caso la empresa tiene 12 trabajadores, esta no aplica tener estas asociaciones, por lo tanto para el momento en que llegue una etapa de crecimiento (Derecho Ecuador, 2005).

3.2.8. Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

La empresa como tal no está obligada a tener una persona discapacitada debido al número de empleados que se presentan. En el caso de que hayan lleguen a integrarse más empleados, EBRU COLORS toma en cuenta el Art.42 numeral 33 del Código de Trabajo; en el que se manifiesta que en el caso en el que se lleguen a contar más de 25 personas, debe constar otro empleado discapacitado que desempeña funciones diversas en la compañía. (Comisión de Legislación y Codificación, 2005)

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

La contratación civil es importante al momento de presentar una constancia por la prestación de un bien o un servicio, en el caso de EBRU COLORS, se dará con el proveedor del material principal para la elaboración de los bolsos, la tela. Este constará con el compromiso de ambas partes (Consensual); y por tanto se dará un anuncio

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

explicativo del motivo del contrato, en este caso de la proveeduría de la tela en un tiempo determinado. Este contrato demuestra que debe existir ley para ambas partes.

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

Debido a que la proveeduría es el principal motivo para celebrar este contrato; se decidió dar por escrito a un contrato de compra y venta; en el que efectivamente intervienen dos partes: el que brindará el producto, en este caso será el BARATA S.A.; y el que pagará por el mismo será Ebru Colors. Todo esto estará descrito en el contrato.

3.3.3. Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Las principales cláusulas de los contratos de compra y venta con el proveedor serán las siguientes: Intervinientes, antecedentes, objeto del contrato, procedimiento, plazo del contrato, precios, cláusula de confidencialidad, solución de controversias, firmas y fechas. Estas son detalladas en contrato que se encuentra en la sección ANEXOS (Anexo 1).

3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

El arbitraje y la mediación son soluciones no solo alternativas sino efectivas y no costosas. Estas deben darse con la autorización de las dos partes que intervienen en dicho conflicto. En el caso de los contratos civiles en esta compañía, están descritos en la Cláusula séptima del ejemplo de contrato de compra y venta que se utilizará en la empresa. Cabe recalcar que existen diversos centros de arbitrajes pero dado al reconocimiento se ha tomado en cuenta el centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

El código de ética de esta compañía está basado en los cinco valores que identifican a la compañía, estos son: Responsabilidad, integridad, compromiso y creatividad; y se presenta de la siguiente forma:

1. Introducción

El objetivo del siguiente código de ética es asegurar y comprobar que cada uno de la compañía Ebru Colors S.A. tengan conocimiento de los principios básicos en el que se dirige y se fundamenta esta compañía.

Esto también con la intención de llevar a cabo un ambiente más cómodo y seguro. Con este grupo de normas se garantiza el excelente trabajo de la compañía.

2. Con los clientes

El trato hacia este grupo es indispensable; ya que la imagen de la compañía se ve demostrada en el comportamiento de cada uno de sus empleados.

Si se muestra con una buena actitud, por lo tanto la compañía en general posee una buena actitud es por esto que establece lo siguiente:

- a) Brindar una excelente atención: Siempre que el cliente se dirija al lugar de venta se lo debe recibir con un saludo; sino está interesado pues deberán dirigirse a él con unas gracias.
- b) Brindar un producto de calidad: Dentro de los parámetros de calidad se debe considerar el revisar el producto antes entregado y entregarlo con una envoltura protectora.
- c) Sugerencias: El cliente debe sentirse acogido por el producto; es importante dar sugerencias para el cliente decida lo mejor.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

3. Con los empleados

Los trabajadores son un pilar esencial en la compañía, son quienes dirigen las decisiones finales de la compañía. Es por esto que se determina lo siguiente:

- a) Pro actividad es una de las características que los empleados deben demostrar en cada actividad que se realice.
- b) Las actividades que se realicen en cada área debe tener un procedimiento grupal y de trabajo en equipo, el jefe inmediato deberá delegar lo necesario para que el trabajo final haya sido satisfactorio para cada una de las partes que intervinieron.
- c) Es de vital importancia que los méritos sean reconocidos tanto como por el jefe inmediato como el de su equipo. Esto genera una mejora en el trabajo realizado diariamente.

4. Sanciones

Los trabajadores que no cumplan estos puntos y normas de ética serán sancionados con un memo de incumplimiento general con la compañía. Al número tres de estos memos este será llevado a dirección administrativa para evaluar su posible despido.

3.4.2. Indicadores de Gestión

Los tres indicadores de esta gestión que la compañía ha decidido basarse se centran en la responsabilidad, integridad y delegación, este debido al mejor manejo de las funciones del departamento. Esto debe ser evaluado por cada encargado de área y se presentará un breve reporte al Gerente Administrativo.

3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios

De acuerdo a lo previsto en el Capítulo VI del Código de trabajo Art.- 81 los salarios y sueldos se estipularán libremente pero en ningún caso podrán ser los inferiores a los mínimos legales por lo que se pagará a los trabajadores puntualmente cada quincena y fin de mes lo respectivo a su salario de acuerdo a sus funciones y labores diarias (Comisión de Legislación y Codificación, 2005).

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Así mismo los beneficios por ley correspondientes al período a cancelar, en este caso, éstos han sido descritos en al siguiente tabla, en forma de previsión mensual y anual.

CARGO	N° De Empleados	Meses	Sueldo por persona	Sueldos por cargos	Aportación 9.35%	Aportación 11,15%	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	Fondos de Reserva	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
					IESS EMPLEADO	IESS PATRONAL	ANUAL	ANUAL		SUELDO		
Gerente General - Administrativo	1	12	\$ 830.00	\$ 830.00	\$ 77.61	\$ 92.55	\$ 830.00	\$ 318.00	\$ 415.00	\$ 830.00	\$ 1,199.57	\$ 14,394.80
Jefe de Producción	1	12	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 65.45	\$ 78.05	\$ 700.00	\$ 318.00	\$ 350.00	\$ 700.00	\$ 1,015.83	\$ 12,190.00
Asistente de Promoción y Ventas	1	12	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 33.66	\$ 40.14	\$ 360.00	\$ 318.00	\$ 180.00	\$ 360.00	\$ 535.30	\$ 6,423.60
Costureras	3	12	\$ 340.00	\$ 1,020.00	\$ 95.37	\$ 113.73	\$ 1,020.00	\$ 954.00	\$ 510.00	\$ 1,020.00	\$ 1,521.10	\$ 18,253.20
Diseñadores	2	12	\$ 320.00	\$ 640.00	\$ 59.84	\$ 71.36	\$ 640.00	\$ 636.00	\$ 320.00	\$ 640.00	\$ 957.53	\$ 11,490.40
Vendedores	2	12	\$ 318.00	\$ 636.00	\$ 59.47	\$ 70.91	\$ 636.00	\$ 636.00	\$ 318.00	\$ 636.00	\$ 951.88	\$ 11,422.56
											\$ 6,181.21	\$ 74,174.56

Tabla 2 Previsión anual y mensual de los salarios y beneficios
Elaborado por: La Autora

3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

Se requiere que todo el personal este en constante comunicación, tanto con sus subordinados como subordinados, la compañía debe ejercer un ambiente de coordinación y gestión por cada una de las áreas o partes que se establecen en la empresa. Así mismo tendrán todo el derecho de acercarse a los administradores por cualquier inquietud, sea de carácter salarial o de gestión social. Cada trabajador merece y debe ser tratado con transparencia y tolerancia; sea cual fuere la situación. En casos de mayor conflicto se recurrirá como se ha mencionado en capítulos anteriores, a un mediador.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1. Registro de Marca

Otro de los permisos, no esenciales pero optativos; se encuentra el Registro de Marca, con el nombramiento del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, Dirección Nacional de Propiedad Industrial, Título No.922-00 DNPI, con una vigencia de 10 años para los siguientes productos; esto se puede registrar con la previa la presentación de una solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro. Ebru Colors estará registrado y debidamente protegido por el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2013).

3.5.2. Manual de Procesos Productivos

El proceso productivo de Ebru Colors estará descrito en su plan operativo; aunque es un proceso no reconocido a nivel nacional, no se registrará su protección. Lo que sí incluirá con las debidas normas de realización del proceso, desde su inicio como en el caso del equipamiento adecuado; hasta su fin, sus resultados.

3.5.3. Derecho de Autor del Trabajo de Titulación

Ebru Colors no requerirá registrar en ninguno de sus procesos bajo la protección de Derecho de Autor.

3.6. Seguros

3.6.1. Incendio

La compañía ha decidido asegurarse en caso de que ocurra un siniestro, que garantiza la cobertura por incendio, explosión, daños por agua, etc. En el caso de la empresa nombrada, es necesario asegurar activos de ambas localidades, oficina y local comercial.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

3.6.2. Robo

En el caso de este seguro, sólo se ha decidido incluir los enseres y muebles de oficina, debido a que para el local, el centro comercial asegura tener cubierto este tipo de inconveniente.

3.6.3. Maquinarias y Equipos

Las máquinas y equipos también estarán debidamente asegurados, y oscilan entre 0.3% y 1% del valor total de las máquinas o equipos dependiendo de su costo.

3.6.4. Materia Prima y Mercadería

En este tipo de negocios es importante asegurar la mercadería, ya sean sus materiales o el producto final. Los productos, en el caso de un siniestro, se han considerado basar su tasa de seguro correspondiente a los gastos de ventas de la compañía, para un mes.

3.7. Presupuesto

El presupuesto a continuación contiene los valores incurridos y provisionados en la parte de constitución de la compañía, el registro de marca y la prima de seguro. Los salarios y sueldos, ya fueron descritos en puntos anteriores.

#	Descripción	Costo U.	No.	Total	%
1	Gastos de constitución e instalación			\$ 2,748.00	100.00%
2	Constitución de la Cía.	800.00	1	\$ 800.00	29.11%
3	IEPI: Tasa de servicio, Tasa por registro de marca, emisión de título	116.00	1	\$ 116.00	4.22%
4	Alquiler Isla (Garantía)	900.00	2	\$ 1,800.00	65.50%
5	Permiso de Bomberos	32.00	1	\$ 32.00	1.16%

Tabla 3 Presupuesto de la parte jurídica

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

4. Auditoría de Mercado

4.1. PEST

POLÍTICO:

Los ministerios creados por el gobierno han hecho que las empresas tengan una gran acogida de parte de una administración de recursos y de industria indicada para dicha empresa. En el caso de EBRU COLORS; tendría el apoyo máximo del Ministerio de Inclusión Económica y Social; el cual en el capítulo de atribuciones y responsabilidades literal O.-, que establece: Revisar, analizar, y desarrollar estrategias de inclusión en coordinación con los entes competentes, en la oferta de los operadores públicos, privados, populares y solidarios, en la intermediación financiera local, la producción, la comercialización y los servicios de turismo, artesanales y otros; esto se ve reforzado en la parte de comercialización de productos nacionales y artesanales; favoreciendo el respaldo de la marca del producto de esta compañía (Ministra de Inclusión económica y social, 2007).

ECONÓMICO

Uno de los aspectos más importantes a nivel económico son las inversiones extranjeras las cuales establecen un punto a priori para el comienzo de una empresa PYMES en la que el presente negocio planteado podría clasificarse. Según la Superintendencia de Compañías, las inversiones extranjeras (IED) se han reducido de \$567 millones en el 2011 a \$325 millones en diciembre del 2012, esto debido a factores como inseguridad jurídica e inestabilidad en las reformas tributarias y laborales. Actualmente las empresas extranjeras consideran que no es un ambiente propicio para hacer negocios. Se toma en cuenta que este aspecto tanto como económico clasifica como político, las decisiones del Estado actual causan cierto temor al momento de las empresas confiar su inversión. Este hecho baja las expectativas del extranjero y junto con ellas sus deseos de invertir en esta empresa (Diario Hoy, 2013).

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

SOCIAL

En la actualidad el aumento de agrado por los productos nacionales ha hecho que las empresas o negocios productores de dichos productos aumenten su potencial de venta. Esto es un objetivo logrado por el programa “¡MUCHO MEJOR! si es hecho en Ecuador”, lo cual propuso mostrar el logo de este frase; en cada uno de los artículos hecho en Ecuador, esto es dedicado exclusiva y únicamente a empresas que elaboren sus productos en nuestro país. Los estudios de este programa han demostrado casi el 98% de reconocimiento de dicho logo y el 70% de obtención del producto si este posee dicho logo. Esto demuestra el interés por parte de los ecuatorianos de comprar los productos que posea esta producción nacional y que por supuesto sean de excelente calidad. Es tanto así, que existen actualmente más de 400 empresas registradas en este programa. Este aspecto va de la mano con el aspecto político ya que el estado aumenta su reconocimiento nacional creando estos programas de acogida de los negocios ecuatorianos. La acogida de un producto ecuatoriano se está incrementando, tal es así que esto podría aumentar el número de prospectos o posibles clientes en la compañía (Corporación Mucho Mejor si es hecho en Ecuador, 2011).

TECNOLÓGICO

La promoción del producto es esencial; el aumento de los avances de la web ayudan dicho aspecto considerando bajos costos y con mayor alcance. Los altos aumentos de acceso de Internet en el Ecuador alcanzan el 54.7% en el 2012. Esto sin contar los avances de comunicación en el Ecuador, en estas constan las empresas de telecomunicaciones y telefonía, las empresas de servicio de cableo, entre otras. Según el plan oficial, la subsecretaría de Telecomunicaciones, hasta el 2014, se espera reducir el costo de la tarifa de Internet. (El Universo, 2012). Esto conviene en la presentación tanto de la empresa como el producto, ligado perfectamente la promoción y publicidad del mismo.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

4.2. Macro, Meso y Micro

Análisis MACRO

El Ecuador actualmente vive situaciones políticas en las que el consumidor se ve afectado y en algunos casos, beneficiado; tal es el caso que el número de ecuatorianos que posee trabajo es del 6'093,173 siendo el total de ecuatorianos de 14'483,499, según las estadísticas del año 2010 del INEC; esto debe ser considerado ya que el país donde actualmente se desenvuelve el negocio no conlleva brindar un producto que sea necesidad para el ecuatoriano dentro de la población económicamente activa. Es considerado también el impulso que su gobierno actual da a sus productos nacionales, lo cual puede beneficiar a este negocio de una manera óptima (Instituto Nacional de estadísticas y censos, 2010).

Análisis MESO

Mediante el análisis meso definiremos la industria en la que el presente negocio podría ubicarse. Basado en los 3 alcances para definir esta industria, se obtiene que en el alcance vertical proviene de su cada cadena de valor, en este caso en particular está la producción y comercialización de productos.

Con el alcance vertical, se mide la gama de productos que se elaboran y comercializan, en este caso son bolsos los cuales podrían clasificarse como productos textiles, estos a su vez podrían enfocarse en el modo en el que se realizan; elaboración artesanal. Y para el alcance geográfico se clasifica como dentro de Ecuador.

Es así como finalmente la industria a la que se puede incluir este Trabajo de Titulación, es la Industria de fabricación y comercialización de productos textiles y artesanales del Ecuador.

La industria textil ha tenido buena acogida por parte de los ecuatorianos, tal es el caso que hoy en día su diversificación en la elaboración de productos textiles, ha llevado su aumento en el volumen de su producción. Generando varias plazas de empleo directo al país. Ha llegado a ser el segundo sector que más mano de obra emplea en el Ecuador. El mercado de la fabricación de productos textiles y prendas de

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

vestir representa en el Ecuador un movimiento aproximado de 554 millones de dólares registrado en la previsions de 2012 – 2013 del Producto Interno Bruto, lo cual representa aproximadamente un 5% del PIB y un rubro relativamente alto comparándolo con las otras actividades económicas (AITE, 2011). Esta industria continúa constantemente transformándose y evolucionando, de tal forma que estas innovaciones en cuanto a la moda señalan una gran acogida puesto que los ecuatorianos no solo buscan suplir sus necesidades sino también sus valores diferenciadores y personalizados.

Análisis MICRO

En el aspecto micro se tomará en cuenta el movimiento de la industria enfocada al nivel empresarial. Uno de los enfoques en el que las empresas textiles de bolsos en el Ecuador están empezando a desarrollar este producto, es el “Eco Marketing” ya que los bolsos que se producen no centran su terminación en el diseño sino más bien en el material. Un ejemplo de este método de entrada al mercado surge de la empresa Bolsos Ecuador; lo cual puntualizan su producción en el eco material que emplean y el fin con el que son dirigidos que es vender publicidad. Otro caso en el que actualmente las empresas ecuatorianas textileras de realización de bolsos no emplean en su mayor parte la producción artesanal de los productos, tienen variedad pero estas no son compensadas con la calidad del trabajo de los artesanos o de elaboraciones a mano (Bolsos Ecuador, 2012). Tal es el caso de MERAC Cía. Ltda. La cual por su diversificación de productos textiles no emplea un enfoque en cuanto a bolsos se trata (MERAC Industria textil Cía. Ltda., 2012).

Se podría tomar en cuenta los bolsos elaborados artesanalmente que por lo general son tomados como identidad de las artesanías ecuatorianas exclusivamente. Estos se expenden en mercados artesanales del país y son mayormente comercializados a turistas extranjeros que deseen llevar suvenires de su viaje.

Es también real nombrar que los diferentes materiales y técnicas que usan actualmente las empresas de esta industria son en su mayoría bordados, telas, tejidos y

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

muy coloridos. Esto hace que los negocios dedicados a esta tarea también den como valor agregado la meticulosa idea que se haga referencia la moda.

4.3. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

Los ingresos de la industria textil no se deben sólo a las actividades productivas sino también a las actividades relacionadas al comercio. De acuerdo a los resultados de la Encuesta Anual de Comercio Interno de 2007, la comercialización de productos textiles y prendas de vestir representa el 2,3% de la producción total de las actividades comerciales. De las ventas generadas por el sector textil, la comercialización al por menor de artículos textiles y prendas de vestir es la de mayor participación (82%).

De acuerdo a la Encuesta de Condiciones de Vida Quinta Ronda (ECV); a nivel nacional el gasto mensual en prendas de vestir y calzado representó el 4,76% del gasto de consumo de los hogares. La participación del gasto en prendas de vestir y calzado no muestra diferencias significativas entre los hogares del área urbana y rural. En las zonas urbanas el gasto representa el 4,83% del gasto total de consumo, mientras que en el sector rural es el 4,48% (Carrillo, 2010).

En la industria textil, es mucho más común la importación y exportación de productos de calidad textil, es así que se estima que en el año 2010 se exportó casi 230 millones en productos de la industria textil, mientras que la importación se desbordó con casi 562 millones de dólares. Esto ha afectado la industria y promueve sin lugar a duda, la exportación de un producto textil 100% ecuatoriano (AITE, 2011).

4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

El análisis del ciclo de vida del mercado conlleva enfocarse a la demanda a la que se dirige el siguiente trabajo, clasificándolo en diferentes etapas:

Etapa de inicio: El mercado ecuatoriano es muy extenso considerar, por lo que se ha tomado en cuenta una parte del mismo centrada en la ciudad de Guayaquil; cabe

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

recaltar que al grupo al que se quiere enfocar este negocio es al sector femenino. Por lo que en un principio, basado en la adquisición de compra rápida que tiene una mujer, se espera que éstas acepten el producto, si bien es cierto con incertidumbre pero acompañado también de buenas expectativas para un futuro. Las mujeres analizarán si ellas requieren el producto por una necesidad o simplemente por satisfacción adquisitiva. En esta etapa el mercado será muy cauteloso pero con mucha curiosidad; es ahí cuando Ebru Colors debe estar reforzado con un nivel alto de calidad y proveer al consumidor lo que ellas esperan recibir. Esta fase es de gran importancia; se debe estimular a la demanda y mejorar su técnica para poder alcanzar la siguiente etapa.

Etapa de desarrollo: En esta etapa hay que tratar de cubrir en su plenitud la necesidad del cliente y éste a su vez, haberse establecido el desarrollo técnico que se suscitó en la etapa anterior. Se estima que en esta fase el mercado se ha incrementado y consecuentemente la competencia. Esto de cierta manera beneficia el negocio porque es cuando el mercado se dirige al negocio que cubra la mayoría de las necesidades con estrategias básicas como el valor agregado o simplemente bajos costos.

Etapa de madurez: El fuerte crecimiento del mercado en su etapa anterior hace que la compañía se establezca y mantenga su crecimiento prudentemente. Si la etapa de desarrollo se utilizó para asentar bases firmes, entonces en esta etapa el mercado femenino preferirán sin lugar a dudas el producto. Se debe identificar las estrategias de los competidores, esto mantendrá a la compañía con un porcentaje variable en la participación. El mercado también será influenciado por la moda, la cual produce cambios que sin el acoplamiento de nuevas estrategias podrían acabar con esta etapa más rápido de lo pensado.

Fase de declive: En la industria de productos textiles es de vital importancia la innovación, tanto así, que si no se desarrollan nuevos productos diseños o tendencias el mercado termina por aburrirse haciendo que este pierda el interés. La moda es uno de los factores más peligrosos que tiene una comercializadora de bolsos; ya que estos van acordes a sus gustos y a cuanto estos estén a la moda. El mercado se vuelve

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

exigente y para esta etapa se debe tomar en cuenta los planes de contingencia que ayudarán al no fracaso de la compañía.

4.5. Matriz BCG

Se muestra la matriz BOSTON CONSULTING GROUP del presente Trabajo de Titulación. Este considera la confección y venta de un solo producto, bolsos de mano elaborados artesanalmente con la técnica Ebru.

Siendo este el producto nuevo, se considera como producto interrogante, tomando en cuenta que este producto puede ser de gran demanda pero esto no es garantizado, es muy supuesto y aún más si este es personalizado. Pero éste tiene también un nivel de crecimiento alto debido a sus infinitos diseños y formas que irán acordes a la moda; es decir en un futuro podría considerarse un producto estrella. Se requiere de una alta inversión para obtener la máxima participación en el mercado.

A su vez para este análisis, se consideran los tres modelos del producto que se ofrecerán, en este caso, los bolsos hobos, cruzados y los personalizados. Dentro de la matriz se ubica como producto *estrella* a los bolsos cruzados y hobos, debido a que su inversión es alta pero sus ingresos no son del todo altos. Mientras que los bolsos personalizados se consideran como producto *vaca lechera*, son modelos de bolsos de mayor elección por los consumidores, generando los fondos de ganancia para la compañía. En el cuadro a continuación se observa la posición de los modelos del producto a ofertar.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”



Ilustración 3 Matriz BCG
Elaborado por: La Autora

4.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Al igual que el mercado, llegan diferentes etapas en las que el producto toma variaciones de acuerdo al comportamiento frente a la demanda. A continuación se detallan las fases por las que el producto se enfrenta analizando el tiempo y el nivel de ventas:

Etapas de Introducción: En esta etapa el producto se inserta al mercado, sólo como fase de conocimiento por parte de la demanda. EBRU COLORS, pretende confiar la calidad del producto para que este sea introducido como una opción viable al consumidor.

Etapas de Crecimiento: En esta etapa conviene mejorar el producto, darle más énfasis en su valor agregado haciendo que las ventas sean de alto incremento. El producto se establece plenamente en el mercado. En este caso los bolsos deben ya generar, un reconocimiento de nivel medio en el mercado potencial.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Etapa de Madurez: En la presente fase el reconocimiento de la marca y el producto debe ser plena, ésta es una etapa en la que se deben aprovechar los incrementos de rentabilidad que se presentan en dicha fase; esto aumentando, modificando, innovando el presente producto, es decir la diferenciación del producto frente a la competencia.

Etapa de Declive: En esta fase las ventas resultan un tanto bajas, los precios con frecuencia caen y esto no es esperado por EBRU COLORS, la estrategia usada es efectiva y el producto y su nueva gama de productos permanecen en la etapa de Madurez. Es importante mencionar que en esta etapa también se toma muy en cuenta la competencia indirecta que se recalca en capítulos posteriores; y que ésta podría presentarse muy riesgoso.

4.7. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.

En el siguiente análisis se consideraron los cuatro elementos esenciales a enfrentar en el comienzo de una empresa. Tal es así que Ebru Colors, al entrar al mercado sus barreras de entrada, en el caso de los competidores la variedad hace la lista extensa, pero la calidad del producto reduce la competencia directa. Los productos sustitutos si se reconocen como una amenaza ya que productos como carteras de cuero son muy utilizados en el mercado y ha conllevado una larga trayectoria de permanencia en él.

En base a los proveedores, la compañía debe aprovechar los bajos costos de la materia prima que hasta ahora permanecen en la industria. A continuación se muestra la matriz en la que se detallan los puntos que la compañía debe atravesar en su inicio de trayectoria

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

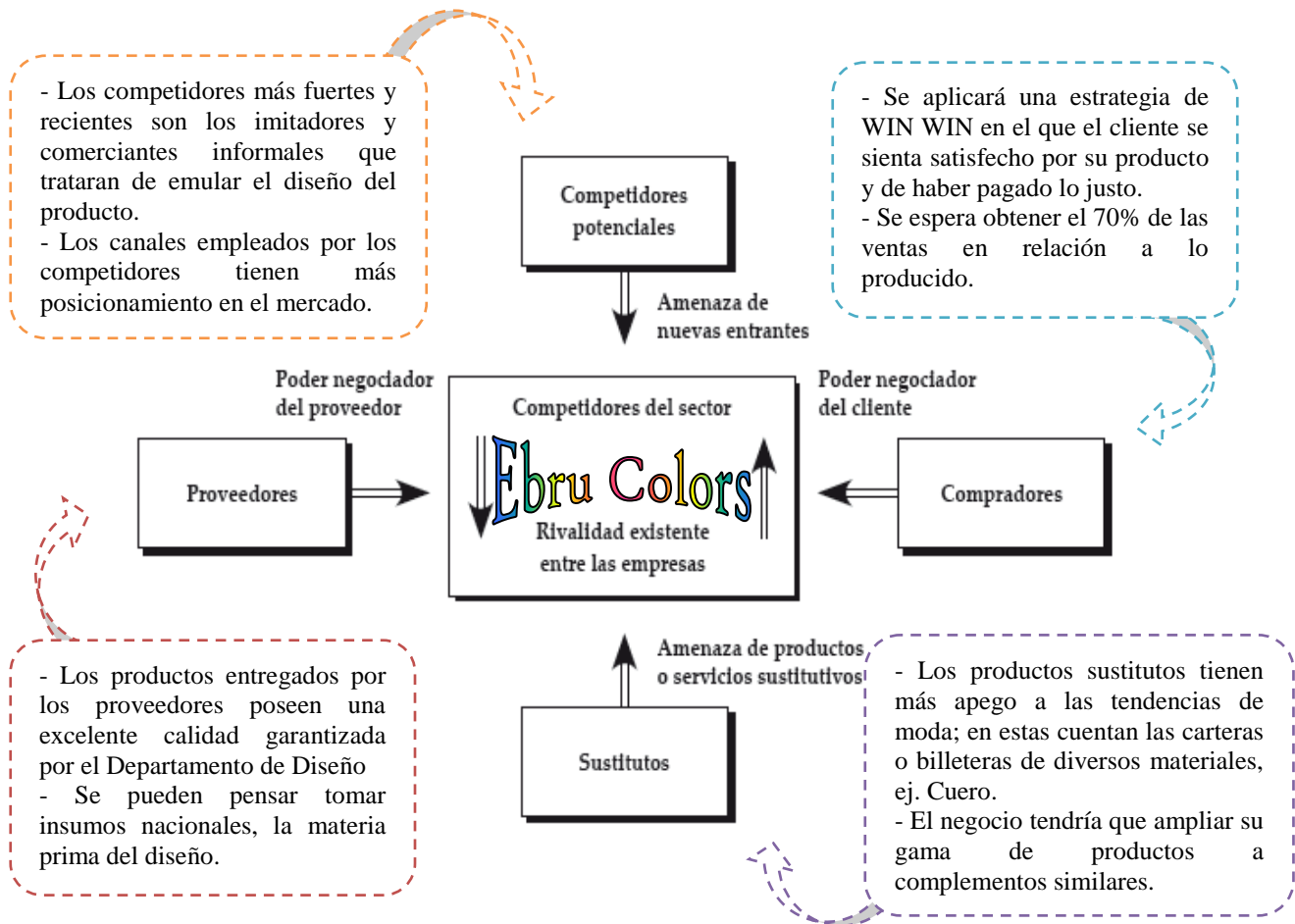


Ilustración 4 Análisis de las Fuerzas de Porter

Elaborado por: La Autora

4.8. Análisis de la Oferta

4.8.1. Tipo de Competencia

Desde el punto de vista económico, la competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios.

La competencia en el mercado de diseño de bolsos de mano se puede definir como una competencia numerosa, bien organizada y agrupada gremialmente. Donde se consideran como competidores directos todos aquellos productores que a su vez son comercializadores de todo tipo de productos en el mismo material como zapatos,

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

billeteras, maletines, etc. y que normalmente ocupan locales destinados para su comercialización.

Es decir, aprovechan los canales de distribución que poseen y las asociaciones que tienen con otras empresas para fortalecer sus ventas. Por ejemplo, almacenes de cadena, almacenes especializados, y distribuidores independientes cuyo gran manejo de volúmenes de compra en materiales y materias primas les permite, a muchos de ellos, definir sus precios de acuerdo a las circunstancias. Así también, aunque en menor cantidad, podría considerarse las costureras profesionales y todos aquellos vendedores informales que eventualmente ingresan al negocio en base al auge de estos productos.

Por otro lado, la competencia indirecta se encuentra dada por la venta en Internet de bolsos, carteras, mochilas y accesorios debido a la baja tendencia de las personas a comprar artículos por este medio. Adicionalmente se debe recalcar, que este tipo de compras, aunque no implica costos de búsqueda, si conlleva costos de transporte y de espera, que generalmente están ligados a características de diseño estigmatizadas que no se alinean a los gustos y adaptaciones del consumidor.

4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

La confección textil se ha convertido en uno de los rubros más importantes por volumen de la producción textil nacional. Es por esto que gran parte del crecimiento de la industria manufacturera en cuanto a su producción se debe al porcentaje de participación que existe en el gasto de un producto de esta categoría. (Carrillo, 2010)

Dentro de las prendas de vestir y calzado estas se encuentran divididos en categorías; a continuación las categorías según su producción frente al mercado.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

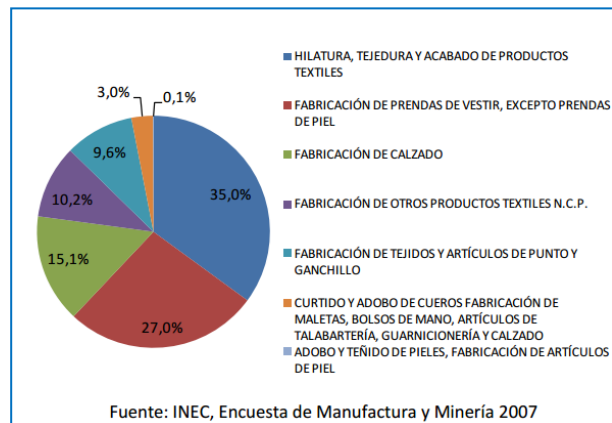


Ilustración 5 Porcentaje de gasto según categorías
Fuente: Inec, Encuesta de Manufactura y Minería 2007

4.8.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Las empresas o negocios que compiten con la compañía, no son específicamente por la producción de los bolsos, son más bien por su antigüedad y sus ubicaciones; estas son los mercados artesanales, tiendas o boutiques que logran obtener gran participación de compra por parte del mercado debido a sus importaciones pueden dedicarse a la comercialización.

4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

Dentro de la fabricación de bolsos artesanales de tela, se encuentran competidores directos e indirectos; como directo, existen los bolsos comercializados por los artesanos del Ecuador, generalmente en mercados artesanales de cada ciudad por lo que este competidor posee antigüedad y ubicación como ventaja, ya que todo el mundo conoce qué lugar ir si es que se desea bolsos de tela. Sin embargo este carece de una personalización de su producto. Es así que como siguiente competidor pero de manera indirecta se encuentran las tiendas o lugares; tales como boutiques, tiendas departamentales, Bahía; que se expenden bolsos importados de otros países, dándoles

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

como ventaja competitiva la variedad de sus productos, su ubicación y la variedad de precios que pueden estar bajo las demandas del consumidor.

Otro sector competidor son los pequeños negocios que recientemente están surgiendo frente al diseño y producción de bolsos o carteras, sean bordados o de material ecológico. Estos a pesar de que no reflejan una competencia muy directa tienen la ventaja de la innovación de sus productos.

Es por esto que Ebru Colors no competirá por su comercialización sino más bien por su producción, es decir brindando un producto de excelente calidad y no importado.

4.9. Análisis de la Demanda

4.9.1. Segmentación de Mercado

4.9.1.1. Criterio de Segmentación

Para que la compañía pueda dirigirse al mercado correcto, se han tomado en consideración los siguientes criterios de segmentación:

Demográficos: Sólo se considerarán como demanda potencial a mujeres de 15 a 46 años aproximadamente.

Geográficos: El negocio tendrá lugar dentro de la ciudad de Guayaquil.

Beneficio: El mercado debe estar dispuesto a comprar un artículo innovador y de calidad no visto en el mercado.

4.9.1.2. Selección de Segmentos

Para la selección del segmento se ha tomado grupos ya existentes debido a que se categorizan por género y por intuición empírica, es decir ya es conocido en el mercado. También es escogido por investigaciones primarias, es decir dentro datos básicos para la investigación. Luego se realiza la investigación de mercado y se escoge el método de

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

recolección de estos datos. Para esto se ha considerado esta tabla en el que se refleja el número de mujeres en la ciudad de Guayaquil (INEC, 2010).

Mujeres	
De 0 a 14 años	333421
De 15 a 64 años	783764
De 65 años y más	75509
Total	1192694

Tabla 4 Segmento de mercado elegido

Elaborado por: La Autora

4.9.1.3. Perfiles de los Segmentos

Ebru Color va dirigido a mujeres entre 15 y 46 años que vivan en la ciudad de Guayaquil, específicamente norte, que tengan ingresos de \$500 en adelante y que esté dispuesta a comprar un accesorio para complementar su imagen.

Se ha considerado el comportamiento de compra de las mujeres en cuanto a accesorios complementarios a la moda. Este según la Revista Semana, estudios de la compras con la tarjeta Bankard de un promedio de 21,606 mujeres que realizaron las compras usando la tarjeta un 5% facturó por compra de ropas y accesorios complementarios (Revista Semana - Diario Expreso, 2011). Esto demuestra que el poder adquisitivo es un factor importante a considerar como parte de perfil del segmento.

4.9.2. Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Técnica nueva empleada en el diseño (EBRU)• Bajos costos de inversión del producto.• Diseños únicos (nunca serán los mismos)	<ul style="list-style-type: none">• Aporte de parte del estados las negocios inclusivos• Agilidad y destreza de los artesanos que confeccionan el producto• La tendencia de las personas de buscar diseños exclusivos.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Forma del bolso• Falta de automatización de la técnica• Falta de posicionamiento	<ul style="list-style-type: none">• Regulaciones• Crisis económicas• Moda y tendencias nuevas

Tabla 5 Matriz FODA

Elaborado por: La Autora

Análisis del FODA

Estrategias FO: La técnica es de origen turco, sin embargo el empleo que le darán los artesanos ecuatorianos le dará un giro al negocio conjunto al diseño que se emplee en el bolso. La agilidad de los artesanos hará que el costo de producción sea menor y por lo tanto el margen de ganancia aumente. Los diseños exclusivos hacen que el producto no se vuelva monótono y sea algo propio de cada mujer.

Estrategias FA: Los bajos costos sostendrán las crisis económicas que se presenten debido a que existe un rango alto en el que puede variar el margen de ganancia en alta proporción. La moda y las tendencias nacen, crecen y así mismo desaparecen, por esto a medida que cambien las tendencias se deben buscar y crear nuevos diseños, nunca dejar de innovar o implementar la técnica en un producto distinto.

Estrategias DO: Como debilidad se ha puesto la forma del bolsos porque hay muchas variedad y habrán clientes que seguramente desee otro tipo, sin embargo esto se puede tomar como oportunidad ya que recopilando opiniones de diferentes clientes se puede extender las características del producto. Recopilar información para obtener máquinas que puedan realizar esta técnica, los artesanos terminan complementando el producto.

Estrategias DA: Planificar la automatización de ciertas etapas de producción, a largo plazo podría evitar que las regulaciones no sean severas. La moda y las tendencias hacen decaer al producto en ciertas etapas, pero estas también pueden fortalecer la creatividad en cuanto a las formas de los bolsos.

4.10. Investigación de Mercado

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

4.10.1. Método

Para esta investigación de mercado se usarán los métodos de investigación cuantitativa y cualitativa, debido a que basándose en los objetivos de la investigación este será útil cuantificar y a su vez percibir lo que el mercado requiere; así Ebru Colors podrá captar más información y se podrá seguir un modelo en el que será beneficiada la compañía.

Se espera realizar en la parte cuantitativa con encuestas en las que se recopile información básica y objetiva. Luego se realizará la parte cualitativa que se da por medio de un Focus Group en el que se profundice el tema y se tenga una perspectiva más concisa.

Se debe tener presente factores como: tiempo y presupuestos para cada investigación, considerando que es una empresa emergente.

4.10.2. Diseño de la Investigación

4.10.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos

Objetivo General

Determinar los factores que permiten que una mujer guayaquileña pueda adquirir y comprar un bolso meramente artesanal

Objetivos Específicos

- Conocer el nivel de aceptación del producto frente a la población femenina guayaquileña
- Identificar las preferencias del consumidor , en este caso el mercado femenino, para determinar la demanda potencial.
- Determinar el porcentaje de mujeres que usarían el producto.
- Comparar las ideas o gustos que posean las mujeres para implementarlo al producto ya ofrecido
- Establecer un método de investigación en el que se adquiera información tanto cualitativa y cuantitativa.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- Analizar la frecuencia de compra de un bolso o cartera por una mujer en la ciudad de Guayaquil.
- Descubrir los niveles de aceptación del producto entre los diferentes rangos de edades de mujeres guayaquileñas que se requiere investigar.

4.10.2.2. Tamaño de la Muestra

Para determinar el número de personas a encuestar aplicamos la siguiente fórmula finita:

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

Ilustración 6 Fórmula para obtención de Muestra

Fuente: www.mktglobal.iteso.mx

En donde:

- n es el tamaño de la muestra: CUÁNTAS
ENCUESTAS DEBEN REALIZARSE
- Z es el nivel de confianza: 95% (1.96)
- p es la variabilidad positiva: 50%
- q es la variabilidad negativa: 50%
- N es el tamaño de la población: 783764 (Mujeres Guayaquileñas entre 15 y 64 años)
- e es la precisión o el error: 5%

La aplicación de la fórmula determinó que para el estudio de mercado con un nivel de confianza del 95% se deberán realizar 384 encuestas.

4.10.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

4.10.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Para este tipo de técnica de recogida de datos se empleará el focus group el cual se hará en la ciudad de Guayaquil en un domicilio cercano de la Alborada en donde se invitarán a 16 mujeres divididos en dos grupos focales; en el primer grupo constarán mujeres de entre 18 a 24 años y en el segundo grupo mujeres de entre 25 a 34 años. Estos rangos de edad se sugieren ya que son mujeres que tienen pensamientos y puntos de vista similares. Habrá un comunicador y una persona que se encargue de la recolección de datos tanto relevantes como irrelevantes; también se colocará una grabadora de voz para que ninguna información se pierda.

Este grupo focal tendrá una duración de una hora y 15 min lo cual se dividen en 5 minutos cada pregunta y los 15 min de coffee break.

A continuación se detallan los objetivos y preguntas que se formularán en este focus group.

Modelo del Focus Group.

OBJETIVOS DEL FOCUS GROUP

- Comprobar que el bolso o cartera es uno de los accesorios más utilizados por las mujeres.
- Identificar la frecuencia de compra de un bolso
- Definir los posibles competidores.
- Conocer las preferencias de modelo de bolsos que las mujeres están dispuestas a comprar.
- Demostrar la técnica y comprobar si esta podría penetrar en el mercado meta

FOCUS GROUP (cada pregunta durará 5 min. (aprox.) con un descanso de 15 min.)

1.- ¿Qué accesorios de mujer son los que usas diariamente? ¿Cuáles te gustan más?
¿Cuáles son los que más compras?

2.- ¿Te gustan las carteras y bolsos? ¿Por qué? ¿Qué marcas son las que más usas?

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

3.- ¿De qué materiales son los bolsos y carteras que usas? ¿Qué tipos de bolsos te gustan más?

4.- ¿Dónde los compras? ¿Los compras ahí por qué?

5.- ¿Con cuánta frecuencia compras este artículo? ¿Alguna razón?

Reproducción de un video en la cual se refleja la técnica EBRU.

De acuerdo a lo visto:

6.- ¿Qué opina acerca de esta técnica de pintado?

7.- ¿Le gustaría practicarlo? ¿Qué tan difícil piensas que es desarrollarlo? ¿Por qué?

8.- ¿Sobre qué material piensa que sería bueno implementarlo?

9.- ¿Le gustaría el diseño terminado en un bolso de mano? ¿Por qué?

10.- ¿Te gustaría elegir la forma del bolso? ¿De qué manera?

11.- ¿te gustaría elegir los colores? ¿Cuáles piensas que resaltarían más?

12.- ¿Cuánto estarías dispuesta a pagar por este producto?

Gracias por su atención.

4.10.2.3.2. Concluyente (Encuesta)

Para el modelo de encuesta se programarán salidas a diferentes puntos para recopilar la información, en este caso según la muestra se deben realizar 384 encuestas sólo entre mujeres del mercado segmentado. Se formularán las preguntas y los encuestadores completarán la información, éstas no se llevará más de 5 minutos por pregunta. A continuación se muestran los objetivos y el modelo de la encuesta que se presenta al consumidor para recolectar la información necesaria.

Cabe recalcar que las encuestas se tabularán por pregunta y se estimarán porcentajes para cada uno de los resultados, esto ayudará al replanteamiento de la demanda insatisfecha y real.

OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

1. Conocer el porcentaje de mujeres que están interesadas en adquirir bolsos
2. Analizar el sector en el que es conveniente comercializar el producto.
3. Determinar el precio que estaría dispuesto a pagar el target.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

4. Comparar los posibles precios que el mercado está dispuesto a pagar por este artículo
5. Examinar el nivel de aceptación del producto

Encuesta

En la siguiente encuesta por favor de acuerdo a la pregunta encierre en un círculo según su criterio de cada pregunta.

A) Indique su edad de acuerdo a estos rangos: (1)

De 18 a 24	1
De 25 a 34	2
De 35 a 44	3
De 45 a 54	4
Más de 55	5

B) ¿Le gustan los bolsos o carteras de tela? (artesanales) RM(2)

Si	1
No	2

C) (E: MOSTRAR TARJETA DE ESTILO DE BOLSO (Sección ANEXOS -Anexo 2- Tarjeta #1) ¿Qué estilo de bolso le gusta más? RU.(3-9)

Bolso de Cuerda o cruzado	1
Bolso de mano o tipo sobre	2
Bolso Tote o de cargar	3
Bolso Hobo o sin rigidez	4
Bolso Baúl	5
Bolso Mochila	6
Otros	7

D) ¿Cuál es el lugar compra con mayor frecuencia su cartera o bolso? **RU.** (10)

Centro comercial	1	particular	
Confección	2	Internet	3

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Otros 4

E) ¿Con qué frecuencia compra bolsos o carteras útiles para su uso? RU (11)

Cada semana	1
Cada quince días	2
Cada mes	3
Cada 2 meses	4
Cada 3 meses	5
Otras Especificar _____	

F) (E: PRESENTAR CONCEPTO DEL BOLSO Y MOSTRAR LA TARJETA #2 DE AGRADO) (Sección ANEXOS – Anexo 2) Me podría decir el nivel de agrado (Sección ANEXOS – Anexo 2 – Tarjeta #3) de este bolso que se le muestra. (12)

Me agrada mucho	5
Me agrada	4
Ni me agrada / Ni me desagrada	3
Me desagrada	2
Me desagrada mucho	1

G) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por este bolso?

_____ (13)

H) ¿Estaría dispuesto a pagar usted por este bolso ...? (E: Mencionar a cada uno de los valores uno por uno) RU

(14) \$12 a \$15	Si	1	No	2
(15) \$16 a \$20	Si	1	No	2
(16) \$21 a \$25	Si	1	No	2
(17) \$30 a \$40	Si	1	No	2

Muchas Gracias por su colaboración.

4.10.2.4. Análisis de Datos

Como se describe, una vez realizadas las encuestas éstas se tabularán en Excel los resultados por cada pregunta, para esto se requerirá análisis específicos. Se realizarán tablas de frecuencias o tablas de contenido, en el que se describan los diferentes resultados. Los gráficos se muestran según lo que la empresa desea analizar. A continuación se muestran los gráficos respectivos de cada pregunta de las encuestas realizadas.

A) Indique su edad de acuerdo a estos rangos:

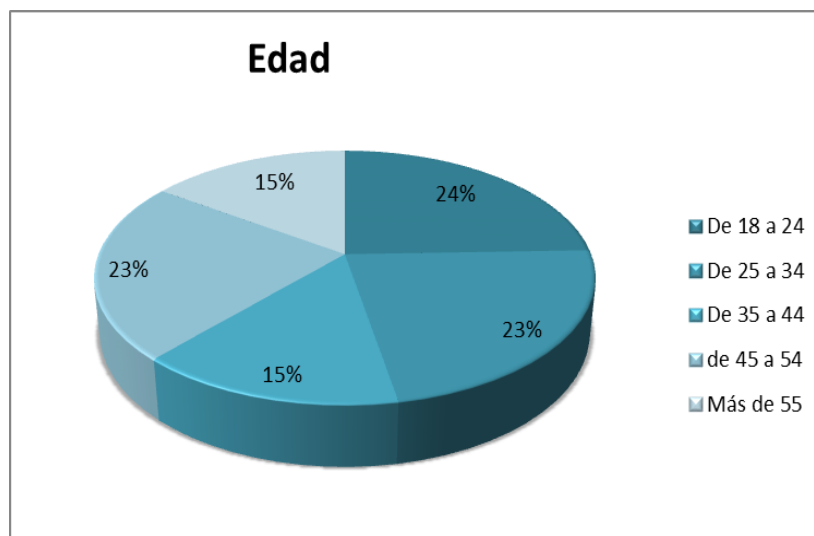


Ilustración 7 Encuesta Pregunta 1
Elaborado por: La Autora

B) ¿Le gustan los bolsos o carteras de tela? (artesanales)

De esta pregunta no se muestra el gráfico debido a que el 100% de las encuestadas respondió SI.

C) ¿Qué estilo de bolso le gusta más?

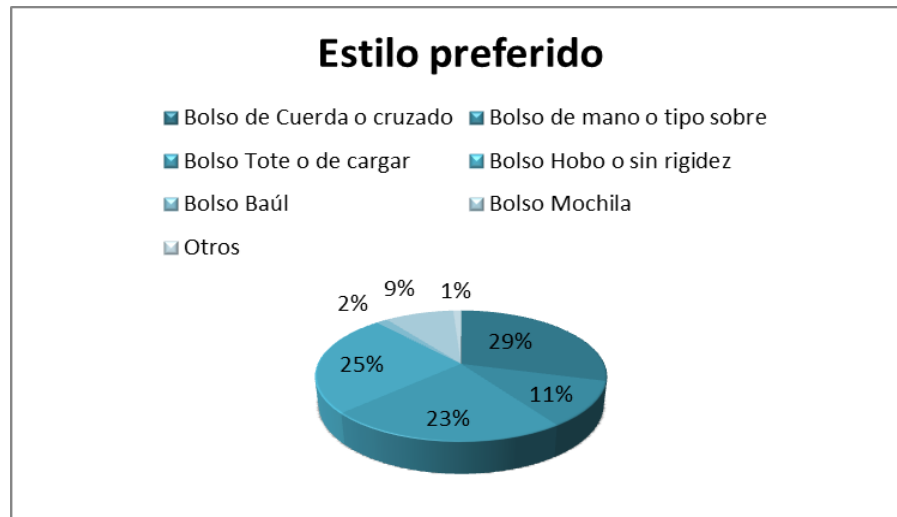


Ilustración 8 Encuesta Pregunta 3

Elaborado por: La Autora

D) ¿Cuál es el lugar compra con mayor frecuencia su cartera o bolso?

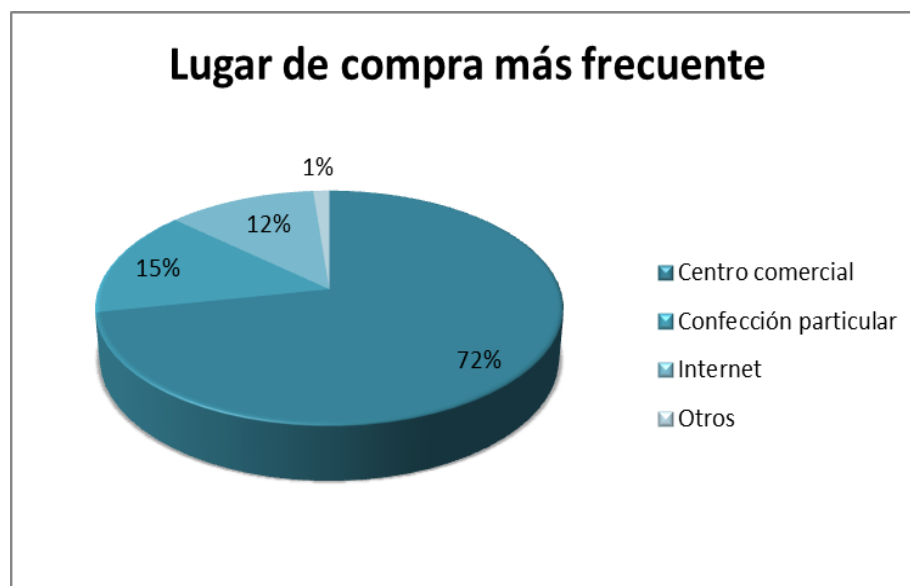


Ilustración 9 Encuesta Pregunta 4

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

E) ¿Con qué frecuencia compra bolsos o carteras útiles para su uso?

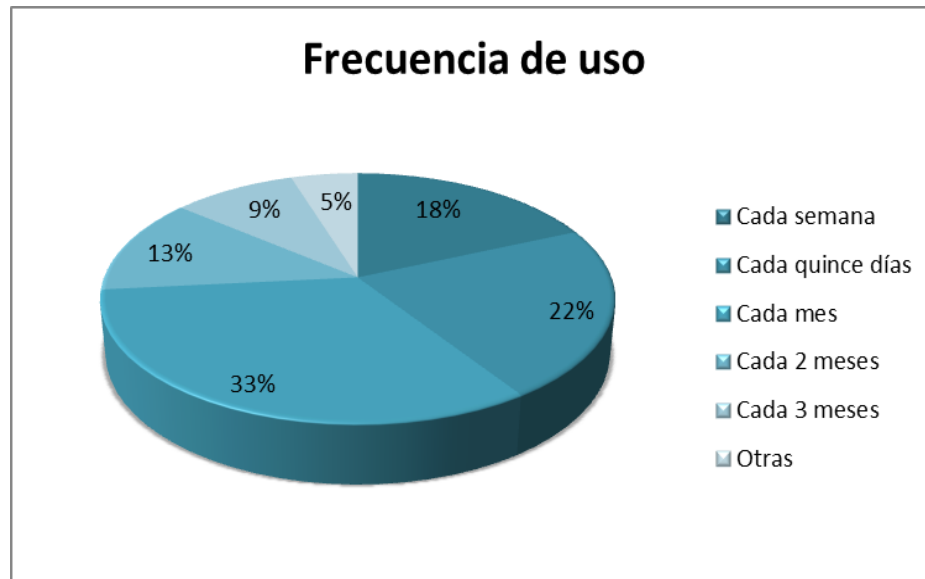


Ilustración 10 Encuesta Pregunta 5

Elaborado por: La Autora

F) Me podría decir el nivel de agrado de este bolso que se le muestra

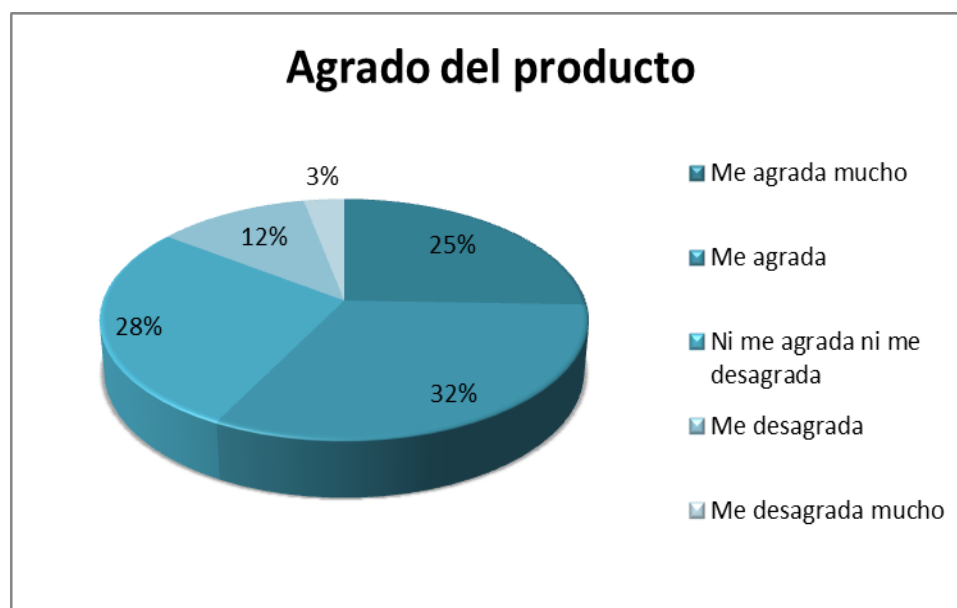


Ilustración 11 Encuesta Pregunta 6

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

G) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por este bolso?

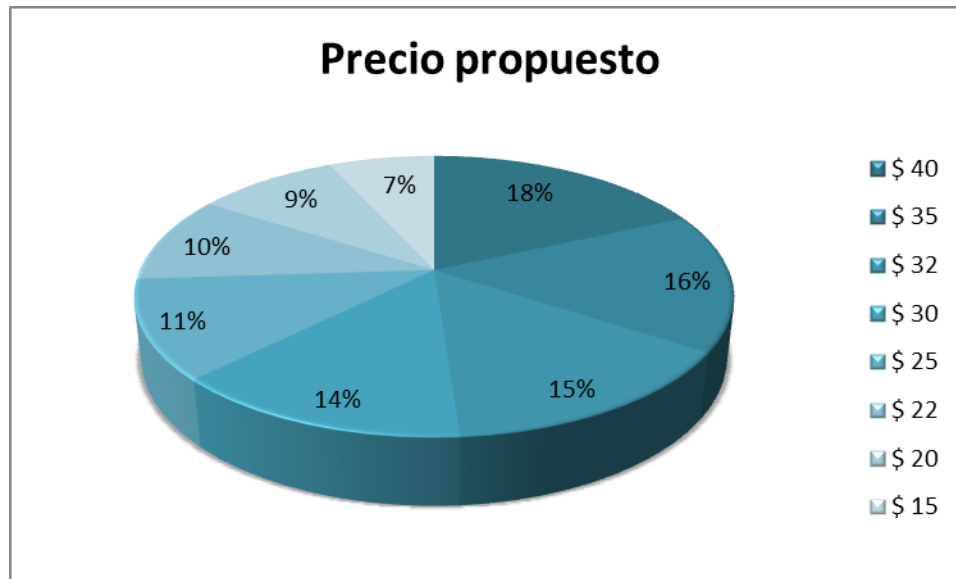


Ilustración 12 Encuesta Pregunta 7
Elaborado por: La Autora

En esta pregunta es el encuestado quien propone un precio al que estaría dispuesto a pagar, es así que sólo se han escogido los valores propuestos por los encuestados, no existen ni rangos ni puntos medios.

H) ¿Estaría dispuesto a pagar usted por este bolso... Si o No?

En el gráfico a continuación se muestra si los valores propuestos por el encuestador son de agrado y los consumidores están en capacidad de obtener el producto que se muestra la tarjeta #2 (Anexo 2). De hecho se observa que los valores propuestos de menor a mayor van de manera ascendente a favor del SI y de manera descendente a favor del NO.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

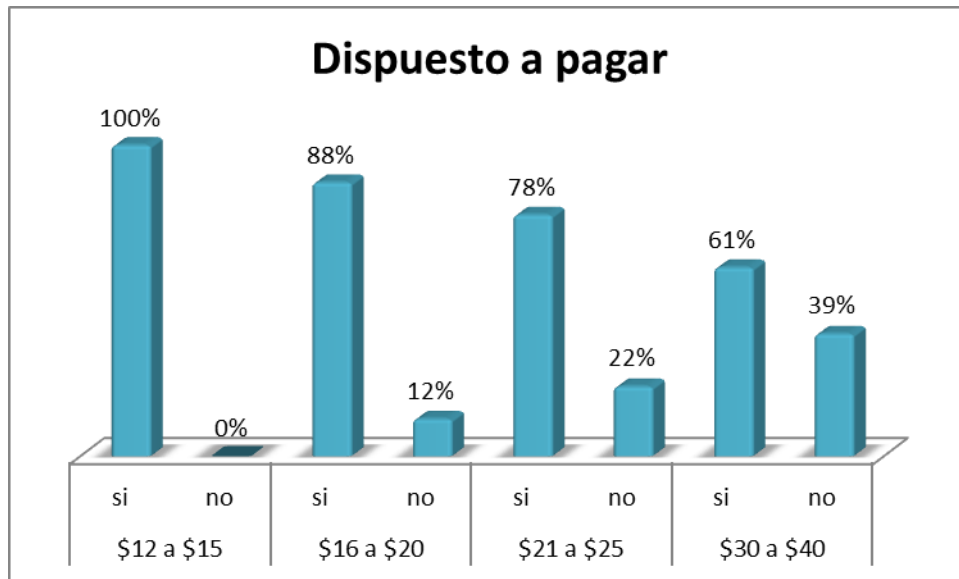


Ilustración 13 Encuesta Pregunta 8

Elaborado por: La Autora

4.10.2.5. Resumen e interpretación de resultados

Una vez se obtenidos estos resultados se observa que en definitiva las mujeres tienen el 100% de agrado de las carteras a o bolsos. Los gráficos muestran los siguientes resultados a favor de la compañía:

- Las mujeres guayaquileñas encuestadas de edades entre los 18 y 65 años o más; el estilo de bolsos de mayor agrado son los bolsos hobos (25%) y los cruzados (29%)
- El lugar en dónde mayormente obtienen este tipo de producto son los centros comerciales, con el 72%, entre las encuestadas.
- La frecuencia con la que más compran un bolso las encuestadas, es de 1 mes; es un tiempo promedio en el que deben adquirir el producto.
- Una vez mostrado el producto, el 25% y el 32%, respondieron “me agrada mucho” y “me agrada”, respectivamente. Esto favorece a la empresa con un total de más del 50% del grupo encuestado.
- Los precios promedio en los que el mercado propone pagar por el producto está mayormente los de más alta paga (\$30 y \$40)

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- Los precios propuestos por la encuesta dieron como promedio un precios de entre los \$21 a \$25, lo cual tendría una compra por parte del 78% de las encuestadas y entre los \$30 y \$40 al 61%.

Estos datos darán las conclusiones correspondientes al planteamiento de precios, los tipos de bolsos que se escogerán para la producción, el mercado potencial y el lugar de comercialización del producto.

4.10.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

La investigación de mercado cubre con las expectativas u objetivos planteados al inicio del plan. Esta concluye:

- a) Para más del 50% del mercado meta es de agrado o de mucho agrado el producto que se quiere ofrecer
- b) El lugar más frecuente de compra del producto es centro comercial, siendo el lugar escogido por la compañía para comercializar los bolsos el más óptimo
- c) Los porcentajes de aceptación de precios son medianos y de alto porcentaje, sin embargo en la parte financiera se analizará cuál de estos serían los más convenientes a escoger basados en los costos.
- d) Por lo menos el 33% de las encuestadas podrían comprar el producto una vez al mes.

4.10.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

Las campaña publicitaria deben enfocarse en las personas que se encuentran entre el rango de edad entre 19 y 45, dentro de los centros comerciales o puntos de venta.

La encuesta nos señala que existe un gran y similar mercado entre 2 estilos de bolsos: hobos y cruzados; sin embargo para agrado del cliente esto podrá ser variable y se recomienda insertar los modelos “personalizados” a la línea de productos principales a ofrecer.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

4.11. Cuantificación de la Demanda

4.11.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial será calculada sacando el porcentaje de mujeres ecuatorianas de entre 15 y 64 años es de 63.5% de la población ecuatoriana, en cifras 4'699,548; de las cuales considerando esto como universo el 25% es del cantón Guayaquil, en cifras 1'192,694. Tomando en cuenta esta cifra se toman 522,487 mujeres que forman parte de la población económicamente activa de esta ciudad, casi el 43%; está sería la cifra de mujeres que se consideraría como demanda potencial (Dirección de Estadística Económica, 2012) (INEC, 2010).

De esta población se calcula que el 5% de sus gastos mensuales es usado en prendas de vestir y calzado (se demuestra en la parte del mercado real); quedando así un total de 26,124 mujeres guayaquileñas que compran estos productos. Para incluir específicamente a los bolsos dentro de esta categoría, se registra que un 10.2% pertenece a *otros productos textiles*, en los que se consideran, quedando casi 2,743 mujeres como demanda netamente potencial (Carrillo, 2010), (Index Mundi, 2012).

4.11.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback.

Las proyecciones de ventas que se han considerado en este punto, son registros de la industria, en este caso en la industria textil. No es netamente del negocio. Las proyecciones del Trabajo de Titulación se darán en el Plan Financiero.

Según los registros de la AITE, la industria textil ha tenido muchas variaciones a lo largo de los años; en el siguiente gráfico se muestra como la tasa de crecimiento ha variado desde 2001 al 2009 (AITE, 2011).

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

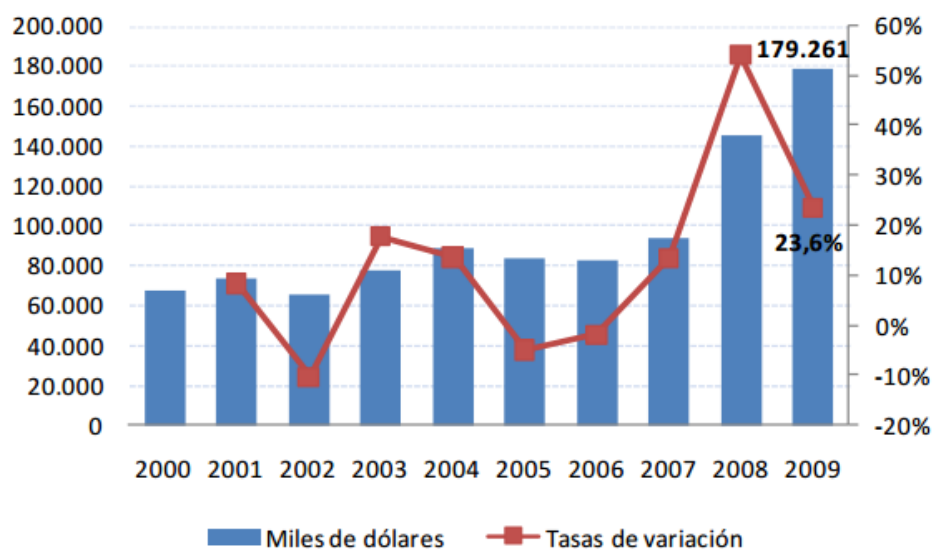


Ilustración 14 Variación Tasa de Crecimiento Industrial textilera

Fuente: www.aite.com.ec

Esto genera un valor de casi 18 millones en ventas totales del Ecuador en el 2009; pero según registros del mismo Banco Central del Ecuador ya para el 2010 en adelante hubo nuevas tasas de variación. En la tabla a continuación se registran los datos, generados con cifras históricas en esta industria:

	2009	2010	2011	2012	2013
VENTAS AL AÑO	\$ 179,261,000.00	\$ 227,661,470.00	\$ 152,700,000.00	\$ 113,100,000.00	\$ 135,720,000.00
TASAS DE VARIACIÓN PROMEDIO	27%	-33%	-26%	20%	

Tabla 6 Cifras históricas de la Industria Textil

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

Desarrollar una planificación continua de marketing para incrementar la imagen de un producto artesanal y nacional en la mente del consumidor, como un producto útil y necesario para la imagen de una mujer.

Objetivos Específicos

- Captar al menos el 5% de posicionamiento del mercado potencial.
- Determinar los recursos necesarios para crear una campaña de promoción conveniente para la compañía.
- Analizar los costos necesarios que se incurrirán en la campaña de marketing
- Llevar un control de las promociones más destacadas entre los consumidores.

5.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

La estrategia que EBRU COLORS desea implementar es la estrategia de diferenciación, la cual indica el proceso de darle un valor agregado al producto, para que este sea elegido por el consumidor por su distinción. En el caso de este negocio se dará así, ya que la técnica para diseñar el producto a usarse es nueva y creará un aspecto muy distinto al producto al que está acostumbrado el consumidor.

5.1.1.2. Cobertura

EBRU COLORS sólo cubrirá la ciudad de Guayaquil; en el sector norte específicamente. Se espera que del mercado potencial se pueda tomar el 5% de posicionamiento al empezar con el negocio.

5.2. Posicionamiento

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

5.2.1. Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolo Identitario.

La estrategia de posicionamiento se basará en tres etapas distintas, pero relacionadas; dentro de su posicionamiento amplio ha elegido ser líder del producto, demostrando alta calidad, diferenciando al producto de los de la competencia. Tal es así que el producto poseerá mayor calidad y creatividad; cualidades que la darán la imagen perfecta para un excelente producto. Esto le dará el valor correcto al producto, una balanza de lo que el consumidor desea recibir y lo que la compañía requiere como pago.

Se ofrece el más por lo mismo, esto debido a que se le dará al cliente un producto con más cualidades y atributos; por el mismo valor que se encuentra en el mercado. Como ya se mencionó el diseño del producto no es igual al de los ya lanzados al mercado.

5.2.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV)

PILARES	DESCRIPCIÓN
Diferenciación	Bolsos hechos de forma artesanal, con colores y diseños variados hacen que la marca se vea diferente ante las demás
Energía	La originalidad de los bolsos hace que estos se conviertan en una pieza única para el armario de cada mujer. Se implementará la personalización de los productos.
Relevancia	Un accesorio útil para guardar lo necesario, que vaya con el estilo y tendencia que desee la mujer guayaquileña
Estima	El consumidor considera la marca como una oferta agradable para su compra y requiere continuar aceptando el producto por su calidad.
Conocimiento	La técnica que se aplica hará que el cliente entienda la elaboración del producto.

Tabla 7 Matriz BAV
Elaborado por: La Autora

5.3. Marketing Mix

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

5.3.1.1. Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.

Descripción del producto:

Bolsos hechos artesanalmente, de tela, hechos de satín, seda o algodón, telas que son diseñadas y pintadas mediante la técnica Ebru, de todos los colores. Estos también serán decorados con piezas de tul, hilos de colores, bisutería aros de metal, cierres. Los tamaños serán de acuerdo al gusto del cliente y el diseño del bolso variará entre 3 tipos: cruzado, hobo y personalizado (queda a petición del cliente).

- Producto Esencial: Accesorios de Mujer
- Producto Real: Bolsos
- Producto Aumentado: Bolsos con diseño Ebru y personalizados



Ilustración 16 Imagen de la marca
Elaborado por: La Autora



Ilustración 15 Producto

Fuente: www.etsy.com

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.

El componente central de los bolsos son las telas, hilos, complementos decorativos, cierres y las pinturas con los que se realizarán los diseños.

Debido a que generalmente el público se siente más identificado a tomar el producto y verse al espejo para darse una ligera impresión que éste va de acuerdo a sus gustos, y en este caso no posee empaque.

El servicio de apoyo, sería la entrega a domicilio del producto al cliente; que será registrado como una opción futura. Otro será el tomar las sugerencias o ideas que los clientes requieran en su producto. Es decir el cliente es capaz de requerir características en sus bolsos, específicamente en la etapa de diseño y forma del producto (color, material, longitud de la correa, accesorios). Claro está que esto que Ebru Colors toma en cuenta los costos que pueden incurrir frente a los requerimientos que desee el cliente, es por esto que se ha decidido sólo hacer modificaciones en los diseños, colores y accesorios del producto, debido a que si el cliente desea una forma del bolso específica y distinta a las tres básicas establecidas en el negocio, recurrirá a un mayor costo que no será beneficioso para la compañía.

5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

Como se había mencionado, el producto no tendrá empaque, pero éste se conservará del polvo o de cualquier agente externo que pueda dañar el producto, en una bolsa de plástico. Los bolsos serán entregados en bolsas de cartulina, esto como parte del procedimiento de entrega del producto final hacia el consumidor.

En cuanto al mercado y etiquetado; Ebru Colors se rige bajo el Reglamento Técnico Ecuatoriano, el cual especifica cómo debe ser el etiquetado y marcado de los productos textiles. Dentro de sus condiciones generales, Num. 4.1, se menciona que: “Los productos no deben presentar en la etiqueta o rótulo del envase o del embalaje información, palabras, ilustraciones u otras representaciones gráficas que hagan

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

alusión falsa, equívoca o engañosa, o susceptible de una expectativa errónea respecto de su naturaleza.” Y dentro de sus requisitos específicos menciona el etiquetado de prendas de vestir, ropa de hogar y accesorios (numeral 5.8) en el que detalla que la etiqueta técnica (num. 5.8.1.1) debe contener la siguiente información:

- a) Número de talla, de acuerdo a NTE INEN 257; NTE INEN 1 873 y NTE INEN 1 874, donde aplique.
- b) Porcentaje de fibras y/o materiales utilizados,
- c) Razón social del fabricante y/o importador,
- d) País de origen,
- e) Instrucciones de manejo y conservación, según anexos A de la NTE INEN 1 875,
- f) Norma de referencia: NTE INEN 1 875.

Es decir que este reglamento va de acuerdo a las Normas Técnicas Ecuatorianas, especificando los productos textiles a los que se refiere. Además que esta etiqueta también debe contener la marca comercial y el logotipo (INEN, 2011).

También se espera que en la etiqueta del producto se registre el logo de Mucho mejor si es en Ecuador, esto con la expectativa de que EBRU COLORS pueda afiliarse a la corporación.

5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea

Amplitud: Bolsos

Profundidad: Por dimensión, pequeños, medianos, grandes; por dos formas de uso, cruzados, u hobos; por material principal, seda, satín, algodón, tul; por accesorios, metal, madera, bisutería.

5.3.1.5. Marcas y Submarcas

La marca del producto tendrá el mismo nombre de la compañía, la cual establece la técnica a usarse y su variedad de color. Ésta es Ebru Colors Bags. Por el momento no

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

se espera tener submarcas ya que primero se requiere alcanzar a fidelizar al cliente con la marca para poder llevar a cabo un lanzamiento de una submarca.

5.3.2. Estrategia de Precios

5.3.2.1. Precios de la Competencia

Basados en la experiencia propia, se ha podido apreciar que los bolsos de tela son muy variados en cuanto a precio, ya que en el mercado, estos varían de acuerdo a la calidad y al lugar donde se los adquiera. Tal es el caso que existen bolsos de este tipo, sin mayor diseño desde \$7 a \$10, vistos en uno de los lugares de mayor distribución de la ciudad, La Bahía, se puede apreciar que el consumidor no elige necesariamente por la calidad o el estilo, sólo son escogidos por el precio. En este caso la competencia (La Bahía) ha puesto su estrategia de bajo costo, adquiriendo gran parte de la participación del mercado.

Por otro lado los bolsos que son adquiridos, por su calidad, estilo o diseño; se expenden en lugares donde el poder de adquisición es mucho mayor. Tal es el caso que tiendas departamentales, centros comerciales y demás los bolsos de telas son comprados desde \$15 hasta \$35 los cuales han puesto su estrategia de diferenciación por su calidad, contando también por la ayuda de la marca de este bolso.

Descritos ya los precios, se puede concluir que el permanecer en el rango de los precios ya establecidos en un mercado debe constar en la mente de los administradores del negocio y no comenzar con una llamada “guerra de precios” que al fin y al cabo no servirá de mucho beneficio para la compañía.

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El producto que se describe, está dirigido a consumidores de un nivel socio-económico medio y alto, mujeres cuyas remuneraciones sean de \$500 en adelante; es más probable que consumidores de este nivel, estén dispuestos a pagar por este producto en la calidad en la que se desea entregar. En los años de operación se espera

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

planificar la reducción de costos, para adquirir también una parte del mercado de nivel medio-inferior.

En el 2012, según los Andes.info, las familias ecuatorianas incrementaron sus ingresos en un 33.94%, haciendo que los ecuatorianos aumenten su poder adquisitivo incluso con mayor frecuencia (Andes Agencia Pública de noticias del Ecuador y Suramérica, 2012). Actualmente de este mercado sólo se espera que, la demanda que esté dispuesta a tomar la compra de este artículo, como opción de gasto a sus ingresos, el producto que ofrece la compañía.

5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas

Los dos accionistas, los cuales están descritos en el Capítulo 3, esperan obtener por lo menos el 10% de margen de ganancias, mínimo el cual se compara si este dinero que ellos poseen es depositado en una entidad bancaria y puedan recibir las tasas pasivas. Después del año se espera que el margen se pueda incrementar incluyendo nuevos productos en los que se puedan emplear el mismo o un similar proceso para obtener el producto final.

5.3.2.4. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.

El precio de un producto está enteramente relacionado con su calidad. Pero no obstante cuenta la aceptación del mercado, por lo que se ha considerado empezar con un precio relativamente bajo para captar cierta parte del mismo. Éstos deben estar relacionados también de acuerdo a los precios establecidos por la competencia. Los precios que se pueden presentar serán de acuerdo a los costos; oscilarían entre \$30 y \$35, todo depende también si el cliente requiere algún tipo de variación en cuanto al diseño y confección. Se espera que en un inicio el método de pago sólo sea efectivo.

En cuanto a los descuentos, sólo se darán en caso de que exista algún tipo de daño, abertura, o mala confección por parte de la compañía.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

5.3.3. Estrategia de Plaza

5.3.3.1. Localización

Ebru Colors espera tener un taller en donde se confeccionen los bolsos y puedan ser diseñados y pintados; también este tendrá cuatro oficinas en las cuales se localizará la parte administrativa de la empresa. Este lugar se localizará en la Alborada. Mientras que el lugar de exposición y comercialización del producto será en el centro comercial Riocentro Norte. Se puede observar que ambos están localizados en el Norte de la Ciudad de Guayaquil, y se ha pensado en que ambas partes deben estar cerca, para que la logística del transporte no necesite de mayor control ni de costos altos. Estas dos localizaciones serán alquiladas y contarán con un espacio físico no menos de 80 metros cuadrados.

5.3.3.1.1. Macro Localización

La macro localización analiza exhaustivamente las características y aspectos sociales de la región, o ciudad en este caso. Entre estos está el desempleo y la oportunidad de crecimiento de los negocios amateurs. Es por esto que en la compañía, la macro localización se reconoce como la ciudad de Guayaquil, en donde es verdad que existe mayor competencia, pero también existen muchas posibilidades de crecer activamente con un negocio. Guayaquil, es el puerto principal del Ecuador, en él se genera mucho comercio, ubicada en la provincia del Guayas. Cabe recalcar que existen, según el censo de población del 2010, el 50.83% son mujeres (Cinthia Herrera - PP El Verdadero, 2011), por lo que le conviene al negocio, ya que esto es justamente el mercado al que se dirige la empresa.

5.3.3.1.2. Micro Localización

Como micro localización se ha escogido el sector norte de esta ciudad, el mismo que ha sido escogido ya que es uno de los lugares más atractivos para las personas nacionales y extranjeros. El sector norte de Guayaquil está muy cerca del mercado meta, es excesivamente consumista dando un crecimiento de la cifra de centros comerciales en Guayaquil, reuniendo 19 establecimientos en los que se registra que el 38% de los guayaquileños que viven en este sector el 37% va sólo por compras (El

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Universo, 2011). Específicamente donde se encontrarán los dos locales poseen avenidas principales muy concurridas y conocidas en donde se presenta grandes oportunidades de presencia de la marca.

5.3.3.1.3. Ubicación

El local en el que funcionarán las actividades operativas y administrativas estará ubicado en la tercera etapa de la Alborada. Se alquilará y se pagará un valor mensual de \$400 aprox.

El local en donde se expenderán los bolsos será en una isla central del Centro Comercial Riocentro Norte, ubicado en la Av. Francisco de Orellana. Esta se alquilará por un valor de \$900 mensuales aproximadamente.

5.3.3.1.4. Distribución del Espacio

El local de oficina, tendrá una distribución de tres despachos, una pequeña bodega o espacio para archivos, el área más amplia que es la de diseño y confección, y un baño disponible.

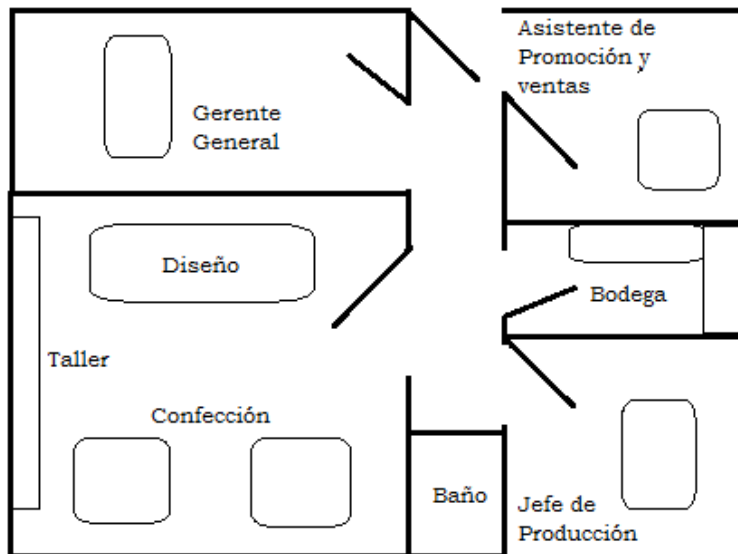


Ilustración 17 Distribución del espacio de oficina
Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

El local en el que se venderán los bolsos tendrá como finalidad exponer todos los diseños, tanto en la parte de afuera como interna, también se colocarán espejos para que el cliente pueda apreciar el modelo de cartera que más se ajuste a su necesidad.



Ilustración 18 Modelo de la Isla comercial

Fuente: www.flickr.com

5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

El producto será distribuido directamente al consumidor final, no habrá intermediarios al menos al iniciar la compañía.

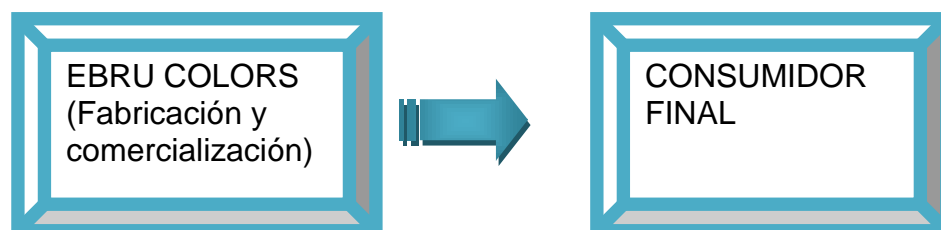


Ilustración 19 Canal de Distribución

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

En un futuro se espera extender el canal de distribución, vendiendo los bolsos a centros minoristas, a fin de que éste sea comercializado en sus respectivos almacenes ahorrando costos de alquiler. Se toma en cuenta la rotación más continua que la empresa podría presentar con este nuevo canal de distribución; las tiendas departamentales o almacenes deben estar dirigido a un mismo mercado al que se dirige esta compañía.

5.3.3.2.3. Logística

Compras: Todos los materiales necesarios serán obtenidos una vez al mes por el departamento de producción. Éste llevará un control de todo aquello que es utilizado por cada uno de los equipos; deberá trabajar conjuntamente con el Gerente General Administrativo, quien dispondrá un presupuesto de compra por mes. Los materiales deberán ser cancelados al momento de la compra, excepto en el caso de tela, ya que este se hará mediante un contrato de compra y venta con EI BARATA S.A.

Inventario: Como se mencionaba se debe llevar a cabo la entrada y salida del material utilizado dentro del departamento de producción, con el fin de encontrar un movimiento específico en un mes y valorizar los costos.

Distribución: Los bolsos se entregarán en el local comercial dos veces por semana, los días martes y jueves, con el fin de abastecer lo que se ha ido vendiendo en la semana, en un inicio será suficiente, si la demanda aumenta y requiere más, se podrá cambiar el número de veces. La movilización se hará con un vehículo particular, pero la gasolina será repuesta por semana.

Ventas: Aunque la compañía no posee una red de ventas destinada. Se establecerá que habrá dos personas atendiendo en local, las cuales estarán a cargo de la venta, cobro y limpieza del lugar. Estas personas deben ser responsables y confiables, ya que dejarán un registro de los productos que se encuentren en el lugar, los productos que

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

recibe (en el caso de la entrega de nueva mercadería, días martes y jueves) y las ventas totales de su turno. Los turnos serán rotativos; se fijarán dos días libres a la semana, sean estos turnándose dos días libres y dos turnos al día de lunes a domingo.

La tabla de precios deberá estar registrado en cada uno de los bolsos y tanto en el sistema de caja como en el costado de la isla del centro comercial, a la vista tanto del vendedor como del cliente. Los productos serán entregados en la bolsa de cartulina. Se tratará de conseguir el sistema de tarjetas de crédito, mientras tanto sólo se venderá en efectivo. Los vendedores deberán tener todos los permisos necesarios en caso de que lleguen a ser solicitados por el SRI o entes reguladores de los permisos de un local comercial.

5.3.3.2.4. Red de Ventas

La red de ventas no es aplicada en este negocio debido a que es una venta directa al comprador

5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

El consumidor tendrá el derecho a ser tratado como se merece; no se aceptará que los vendedores no saluden ni despidan a los clientes. La presencia y la manera en la que una persona se pronuncia en una venta, es de la manera en que percibirá el producto, por tanto estos dos principios son fundamentales. El cliente requerirá una atención personalizada, es ahí donde el vendedor tiene que estar atento y brindarle una opinión de que tipo de producto va más acorde a lo que está buscando. Sólo se aceptarán reclamos de mala hechura o confección y este no será reemplazado por un producto nuevo, se arreglará sin costo alguno. Devoluciones de dinero no se aceptarán y esto se notificará al momento de hacer la compra-venta por el vendedor y la factura lo describirá.

5.3.4. Estrategias de Promoción

5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

La promoción ATL no se tomará en cuenta debido a que se está iniciando el negocio y no se puede dar un presupuesto alto para lo mismo.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Las estrategias BTL son las más indicadas para empezar con el negocio, éstas son de bajo costo; una de ellas será por medio del Internet en el cual se detallará los productos, la localización y lo que se ofrece en el negocio. Las redes sociales serán una buena opción para promocionar el producto.

Otra buena estrategia pensada, es la entrega de tarjetas de referencia junto con el producto. Estas tarjetas tendrán una frase que diga que por referir a dos personas y éstas dos personas adquieran el producto, tendrá un pequeño bolso o billetera.

5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

EBRU COLORS desea transmitir al consumidor que su producto es único, y que no encontrará en el mercado uno igual. Que su moda no dependa nada más de su vestimenta si de su bolso, que lo complementa. ¿Cómo lo hará? será mediante la demostración de lo artística que puede ser la técnica a usarse, su variedad de colores; y lo distinto que llega a ser el producto. La curiosidad de lo ya esperado.

5.3.4.3. Promoción de Ventas

5.3.4.3.1. Venta Personal

La venta personal sólo se dará dentro del establecimiento y mediante el banco de sugerencias obtenidos en las redes sociales. De vendedor a cliente, y de su asesoramiento; ya que de esto depende la buena decisión de compra sobre el producto escogido, lo cual da seguridad al cliente de regresar a obtener un excelente producto.

5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

EBRU COLORS, ha pensado en entrar a participar en la feria de pequeños negocios artesanales, organizada tanto por el municipio como por el gobierno. Esto beneficiará y atraerá a clientes que deseen productos artesanales.

5.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.

- Como se había mencionado en la estrategia BTL se entregarán pequeños bolsos o billeteras al entregar el cupón de referidos.
- Se tendrán muestras gratis por algún evento que el centro comercial este auspiciando y necesiten premios anexos.
- En un futuro se pueden realizar talleres en los que se enseñe la técnica usada pero en diferentes materiales.

5.3.4.4. Publicidad

5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

Para la parte del lanzamiento del producto, se espera poder contar con un extra de flyers, también se tendrá a las personas que venderán el producto en el stand, entregando los volantes. El local estará adornado con luces de colores iluminando solamente a los bolsos, la decoración también incluirá globos y carteles.

5.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

Por el comienzo de la compañía sólo se utilizarán las redes sociales de Internet, debido a su bajo costo y su marea influyente, se establecerá un seguimiento continuo.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Por el lado, la publicidad en la prensa escrita planificará una vez establecida la demanda promedio. Por el momento no se implementará.

5.3.4.4.3. Mindshare

Se espera que en un año la empresa haya podido posicionar sus marcas y negocios; en este caso las mujeres ecuatorianas deben tomar al producto como un complemento necesario y de uso diario.

5.3.4.4.4. Publicidad Blanca

Ebru Colors pretende llevar al negocio a clasificarlo como un negocio de inclusión para el artesano, se llevarán a cabo diferentes cursos en los que se demuestre el trabajo de los artesanos y en donde habrá la posibilidad de llegar a obtener entrevistas en las que se destaquen las diferentes técnicas a usar por estos artesanos. Se espera obtenerlo en revistas como, LA REVISTA, HOGAR, SAMBO; y diarios como EL UNIVERSO y EL COMERCIO.

5.3.4.4.5. Merchandising

Dentro del lugar comercial que se instalará para comercializar el producto, también se desea promocionarlo, por lo que se ha pensado claramente en la posición en la que los productos van a ser ubicados al momento de exponerlos frente a los clientes.

Se ha pensado en que la isla comercial tendrá tres cubículos o stands de madera, cubiertos con vidrios en los cuales se colocaran los bolsos mostrándose, el público tendrá accesos a entrar a ver otros modelos, no será cerrado. En las dos esquinas del lugar habrá vitrinas de vidrios en los que también se muestren los bolsos. Esto incluirá también tres espejos en los que el cliente pueda ver qué tipo de bolsos es más de su agrado. Fuera del lugar habrán dos carteles cubriendo la parte superior del stand trasero, uno mostrando el nombre de la compañía hacia al frente y otro frase publicitaria y el nombre.

5.3.4.4.6. Relaciones Públicas

La compañía puede llegar a relacionarse directamente con el Ministerio de Inclusión, ya que por medio de esto se podrá contar con algunas entrevistas con los medios y darles promoción al producto. Dentro de las ferias artesanales también convendrá mostrar la técnica o videos en los que se muestre a los artesanos trabajar en el producto, esto con el fin de que esta empresa no sea vista como una empresa comercializadora sino también dedicada a la fabricación; se aprovechará esta ocasión para contactar a una persona del medio conocida, puede ser María Susana Rivadeneira para cuando se hagan los cursos de demostración con los adultos mayores del Centro Gerontológico, ella pueda ayudar y aprender junto con ellos. Así ante los medios tendrá más acogida. Todo este plan será llevado a cabo luego del quinto año de operaciones.

5.3.4.4.7. Marketing Relacional

Para crear un ambiente de fidelización con el cliente, se recogerá información mediante una base de datos creada soportada por la afluencia de clientes en el negocio. Así se podrá encontrar los clientes de mayor recurrencia y se podrán entregar a estos un monto de rebaja al precio real del producto que desea adquirir en su siguiente compra.

5.3.4.4.8. Insight Marketing

Uno de los puntos que se pueden observar es que el consumidor, es muy exigente con sus gustos por lo que cada vez que este se vea obligado a comprar algo que realmente no es de su agrado, opta finalmente por no comprarlo. Por lo que se percibe desde ahora de los futuros clientes será la personalización del producto y sus colores. Las mujeres combinan sus bolsos con lo que llevan puesto. Es por eso que se emplean los bolsos personalizados combinados con lo que el cliente decida, pero serán entregados con posterioridad.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica

5.3.4.4.9.1. Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing

Este negocio no concentra su comercialización vía Internet, sin embargo no se descarta usar una página Web en un futuro agregando descripciones y un banco de sugerencias en el que se pueda dar un valor y una mayor conexión con el cliente; esto sería en cuanto a E-Business se refiere. E-Commerce, no se aplicará en este negocio ya que no se cuenta con los beneficios ni los derechos necesarios para realizar transacciones por esta vía. Pero en cuanto al E-Marketing, se ha decidido realizar campañas de e-mailing, contratando una empresa especializada enfocándose al mercado potencial que la empresa requiera.

5.3.4.4.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Como empresa productora de bolsos artesanales, posee algunos competidores, entre estos se observa que éstos no enfocan la promoción de sus productos vía electrónica. Entre algunos, está Artesanos Ecuador, el cual sólo realiza E-Business mostrando productos por su página Web; sin embargo no es competencia directa ya que no solamente se muestran bolsos sino todo tipo de productos artesanales. Los dos competidores directos que se han considerado, Mercados Artesanales y Bolsos vendidos por la Bahía, no poseen ninguna de estas estrategias que podrían beneficiar a su negocio.

5.3.4.4.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

La compañía no necesita de una página web para promocionar su producto, el mercado se ampliaría pero aún no se ha previsto este crecimiento, es por esto que ahora no se implementará. Se ha decidido considerarlo en un futuro.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

La promoción mediante las redes sociales son de mucha conveniencia para el negocio, ya que el mercado meta posee de alto acceso a estas páginas. Sin embargo ninguno de los competidores considerados posee esta ventaja. No se han visto obligados a promocionar sus productos.

5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

Ebru Colors para darle un seguimiento a la promoción de sus productos ha resuelto crear una página de fans o “Fan Page” en la que se suban fotos de los productos terminados, su variedad, la localidad en la que pueden encontrar los bolsos; también se espera contestar las inquietudes que tengan acerca del producto. Dar a conocer las promociones, o descuentos o nuevos productos.

Esta página sería más bien informativa y con el fin de captar el interés del público.

5.3.4.4.10.3. Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Capítulo 4)

Ebru Colors ha pensado establecer su marca en el ámbito social, realizando un curso de pintado con esta técnica en la que si incluya a los adultos mayores en el cual se harán diferentes pintados sobre papel, para que estos sean vendidos en el mismo local comercial. Con un precio de oferta, el 90% de las ganancias serán para la asociación de adultos mayores.

5.3.4.5. Ámbito Internacional

5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional

Debido a los costos el mercado internacional aun no resulta atractivo para la empresa. Simplemente se espera que con la exposición del producto en las redes sociales este pueda ser encontrado por un mercado internacional. Es por esto que la

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

distribución simplemente se daría si existe algún tipo de interés por lo ya expuesto; un mail o recolección de datos para escribir algún tipo de sugerencia. La exportación aun no será una actividad propia del negocio, se tomará como una futura expansión.

5.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional

Con los datos recolectados mediante los mensajes de las redes sociales, se podrá establecer un precio de acuerdo a quienes desean adquirir el producto; solamente si existe el interés por parte del consumidor.

5.3.5. Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Project)

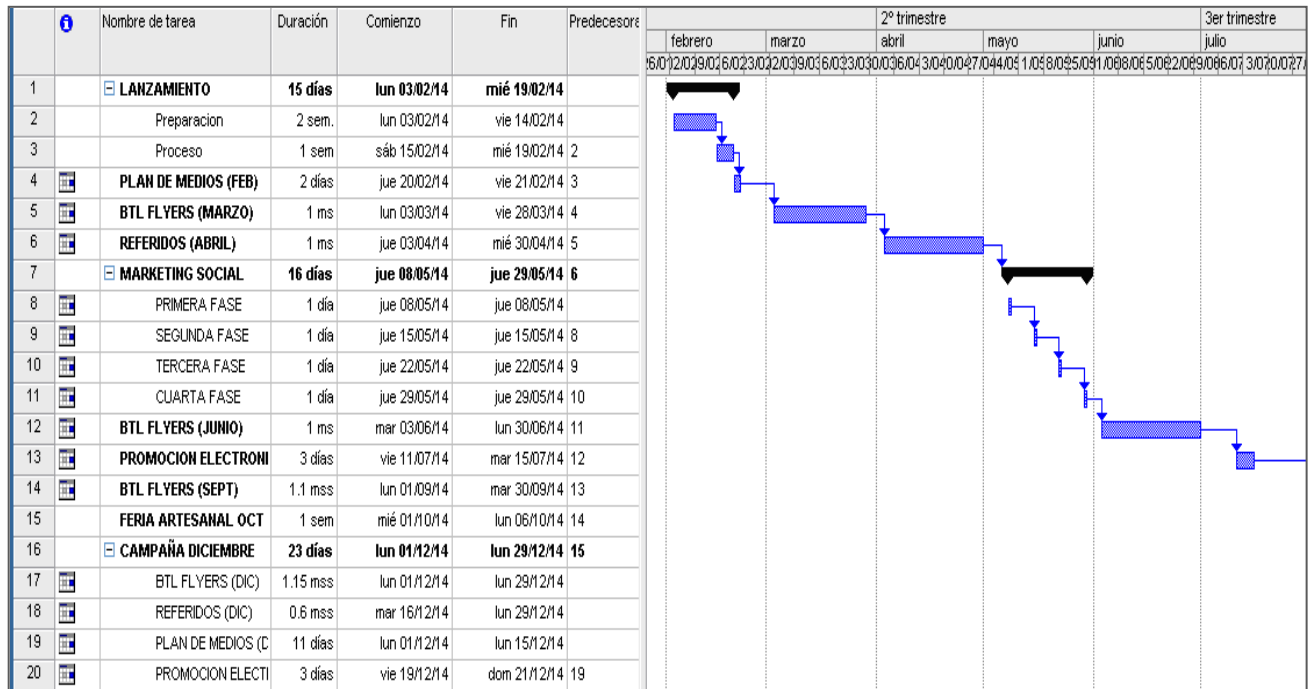


Ilustración 20 Cronograma de Marketing

Elaborado por: La Autora

5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

Este cronograma está basado en todas las actividades que se realizarán durante un año para promocionar este negocio. Se consideran fechas de mayor demanda esperada y todo lo incurre cada actividad.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Actividad	Descripción	Duración	Costo Aprox.	Costo Total
BTL				
<i>Referidos</i>	Entrega de cupón de referido junto con el producto vendido; por referir a dos personas gratis un pequeño bolso a quien la refirió.	Durante 2 meses, ingreso al mercado;	\$80 el ciento; se espera ponerlo en 200 bolsos \$ 2 por cada pequeño bolso regalado; se espera entregar 200 aprox.	\$ 1,100.00
<i>Flyers</i>	Entrega de flyers en la entrada del centro comercial	Cada 3 meses	\$60 el mil	\$ 360.00
TRADING	Feria de pequeños negocios artesanales	1 semana	Decoración \$200 Entrega de 10 bolsos por sorteo \$5 costo c/u	\$ 250.00
MARKETING SOCIAL	Curso de la técnica sobre papel; con personas de tercera Edad	Jueves de cada semana del mes	Compra de materiales \$170	\$ 170.00
LANZAMIENTO	Juego de luces, persona repartiendo volantes.	1 semana	Juego de luces - \$150 mensual Flyers extras (3000) - \$60 mil Globos - \$40 Carteles - \$80	\$ 250.00
MERCHANDISING	Stand central, 3 modulares básicos de madera; 3 espejos, silla, 2 vitrinas pequeñas, ganchos, luces,	De febrero a diciembre	Stand central: \$900 al mes Estructura de madera y vidrio para la isla comercial - \$460 Espejos (3) - \$45 c/u Silla (1) - \$40 Luces y cableado eléctrico - \$110 Ganchos - \$20	\$ 1,705.00
Costos totales de Publicidad y Marketing				\$ 3,835.00

Tabla 8 Presupuesto Marketing

Elaborado por: La Autora

5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Ex empresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo, Proporción Gastos Financieros, Gastos de Marketing Mix; Contribución Unitaria del Beneficio.

Para determinar los costos, los gastos administrativos y la utilidad neta que se requiere llegar con este nuevo negocio; se han dividido los tres productos por porcentajes de ventas. Es decir de acuerdo por lo optado por el consumidor, según el estudio de mercado, se distribuirá: Bolsos Hobo 20%, Bolsos Cruzados 30%, mientras que los Bolsos Personalizados tomarán el 50% de las ventas. Así mismo los precios varían tanto de acuerdo a los costos y a estos porcentajes de adquisición del mercado. Los dos primeros tipos de bolsos tendrán un precio de \$30, los personalizados un precio de \$35.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

6.1.1. Proceso Productivo

Ebru Colors tiene su proceso de producción dividido en dos etapas: Diseño y Confección, tomando en cuenta que se deben de realizar ambas para que el producto final este correctamente elaborado

Diseño.- En esta etapa se toma en cuenta la técnica antes mencionada la cual entrega al producto un efecto diferenciador, esta presenta los siguientes pasos:

1. Verificación de materiales

El Gerente de Producción debe asignar a unos de los dos diseñadores a preparar y a dejar todo listo para que puedan realizarse los procesos.

Se preparan los materiales como un peine, un gotero, palillos, etc., junto con los botes de pinturas que se ha decidido usar.

2. Preparación del equipo y ropa de trabajo

Se requiere que el personal, según el manual de procedimientos productivos, deba llevar un equipo de un mandil y guantes en los que puedan protegerse de las salpicaduras; ya que en ese momento se esparce o se salpican las pinturas con goteros o brochas.

3. Recorte de tela

El artesano requiere escoger la tela a usarse y recortarla en pedazos de 1 metro por 1 metro se guiará con la cinta métrica adherida a la mesa. Cabe recalcar que esta es la medida básica para realizar estos bolsos.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

4. Preparación del recipiente (estructura de metal)

Se prepara la estructura de metal en la que se aloja el agua, esta no es de mucho ancho, tiene como máximo 10cm.; y es preferible que se pongan capas de plásticos debajo de la misma y se agrega el agua en la misma estructura

5. Pintado y diseño

El diseñador comienza a esparcir, vetear o gotear las pinturas sobre el agua, esto dependiendo de lo que quiera lograr, ellos pueden decidir enfocar la técnica con las sub-técnicas que el arte también posee.

6. Adhesión de la pintura en la tela

Una vez dada la forma deseada, se procede a colocar la tela sobre el agua adhiriéndose sólo la parte de encima a la pintura, se deja por unos 5 minutos aproximadamente y se retira de la puntas lo más cuidadoso posible para que no se estropee.

7. Secado

Una vez hecho esto se deja secar en un cordel o por otro caso encima de un plástico limpio, sólo sobre la parte sin pintar.

8. Retroalimentación del proceso

Y finalmente se reinicia el ciclo escogiendo otro pedazo de tela o retazo y llevando a cabo cada paso.

Confección.- En esta parte se requiere del personal encargado de realizar el modelo o forma del bolso. En esta parte de un espacio más reducido del taller ya que requiere de mayor uso de las máquinas de coser. Esta etapa comenzará de dos a tres días posteriores a la etapa anterior, la de diseño. A continuación se detalla en breve los pasos de esta etapa:

1. Selección de tela

En esta etapa el personal deberá escoger la tela que desee, siempre y cuando está se encuentre totalmente seca.

2. Elaboración de patronaje

Es de vital importancia elegir o en el caso de que sea por primera vez, crear el patrón sobre el que se va a elaborar el producto, este dependiendo del tipo de bolso requerirá de mayor piezas, cabe recalcar que las telas pueden ser combinadas, tal cual el diseño lo requiera.

3. Trazado y corte de tela y forro

Una vez hecho el patrón se procede a trazar y cortar la tela, dependiendo del tamaño que se ha escogido, se utilizarán las telas. No se usarán las telas pintadas para los forros, estos podrán ser escogidos de las los rollos de telas sólo para el forro.

4. Confección del bolso

El personal será libre de combinar las coceduras a mano como a máquina, sea el caso que lo requiera. Esto dependerá de la técnica con la que el trabajador haya decidido utilizar. Se tendrán a disposición todo tipo de hilo, accesorio o bisutería que complementa el bolso.

5. Acabado Final

En este paso se colocarán y coserán las etiquetas que el bolso llevará, la misma que ha sido descrita en el capítulo 5. También se plancharán los bolsos ya terminados.

6. Control de calidad

Se realizará el registro de un control de calidad, en el caso en el que haya algún tipo de mala confección o hechura mal elaborada. También es importante detectar a tiempo

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

algún tipo de suciedad o quemadura de plancha. Si alguna de estas se presenta al momento del control, este será devuelto y se tendrá que corregir.

7. Almacenaje

Los bolsos serán guardados en cajas de cartón, las cuales serán almacenadas en la bodega del mismo departamento de producción.

8. Entrega de mercadería.

Una vez vendido el 60% de la mercadería, el departamento de ventas indicará al departamento de producción que se necesitan los productos ya almacenados y se entregarán.

6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

Dentro de este punto como se recalca el lugar donde se realizan las actividades de producción en la que es una sólo un área de aproximadamente de 4 x 5 m². Esta para empezar es suficiente mientras que un futuro se pretende extender esta área para aumentar el nivel de producción de bolsos.

En cuanto a los equipos, máquinas y utensilios que se utilizarán los siguientes

DESCRIPCIÓN DE ITEM	NUMERO DE ITEMS
Mesas grandes de 1.5 mts.	2
Anaqueles móviles	4
Closets o estanterías	2
Sillas	4
Máquinas de coser	2
Juegos de pinceles (5 cada juego)	3
Peines de metal	3
Botes de pintura medianos	50
Rollos de plástico adherido	2
Estructuras o base de metal	2
Pipetas de plástico	10
Cajas de palitos como mínimo por día (cada juego contiene 50 unidades)	3
Rollos de tela de 15 mts. cada uno	2

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Tijeras	4
Rollos de hilos variados	30
Agujas	20
De vidrio	1000
Broches de metal	50
Cierres	1000
Bisuterías de madera y metal	4000

Tabla 9 Materia Prima necesaria

Elaborado por: La Autora

6.1.3. Mano de Obra

Como se había planteado en el Capítulo 2 de este proceso de producción se encargarán 6 personas, dos encargadas de la etapa de diseño, y tres personas para la etapa de confección; y una persona encargada de supervisar este procedimiento. El negocio es de carácter artesanal, sin embargo será soportado por máquinas de coser para una mejor y fuerte estructura de producción.

6.1.4. Capacidad Instalada

Ebru Colors, al iniciar sus actividades y específicamente su parte productiva, debido a la cantidad de personas que hacen parte de este proceso tiene una capacidad instalada basada en las tres costureras las cuales generan mensualmente aproximadamente 125 carteras cada una; obteniendo así 375 carteras al mes.

En un futuro se pretende fabricar el doble de su capacidad, sin embargo este dependerá en gran parte del número de trabajadores que se empleen.

6.1.5. Flujogramas de Procesos

A continuación el flujograma del proceso de producción de bolsos Ebru Colors. Este está compuesto por dos etapas: diseño y confección, ambas van enlazadas y como referencia al control de calidad se toma la decisión de proceder con el proceso para la entrega final del producto o reubicar el producto en el procedimiento en el que se genera la falla.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

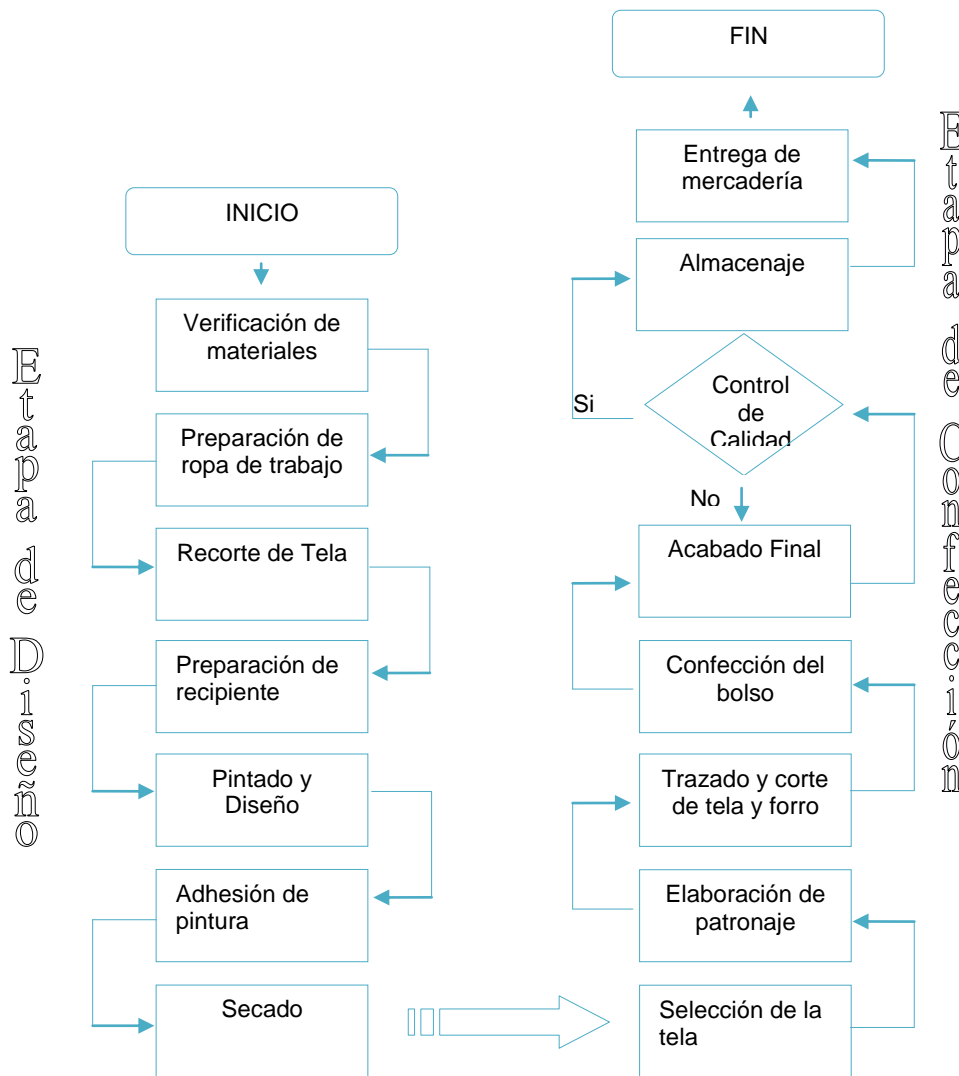


Ilustración 21 Flujograma de Producción

Elaborado por: La Autora

6.1.6. Presupuesto

El presupuesto estará conformado por el pago de los trabajadores dedicados a la producción y la materia prima que se comprará para realizar el producto.

El presupuesto mensual para sus colaboradores, incluye las aportaciones, los beneficios de ley y el fondo de reserva, este es el siguiente:

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CARGO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Jefe de Producción	\$ 1,015.83	\$ 12,190.00
Asistente de Promoción y Ventas	\$ 535.30	\$ 6,423.60
Costureras	\$ 1,521.10	\$ 18,253.20
Diseñadores	\$ 957.53	\$ 11,490.40
Vendedores	\$ 951.88	\$ 11,422.56
TOTAL	\$ 6,181.21	\$ 74,174.56

Tabla 10 Presupuesto de Producción

Elaborado por: La Autora

Hay también rubros de la producción que se cubrirán de manera bimensual (dos meses), esto debido a que la rotación de su uso no cubre el mes. Es la siguiente:

Utensilios	Numero de ítems	Costo Unitario	Costo Total
Juegos de pinceles	3	\$ 20.00	60.00
Peines de metal	3	\$ 15.00	45.00
Estructura de metal	2	\$ 40.00	80.00
Pipetas de plástico	2	\$ 11.00	22.00
Caja de Palitos	1	\$ 2.20	2.20
Tijeras	4	\$ 5.00	20.00
Agujas	20	\$ 1.20	24.00
Total utensilios			253.20

Tabla 11 Presupuesto Utensilios

Elaborado por: La Autora

Y en la siguiente tabla se detallan los rubros incurridos en un volumen de 500 bolsos.

Materia Prima			
Botes de pintura	30	\$ 30.00	900.00
Rollos de Tela para pintar 50 mts. Cada uno	10	\$ 110.00	1,100.00
Rollos de Tela para forro 50 mts. Cada uno	10	\$ 98.00	980.00
Rollos de hilos variados	20	\$ 9.00	180.00
Cuentas de vidrio (empaque de 1000)	2	\$ 3.00	6.00
Bisutería (empaque de 1000)	2	\$ 1.20	2.40
Cierres (por ciento)	5	\$ 8.00	40.00
Broches de metal(por ciento)	5	\$ 7.00	35.00
Etiquetas (por ciento)	5	\$ 5.00	25.00
Fundas de cartón (por ciento)	5	\$ 40.00	200.00
Total materia Prima Variable			3,468.40
Total Gasto de Ventas			3,721.60

Tabla 12 Presupuesto Materia Prima

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

6.2. Gestión de Calidad

6.2.1. Procesos de planeación de calidad

Ebru Colors desea obtener el mejor de los reconocimientos por su calidad, sin embargo se requiere fijarse un objetivo para planificar la calidad del producto que se espera entregar. Estos están conformados por estrategias, procesos y políticas que conlleven desde la recepción del material hasta la entrega del producto final.

6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas

Se espera que con la planificación y acción de este proceso la compañía logre:

- Afianzar la relación de sus clientes mediante la calidad de sus productos
- Proteger el prestigio de la compañía
- Controlar cada paso del sistema productivo
- Mejora del desempeño de los trabajadores
- Identificar los cuellos de botella del proceso para aumentar el control de las acciones preventivas

6.2.3. Políticas de calidad

- Elaborar una ficha detallada con las especificaciones que debe tener el producto en cada paso de producción
- Identificar y tomar nota los detalles que diferencian entre un bolso y otro. Para obtener un tipo de patrón
- Garantizar la máxima calidad de la materia prima
- Capacitación constante del personal para implementar diseños y técnicas nuevas interesantes para el producto
- Asegurar el orden y el almacenamiento, tanto de los materiales como del producto final
- Incentivar al personal al desarrollo del producto con el trabajo y principalmente la creatividad

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- Desarrollar un sistema de control de despilfarros de la tela, especialmente en la etapa de confección.

6.2.4. Benchmarking

Ebru Colors se ha propuesto estar sobre sus competidores brindando un producto no solamente muy bien elaborado sino más bien durable. De acuerdo a lo ya expuesto en capítulos anteriores, los bolsos que se expenden en la Bahía (competidor 1) no aseguran la calidad y la durabilidad de estos productos.

Los trabajadores de esta empresa inspeccionan los productos para asegurar en cada etapa del proceso de producción, su correcta elaboración y calidad. Esto se especifica también, en la retroalimentación del proceso e identificar algún tipo de error e identificarlo a tiempo.

6.2.5. Proceso de aseguramiento de la calidad

Este estará conformado por diferentes subprocesos:

Recepción del material: En el caso de la tela, El Barata quien es quien nos provee tendría que entregar rollos de telas sin rasgaduras ni lascada. Para esto el Gerente de producción deberá asignar a un trabajador de la parte de confección para que dé una pequeña inspección a cada rollo; una vez realizad esto se procederá a receptar la factura o nota de entrega.

Para el caso de los demás materiales o utensilios el Gerente de producción deberá delegar a uno de sus colaboradores para que realice la compra, pero este debe cerciorarse que lo que se compre sea durable y a la vez de una excelente calidad.

Supervisión de la producción: Cada uno de los pasos del proceso de fabricación del producto debe ser supervisado y controlado. Este proceso no se dará a cabo las 24 horas del día pero se especificará un horario para su revisión.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Capacitación del personal: es importante que el aprendizaje de nuevas técnicas, y específicamente como aprovechar cada uno de los desperdicios de tela o de pintura que haya en los pasos de producción.

Control antes de la entrega: La compañía se esmera en crear la mayor cantidad de bolsos, sin embargo la entrega no debe darse sin antes ser revisada minuciosamente, ya sea por una rasgadura como por una mala confección.

Estas tres subetapas son específicamente las bases del control que se quiere llevar a cabo para la calidad del producto.

6.2.6. Estándares de la calidad

Los estándares de calidad que Ebru Colors que se desean implementar, serán propuestos por la misma compañía, serán los siguientes:

- Las rollos de tela se almacenarán al menos una semana y media.
- Los materiales como pinturas, pinceles y demás quedarán sellados y guardados luego de una jornada de trabajo
- Cada vez que se tinte una tela diferente se cambiará el agua de la estructura metálica.
- Las máquinas de coser dejan de trabajar 10 minutos cada 4 horas de jornada.
- La plancha que se use en la etapa de acabado no deberá estar recalentada.

6.2.7. Procesos de control de calidad

En el caso de la compañía el control de calidad de los productos va de la mano también por el personal.

Es por esto que se consideran los siguientes procesos:

- Proceso de mejora continua: Canalizar los puntos débiles de cada proceso para que el trabajador mejore su trabajo y en vez de corregir pueda prevenir el trabajo

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- Proceso de revisión: Cada paso que den los colaboradores debe estar supervisado y soportado por cada uno de sus jefes, este debido a que pueda encontrar a tiempo lo faltante
- Proceso de verificación: Se deberán realizar reunión de una directiva escogida, de verificación de procesos de la compañía. Este puede ser dirigido por los mismos gerentes
- Proceso de retroalimentación: Es importante que en cada proceso que se lleve a cabo se requiera convalidar la información de lo que se está haciendo en la compañía cada cierto tiempo. Todas dadas por cada uno de los jefes inmediatos de los colaboradores

6.2.8. Certificaciones y Licencias

Las certificaciones ayudan a garantizar la calidad de los productos que se ofrecen. Debido a que Ebru Colors es una compañía que recién ingresará al mercado, ha decidido que la certificación de su calidad la hará mediante la norma de ISO 9001:2008 en el 5to año de sus actividades.

En el caso del Ecuador, esta norma se lleva en vigencia gracias al INEN; el cual también recalca el etiquetado y rotulado de productos textiles. También se considera tener la licencia de elaboración de un producto ecuatoriano con la corporación “Mucho Mejor si es Hecho en Ecuador”, la cual hoy en día ampara a casi 400 empresas ecuatorianas; como una de estas, Ebru Colors desea reconocer su producción nacional.

6.2.9. Presupuesto

La gestión de calidad no se realizará al comenzar esta compañía. Y se realizarán como parte de trabajo de cada uno de los trabajadores. Pero toma en mucha consideración la afiliación a la institución de Mucho mejor si es Hecho en Ecuador, en su segundo año de actividades ya iniciadas.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Procesos de planeación ambiental

Ebru Colors registrará su planeación bajo los siguientes parámetros:

- Identificación de los desperdicios o despilfarros de tela o pintura: La tela sobrante, luego de la confección, se guarda en fundas y se clasifica por tamaños similares; con el fin de reutilizar el material para uso de otro producto.
- Puntualizar los recursos naturales que se requieren en el proceso operacional y administrativos: Al inicio del proceso productivo, debido al uso del recurso del agua, esta puede ser desperdiciada.
- Establecer controles de prevención en casos de posibles impactos ambientales no identificados: Los registros que el proceso o el departamento requiera guardar puedan causar que estos no hayan previsto. Se realizarán campañas de reciclaje y de registrar lo necesario.

6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

Los beneficios que esta planificación quiere obtener son los siguientes:

- Minimizar los desperdicios de tela, papel y agua
- Fortalecer los trabajos amigables con el ambiente
- Proteger el producto de los posibles derrames de pintura
- Ahorro de recursos que incurren diariamente en el proceso
- Reconocimiento de la compañía como una gestora de control de sus materiales.

6.3.3. Políticas de protección ambiental

Las políticas que Ebru Colors usará para la buena gestión ambiental serán:

- Sugerir al cliente contribuir con el ambiente, creando su propio diseño con material sólo necesario
- Control el escape o desperdicio de agua
- Asegurar un entorno seguro y saludable para el trabajador

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- Opinar libremente sobre la gestión que se hace o se debería hacer para mejorar cada uno de los procesos de la compañía.

6.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

La compañía desea comenzar y concluir su etapa ambiental mediante:

- Reunión de sugerencias e inquietudes: Se llevarán a cabo reuniones en las que se reorganicen los pasos o funciones de cada uno para promover un cambio más ecológico
- Limpieza segura: La limpieza luego de una jornada de trabajo es parte del procedimiento que se llevará a cabo para una buena gestión. Especialmente para los colaboradores de producción
- Campaña de tachos de basura: Tanto en lugar donde se exponen los productos, como en lugar de operación; se invertirá en tres botes de basura en los que se clasificarán por plástico, papel o cartón y otros.
- Bandeja de papel reciclado: Cada área contará con dos bandejas de papel reciclado; una para el papel que puede volver a utilizarse y otra para el papel ya re-usado y que simplemente se recicla.

6.3.5. Estándares de la calidad ambiental

Ebru Colors se registrará en su proceso ambiental por los estándares que se detallan a continuación:

- Correcto almacenaje de los desechos sólidos no tóxicos, en este caso las retazos de tela o los desperdicios de los tachos
- Elaboración de un manual o guía de cómo maximizar los beneficios de la actividad de confección
- Manipulación de las máquinas u objetos eléctricos con el mayor de los cuidados y solo en el caso de uso
- Cooperar en equipo para tener un ambiente saludable y justo con el ecosistema.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

6.3.6. Procesos de control de calidad

Como se mencionaba antes se recogerán despilfarros o retazos de tela para la creación de nuevos productos. Cada trabajador deberá ser responsable de los materiales que se han puesto a su disposición. Se aceptarán todas las sugerencias que un trabajador pueda tener para regularizar un control del agua.

6.3.7. Trazabilidad

La trazabilidad de esta compañía se conforma desde la producción hasta la entrega. Lamentablemente en este proceso si se identifican momentos de contaminación, como en el transporte de la mercadería. A continuación se detallan las acciones que permiten ver el proceso de entrada y salida del producto final:



Ilustración 22 Trazabilidad
Elaborado por: La Autora

6.3.8. Logística Verde

La parte logística ambiental de la compañía se centra en el almacenamiento y en el empaquetado. El almacenamiento de tela y pinturas parten de un tiempo justo de guardado. Es decir no se tendrán en el almacén telas sin utilizarse por más de dos semanas. Ni tampoco se permite el almacenaje de pinturas ya abiertas por más de una semana. Los procedimientos de empaquetado ayuda a dar al producto una imagen eco-amigable. Es decir la entrega del producto se dará en fundas de papel o de cartulina reciclados.

6.3.9. Certificaciones y Licencias

La certificación que promueve el cumplimiento de una serie de normas en el caso ambiental es la ISO 14000. La cual por el momento no se desea obtener; en un futuro se consideraría.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

6.3.10. Presupuesto

El presupuesto se centra en las dos campañas ya mencionadas: los tachos de basura y las bandejas de papel. Dan un presupuesto de \$78. Se espera ponerlo en práctica una vez iniciadas las actividades de la empresa.

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

Dentro de la planificación de responsabilidad, Ebru Colors ha decidido fijar sus actividades sociales enfocadas a la comunidad, a sus empleados, y sus clientes. Esto debido a que son los puntos que envuelven a esta compañía.

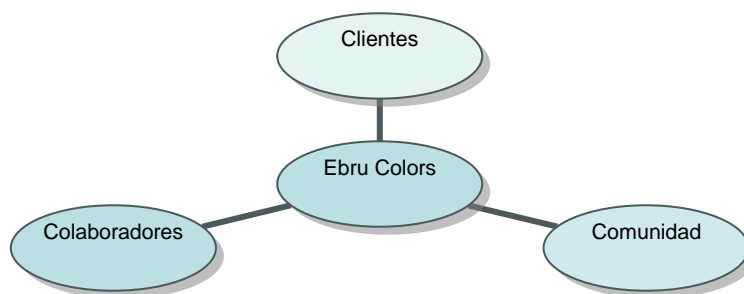


Ilustración 23 Acciones Proactivas
Elaborado por: La Autora

Éstas serán aplicadas mediante un modelo de campañas en el que se describan las políticas que ayuden a que estos tres factores beneficien tanto a la compañía como a ellos mismos.

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

El modelo de planeación dividido en estos tres puntos tendrá los siguientes logros:
Comunidad

- Obtener presencia dentro de un mercado desconocido.
- Fortalecer la imagen y la marca del producto
- Aumentar la participación en actividades sociales

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Colaboradores

- Satisfacción de los trabajadores en su lugar de trabajo
- Mayor desempeño y rendimiento en las actividades laborales
- Asistencia de ideas y planes estratégicos para el incremento de las gestiones de la compañía

Clientes

- Dar soporte de compra al cliente
- Cooperación del cliente en el desarrollo del producto
- Fidelizar el cliente para compra futuras
- Hacer que el cliente se sienta parte del proceso de la compañía

6.4.3. Políticas de protección social

Se han considerado para los tres pilares de la responsabilidad social las siguientes políticas generales:

- Espíritu de servicio
- Conciencia e integridad en cada actividad
- Responsabilidad en la coordinación de las funciones
- Honestidad y entrega en cada proceso de la compañía
- Cooperación entre los beneficiados
- Respeto por todo tipo de razas, religión o discapacidad.

6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

Debido a que la compañía recién empieza sus actividades económicas, y no tienen un presupuesto alto para emprender las gestiones para un aseguramiento 100% eficaz, se ha decidido comenzar este aseguramiento en lo establecido dentro de la RSE. Para luego coordinar una comisión que se encargue de manera interna de estas políticas y el cumplimiento de esta gestión. Así mismo una vez realizada se podría captar el aseguramiento pero a través de la parte externa.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo

Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar agendas de ferias artesanales en el que se exponga la técnica • Medir las necesidades que la sociedad requiera (sector artesanal) y tomar acciones
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar citas de retroalimentación de las actividades • Entregar manuales de funciones • Tratar al trabajador con respeto • Brindar un ambiente seguro con un buen entorno laboral
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Entregar al cliente el producto que el escoja. • Ponerse en el lugar del cliente • Dar sugerencias al cliente para que quede satisfecho con el producto final

Ilustración 24 Estándares de responsabilidad social

Elaborado por: La Autora

6.4.6. Procesos de controles sociales

Los procesos serán verificados y controlados mediante un sistema de cumplimiento de normas y estatutos, estos también incluyen beneficios que el trabajador tenga. También se reforzará esto mediante actividades, seminarios y charlas en las que se aclaren y a la vez intensifiquen sus ganas de trabajar en la compañía.

6.4.7. Certificaciones y Licencias

Dentro de las certificaciones que constan para este tipo de gestión se encuentran la ISO 26000, en la que se recalcan los procesos de los trabajadores y su ambiente laboral, igual que se certifica el cumplimiento de responsabilidad corporativa. La compañía no aplicará para esta norma hasta el crecimiento de la misma en otra ciudad, en donde se tenga que tener un mayor control por el volumen de empleados.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

6.4.8. Presupuesto

No se cuenta con un presupuesto específico ya que las capitaciones no se darán periódicamente. Sin embargo se ha dejado un valor de \$1000 para esta actividad o para alguna emergencia laboral.

6.5. Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

El Balance Scorecard evalúa cada una de las perspectivas que se llegan a cumplir en base a los objetivos y actividades planteados, tanto a largo como a corto plazo. Una vez enfocadas estas perspectivas deben coincidir con la visión general de la compañía.

Ebru Colors centra su atención en crear estrategias para que se llegue a cumplir con la meta, en este caso la visión.

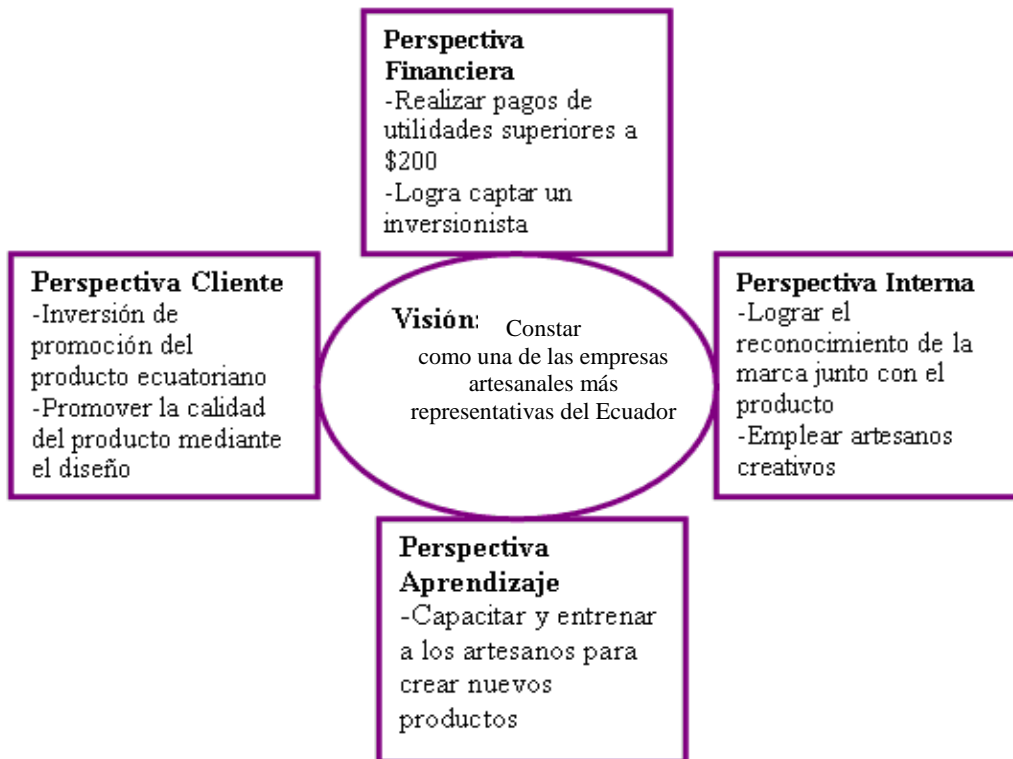


Ilustración 25 Balanced Scorecard

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

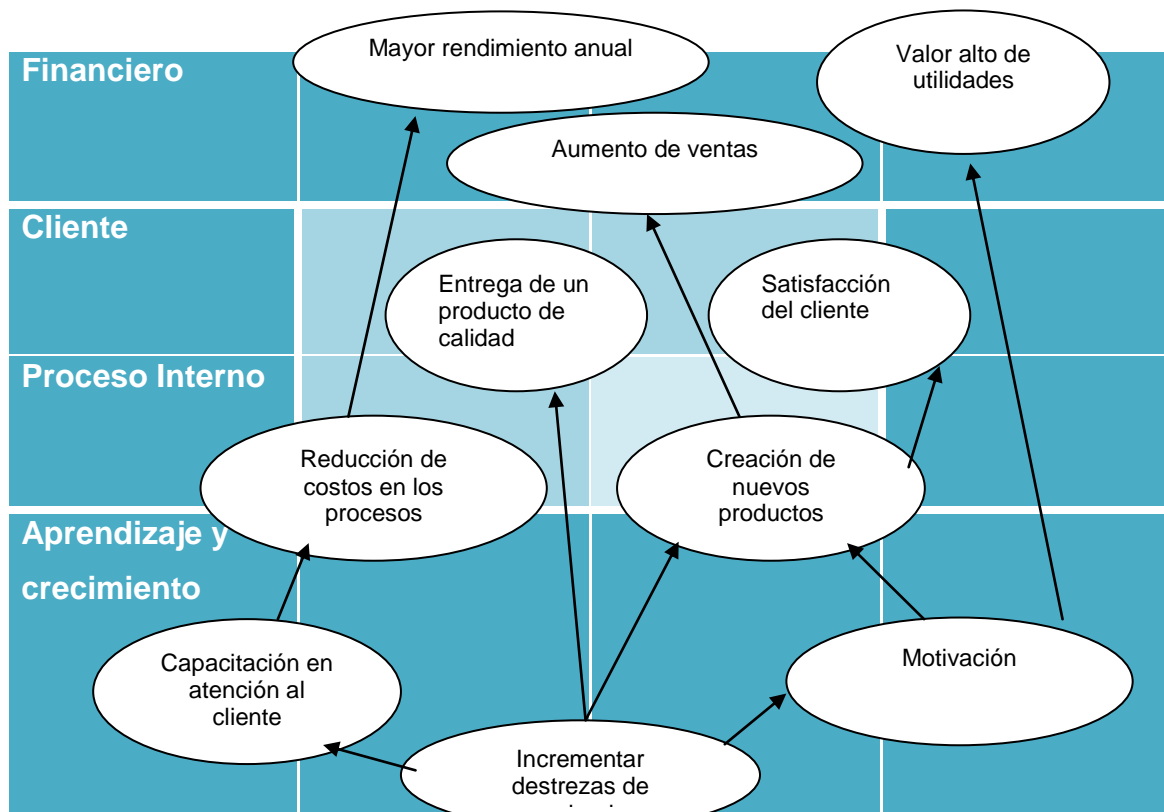


Ilustración 26 Mapa Estratégico

Elaborado por: La Autora

6.6. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

La exportación aun no es considerada como un plan a corto plazo, por lo que esto no ha sido considerado en este plan operativo.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO TRIBUTARIO

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1. Fija

Para la inversión de esta compañía se ha considerado activos fijos los cuales van a permanecer en la empresa como una posesión. Entre los que constan: muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación, y en la parte de publicidad los letreros serán considerados dentro de este grupo.

7.1.1.2. Diferida

Dentro de este tipo de inversión Ebru Colors ha considerado los gastos de instalación y constitución, los seguros que se pagan de manera anticipada y la publicidad. Estos son considerados debido que es un bien no tangible.

7.1.1.3. Corriente

En este tipo de inversión se tiene al capital de trabajo el cual estará conformado por la suma de los gastos administrativos (sueldos, salarios, alquiler), los gastos varios (seguros mensuales, publicidad) y los gastos de ventas (materia prima); de dos meses, para que en casos de emergencia estos valores sean cubiertos de manera prioritarios. Cabe recalcar que no se han incluido los valores de la depreciación de los activos fijos, ni de la amortización de los activos diferidos, ya que estos no constan como una salida real de capital.

A continuación se detalla la clasificación de esta inversión con sus respectivos valores y rubros con la que esta compañía llevará acabo al iniciar sus actividades:

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Inversión INICIAL					
#	Descripción	Costo U.	No.	Total	%
1	Gastos de constitución e instalación			\$ 2,748.00	100.00%
2	Constitución de la Cía.	800.00	1	\$ 800.00	29.11%
3	IEPI: Tasa de servicio, Tasa por registro de marca, emisión de título	116.00	1	\$ 116.00	4.22%
4	Alquiler Isla (Garantía)	900.00	2	\$ 1,800.00	65.50%
5	Permiso de Bomberos	32.00	1	\$ 32.00	1.16%
6	Seguro			\$ 230.00	100.00%
7	Prima Inicial	230.00	1	\$ 230.00	100.00%
8	Muebles y Enseres			\$ 6,625.00	100.00%
10	Muebles de local comercial			\$ 805.00	12.15%
11	Modulares de madera	65.00	4	\$ 260.00	3.92%
12	Vitrinas	100.00	2	\$ 200.00	3.02%
13	Espejos	45.00	3	\$ 135.00	2.04%
14	Silla	40.00	1	\$ 40.00	0.60%
15	Luces y cableados	110.00	1	\$ 110.00	1.66%
16	Ganchos	50.00	1.2	\$ 60.00	0.91%
17	Muebles de oficina			\$ 5,820.00	87.85%
18	Escritorios	200.00	6	\$ 1,200.00	18.11%
19	Sillas oficinas	40.00	20	\$ 800.00	12.08%
20	Mesas	650.00	2	\$ 1,300.00	19.62%
21	Anaqueles Móviles	80.00	4	\$ 320.00	4.83%
22	Closets o estanterías	250.00	2	\$ 500.00	7.55%
23	Máquinas de coser	850.00	2	\$ 1,700.00	25.66%
24	Equipos de Oficina			\$ 1,650.00	100.00%
25	Caja registradora	170.00	1	\$ 170.00	10.30%
26	Teléfonos	60.00	3	\$ 180.00	10.91%
27	Celular	100.00	2	\$ 200.00	12.12%
28	Acondicionador de aire	550.00	2	\$ 1,100.00	66.67%
29	Equipos de Computación			\$ 3,020.00	100.00%
30	Laptop	450.00	6	\$ 2,700.00	89.40%
31	Impresora	160.00	2	\$ 320.00	10.60%
32	Publicidad			\$ 690.00	100.00%
33	Lanzamiento	250.00	1	\$ 250.00	36.23%
34	Letreros	40.00	2	\$ 80.00	11.59%
35	Material Pop	360.00	1	\$ 360.00	52.17%
Total				\$ 14,963.00	
Capital de trabajo				\$ 19,975.53	

Inversión Inicial Total	\$ 34,938.53
--------------------------------	---------------------

Tabla 13 Inversión Inicial

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

Las fuentes de financiamiento serán de carácter propio (accionistas), con el 30% de la inversión inicial total; y de un préstamo al banco CFN, en el que en estos momentos posee una tasa de interés del 11.5% el cual ha sido aprovechada por este negocio, tomando el 70% del capital necesario de la inversión inicial total.

ESTRUCTURA DE CAPITAL	VALOR	%
Préstamo	\$ 24,456.97	70%
Otros	\$ 10,481.56	30%
TOTAL A FINACIAR	\$ 34,938.53	100%

Tabla 14 Fuentes de Financiamiento

Elaborado por: La Autora

Y en la siguiente tabla se determinan los parámetros a los que se rige este financiamiento:

DATOS PARA EL FINANCIAMIENTO			
PRÉSTAMO	K	24,456.97	
INTERESES	i	11.20%	11.20%
PERIODOS	m	60	
ANUAL	n	0	
PERÍODOS DE GRACIA	pg	0	
nm		0	
i/m		0.00000	
PAGOS		\$ 534.20	

Tabla 15 Datos del financiamiento

Elaborado por: La Autora

7.1.3. Tabla de Amortización

El valor a amortizar es de \$24,456.97 el cual se irá amortizando en 5 años con pagos de \$534.20, mostrados ya en la Tabla 16

En la presente tabla de amortización, se describen los intereses a pagar y capital a pagar de cada año. Se describen por meses debido a que debe ser considerado como una salida de capital mensual.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

PERIODOS	SALDO DE CAPITAL INICIAL	PAGO	CAPITAL	INTERESES	SALDO DE CAPITAL FINAL		
0	\$ 24,456.97				\$ 24,456.97		
1	\$ 24,456.97	\$ 534.20	\$ 305.93	\$ 228.27	\$ 24,151.04		
2	\$ 24,151.04	\$ 534.20	\$ 308.79	\$ 225.41	\$ 23,842.25		
3	\$ 23,842.25	\$ 534.20	\$ 311.67	\$ 222.53	\$ 23,530.58		
4	\$ 23,530.58	\$ 534.20	\$ 314.58	\$ 219.62	\$ 23,216.00		
5	\$ 23,216.00	\$ 534.20	\$ 317.51	\$ 216.68	\$ 22,898.49		
6	\$ 22,898.49	\$ 534.20	\$ 320.48	\$ 213.72	\$ 22,578.01		
7	\$ 22,578.01	\$ 534.20	\$ 323.47	\$ 210.73	\$ 22,254.55		
8	\$ 22,254.55	\$ 534.20	\$ 326.49	\$ 207.71	\$ 21,928.06		
9	\$ 21,928.06	\$ 534.20	\$ 329.53	\$ 204.66	\$ 21,598.52		
10	\$ 21,598.52	\$ 534.20	\$ 332.61	\$ 201.59	\$ 21,265.91	AÑO 1	
11	\$ 21,265.91	\$ 534.20	\$ 335.71	\$ 198.48	\$ 20,930.20	INTERÉS	CAPITAL
12	\$ 20,930.20	\$ 534.20	\$ 338.85	\$ 195.35	\$ 20,591.35	\$ 2,544.74	\$ 3,865.62
13	\$ 20,591.35	\$ 534.20	\$ 342.01	\$ 192.19	\$ 20,249.34		
14	\$ 20,249.34	\$ 534.20	\$ 345.20	\$ 188.99	\$ 19,904.14		
15	\$ 19,904.14	\$ 534.20	\$ 348.42	\$ 185.77	\$ 19,555.71		
16	\$ 19,555.71	\$ 534.20	\$ 351.68	\$ 182.52	\$ 19,204.04		
17	\$ 19,204.04	\$ 534.20	\$ 354.96	\$ 179.24	\$ 18,849.08		
18	\$ 18,849.08	\$ 534.20	\$ 358.27	\$ 175.92	\$ 18,490.81		
19	\$ 18,490.81	\$ 534.20	\$ 361.62	\$ 172.58	\$ 18,129.19		
20	\$ 18,129.19	\$ 534.20	\$ 364.99	\$ 169.21	\$ 17,764.20		
21	\$ 17,764.20	\$ 534.20	\$ 368.40	\$ 165.80	\$ 17,395.80		
22	\$ 17,395.80	\$ 534.20	\$ 371.84	\$ 162.36	\$ 17,023.97	AÑO 2	
23	\$ 17,023.97	\$ 534.20	\$ 375.31	\$ 158.89	\$ 16,648.66	INTERÉS	CAPITAL
24	\$ 16,648.66	\$ 534.20	\$ 378.81	\$ 155.39	\$ 16,269.85	\$ 2,088.86	\$ 4,321.50
25	\$ 16,269.85	\$ 534.20	\$ 382.34	\$ 151.85	\$ 15,887.51		
26	\$ 15,887.51	\$ 534.20	\$ 385.91	\$ 148.28	\$ 15,501.60		
27	\$ 15,501.60	\$ 534.20	\$ 389.51	\$ 144.68	\$ 15,112.08		
28	\$ 15,112.08	\$ 534.20	\$ 393.15	\$ 141.05	\$ 14,718.93		
29	\$ 14,718.93	\$ 534.20	\$ 396.82	\$ 137.38	\$ 14,322.11		
30	\$ 14,322.11	\$ 534.20	\$ 400.52	\$ 133.67	\$ 13,921.59		
31	\$ 13,921.59	\$ 534.20	\$ 404.26	\$ 129.93	\$ 13,517.33		
32	\$ 13,517.33	\$ 534.20	\$ 408.03	\$ 126.16	\$ 13,109.29		
33	\$ 13,109.29	\$ 534.20	\$ 411.84	\$ 122.35	\$ 12,697.45		
34	\$ 12,697.45	\$ 534.20	\$ 415.69	\$ 118.51	\$ 12,281.76	AÑO 3	
35	\$ 12,281.76	\$ 534.20	\$ 419.57	\$ 114.63	\$ 11,862.19	INTERÉS	CAPITAL
36	\$ 11,862.19	\$ 534.20	\$ 423.48	\$ 110.71	\$ 11,438.71	\$ 1,579.22	\$ 4,831.14
37	\$ 11,438.71	\$ 534.20	\$ 427.44	\$ 106.76	\$ 11,011.28		
38	\$ 11,011.28	\$ 534.20	\$ 431.42	\$ 102.77	\$ 10,579.85		
39	\$ 10,579.85	\$ 534.20	\$ 435.45	\$ 98.75	\$ 10,144.40		
40	\$ 10,144.40	\$ 534.20	\$ 439.52	\$ 94.68	\$ 9,704.89		
41	\$ 9,704.89	\$ 534.20	\$ 443.62	\$ 90.58	\$ 9,261.27		
42	\$ 9,261.27	\$ 534.20	\$ 447.76	\$ 86.44	\$ 8,813.51		
43	\$ 8,813.51	\$ 534.20	\$ 451.94	\$ 82.26	\$ 8,361.57		
44	\$ 8,361.57	\$ 534.20	\$ 456.16	\$ 78.04	\$ 7,905.42		
45	\$ 7,905.42	\$ 534.20	\$ 460.41	\$ 73.78	\$ 7,445.01		
46	\$ 7,445.01	\$ 534.20	\$ 464.71	\$ 69.49	\$ 6,980.30	AÑO 4	
47	\$ 6,980.30	\$ 534.20	\$ 469.05	\$ 65.15	\$ 6,511.25	INTERÉS	CAPITAL

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

48	\$ 6,511.25	\$ 534.20	\$ 473.42	\$ 60.77	\$ 6,037.82	\$ 1,009.47	\$ 5,400.89		
49	\$ 6,037.82	\$ 534.20	\$ 477.84	\$ 56.35	\$ 5,559.98				
50	\$ 5,559.98	\$ 534.20	\$ 482.30	\$ 51.89	\$ 5,077.68				
51	\$ 5,077.68	\$ 534.20	\$ 486.80	\$ 47.39	\$ 4,590.87				
52	\$ 4,590.87	\$ 534.20	\$ 491.35	\$ 42.85	\$ 4,099.53				
53	\$ 4,099.53	\$ 534.20	\$ 495.93	\$ 38.26	\$ 3,603.59				
54	\$ 3,603.59	\$ 534.20	\$ 500.56	\$ 33.63	\$ 3,103.03				
55	\$ 3,103.03	\$ 534.20	\$ 505.23	\$ 28.96	\$ 2,597.79				
56	\$ 2,597.79	\$ 534.20	\$ 509.95	\$ 24.25	\$ 2,087.84				
57	\$ 2,087.84	\$ 534.20	\$ 514.71	\$ 19.49	\$ 1,573.13				
58	\$ 1,573.13	\$ 534.20	\$ 519.51	\$ 14.68	\$ 1,053.62			AÑO 5	
59	\$ 1,053.62	\$ 534.20	\$ 524.36	\$ 9.83	\$ 529.26			INTERÉS	CAPITAL
60	\$ 529.26	\$ 534.20	\$ 529.26	\$ 4.94	\$ 0.00			\$ 372.53	\$ 6,037.82

Tabla 16 Amortización de Capital

Elaborado por: La Autora

7.1.4. Cronograma de Inversiones

En el cronograma de inversiones demuestra el tiempo de compra o de adquisición de los activos y pagos pre-operacionales de la compañía. En qué tiempo se desembolsa la inversión inicial.

Cronograma de Inversiones			
Actividad	Mes 1	Mes 2	Total a invertir
Constitución de la compañía y gastos de instalación	\$ 2,748.00		\$ 2,748.00
Seguro	\$ 230.00		\$ 230.00
Compra de muebles y enseres		\$ 6,625.00	\$ 6,625.00
Equipos de oficina		\$ 1,650.00	
Compra de Equipos de computación		\$ 3,020.00	\$ 3,020.00
Compra de letreros		\$ 80.00	\$ 80.00
Gastos de Publicidad	\$ 610.00		\$ 610.00
Depósito de capital de trabajo		\$ 19,975.53	\$ 19,975.53
	\$ 3,588.00	\$ 31,350.53	\$ 34,938.53

Tabla 17 Cronograma de Inversiones

Elaborado por: La Autora

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos que posee la compañía están divididos entre los costos de administración, los costos varios y los costos financieros. Estos no van a variar, y no dependen de las cantidades que se vendan, es por esto que son llamados fijos.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

7.2.2. Costos Variables

Los costos variables dependen del número de cantidades que se venden en el mes, estos incluyen materia prima y utensilios que van a tomarse en cuenta en el proceso de producción de los bolsos

7.2.2.1. Costos de Producción

Dentro de los costos de producción se han tomado en cuenta la producción de 500 bolsos como base y aparte los costos de utensilios que solamente se cambian cada dos meses.

Aquí también se consideran los sueldos de las personas que llevan a cabo este proceso, en las que constan costureras, diseñadores y el Jefe de producción. Este esta descrito en el Capítulo 6 en la parte de presupuesto.

7.3. Capital de Trabajo

7.3.1. Costos de Operación

Los costos de operación son todos aquellos que se incluyen dentro de la parte operativa del negocio. Ebru Colors a predispuesto que está operación esté conformada por los costos administrativos y de ventas. Para el capital de trabajo, tomarán los rubros de dos meses de operación, sin tomar en cuenta sus depreciaciones y amortizaciones.

7.3.2. Costos Administrativos

En los costos administrativos se consideran los sueldos, salarios, el alquiler de los dos locales que la compañía tiene a cargo, los suministros y servicios que se presenten.

Para el capital de trabajo se toman dos meses de estos valores para incluirlos en su inversión inicial. Ebru Colors los muestra anualmente de la siguiente forma:

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 92,009.56	\$ 99,967.47	\$ 111,009.67	\$ 121,950.05	\$ 133,979.46
ALQUILER	\$ 15,600.00	\$ 16,068.00	\$ 18,876.00	\$ 20,763.60	\$ 22,839.96
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 74,174.56	\$ 81,592.02	\$ 89,751.22	\$ 98,726.34	\$ 108,598.97
Gerente General -Administrativo	\$ 14,394.80	\$ 15,834.28	\$ 17,417.71	\$ 19,159.48	\$ 21,075.43
Jefe de Producción	\$ 12,190.00	\$ 13,409.00	\$ 14,749.90	\$ 16,224.89	\$ 17,847.38
Asistente de Promoción y Ventas	\$ 6,423.60	\$ 7,065.96	\$ 7,772.56	\$ 8,549.81	\$ 9,404.79
Costureras	\$ 18,253.20	\$ 20,078.52	\$ 22,086.37	\$ 24,295.01	\$ 26,724.51
Diseñadores	\$ 11,490.40	\$ 12,639.44	\$ 13,903.38	\$ 15,293.72	\$ 16,823.09
Vendedores	\$ 11,422.56	\$ 12,564.82	\$ 13,821.30	\$ 15,203.43	\$ 16,723.77
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 135.00	\$ 144.45	\$ 154.56	\$ 165.38	\$ 176.96
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN	\$ 660.00	\$ 679.80	\$ 700.19	\$ 721.20	\$ 742.84
Internet	\$ 264.00	\$ 290.40	\$ 319.44	\$ 351.38	\$ 386.52
Celular	\$ 360.00	\$ 396.00	\$ 435.60	\$ 479.16	\$ 527.08
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 1,440.00	\$ 1,483.20	\$ 1,527.70	\$ 1,573.53	\$ 1,620.73

Tabla 18 Costos Administrativos

Elaborado por: La Autora

7.3.3. Costos de Ventas

Los costos de ventas son costos que incluyen exclusivamente al momento de la venta, como su nombre lo indica, en el caso de Ebru Colors, como es considerada una compañía productora sus costos de ventas acapararían los costos de producción más los salarios de los vendedores.

7.3.4. Costos Financieros

Los costos financieros incluyen los intereses del capital financiado por la institución escogida que deben ser cancelados ese año.

Para el capital de trabajo estos no son considerados. A continuación se detallan los valores del interés previsto en 5 años.

GASTOS FINANCIEROS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	\$ 2,544.74	\$ 2,088.86	\$ 1,579.22	\$ 1,009.47	\$ 372.53

Tabla 19 Intereses

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

El precio del producto ha sido determinado por los precios de la industria y de los posibles competidores. Este se dividió en tres productos de los cuales tendrán los siguientes precios:

Producto	Precio Unitario
Bolso Cruzado	\$ 30.00
Bolso Hobo	\$ 30.00
Bolsos personalizados	\$ 35.00

Tabla 20 Precio por producto
Elaborado por: La Autora

Sin embargo, para poder determinar el Mark up, se toma en consideración la diferencia entre estos precios y el costo unitario. Mientras que para el margen de contribución es con cuanto porcentaje del valor de precio estoy incurriendo solamente en costos, esto se muestra en la tabla a continuación:

Producto	Precio Unitario	Costo unitario	Mark up	Margen de contribución
Bolso Cruzado	\$ 30.00	\$ 7.27	\$ 22.73	75.75%
Bolso Hobo	\$ 30.00	\$ 7.27	\$ 22.73	75.75%
Bolsos personalizados	\$ 35.00	\$ 7.27	\$ 27.73	79.22%

Tabla 21 Mark Up y Margen de Contribución
Elaborado por: La Autora

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Ebru Color presenta una proyección de costos y de ingresos anual, en la que se consideran, crecimientos de ventas (6%), crecimientos de costo de venta (3%) y crecimiento de precio de venta (3%). Para estos tres se consideró que sean en base a las dos industrias en las que el negocio debe basarse: Industria textil, y la industria de la moda. En el caso de la industria de la moda, es muy variable pero esta tiende a ascender a casi el 10% y continúa incrementándose. Mientras que la industria textil posee bajas en su crecimiento anual; según la Asociación de Industriales Textiles (AITE) los últimos dos años esta industria presentó un incremento únicamente del 1.2%,

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

esto lo publica Diario Hoy en un estudio que hicieron. Por lo que específicamente para el costo de venta predomina la variación de la industria textilera, mientras que para el precio, mientras más se acrecienta la industria de la moda, el precio si podría subir.

La tabla 22 muestra como son las variaciones y cómo van los ingresos en relación a los costos.

Crecimiento del volumen de ventas anual	6%	Crecimiento del precio de ventas anual	3%	Crecimiento del costo de ventas anual	3%
--	----	---	----	--	----

VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bolso Cruzado	\$ 37,350.00	\$ 40,778.73	\$ 44,522.22	\$ 48,609.36	\$ 53,071.70
Bolso Hobo	\$ 24,900.00	\$ 27,185.82	\$ 29,681.48	\$ 32,406.24	\$ 35,381.13
Bolsos personalizados	\$ 72,625.00	\$ 79,291.98	\$ 86,570.98	\$ 94,518.19	\$ 103,194.96
VENTAS TOTALES	\$ 134,875.00	\$ 147,256.53	\$ 160,774.67	\$ 175,533.79	\$ 191,647.79

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bolso Cruzado	\$ 9,056.63	\$ 9,429.13	\$ 10,294.72	\$ 11,239.78	\$ 12,271.59
Bolso Hobo	\$ 6,037.75	\$ 6,286.09	\$ 6,863.15	\$ 7,493.19	\$ 8,181.06
Bolsos personalizados	\$ 15,094.38	\$ 15,715.22	\$ 17,157.87	\$ 18,732.97	\$ 20,452.65
TOTAL COSTO DE VENTA	\$ 30,188.76	\$ 31,430.43	\$ 34,315.75	\$ 37,465.93	\$ 40,905.30

Tabla 22 Proyecciones de costos y ventas

Elaborado por: La Autora

7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

Los puntos óptimos para determinar la producción, en el caso de esta compañía no han sido considerados en base a sus márgenes más bien han sido determinados por la variación de sus ventas en diferentes meses del año, siempre y cuando dentro de dos meses estos tengan como máximo la capacidad instalada.

7.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio ha sido determinado mediante los costos variables y fijos del negocio. Es decir con cuánto en cantidades se cubren los costos fijos y variables, sin tener ni perdida ni ganancia. Este ha sido determinado mensualmente en base a los costos administrativos y de ventas, también considerando el crecimiento de los mismos

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

en cada época del año. Por lo que el punto de equilibrio en los meses de mayo y diciembre aumentan significativamente, pero siempre dentro del parámetro que ha establecido la capacidad instalada de manera bimestral (750 carteras). En la tabla 23 describe 4066 bolsos anuales, y el punto de equilibrio monetario de \$131,129.09 anual.

ANUAL	
PUNTO DE EQUILIBRIO VOLUMEN TOTAL	4,066
PUNTO EQUILIBRIO MONETARIO TOTAL	\$ 131,129.09

Tabla 23 Punto de Equilibrio Anual

Elaborado por: La Autora

Esto ha sido calculado mensualmente ya que se toma en cuenta la variación de los costos administrativos (costos fijos) en las diferentes épocas del año.

Se emplearon las siguientes fórmulas:

- $\text{Costos fijos} / (\text{Precio Unit} - \text{Costo Variable unitario}) = \text{Pto. Equilibrio Volumen}$
- $\text{Pto Equilibrio Volumen} * \text{Precio Unitario} = \text{Pto Equilibrio Monetario.}$

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

7.5.1. Planificación Tributaria

7.5.1.1. Generalidades (Disposiciones normativas)

El país tiene como política tributaria recaudar todos los impuestos o tributos que estén establecidos bajo la ley. En el caso del Ecuador, el ente que regula el cumplimiento del pago de estos impuestos es el S.R.I. – Servicios de Rentas Internas. Ebru Colors tendrá que cumplir con el pago de los mismos.

7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

Cuando todos los gastos administrativos son presentados ante la ley estos pueden estar en aumento, con el beneficio de pagar un impuesto mínimo, pero a la vez cumplir con el pago justo.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

7.5.1.3. Impuesto a la Renta

En el Ecuador, este impuesto se aplica para las personas naturales y, en este caso, jurídicas, sobre la totalidad de los ingresos gravados en el año. Ebru Colors debe cumplir con este impuesto como sociedad como la que se considera, éste será calculado con la tarifa impositiva del 22% aplicable al año 2013.

La tabla 24 muestra cuales son los valores a pagar anualmente por los ingresos obtenidos del primer año.

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDADES TRABAJADORES	15%	\$ 308.74	\$ 2,065.47	\$ 2,080.51	\$ 2,266.25	\$ 2,458.57
(-) IMPUESTO A LA RENTA	22.00%	\$ 384.90	\$ 2,574.95	\$ 2,593.70	\$ 2,825.26	\$ 3,065.02
UTILIDAD NETA		\$ 1,364.64	\$ 9,129.36	\$ 9,195.84	\$ 10,016.83	\$ 10,866.90

Tabla 24 Impuesto a la Renta
Elaborado por: La Autora

7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

Este impuesto aplica a los bienes y servicios nacionales o importados, el impuesto que existe por la transferencia de dominio de estos bienes o servicios. Existen dos tarifas 0% y 12% y se declara de manera mensual.

7.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales

Este impuesto grava en productos y servicios que están detallados en la Ley de Régimen Tributario Interno. Está toma en consideración el IVA dentro de su cálculo y también son declarados cada mes.

7.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

En el municipio se exigen dos tipos de permisos para el funcionamiento de un negocio, el primero es la patente municipal la cual se debe presentar un certificado y el avalúo del local; y el segundo, es el permiso de bomberos el cual tiene un costo de \$32. Estas dos tasas son imprescindibles para un negocio.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior

Estos impuestos no son aplicables para este negocio, pues Ebru Colors está plenamente nacionalizado y aún no ha planificado una exportación. Sin embargo se hace hincapié que en estos impuestos se incluyen los derechos arancelarios (Ad-Valorem), los impuestos establecidos por leyes especiales (FODINFA, ICE, IVA) y las tasas por los servicios de desaduanización.

7.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

Este impuesto no aplica para este negocio, no existen herencias consideradas como un capital de ingreso.

7.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas

Este impuesto grava el 5% sobre el valor de transacciones y operaciones que el negocio pueda generar, única y exclusivamente en el exterior.

7.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Motorizados

Este impuesto no es aplicable al negocio, puesto que no posee vehículo de su propiedad. Este impuesto se deberá cancelar anualmente y este depende del avalúo del vehículo. Existen un tarifario en el que se indica cual es la fracción básica del avalúo y cuál sería su respectivo porcentaje de impuesto.

7.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales

Este impuesto aplica para las personas naturales y jurídicas que tengan bienes inmuebles bajo su propiedad y sean explotados para fines de lucro. Este impuesto es variable según lo determinado por el SRI.

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General Inicial

En el siguiente balance general inicial muestra el estado inicial de la empresa, en este consta la inversión inicial, el capital de trabajo y el valor que se debe financiar. El

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

total de activos es de \$34,938.53, por lo que el valor a financiar y el capital aportado son equivalentes a este total.

Balance Inicial	
<u>Activos</u>	
Activo Corriente	\$ 19,975.53
Activos Fijos	\$ 11,375.00
Muebles y Enseres	\$ 6,625.00
Equipos de Oficina	\$ 1,650.00
Equipos de Computación	\$ 3,020.00
Letreros	\$ 80.00
Activos Diferidos	\$ 3,588.00
Gastos de constitución e instalación	\$ 2,748.00
Seguros pagados por anticipado	\$ 230.00
Publicidad	\$ 610.00
Total Activos	\$ 34,938.53
<u>Pasivos</u>	
Préstamo	\$ 24,456.97
Total Pasivos	\$ 24,456.97
<u>Patrimonio</u>	
Capital	\$ 10,481.56
Total Patrimonio	\$ 10,481.56
Total Pasivos + Patrimonio	\$ 34,938.53

Tabla 25 Balance Inicial

Elaborado por: La Autora

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias se ha realizado mensual (*Tabla 26*) y anualmente, esto para tener una idea de la variación de los ingresos y costos de cada mes, ya que como se ha explicado antes, en ciertos meses es probable tener un mayor número de ingresos y en otros meses es más probable tener mayor desembolso de dinero (Ej. sueldos, décimos).

Tampoco se ha considerado mensualmente el impuesto a la renta a pagar ni los valores de reparticiones de utilidad a los empleados. Se consideran de manera anual.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS												
VENTAS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ventas bolsos estándar	\$ 3,240.00	\$ 3,060.00	\$ 3,060.00	\$ 2,970.00	\$ 3,330.00	\$ 2,970.00	\$ 3,060.00	\$ 2,880.00	\$ 2,970.00	\$ 3,060.00	\$ 3,330.00	\$ 3,420.00
Ventas bolsos personalizados	\$ 8,460.00	\$ 7,990.00	\$ 7,990.00	\$ 7,755.00	\$ 8,695.00	\$ 7,755.00	\$ 7,990.00	\$ 7,520.00	\$ 7,755.00	\$ 7,990.00	\$ 8,695.00	\$ 8,930.00
TOTAL VENTAS	\$ 11,700.00	\$ 11,050.00	\$ 11,050.00	\$ 10,725.00	\$ 12,025.00	\$ 10,725.00	\$ 11,050.00	\$ 10,400.00	\$ 10,725.00	\$ 11,050.00	\$ 12,025.00	\$ 12,350.00
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 2,618.78	\$ 2,473.30	\$ 2,473.30	\$ 2,400.55	\$ 2,691.53	\$ 2,400.55	\$ 2,473.30	\$ 2,327.81	\$ 2,400.55	\$ 2,473.30	\$ 2,691.53	\$ 2,764.27
UTILIDAD BRUTA	\$ 9,081.22	\$ 8,576.70	\$ 8,576.70	\$ 8,324.45	\$ 9,333.47	\$ 8,324.45	\$ 8,576.70	\$ 8,072.19	\$ 8,324.45	\$ 8,576.70	\$ 9,333.47	\$ 9,585.73
(-) GASTOS ADMINISTRACIÓN	\$ 7,177.38	\$ 7,177.38	\$ 10,357.38	\$ 7,177.38	\$ 7,177.38	\$ 7,177.38	\$ 7,177.38	\$ 7,177.38	\$ 7,177.38	\$ 7,177.38	\$ 7,177.38	\$ 11,363.38
Alquiler	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00
Sueldos y Salarios	\$ 5,567.38	\$ 5,567.38	\$ 8,747.38	\$ 5,567.38	\$ 5,567.38	\$ 5,567.38	\$ 5,567.38	\$ 5,567.38	\$ 5,567.38	\$ 5,567.38	\$ 5,567.38	\$ 9,753.38
Gerente General - Administrativo	\$ 1,103.90	\$ 1,103.90	\$ 1,421.90	\$ 1,103.90	\$ 1,103.90	\$ 1,103.90	\$ 1,103.90	\$ 1,103.90	\$ 1,103.90	\$ 1,103.90	\$ 1,103.90	\$ 1,933.90
Jefe de Producción	\$ 931.00	\$ 931.00	\$ 1,249.00	\$ 931.00	\$ 931.00	\$ 931.00	\$ 931.00	\$ 931.00	\$ 931.00	\$ 931.00	\$ 931.00	\$ 1,631.00
Asistente de Promoción y Ventas	\$ 478.80	\$ 478.80	\$ 796.80	\$ 478.80	\$ 478.80	\$ 478.80	\$ 478.80	\$ 478.80	\$ 478.80	\$ 478.80	\$ 478.80	\$ 838.80
Costureras	\$ 1,356.60	\$ 1,356.60	\$ 2,310.60	\$ 1,356.60	\$ 1,356.60	\$ 1,356.60	\$ 1,356.60	\$ 1,356.60	\$ 1,356.60	\$ 1,356.60	\$ 1,356.60	\$ 2,376.60
Diseñadores	\$ 851.20	\$ 851.20	\$ 1,487.20	\$ 851.20	\$ 851.20	\$ 851.20	\$ 851.20	\$ 851.20	\$ 851.20	\$ 851.20	\$ 851.20	\$ 1,491.20
Vendedores	\$ 845.88	\$ 845.88	\$ 1,481.88	\$ 845.88	\$ 845.88	\$ 845.88	\$ 845.88	\$ 845.88	\$ 845.88	\$ 845.88	\$ 845.88	\$ 1,481.88
Servicios básicos	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00
Agua	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00
Luz	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Teléfono	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Servicios de comunicación	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00
Internet	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00
Celular	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Suministros de Oficina	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
(-) OTROS GASTOS	\$ 92.00	\$ 502.00	\$ 442.00	\$ 432.00	\$ 572.00	\$ 422.00	\$ 482.00	\$ 432.00	\$ 432.00	\$ 502.00	\$ 622.00	\$ 582.00
Publicidad	\$ 0.00	\$ 180.00	\$ 120.00	\$ 110.00	\$ 250.00	\$ 100.00	\$ 160.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 180.00	\$ 300.00	\$ 260.00
Gastos de vehículos	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Seguros	\$ 0.00	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00
Alicuotas	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00
(-)Amortización	\$ 59.80	\$ 59.80	\$ 59.80	\$ 59.80	\$ 59.80	\$ 59.80	\$ 59.80	\$ 59.80	\$ 59.80	\$ 59.80	\$ 59.80	\$ 59.80
(-)Depreciación	\$ 153.51	\$ 153.51	\$ 153.51	\$ 153.51	\$ 153.51	\$ 153.51	\$ 153.51	\$ 153.51	\$ 153.51	\$ 153.51	\$ 153.51	\$ 153.51
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 1,598.53	\$ 684.02	\$ 2,435.98	\$ 501.76	\$ 1,370.79	\$ 511.76	\$ 704.02	\$ 249.51	\$ 501.76	\$ 684.02	\$ 1,320.79	\$ 2,572.96
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 228.27	\$ 225.41	\$ 222.53	\$ 219.62	\$ 216.68	\$ 213.72	\$ 210.73	\$ 207.71	\$ 204.66	\$ 201.59	\$ 198.48	\$ 195.35
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1,370.27	\$ 458.61	\$ 2,658.51	\$ 282.14	\$ 1,154.11	\$ 298.04	\$ 493.29	\$ 41.80	\$ 297.10	\$ 482.43	\$ 1,122.31	\$ 2,768.31

Tabla 26 Estado de Resultados Mensual

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Es por esto que en el primer año de actividades Ebru Colors obtiene una utilidad antes de impuestos de \$2058.28, la cual se espera sea acrecentada en los años futuros, considerando las tasas de crecimiento antes mencionadas. Luego en el estado de pérdidas y ganancias anuales (*Tabla 27*), se observan utilidades muchos mayores los siguientes años.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas bolsos estándar		\$ 62,250.00	\$ 67,964.55	\$ 74,203.70	\$ 81,015.59	\$ 88,452.83
Ventas bolsos personalizados		\$ 72,625.00	\$ 79,291.98	\$ 86,570.98	\$ 94,518.19	\$ 103,194.96
TOTAL VENTAS		\$ 134,875.00	\$ 147,256.53	\$ 160,774.67	\$ 175,533.79	\$ 191,647.79
(-) COSTO DE VENTAS		\$ 30,188.76	\$ 31,430.43	\$ 34,315.75	\$ 37,465.93	\$ 40,905.30
UTILIDAD BRUTA		\$ 104,686.24	\$ 115,826.09	\$ 126,458.93	\$ 138,067.86	\$ 150,742.49
(-) GASTOS ADMINISTRACIÓN		\$ 92,009.56	\$ 99,967.47	\$ 111,009.67	\$ 121,950.05	\$ 133,979.46
(-) OTROS GASTOS		\$ 5,514.00	\$ 5,679.42	\$ 5,849.80	\$ 6,025.30	\$ 6,206.06
(-) Amortización		\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60
(-) Depreciación		\$ 1,842.07	\$ 1,842.07	\$ 1,842.07	\$ 835.50	\$ 835.50
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 4,603.01	\$ 7,619.54	\$ 7,039.79	\$ 8,539.41	\$ 9,003.87
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$ 2,544.74	\$ 2,088.86	\$ 1,579.22	\$ 1,009.47	\$ 372.53
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 2,058.28	\$ 13,769.77	\$ 13,870.04	\$ 15,108.34	\$ 16,390.50
UTILIDADES TRABAJADORES	15%	\$ 308.74	\$ 2,065.47	\$ 2,080.51	\$ 2,266.25	\$ 2,458.57
(-) IMPUESTO A LA RENTA	22.00%	\$ 384.90	\$ 2,574.95	\$ 2,593.70	\$ 2,825.26	\$ 3,065.02
UTILIDAD NETA		\$ 1,364.64	\$ 9,129.36	\$ 9,195.84	\$ 10,016.83	\$ 10,866.90

Tabla 27 Estado de Resultados Anual

Elaborado por: La Autora

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

El flujo proyectado representa la cantidad de dinero que realmente queda en la empresa. A esto se le aumentan las depreciaciones y amortizaciones ya que contablemente estas son consideradas como gastos, pero no es una salida real de efectivo. La recuperación del capital de trabajo y los valores de desecho también se muestran a continuación:

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

FLUJO DE EFECTIVO						
	I.I	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		\$ 1,364.64	\$ 9,129.36	\$ 9,195.84	\$ 10,016.83	\$ 10,866.90
Recuperación de activos						\$ 4,177.80
(-) Amortización de Capital		\$ 3,865.62	\$ 4,321.50	\$ 4,831.14	\$ 5,400.89	\$ 6,037.82
(+) Depreciación		\$ 1,842.07	\$ 1,842.07	\$ 1,842.07	\$ 835.50	\$ 835.50
(+) Amortización		\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60
Capital de trabajo						\$ 19,975.53
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 10,481.56	\$ 58.68	\$ 7,367.52	\$ 6,924.36	\$ 6,169.04	\$ 30,535.50

Tabla 28 Flujo de Efectivo Proyectado

Elaborado por: La Autora

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1. TMAR

La tasa mínima aceptable requerida se obtuvo bajo el costo de oportunidad de los inversionistas de la siguiente manera: Tasa de inflación (4.58%) + Tasa pasiva bancaria (4.6%) + Riesgo [Tasa inflación (4.58%) * Tasa pasiva bancaria (4.6%)] (Banco Central del Ecuador, 2013). En este caso, la TMAR a considerar fue de 9.39%.

7.6.2.1.1.2. VAN

El valor actual neto de este negocio es el resultado de todos los ingresos y egresos futuros, para luego de descontar la inversión inicial. En este caso quedó un valor a favor de los inversores (\$24,821.09) adicional a la TIR que se alcanzará con el negocio.

7.6.2.1.1.3. TIR

La TIR es la máxima tasa de descuento que un negocio pueda tener para que este sea rentable. Para ésta se considera solamente la inversión puesta por los accionistas, y los flujos proyectados. En este caso Ebru Colors, ha llegado a alcanzar el 50% en la TIR.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

7.6.2.1.1.4. PAYBACK

Una vez registrada la TMAR se puede sacar el número de años en lo que se recuperaría la inversión, tal es el caso que esta compañía en el quinto año ya podría recuperar la inversión

TIEMPO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO			
PERIODO	FLUJOS	VP FLUJOS	ACUMULADO
0	\$ (10,481.56)		0
1	\$ 58.68	\$53.65	\$ 53.65
2	\$ 7,367.52	\$6,156.88	\$ 6,210.53
3	\$ 6,924.36	\$5,289.80	\$ 11,500.33
4	\$ 6,169.04	\$4,308.21	\$ 15,808.53
5	\$ 30,535.50	\$19,494.11	\$ 35,302.64

Tabla 29 Payback
Elaborado por: La Autora

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

7.7.1. Productividad

Dentro de la producción los cambios significativos pueden depender de la cantidad de personas o trabajadores que se dediquen a la actividad, así mismo depende del costo de producción. En el caso en el que se aumenten tres personas más (costurera, diseño y vendedor) el costo aumentaría pero la producción incrementaría y habría más capacidad de instalación, a lo que se adhiere mayores ingresos. Este es el caso optimista:

Inversión Inicial (Accionistas)	\$ (11,679.78)
TMAR=	9.39%
TIR=	65%
VAN=	\$ 37,124.89

Tabla 30 Análisis de la TIR en escenario optimista

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Mientras que en el caso negativo cuando el número de empleados aumente pero el crecimiento de las ventas no es relativo a la capacidad de producción. Las utilidades bajan y la TIR caería en negativo con el -2%.

Inversión Inicial (Accionistas)	\$ (11,679.78)
TMAR=	9.39%
TIR=	-2%
VAN=	\$ (8,284.38)

Tabla 31 Análisis de la TIR en escenario pesimista

Elaborado por: La Autora

Esto aumentando el 25% de su capacidad instalada es decir de 375 a 500.

7.7.2. Precio Mercado Externo

El mercado externo puede disminuir su precio, por lo que las importaciones aumentarían y el precio del producto se tendría que equipar con este. Este es el caso de un escenario negativo. Si el precio bajase al 2% de lo propuesto en el crecimiento de las ventas, y los costos sólo aumenta el 1%. Sólo se obtendría ganancias los dos primeros años.

FLUJO DE EFECTIVO						
	I.I	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		\$ 1,364.64	\$ 4,794.61	-\$ 26.90	-\$ 4,703.06	-\$ 10,020.47
Recuperación de activos						\$ 4,177.80
(-) Amortización de Capital		\$ 3,865.62	\$ 4,321.50	\$ 4,831.14	\$ 5,400.89	\$ 6,037.82
(+) Depreciación		\$ 1,842.07	\$ 1,842.07	\$ 1,842.07	\$ 835.50	\$ 835.50
(+) Amortización		\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60
Capital de trabajo						\$ 19,975.53
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 10,481.56	\$ 58.68	\$ 3,032.78	-\$ 2,298.37	-\$ 8,550.85	\$ 9,648.13

Tabla 32 Flujo de Efectivo escenario pesimista

Elaborado por: La Autora

En escenario en el que el precio del mercado dé para aumentarlo en un 5% con aumento de costos de sólo el 3%. Se obtendría una TIR del 67%.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Inversión Inicial (Accionistas)	\$	(10,481.56)	
TMAR=		9.39%	
TIR=		67%	
VAN=	\$	40,911.64	

Tabla 33 Análisis de la TIR escenario optimista

7.7.3. Costo de Mat **Elaborado por: La Autora**

En el caso de que los costos de la materia prima aumenten un 5%, esto afectaría a las ventas y por tanto la inversión no podrá ser recuperada antes del quinto año. Este sería en el caso de un escenario negativo.

TIEMPO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO			
PERIODO	FLUJOS	VP FLUJOS	ACUMULADO
0	\$ (10,529.38)		0
1	\$ (774.26)	-\$707.79	\$ 707.79
2	\$ 6,611.87	\$5,525.40	\$ 4,817.61
3	\$ 6,100.94	\$4,660.75	\$ 9,478.36
4	\$ 5,271.62	\$3,681.48	\$ 13,159.84
5	\$ 29,716.68	\$18,971.37	\$ 32,131.21

Tabla 34 Payback escenario pesimista

Elaborado por: La Autora

7.7.4. Costo de Suministros y Servicios

Dentro de los crecimientos en estos rubros se han considerado un porcentaje alto, por lo que esto no se toma como perjudicial para la compañía.

7.7.5. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

La tasa de interés es importante considerar debido a que el 70% de su inversión es financiada. Si este aumentase a 15%, los pagos de capital mensual aumentarían a \$581.83, con el siguiente pago de interés anual:

GASTOS FINANCIEROS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	\$ 3,430.98	\$ 2,860.15	\$ 2,197.55	\$ 1,428.44	\$ 535.68

Tabla 35 Gastos Financieros con una tasa de 15%

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Haciendo que el flujo tenga un decremento el primer año dando en un escenario negativo, \$214.25 en contra de lo que se espera.

FLUJO DE EFECTIVO						
	I.I	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		\$ 777.06	\$ 8,617.99	\$ 8,785.88	\$ 9,739.05	\$ 10,758.73
Recuperación de activos						\$ 4,177.80
(-) Amortización de Capital		\$ 3,550.97	\$ 4,121.80	\$ 4,784.40	\$ 5,553.52	\$ 6,446.27
(+) Depreciación		\$ 1,842.07	\$ 1,842.07	\$ 1,842.07	\$ 835.50	\$ 835.50
(+) Amortización		\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60	\$ 717.60
Capital de trabajo						\$ 19,975.53
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 10,481.56	-\$ 214.25	\$ 7,055.85	\$ 6,561.14	\$ 5,738.64	\$ 30,018.89

Tabla 36 Flujo de Efectivo con Interés a un tasa de 15%

Elaborado por: La Autora

Si la tasa baja a 10% como mínimo, presentaría pagos de \$519.64 con los siguientes gastos financieros anuales, haciendo que la TIR aumente el 1% del escenario esperado:

GASTOS FINANCIEROS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	\$ 2,267.07	\$ 1,851.51	\$ 1,392.43	\$ 885.28	\$ 325.03

Tabla 37 Gastos Financieros a una tasa de 10%

Elaborado por: La Autora

Inversión Inicial (Accionistas)	\$ (10,481.56)
TMAR=	9.39%
TIR=	51%
VAN=	\$ 25,253.85

Tabla 38 Análisis de la TIR a una tasa de Interés del 10%

Elaborado por: La Autora

Para las proyecciones generales del trabajo final ha considerado un escenario muy conservador.

7.8. Balance General

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

El balance general representa lo que la compañía posee en ese momento, al final de su primer año de actividad. Este se registra también proyectado, para observar el detalle de cada uno de los rubros de la estructura del capital.

Balance General					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Activos</u>					
Activo Corriente	\$ 20,034.21	\$ 27,401.74	\$ 34,326.10	\$ 40,495.14	\$ 71,030.64
Activo Fijo	\$ 9,532.93	\$ 7,690.87	\$ 5,848.80	\$ 5,013.30	\$ 4,177.80
Muebles y Enseres	\$ 6,625.00	\$ 6,625.00	\$ 6,625.00	\$ 6,625.00	\$ 6,625.00
Equipos de Oficina	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00
Equipos de Computación	\$ 3,020.00	\$ 3,020.00	\$ 3,020.00	\$ 3,020.00	\$ 3,020.00
Letreros	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Depreciaciones acumuladas (-)	-\$ 1,842.07	-\$ 3,684.13	-\$ 5,526.20	-\$ 6,361.70	-\$ 7,197.20
Activo Diferido	\$ 2,870.40	\$ 2,152.80	\$ 1,435.20	\$ 717.60	\$ 0.00
Gastos de constitución e instalación	\$ 2,748.00	\$ 2,748.00	\$ 2,748.00	\$ 2,748.00	\$ 2,748.00
Seguros pagados por anticipado	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00	\$ 230.00
Publicidad	\$ 610.00	\$ 610.00	\$ 610.00	\$ 610.00	\$ 610.00
Amortizaciones acumuladas (-)	-\$ 717.60	-\$ 1,435.20	-\$ 2,152.80	-\$ 2,870.40	-\$ 3,588.00
Total Activos	\$ 32,437.55	\$ 37,245.40	\$ 41,610.10	\$ 46,226.04	\$ 75,208.45
<u>Pasivos</u>					
Pasivos Corrientes	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Pasivos Fijos	\$ 20,591.35	\$ 16,269.85	\$ 11,438.71	\$ 6,037.82	\$ 0.00
Pasivos LP	\$ 20,591.35	\$ 16,269.85	\$ 11,438.71	\$ 6,037.82	\$ 0.00
Total Pasivos	\$ 20,591.35	\$ 16,269.85	\$ 11,438.71	\$ 6,037.82	\$ 0.00
<u>Patrimonio</u>					
Capital	\$ 10,481.56	\$ 10,481.56	\$ 10,481.56	\$ 10,481.56	\$ 14,659.36
Utilidades	\$ 1,364.64	\$ 9,129.36	\$ 9,195.84	\$ 10,016.83	\$ 10,866.90
Utilidades retenidas	\$ 0.00	\$ 1,364.64	\$ 10,493.99	\$ 19,689.83	\$ 29,706.66
Recuperación de capital					\$ 19,975.53
Total Patrimonio	\$ 11,846.19	\$ 20,975.55	\$ 30,171.39	\$ 40,188.22	\$ 75,208.45
Total Pasivos + Patrimonio	\$ 32,437.55	\$ 37,245.40	\$ 41,610.10	\$ 46,226.04	\$ 75,208.45

Tabla 39 Balance General proyectado

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

7.8.1. Razones Financieras

7.8.1.1. Liquidez

Estas razones financieras no se han podido determinar debido a que no existen pasivos corrientes, y Ebru Colors sólo posee un pasivo a largo plazo que sería el préstamo.

7.8.1.2. Gestión

Estas razones son también llamadas operativas o de rotación; sin embargo para esta compañía no aplica para este tipo de análisis, debido a que no existen compras a crédito, ni tampoco un rubro de inventarios.

7.8.1.3. Endeudamiento

En la parte de endeudamiento se han tomado en consideración el nivel de endeudamiento y el apalancamiento que Ebru Colors posee. En la siguiente tabla se muestran los dos ratios considerados; en los que el nivel de endeudamiento va decreciendo a medida del tiempo, y el apalancamiento va de la misma manera, sin tomar en cuenta el primer año en el que la empresa comienza su financiamiento.

				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO								
Nivel de Endeudamiento	=	Pasivos Totales / Activos Totales	=	63.48%	43.68%	27.49%	13.06%	0.00%
Apalancamiento	=	Pasivos Totales / Patrimonio Total	=	1.74	0.78	0.38	0.15	0.00

Tabla 40 Ratios de Endeudamiento

Elaborado por: La Autora

7.8.1.4. Rentabilidad

Los ratios de rentabilidad, miden cuan rentable es la compañía relacionando las utilidades, los activos y el capital aportado.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

En el caso del margen bruto, se puede verificar que el 77.62% de margen se obtiene de las ventas versus los costos.

Por el lado de margen ganado de utilidades sobre las ventas realizadas, en el primer año, presenta solamente el 1.01%. Pero en el resto de los años proyectados se presenta un incremento.

En cuanto al ROA y ROE, este puede verse en el primer año un porcentaje bajo con relación a los activos y al capital aportado. Sin embargo años siguientes debido al porcentaje de crecimiento de ambas industrias se puede promediar entre ROA (22%) y el ROE (30%).

					ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
INDICADORES DE RENTABILIDAD									
Margen Bruto	=	(Ventas Netas - Costo Ventas) / Ventas Netas	=	77.62%	78.66%	78.66%	78.66%	78.66%	78.66%
Margen Neto de Utilidades	=	Utilidad Neta / Ventas Netas	=	1.01%	6.20%	5.72%	5.71%	5.67%	
Rendimiento sobre Activos ROA	=	Utilidad Neta / Activos Totales	=	4.21%	25%	22%	22%	14%	
Rendimiento sobre el Patrimonio ROE	=	Utilidad Neta / Patrimonio	=	11.52%	43.52%	30.48%	24.92%	14.45%	

Tabla 41 Ratios de Rentabilidad

Elaborado por: La Autora

7.9. Conclusión Financiera

Ebru Colors presenta un gran potencial futuro, ya que este proyecta posee dos fuentes de porcentajes de incremento de sus dos industrias: la moda y la textilera. En el primer año, ya que es el inicio de la compañía no se refleja un alto rendimiento, sin embargo Ebru Colors ha destinado, dividido, y organizado sus activos y su aportación de capital de la mejor manera para que en años proyectados pueda verse un notorio incremento de rentabilidad y se pueda sustentar el valor de la inversión. La compañía, tal como se ha presentado, tiene una tasa interna de retorno muy alta (50%) esto en relación a que el inversionista confíe en su entidad bancaria y decida o comenzar la compañía con este excelente prospecto. Es claro que el crecimiento

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

proporcional de un año a otro y habría que saber aprovechar los beneficios que la Industria de la moda ofrece.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Plan de administración del riesgo

8.1.1. Principales riesgos

De acuerdo a lo previsto en la compañía Ebru Colors, está posee una gran acogida y valorización de sus productos en el mercado. Sin embargo se deben recalcar los riesgos que podrían presentarse, para tomar acciones preventivas en los mismos.

Tipo de riesgo	Evento de riesgo
Micro	Capacidad de producción reducida
	Copia del producto por un costo menor.
	Cambio en las tendencias (moda)
	Aumento de la automatización, decremento de lo artesanal
	Competencia extranjera
Macro	Decremento de los valores de la industria
	Decrecimiento de los ingresos de las mujeres
	Impacto de nuevos productos mundiales

Tabla 42 Principales riesgos

Elaborado por: La Autora

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

Estos riesgos deben ser cerciorados en una junta con los respectivos jefes y gerentes en los que se puedan poner claro las diferentes soluciones y acciones que deben ser tomadas al momento en el que este riesgo llegue, es importante también tener un cronograma en el que se especifique cuando aproximadamente podrían ocurrir, y si ocurren dejar registrada la fecha. Esto con el fin de dejar un archivo de los posibles y futuros eventos que ya se han suscitado pero sin embargo que pueden volver a presentarse, con la diferencia de que este puede ser evitado y terminado en menor tiempo.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)

Se citará también a una reunión con todo el personal en los que pueden exponer sus ideas y sus percepciones de las cuales podrían derivar un riesgo, en donde:

1. Se expondrá el riesgo o problema que ha detectado.
2. Los presentes darán sus diferentes ideas y opiniones sobre el origen de este inconveniente
3. Todo será registrado, y a partir de todo lo expuesto se darán las diferentes soluciones para el inconveniente y el cómo se puede contrarrestar
4. Se analizan las ideas expuestas y se darán las diferentes conclusiones para que todo el personal sepa cómo enfrentarse en el momento que ocurra el problema. Incluso se recalcarán los recursos con los que cuenta en la compañía.

8.2. Planeación de la respuesta al riesgo

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

Para que este plan de contingencia tenga un correcto manejo y un buen respaldo con los que se regirá la compañía, deben recalcar las fortalezas y debilidades; presentar un FODA para analizar las estrategias de contrarresto al riesgo y cómo la compañía tomará las medidas de prevención.

8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

El Gerente general es el encargado de hacer revisiones periódicas de todos los riesgos y problemas planteados en las reuniones, estos tendrán que ser evaluados cada dos meses con una tabla básica del 1 al 3 en la que se registre si el riesgo es

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

de calidad alta, media o baja. Esto se registrará también bajo el parámetro de tiempo en el que se dio a conocimiento y el tiempo en el que finalmente fue contrarrestado.

8.2.3. Reporte del riesgo

Este reporte tendrá que llevarlo los jefes de cada área y debe estar pendiente de sus encargados y observar más acerca las actividades y se tomarán notas de las ideas y soluciones generadas en las reuniones.

8.2.4. Estrategias de Salida

Las estrategias se comparan de acuerdo a lo que la empresa posee actualmente y se apalancará de sus procesos más fuertes, en este caso la producción, y con esto incrementar valor a esta etapa. Ser diferenciador en el proceso de producción para entregar un producto de excelente calidad.

8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

El plan de contingencia de Ebru Colors propone identificar los riesgos, luego preparar las estrategias de contravención, se deben desarrollar la estrategia, retroalimentación de los procesos, luego la capacitación de los trabajadores, establecer controles claros y constantes.

Para los casos de los riesgos ya dictados anteriormente se tomarán las siguientes acciones correctivas:

- Capacidad de producción reducida: Debido a que la compañía consta con número disminuido de personas en la confección, se preparará un contrato eventual con una compañía confeccionadora que pueda suplir en el momento de necesidad de aumento de producto.
- Copia del producto por un costo menor: Marcar un punto diferenciador del producto, para que las copias no se vean del todo iguales.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- Cambio en las tendencias (moda): Preparar un control periódico de las nuevas tendencias y lo que en ese momento pueda darle un giro al producto, adaptarlo.
- Aumento de la automatización, decremento de lo artesanal: Incrementar el número de artesanos, para que no sea necesaria el aumento de maquinaria aun y dejar su efecto identificador nacional

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

9. CONCLUSIONES

Una vez analizados los puntos que muestran la situación de macro y micro entorno del negocio. Se puede concluir que debido a los bajos costos y al extremo incremento de las industrias; esta compañía promete ser una empresa con rentabilidad creciente. Y esto se ve demostrado en los resultados reflejados de los objetivos planteados en el inicio de este trabajo:

- Los factores macroeconómicos lograron establecer una fuerte estructura de entrada al mercado, ya que con éstos se pudieron analizar la situación externa que puede afectar a la compañía.
- La demanda demuestra un interés del 10.5% por accesorios textiles, entre estos los bolsos y carteras.
- El estudio del mercado mostró que las mujeres guayaquileñas tienen un nivel de aceptación del producto de casi 32%, esto se deriva de las mujeres encuestadas.
- Gracias a este estudio, se pudieron establecer los estilos de bolsos de mayor acogida para iniciar la producción en la compañía.
- Los precios propuestos por la demanda encuestada, pudieron establecerse ya que los costos son relativamente bajos.
- El plan de marketing dejará mucho interés e incertidumbre al mercado, estableciendo un lugar propicio para la presentación del producto. Fomentará el reconocimiento de la marca en el mercado.
- Los recursos implementados en este plan de mercadeo fueron correctamente presupuestados y utilizados para aumentar el reconocimiento de la marca.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- La introducción de este tipo de producto artesanal; genera el crecimiento de aceptación del producto nacional.
- Se establece que en el quinto año de operación la empresa muestra la recuperación de la inversión, sin embargo la TIR obtenida (50%), hace que este negocio sea atractivo para el flujo del dinero en el tiempo para los inversionistas.
- El valor invertido por los accionistas excede en casi el 50% de lo esperado al inicio del estudio investigativo
- El aumento del personal hace que la capacidad instalada aumente a casi un 33%, teniendo mejores oportunidades de aumentar las ventas en menos de un año.
- La industria textil es variable y esto es conveniente para la compañía, reduce los costos y abarata la mano de obra. La industria de la moda es extremadamente creciente por la compañía apalancará sus ingresos.
- El apoyo de los negocios de inclusión social del sector artesanal se ve muy bien soportados por entidades del estado que vienen cumpliendo con planes de inversión, que benefician en gran proporción a las actividades productivas de esta compañía.
- Un sistema de gestión de calidad conlleva dedicación y tiempo. Debido a esto la compañía logrará establecer uno luego de la recuperación del capital.

Estas conclusiones cumplen con los objetivos planteados en cada uno de los capítulos.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

10.RECOMENDACIONES

Para el mejor manejo y coordinación del negocio se toman en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Aumentar las promociones del producto. Proporcionar el correcto presupuesto en los diferentes meses del año dependiendo del grado de compra en esa época específica.
- Aumentar el presupuesto de capacitación de los empleados. Coordinar grupos de coaching para aumentar el trabajo en equipo.
- Sostener la elaboración artesanal y nacional del producto, para que el negocio sea protegido y ayudado por las diferentes instituciones públicas y entes a favor del sector artesanal
- Incrementar la variedad de productos, con su estilo o con una nueva línea de indumentos textiles; como billeteras, camisetas, etc.
- Permanecer bastante informados sobre las últimas tendencias de moda para llevar al producto de la mano con lo emergente en esta industria y tomar como oportunidad los cambios.
- Tomar en cuenta ideas creativas y novedosas de parte del cliente, llevar un registro para una futura producción de sugerencias del consumidor.
- Llevar un correcto cuidado de la imagen de la compañía empezando con los vendedores, quienes están más cerca de los consumidores. Estar en constante relación con ellos para que puedan reflejar la seriedad de la compañía.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- Considerar cada año el alza de la inflación, para llevar un control financiero real constantemente. Los números de crecimiento de las industrias pueden variar, estos deben ser tomados en las proyecciones de cada año, partiendo de las cifras históricas.
- Gestionar reuniones entre trabajadores y dueños de la compañía, con el único propósito de crear un ambiente laboral basado en la comunicación y el respeto. Debe existir cooperación entre unos y otros, para que el trabajo deba ser correctamente realizado.
- Ampliar las campañas de publicidad en Internet, ya que en el mundo actual está incrementando el acceso a este medio y las vías de comunicación pueden ampliar el alcance del mercado.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 11

FUENTES

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

11. FUENTES

- *Constitución de la República del Ecuador*. (2008). Ecuador.
- AITE. (2011). *Asociación de Industriales Textiles del Ecuador*. Recuperado el Febrero de 2013, de http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=12
- Andes Agencia Pública de noticias del Ecuador y Suramérica. (17 de Junio de 2012). Las familias ecuatorianas incrementaron sus ingresos en el 2012, en un 33.94%. pág. <http://www.andes.info.ec/econom%C3%ADa/4261.html>.
- Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador. (Marzo de 2013). *OPTUR*. Recuperado el 2013, de OPTUR: <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>
- Banco Central del Ecuador. (marzo de 2013). *BCN Banco Central del Ecuador*. Recuperado el mayo de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/>
- Bolsos Ecuador. (2012). *Bolsos Ecuador*. Recuperado el Enero de 2013, de <http://bolsosecuador.com/index.php/productos/bolsos-predisenados>
- Carrillo, D. (2010). *Diagnóstico del Sector Textil y de la Confección*. Guayaquil.
- Cinthia Herrera - PP El Verdadero. (19 de Septiembre de 2011). Guayaquil es la ciudad más poblada, según censo 2010. *PP El Verdadero*, págs. <http://www.ppelverdadero.com.ec/mi-guayaquil/item/guayaquil-es-la-ciudad-mas-poblada-segun-el-censo-2010.html>.
- Comisión de Legislación y Codificación. (2005). *Código de Trabajo*. Guayaquil.
- CONGRESO NACIONAL EL PLENARIO DE LAS COMISIONES LEGISLATIVAS. (2009). *Ley de Mercado de valores*. Guayaquil.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- Contadores Auditores. (2012). *JEZL*. Recuperado el marzo de 2013, de Contadores Auditores Información para la estrategia: http://www.jezl-auditores.com/index.php?option=com_content&view=article&catid=55&id=102&Itemid=71
- Corporación Mucho Mejor si es hecho en Ecuador. (28 de Junio de 2011). *Mucho Mejor Ecuador*. Recuperado el Abril de 2013, de Mucho Mejor Ecuador: <http://www.muchojorecuador.org.ec/estudios-analisis/7+a%C3%B1os+de+gesti%C3%B3n+un+%C3%A9xito/13/>
- Derecho Ecuador. (noviembre de 2005). *Derecho Ecuador.com*. Recuperado el marzo de 2013, de http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=3804
- Día, T. -D. (Dirección). (2012). *Arte Turco Viaja por el mundo* [Película].
- Diario HOY. (29 de Noviembre de 2006). Exportación salva al artesano. *Dirio Hoy*, págs. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/exportacion-salva-al-artesano-251997.html>.
- Diario Hoy. (26 de Enero de 2013). Reducida inversión extranjera en el Ecuador. págs. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/reducida-inversion-extranjera-en-el-ecuador-572546.html>.
- Dirección de Estadística Económica. (2012). *Reporte de Pobreza, Desigualdad y Mercado Laboral*. Banco Central del Ecuador.
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones - Pro Ecuador. (20 de Diciembre de 2012). *ProEcuador*. Recuperado el Abril de 2013, de ProEcuador: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_ARTESANIAS.pdf

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- Ecuador Legal Online. (Enero de 2013). *Ecuador Legal Online*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/decimo-cuarto-sueldo/>
- El Kiosko. (2010). *El Kiosko*. Recuperado el Febrero de 2013, de http://www.elkiosko.com.mx/la_liberacion_femenina.htm
- El Universo. (17 de Noviembre de 2011). Malls y plazas ya suman 45 en Guayaquil y sus alrededores. págs. <http://www.eluniverso.com/2011/11/18/1/1356/malls-plazas-ya-suman-45-guayaquil-sus-alrededores.html>.
- El Universo. (22 de Noviembre de 2012). 8 millones usan internet en Ecuador. págs. <http://www.eluniverso.com/2012/11/22/1/1356/8-millones-usan-internet-ecuador.html>.
- Folgueiras, P. (2009). Métodos y Técnicas de recogida y análisis de información cualitativa. http://www.fvet.uba.ar/postgrado/especialidad/power_taller.pdf. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Barcelona.
- Galen Berry. (2010). *Galen Berry's Marbling*. Recuperado el Febrero de 2013, de Galen Berry's Marbling: <http://marbleart.us/WhatisMarbling.htm>
- Index Mundi. (2012). *Index Mundi*. Recuperado el abril de 2013, de Ecuador Perfil Población 2012: http://www.indexmundi.com/es/ecuador/poblacion_perfil.html
- INEC. (2010). *Censo de Población y vivienda 2010*. Recuperado el abril de 2013, de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=M AIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- INEC. (2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el Febrero de 2013, de <http://www.inec.gob.ec/home/>
- INEN. (2011). *Catálogo de Normas - Rotulado y etiquetado*. Guayaquil.
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (2013). *IEPI Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://www.iepi.gob.ec/index.php/propiedad-intelectual/propiedad-industrial/signos-distintivos>
- Instituto Nacional de estadísticas y censos. (2010). *Fascículo Nacional Resultados del Censo de población y vivienda en el Ecuador*. Guayaquil.
- Inteligencia Comercial e Inversiones - Pro Ecuador. (2012). *Análisis del sector de artesanías*. Guayaquil: Pro Ecuador.
- La Hora Nacional. (23 de Enero de 2012). Las chicas prefieren los bolsos. *La Hora Nacional*, págs. http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101272035/-1/Las_chicas_prefieren_los_bolsos_.html#.UZSEwqJLN5x.
- Lafuente, E. (2010). *Terra*. Recuperado el 2013, de <http://asistidametodologia001edu.lacoctelera.net/post/2010/04/19/paradigmas-o-tendencias-investigacion-educativa>
- Ley de Compañías del Ecuador. (24 de Noviembre de 2005). *Derechos Ecuador*. Recuperado el 2013, de Derechos Ecuador: http://derechoecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3761:responsabilidad-de-los-socios-de-una-compaantildeaiacutea-mercantil-por-las-deudas-sociales&catid=55:derecho-societario&Itemid=420

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

- Mandato Constituyente -Asamblea. (2011). Mandato Constituyente. http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/documentos/laboral/MandatoConstituyente8.pdf. Guayaquil, Ecuador.
- Marlen Eizaguirre y Néstor Zabala. (2011). Investigación-acción participativa (IAP). *Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo*, <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/132>. España: Universidad del País Vasco.
- MERAC Industria Textil Cia. Ltda. (2012). *MERAC Industria Textil Cia. Ltda.* Recuperado el marzo de 2013, de <http://www.textilesmerac.com/ropa-prenda-textil-quito-ecuador.php?recordID=693>
- Ministra de Inclusión económica y social. (2007). *ACUERDO MINISTERIAL No. 000154*. Guayaquil.
- Revista Mujeres 365. (3 de Septiembre de 2012). *M Mujeres 365*. Recuperado el Enero de 2013, de <http://mujeres365.com.ec/2012/09/03/bolsos-o-m/>
- Revista Semana - Diario Expreso. (2011). La mujer como factor de consumo. *Semana*, <http://www.semana.ec/ediciones/2011/11/20/actualidad/actualidad/la-mujer-como-factor-de-consumo/>.
- SENPLADES. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Guayaquil - Ecuador.
- Universidad Católica Santiago de Guayaquil - SINDE. (2011). *Determinación del Grado de Pertinencia de los Proyectos de Investigación - Convocatoria* . Guayaquil: SINDE.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 12

ANEXOS

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

12. ANEXOS

Anexo 1 (Contrato)

CONTRATO DE COMPRA - VENTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Comparecen a la celebración el presente documento, el Contrato de Compra Venta que celebran por una parte la compañía, EL BARATA S.A., empresa debidamente representada legalmente por el Sr. Jimmy Achís, quien para efectos de este Contrato se denominara el CONTRATANTE o VENDEDOR, y, de la otra parte, la compañía EBRU COLORS, debidamente representada por la Srta. Ángela Rodríguez por su propio derecho se denominará para efectos de este Contrato como el CONTRATISTA o COMPRADOR. Ambos comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la Ciudad de Guayaquil; convienen en celebrar el presente Contrato Civil de Ejecución de Obra Cierta, contenido en las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA: ANTECEDENTES

EL CONTRANTE es propietario de la empresa el BARATA S.A. en el que se comercializan textiles de diversos materiales y al por mayor, por lo que el CONTRATISTA requiera adquirir sus productos. EL CONTRATISTA, es propietario de una empresa en la cual su objeto social es la elaboración y comercialización de bolsos de tela.

CLÁUSULA SEGUNDA: OBJETO DEL CONTRATO

Teniendo en consideración las actividades que cada una de las partes realiza, estas dejan constancia por el presente documento, que consienten en celebrar un Contrato de Compra Venta, mediante el cual, “CONTRANTE” se compromete a

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

pagar la mercancía enviada por el CONTRATISTA una vez recibida en el lugar designado por ambas partes. Son obligaciones del VENDEDOR: transportar y entregar la mercancía en el lugar y plazo determinado, previo acuerdo y en las condiciones requeridas por el COMPRADOR”. Se deberá dar aviso a la entrega de la misma. Debe pagar los gastos de aquellas operaciones de verificación, comprobar la calidad de la mercancía, medida, peso y recuento. Debe proporcionar el embalaje requerido para el transporte de la mercancía, en la medida en que las circunstancias relativas al transporte sean dadas a conocer al COMPRADOR.

También deberá generar y entregar las facturas en cada entrega mensual al COMPRADOR

Así mismo el COMPRADOR posee algunas obligaciones, tales como: cancelar el precio establecido en la Cláusula Quinta del presente contrato, así como reembolsar aquellos gastos incurridos por el VENDEDOR fuera de los plazos establecidos mensualmente.

CLÁUSULA TERCERA: PROCEDIMIENTO

El VENDEDOR procederá a realizar la entrega del producto, dos veces al mes, los días lunes de la primera y tercera semana de cada mes. Ésta será entregada partir de las 3 de la tarde y el COMPRADOR, deberá hacer la recepción de la mercadería y de la factura de la misma. Existen casos extraordinarios en los que el COMPRADOR requiera una entrega adicional o de emergencia para cubrir su producción. Esta será totalmente aceptada, siempre y cuando su pedido sea emitido con anticipación de unos 3 días previos a la entrega. Y estas solo podrán suscitarse en dos ocasiones adicionales a las entregas normales al mes.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CLÁUSULA CUARTA: PLAZOS

La vigencia de este presente contrato es de un año; una vez completado este periodo se elaborara la renovación y emisión de un nuevo contrato.

CLÁUSULA QUINTA: (PRECIO Y MODALIDAD DE PAGO)

Como resultado de la valorización de la mercancía, el precio pactado por las partes es de \$110 dólares americanos por cada rollo de 50 metros de tela, siendo la orden total de \$1100 por mes por los 10 rollos necesarios. Así mismo para la tela del forro se cancelará \$98 cada rollo de 50 metros, se comprarán 10 de éstos siendo la orden total de \$980. Estos dos totales serán cancelados por el COMPRADOR a crédito de 5 días laborables una vez recibida la mercancía en correcto estado para su adecuado uso y/o distribución.

Ambas partes dejan expresa constancia de que el precio pactado por la adquisición de la mercancía materia del presente contrato equivale al valor de las mismas, renunciando en forma irrevocable al ejercicio de cualquier acción o pretensión que tenga por objeto cuestionar dicho precio.

CLÁUSULA SEXTA: CONFIDENCIALIDAD

La información confidencial no podrá ser reproducida por ningún medio ni en ningún formato por el VENDEDOR, en este caso calidad de la tela a vender ni el precio pactado en este contrato sin expresa autorización previa escrita del COMPRADOR. Esta cláusula se dará por finiquitada una vez el plazo de este contrato se dé por concluido.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

CLÁUSULA SÉPTIMA: ARBITRAJE

Toda controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo, serán sometidos a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral compuesto por tres miembros, uno de los cuales será nombrado por cada una de las partes y el tercero será designado por los árbitros así nombrados. Si no existiera acuerdo sobre la designación de este tercer árbitro o si cualquiera de las partes no designase al suyo dentro de los diez días de ser requerida por la otra parte, el nombramiento correspondiente será efectuado por la Cámara de Comercio de Guayaquil.

Para constancia las partes firman en original y copia de igual valor y tenor en la ciudad de Guayaquil a los 26 días del mes de febrero del año 2013.

Jimmy Achís
Representante Legal
EL BARATA S.A.

Ángela Rodríguez
Representante Legal
EBRU COLORS S.A.

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Anexo 2

Tarjetas para mostrar al encuestado. Capítulo 4

Tarjeta #1

1 Bolso de Cuerda o cruzado		2 Bolso de mano o tipo sobre 2	
3 Bolso Tote o de cargar		4 Bolso hobo o sin rigidez	
5 Bolso Baúl		6 Bolso Mochila	

Elaborado por: La Autora

“Propuesta para la creación de una empresa artesanal, productora y comercializadora de bolsos hechos a mano con la técnica de Ebru, en la ciudad de Guayaquil”

Tarjeta #2



Concepto

Bolso Pintado con Técnica Ebru, esta técnica es la mezcla de varios colores pintados bajo el agua, creando así diseños únicos

Elaborado por: La Autora

Tarjeta #3

(AGRADO)

Me agrada mucho	5
Me grada	4
Ni me agrada / Ni me desagrada	3
Me desagrada	2
Me desagrada mucho	1

Elaborado por: La Autora