



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y Comercial

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

Plan de negocios para el taller artesanal Viviana, ubicado en el sur de la ciudad de Guayaquil

Requisitos previos para la obtención del título de tecnólogo en Administración de Empresas

Autor:

Ricardo Jefferson Guagua Guerrero

Tutora:

Cpa. Edith Vanesa Bonín Campos

Guayaquil – Ecuador

2021

Declaración de Responsabilidad del egresado.

Yo, Ricardo Jefferson Guagua Guerrero, declaro bajo juramento que el presente trabajo de titulación, valido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresas, titulado: **“Plan de negocios para el taller artesanal Viviana, ubicado en el sur de la ciudad de Guayaquil”**, es de mi autoría: que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la ley de propiedad intelectual, su reglamento y reglamento interno del Instituto superior tecnológico de formación profesional administrativa y comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....
Ricardo Jefferson Guagua Guerrero

C.I. 0955170055

Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación

Cpa. Edith Vanessa Bonín Campos, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Administración de Empresa, cuyo tema es: **“Plan de negocios para el taller artesanal Viviana, ubicado en el sur de la ciudad de Guayaquil”** fue elaborado por el Señor Ricardo Jefferson Guagua Guerrero ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

Cpa. Vanessa Bonín Campos

Tutora del Trabajo de Titulación

Índice de contenido

Resumen	XII
Introducción.....	1
Problema científico	4
Objetivo	5
1. Capitulo 1. Fundamentación	6
1.1 Marco histórico:.....	6
1.1.1 Antecedentes de planes de negocios.....	6
1.1.2 Historia de los Talleres artesanales de la época	7
1.1.3 Reseña histórica del taller artesanal Viviana.....	8
1.2 Marco teórico.....	10
2.2.1 Administración	10
2.2.2 Planeación	10
2.2.3 Plan de Negocio	13
1.3 Marco conceptual.....	18
1.4 Marco Jurídico	21
1.4.1 Constitución de la República del Ecuador.....	21
1.4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2017- 2021 “Toda una Vida”	22
1.4.3 Código del trabajo	24
2.4.4 Ley de fomento artesanal.....	25
2.4.5 Registro único del contribuyente.....	26
2.4.6 Junta nacional de defensa del artesano	28
2.4.7 Ley orgánica de comunicación	28
2.4.8 Ley de propiedad intelectual.....	29
2.4.9 Ley orgánica de defensa del consumidor	30

2.	Capítulo II. Metodología empleada.....	32
2.1	Enfoque de la investigación	32
2.1.3	Enfoque Mixto.....	33
2.2	Tipos de investigación	33
2.2.1	Descriptiva:.....	33
2.2.2	Explicativa:.....	33
2.3	Métodos de investigación:	34
2.3.1	Métodos teóricos	34
2.3.2	Métodos empíricos	35
2.3.3	Método estadístico.....	36
2.3.4	Análisis de los resultados	38
2.3.5	Herramientas de análisis.....	50
3.	Capítulo III. Desarrollo de la Propuesta.....	56
3.1	Título de la Propuesta	56
3.2	Objetivo de la Propuesta	56
3.3	Descripción de la Propuesta.....	56
3.3.1	Etapa 1 - Estudio de mercado	56
3.3.2	Etapa 2 - Estudio técnico	62
3.3.3	Etapa 3 - Estudio financiero	67
3.3.4	Etapa 4 - Estudio Organizacional	77
3.4	Factibilidad de la Propuesta.....	82
3.4.1	Evaluación Técnica.....	82
3.4.2	Evaluación Ambiental	83
3.4.3	Evaluación Socio-Económica.....	83
3.4.4	Evaluación Financiera	83
3.4.5	Cronograma de actividades	84
3.4.6	Resultados esperados en la aplicación de la propuesta.....	85

4. Conclusión.....	86
5. Recomendaciones.....	87
6. Bibliografía.....	88
Anexos.....	92
Anexos a Guía de observación.....	92
Anexos b Cuestionario.....	93
Anexos c Ilustraciones del taller artesanal Viviana	97

Índice de Ilustración

Ilustración 1 Fórmula aleatorio simple	37
Ilustración 2 Ubicación del Taller artesanal Viviana	57
Ilustración 3 Mapa de procesos	66
Ilustración 4 Organigrama estructural	77
Ilustración 5 Guía de observación	92
Ilustración 6 Cajones de veladores del taller artesanal Viviana	97
Ilustración 7 Mesa cortadora del taller artesanal Viviana	97
Ilustración 8 Taladro inalámbrico del taller artesanal Viviana.....	97
Ilustración 9 Artículos varios del taller artesanal Viviana	97
Ilustración 10 Artesano del taller artesanal Viviana.....	98
Ilustración 11 Pistola clavadora del taller artesanal Viviana.....	98
Ilustración 12 Investigador dentro del taller artesanal Viviana.....	98
Ilustración 13 Papel film del taller artesanal Viviana.....	98
Ilustración 14 Compresor del taller artesanal Viviana	98
Ilustración 15 Taladro del taller artesanal Viviana.....	98

Índice de Tabla

Tabla 1 Planeación y sus tipos.....	11
Tabla 2 Fases de la planeación estratégica	12
Tabla 3 Planeación Estratégica.....	13
Tabla 4 Estructura del plan de negocio	14
Tabla 5 Módulos del modelo de negocio.....	17
Tabla 6 - Género	38
Tabla 7 – Rango de Edades	39
Tabla 8 Pregunta 1 – Conocimiento del local.....	40
Tabla 9 Pregunta 2 – Frecuencia de compras	41
Tabla 10 Pregunta 3 - Tipos de madera.....	42
Tabla 11 Precios de las diferentes maderas	43
Tabla 12 Pregunta 4 - Accesibilidad de comprar personal	43
Tabla 13 Pregunta 5 - Colores de madera.....	44
Tabla 14 Pregunta 6 - Accesibilidad de comprar del mercado.....	45
Tabla 15 Pregunta 7 - Importancia de compra	46
Tabla 16 Pregunta 8 - Acogida de compra	47
Tabla 17 Pregunta 9 - lugares de compra	48
Tabla 18 Pregunta 10 - Personalización de los artículos	49
Tabla 19 Indicadores	58
Tabla 20 Competencias Estudiadas	59
Tabla 21 Proveedores	60
Tabla 22 Maquinarias, materiales y herramientas	62
Tabla 23 Activos fijos	67
Tabla 24 Activos Diferidos	67
Tabla 25 Depreciación.....	68
Tabla 26 Balance Inicial	69
Tabla 27 Rol de Pagos	70
Tabla 28 Gastos Administrativos y ventas	71
Tabla 29 Costo.....	72
Tabla 30 Presupuesto de venta	73
Tabla 31 Ganancia	74
Tabla 32 Estado de pérdida y ganancia	75

Tabla 33 Flujo de Caja	75
Tabla 34 Flujo Neto.....	76
Tabla 35 VAN Y TIR	76
Tabla 36 Cronograma de actividades	84

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Género	38
Gráfico 2 Edades	39
Gráfico 3 ¿Conoce usted el Taller artesanal Viviana?	40
Gráfico 4 ¿Con qué frecuencias usted adquiere productos de madera para la casa?... 41	
Gráfico 5 Tipos de madera para su hogar	42
Gráfico 6 Accesibilidad de comprar personal	43
Gráfico 7 Preferencia de colores en las maderas	44
Gráfico 8 Precios accesibles al mercado	45
Gráfico 9 Importancia de compra	46
Gráfico 10 Acogida a lugares de compra desconocidos.....	47
Gráfico 11 Lugares preferenciales de compras	48
Gráfico 12 Personalización de los artículos	49
Gráfico 13 Análisis PEST	50
Gráfico 14 Análisis DAFO	53
Gráfico 15 Segmentación de Mercado	57

Índice de Anexos

Anexos a Guía de observación	92
Anexos b Cuestionario	93
Anexos c Ilustraciones del taller artesanal Viviana.....	97



CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación **“Plan de Negocios para el taller artesanal Viviana, ubicado en el sur de la ciudad de Guayaquil”**

CERTIFICO:

Que el trabajo del estudiante **RICARDO JEFFERSON GUAGUA GUERRERO** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa

Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico



Resumen

El presente trabajo de investigación consiste en elaborar un plan de negocios para el taller artesanal Viviana, ubicado en la Isla trinitaria al sur de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de llegar a una mejora en lo que respecta al área administrativa del taller, involucrándose tanto en la estructura organizacional como en los procesos a realizar antes y durante de los productos a elaborar, con esto se mejoran las funciones delegadas al momento de realizar las actividades el cual ayuda con el crecimiento económico del país. Los tipos de investigación que se utilizaron en el presente trabajo fueron descriptivo y explicativo, mediante el cual se dio a conocer el problema por el que está pasando dicho taller, de esta manera poder hacerles frente a las causas que originan la problemática encontrada. Por medio del cuestionario que se realizó a la población dictada por el muestreo realizado, se pudo notar un negocio rentable en un futuro.

Palabras claves: Planeación, Plan de negocios, Administración.

Abstract

The present research work consists of developing a business plan for the Viviana artisan workshop, located on Trinidad Island south of the city of Guayaquil, with the aim of achieving an improvement in the administrative area of the workshop, getting involved both in the organization structure and in the processes to be carried out before and during the products to be elaborated, this will improve the functions delegated at the time of carrying out the activities, which helps the economic growth of the country. The type of research used in this work was explanatory, through which the problems that this workshop is going through were made known, in this way to be able to face the causes that originate the problem found. Through the questionnaire that was made to the population dictated by the sampling carried out, it was possible to notice a profitable business in the future.

.

Keywords: Planning, Business plan, Administratio

Introducción

Como es de conocimiento general, la administración ha existido desde tiempos remotos, la necesidad del ser humano de poder planear, organizar incluso dirigir no ha sido tan fácil, cuando el hombre comenzó a plasmarse el pensamiento administrativo, se inició el ciclo de la planeación en su mente, tomando en cuenta el enfoque que existe en la necesidad humana.

A medida que van pasando los años la necesidad de crear e inventar algo aumento de manera deliberada en la vida cotidiana de las personas, nacen nuevos emprendedores y empresarios que no solo quieren conquistar el mundo, sino que desean que sus metas y objetivos se cumplan, satisfaciendo sus necesidades y la de las demás personas, también conocidas como clientes. Según el informe “Emprendimiento: 10 años sin evolución sustancial” de la escuela de negocios ESPAE, Ecuador ostenta la tasa de emprendimiento más alta de la región andina.

En Ecuador los emprendimientos suelen comenzar desde algo muy pequeño, los jóvenes aspiran a tener empresas desde muy temprana edad, y es gracias a esa vanidad que surgen grandes emprendimientos dentro del área local, cabe recalcar que no todos los emprendimientos son de manera individual, existen emprendimientos familiares y entre amigos, así mismo hay personas que ya cuentan con un capital considerable y comienzan con una idea de negocio mucho más elaborada.

En la actualidad, los jóvenes empresarios suelen ser más vanidosos con respecto a sus proyectos, suelen tener un capital más grande, cuentan con más apoyo de inversión y un sin número de aportes que quizás a el emprendedor se le haga un poco difícil de conseguir, pero que no es imposible. Existen miles de emprendimientos a nivel mundial que suelen convertirse en una Corporación, en algo macro. A su vez existe la ayuda de instituciones financieras que ayudan con los emprendimientos a personas que presenten un buen plan de negocios, o una excelente propuesta de inversión. Cabe recalcar que no todo es color de rosa en el mundo de los negocios, También existen miles de emprendimientos que quiebran a los 3 o 5 años de funcionamiento por la mala ejecución de sus colaboradores o quizás una mala estructura administrativa.

Es importante saber a quién se tiene a cargo, desde miembro y cargos de gerencia hasta el más mínimo rango. Todos los negocios y emprendimientos son un rompecabezas, mientras una pieza no cuadre, no podrá funcionar del todo bien.

Hay que tener en cuenta la situación actual por la que se está viviendo en todo el mundo, como ya se conoce el tema del Coronavirus es algo muy delicado por lo que se está pasando, la cual ha afectado a muchos negocios, tanto macro como micro, hasta lo más mínimo, incluyendo niveles de salud, economía, turismo.

Actualmente existen más de 3.000 emprendimientos en todo el Ecuador que han quebrado por el tema de la pandemia, es algo que no se tomó en cuenta en ningún análisis FODA, con respecto al tema de la cuarentena a nivel global, pero que de una u otra manera obligó a la sociedad y al mundo entero a cerrar miles de emprendimientos. La pandemia ha afectado de manera excesiva la economía en muchas partes del mundo, incluyendo países de grandes potencias.

Por temas de la pandemia, incrementó todo tipo de ventas online a nivel mundial, tomando en cuenta las medidas de seguridad sanitaria que se están tomando en cuenta para realizar el proceso de ventas de los diferentes negocios que existen en la actualidad.

El virus no solo se llevó vida, sino muchos negocios que estaban en la etapa de crecimiento, pero aun así por temas económicos tuvieron que quebrar. El emprendedor y el empresario han sabido manejar esta situación, claro está que existe muchos factores determinados con temas laborales, en caso de los talleres y negocios de artesanía el hombre ha sabido sobrellevar esta situación no solo ofreciendo su producto verbalmente, gracias a la tecnología junto a la globalización se han podido visualizar de manera digital todo tipo de artículo que se venden en negocios grandes y pequeños. Dándole la oportunidad a obreros de obtener un trabajo honrado cerca de su sector, como es de conocimiento general la tasa de desempleo en la actualidad ha incrementado un 40% a lo antes estipulado, así mismo los robos en sectores alejados del centro de la ciudad ha incrementado.

El sector artesanal de la república del Ecuador, caracterizados por enfatizar en la satisfacción de necesidades utilitarias que se encargan de la belleza en la madera, se considera artesanía a todo producto que se elabora en pequeños talleres

generalmente con predominio de la energía humana, física y mental complementadas con herramientas relativamente simples.

En Ecuador la artesanía se manifiesta por los conocimientos ancestrales y la materia prima, tomando en cuenta la buena ejecución de lo que se vaya a elaborar. En muchos casos la artesanía abarca necesidades de usos cotidiano en el hogar incluso en el trabajo. Más aún en tema de la globalización, aprovechando los recursos que existen como WhatsApp, Facebook, Instagram, son redes sociales que no solo sirven para postear imágenes de la vida cotidiana de las persona, son aplicaciones que actualmente se utilizan para generar ingresos en temas de ventas y publicidad, hay que reconocer la facilidad que ofrecen estas aplicaciones para darse a conocer, más aún cuando son emprendimiento ubicados en sectores alejados de la ciudad central, esto sirven de mucha ayuda para poder generar ingresos con las conocidas ventas Online, a su vez publicando imágenes de lo que se le ofrece al público requerido, satisfaciendo sus deseo de compra.

La investigación a realizar trata de elaborar un Plan de Negocios para el taller artesanal Viviana, ubicado en la Isla Trinitaria, sur de Guayaquil, el taller es un emprendimiento que cuenta con más de 10 años de trayectoria laboral en el mercado local, se dedica a la elaboración y venta de productos a base de madera, tales como roperos, anaqueles, escritorios, espejos y todo lo relacionado a la madera. La madera que se utiliza es MDP (madera de plywood) y madera de Laurel. El taller artesanal Viviana ubicado en el sur de Guayaquil, no solo se encarga de que todos sus productos tengan un excelente acabado sino también que sus pulidos sean perfectos.

El taller artesanal Viviana ubicado en el sur de Guayaquil, tiene a su disposición 5 artesanos encargados de elaborar toda la mercadería que ofrece el taller. A causa de la pandemia que sufrió el mundo, se tuvo que cerrar el taller por un par de meses, lo cual trajo muchas pérdidas para la misma, al reabrir el taller los dueños decidieron comenzar con las ventas online sin dejar atrás sus ventas presenciales al por mayor en las diferentes partes de la provincia del Guayas.

Según lo analizado el taller artesanal Viviana no cuenta con un proceso de elaboración claro, a su vez no tiene una estructura interna, también los trabajadores realizan sus actividades de manera empírica.

Actualmente el taller artesanal Viviana no se encuentra registrado en ninguna agencia del Ecuador. Además, no cuenta con un mapa de procesos, misión y visión y sobre todo funciones para los colaboradores.

Debido a todas las carencias mencionadas, muchas veces la mercadería sale del taller artesanal Viviana sin una última revisión en donde se verifique que la mercadería esté en perfectas condiciones para su venta, los trabajadores no tienen un buen desempeño debido a que no están alineados a ningún objetivo organizacional, lo que produce devoluciones y molestias por parte de los compradores. Por otro lado, la comunicación dentro del taller es escasa, y eso causa un retraso en el proceso de producción.

Problema científico

¿En qué medida favorece el plan de negocio a la rentabilidad de la microempresa, Taller Artesanal Viviana?

De tal manera que esta permita mejorar el proceso productivo, para una mejor rentabilidad de la microempresa, dándole un valor agregado al giro del negocio, con más eficacia y eficiencia, junto a una mejor área administrativa y financiera.

Aplicando encuestas vía online a diferentes personas de todas partes de la ciudad de Guayaquil se pudo observar la acogida de los productos de madera que se ofrecen en el Taller de artesanía Viviana, el saber que gracias a un pequeño emprendimiento existen 5 familias con empleo, sustentando sus gastos diarios gracias al trabajo digno.

El plus que ofrece el taller artesanal Viviana no solo es el hecho de las entregas a domicilio, también cuentan con la opción del gusto del propio cliente, que quiere decir esto, ellos tendrán la alternativa de poder llevar su idea a el taller y los artesanos la fabrican al gusto y medidas de su necesidad. Tanto como de roperos, anaqueles, veladores, escritorios, armarios y todo lo relacionado con madera. Sin olvidar el acabado y el diseño de los más pequeños del hogar, para ellos existe una opción más adorable, sus artículos de madera van con el diseño del personaje favorito que ellos desean, de los artículos del taller artesanal Viviana.

Objetivo

Elaborar un Plan de Negocios para el taller artesanal Viviana, ubicado en el sur de la ciudad de Guayaquil.

Con la finalidad de realizar una estructura interna del taller artesanal Viviana, además crear una misión y visión de la misma, por último, ejecutar un mapa de procesos dentro del taller.

Este proyecto consta de tres capítulos que permitieron llegar a una investigación clara y concisa, en el capítulo uno, llamada fundamentación se pudo estudiar e investigar los antecedentes y aspectos teóricos que respaldan el análisis de problemática. Se pudo encontrar diferentes conceptos de algunos autores y llegar a saber a fondo sobre temas legales dentro del país en el que se radica. En el capítulo dos, se pudo detectar la metodología empleada en la cual se detallan los criterios metodológicos, los antecedentes y se identifican las variables detectadas en el proyecto. Se muestran los resultados del análisis aplicado en la investigación (observación y encuestas), y en el capítulo tres, se realizó el desarrollo de la propuesta en la cual se describe la idea de negocio, los servicios a ofrecer, los clientes, el plan financiero, el mapa de proceso, sobre todo las estrategias que se pretenden aplicar en esta investigación. Al finalizar los capítulos se realizó la conclusión y recomendaciones para el proyecto.

1. Capítulo I. Fundamentación

1.1 Marco histórico:

1.1.1 Antecedentes de planes de negocios

A medida que han transcurrido los años el significado del plan de negocio ha sido interpretado de diferentes formas en la misma dirección de enseñanza por parte de distintos autores. Recordando que el plan de mejora tiene como función 2 importantes factores, tales como:

- Administrativa
- Financiera

Durante la evolución del hombre han existido diferentes tipos de planes de negocios que han servido mucho para evaluar diferentes ideas de negocios, poder brindar una información más explícita y detallada a diversos inversionistas, cabe recalcar que existe varios tipos de planes de negocios que sirven de una manera muy particular a cada empresario y sobre todo a varias empresas independientemente del giro del negocio.

A continuación, los diferentes tipos de planes de negocios más representativos de la época:

- Plan de negocio para empresas en marcha.
- Plan de negocio para nuevas empresas.
- Plan de negocio para inversionistas.
- Plan de negocio para administradores.

Es importante tener claro el concepto de cada uno de los diferentes tipos de planes de negocios que existen, por ello aquí un breve concepto:

Plan de negocio para empresas en marcha: toda empresa en marcha tiene la capacidad crecer, y que mejor que llevando un control de cada una de las decisiones que va tomando de una manera planificada dentro de la empresa, siendo así esto no se alteraría las funciones o la teoría dentro de la misma, un plan de negocio para una empresa en marcha es recomendado porque toda empresa

tiene la necesidad de crecer tanto como en producción y unidades de negocios de esta manera ser más rentables.

Plan de negocio para nuevas empresas: consiste en desarrollar una herramienta de manera textual, que servirá para desarrollar una idea de negocio en algo más elaborado, de cierta manera que se plasme en el futuro, además ayudará a corregir, retroalimentar futuras variaciones que sucedan dentro de la empresa en un futuro cercano.

Plan de negocio para inversionistas: en este plan de negocio la idea debe estar super clara, y precisa, de cierta manera que llame el interés en los futuros inversionistas, sobre todo la parte de financiamiento debe de ser verídico y confiable, obtener datos considerables y lo más real posible, que muestre una factibilidad financiera dentro de la idea del negocio, en este plan de negocio no suele pasar de 30 hojas para el lector.

Plan de negocio para administradores: por lo general este plan de negocio contiene la mayor cantidad de información con respecto al área de operaciones dentro de la empresa, se suelen mostrar las políticas, estrategias y programas y todas las funciones de cada área dentro de la empresa, a diferencia del plan de negocio para inversionistas, este supera las 50 hojas, teniendo un rango hasta de 100 hojas, dependiendo de la descripción breve del plan de negocios.

1.1.2 Historia de los Talleres artesanales de la época

Todo empezó en el año 1922 por el descubrimiento del petróleo en Ecuador, por la empresa Inglesa Anglo Ecuadorian Oilfields Limited ubicada en la provincia de Santa Elena.

Antiguos nativos de la provincia de Santa Elena se dedicaban a la cría de chivos y ganadería, pero con el paso del tiempo la sequía acabó con los ríos, de ese modo muchos pobladores de la zona se quedaron sin empleo.

En el año de 1923 la parroquia Ancón se declara artesanal, por motivo de la llegada de la empresa Inglesa Anglo Ecuadorian Oilfields Limited todos los nativos de esa zona comenzaron a laborar para las operaciones de dicha empresa. La empresa comenzó a elaborar campamentos dentro de la parroquia, por lo cual se empezó con la búsqueda de carpinteros para que empiecen con la labor dentro de la fábrica. Una vez terminado dicho proyecto de casas, se empezó a contratar más personal, fue ahí cuando entran los artesanos de la parroquia con muchas ganas y dedicación a la empresa, prestan sus servicios de ebanistería y empiezan con la fabricación de sus conocimientos como son los escritorios, sillas, puertas y mesas todo lo antes mencionado era artículos o productos hechos a base de madera, conocimiento de los moradores de la parroquia por conocimiento de sus ancestros.

A medida que pasaban los años, los carpinteros tenían un arduo trabajo, por lo que se comenzó a elaborar de una manera más excesiva los productos hechos a base de madera, al punto que se enviaban camiones repletos de mercadería, como a Quito, Cuenca, Machala, etc. De cierta manera dando apertura a la elaboración masiva de productos a base de madera en todo el Ecuador.

1.1.3 Reseña histórica del taller artesanal Viviana

- El taller artesanal Viviana tuvo origen en el año 2008, con el nombre de taller Carlos, cabe mencionar que el nombre del taller no estaba establecido por ninguna orden del gobierno mucho menos del municipio, el taller comenzó por los conocimientos adquiridos de Carlos Velásquez, un hombre trabajador de 38 años nacido en la ciudad de Guayaquil el 27 de julio del año 1982, el señor Carlos Velásquez a la edad de 12 años, se involucró en el mundo de la artesanía gracias a su amigo Luis Enrique, joven de su misma edad en aquel entonces, ambos se reunían a

la salida del colegio en un taller artesanal ubicado a la vuelta de su domicilio, isla trinitaria, cada tarde pedían permisos a sus padres para poder ver la elaboración de dichos productos, con el tiempo fueron aprendiendo de tal manera que en el año 2008 Carlos Velásquez tiene la iniciativa de comenzar a elaborar sus propios productos, con ayuda de su amigo Luis Enrique comienzan esta aventura. Al principio comenzaron con un capital bajo y una máquina de cortar, con ayuda de su amigo Luis y su actual esposa en ese entonces, pudieron comenzar con la apertura del taller.

En el año 2012, el negocio se fue abajo, se quedaron sin capital y con muy poca materia prima, el señor Luis Enrique se cambió de ciudad por ende dejó abandonado el barco. Luego de un año Carlos se conoce con la señora Viviana Peralta, ellos habían sido amigos hace unos años atrás, como Carlos Velasco se separa de su esposa, tuvo un pequeño hijo con Viviana Peralta, la señora Viviana tiene la iniciativa de reabrir el negocio de su actual esposo, le da un capital de \$3000 para que vuelva a surgir el taller, Carlos emocionado compra más materia prima, y una máquina de cortar, por ende, ya tenía de patrimonio, dos máquinas de cortar. en su momento deciden ponerle al taller, “Taller artesanal Viviana”, el negocio comenzó a surgir, las ventas a aumentar y Carlos Velásquez a recuperar a sus clientes mayoristas. sin dejar atrás el hecho de la competencia en el sector del sur de la ciudad. La mercadería de Carlos es más demandada por sus diseños y acabado de calidad, siendo así un distribuidor de gran escala dentro de la ciudad de Guayaquil.

En el año 2020 el taller artesanal Viviana tuvo que cerrar sus puertas por un par de meses debido a la pandemia ocurrida a nivel mundial. se obtuvo mucha pérdida y despidos dentro del área laboral, gracias a la tecnología, actualmente el taller artesanal Viviana se maneja por redes sociales tales como Facebook y WhatsApp, teniendo un diálogo más directo con su proveedor, debido a la entrega y distribución al por menor.

1.2 Marco teórico

2.2.1 Administración

La administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar, el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales. (Chiavenato, 2006)

Es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajen en grupos cumplan metas específicas de manera eficaz. (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2014)

Es un proceso que incluye en términos generales la planificación, organización, dirección y control para un uso correcto de los diferentes recursos tanto financieros, tecnológicos, humanos, materiales y de información, para la realización de actividades de trabajo. (Thompson, 2019)

La administración es el proceso que se debe de llevar a cabo tanto en la vida cotidiana como en una empresa, esto permite planear, organizar, dirigir y controlar, de una manera eficiente y eficaz, con el fin de obtener buenos resultados para un mejor crecimiento y rentabilidad dentro de la misma. Como se lo ha mencionado en citas anteriores, la administración es la ciencia social que se centraliza en la organización humana.

2.2.2 Planeación

Toda planeación es toma de decisiones, puesto que involucra seleccionar alternativas. Literalmente es “el puente que se levanta entre el punto donde nos encontramos hoy y aquel a donde queremos llegar mañana”. (Zabala Salazar, 2005)

La planeación implica la selección de misiones y objetivos y de las acciones para cumplirlos, y requiere de la toma de decisiones, de optar entre diferentes cursos de acción futuros. De este modo los planes constituyen un método racional para el cumplimiento de objetivos preseleccionados. (Molina Molares, 2013)

La planeación es la acción de elaborar estrategias, para poder llegar o alcanzar una meta o algún objetivo. Para poder llegar a alcanzar dicho objetivo se debe analizar y comprender el objetivo en específico.

2.2.2.1 Planeación y sus tipos

La planeación se puede clasificar de diferentes formas, ya pueden ser por el tiempo o por su tamaño:

- Táctica
- Estratégica
- Operativa

Tabla 1 Planeación y sus tipos

Tipos de planeación		
Táctica	Estratégica	Operativa
Se dan a mediano plazo	Orientada a largo plazo	Son a corto plazo
Determina planes más específicos	Aborda la organización como un todo	Formulan y asignan actividades más detalladas
Establecida y coordinadas por los directivos del nivel medio.	Implica aprobación, toma de decisión y evaluación.	Son ejecutadas por el último nivel jerárquico.

Elaborado por Ricardo G (2020)

2.2.2.2 Planeación estratégica según autores

La planeación estratégica es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno a su vez lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. (Armijo, 2009)

Según De la Cruz (2012) la planeación estratégica no es nada más una extrapolación de los presupuestos actuales o un conjunto de planes funcionales; es un enfoque de sistemas para guiar una empresa durante un tiempo a través de su medio ambiente, para lograr las metas dictadas. La planeación estratégica exige 4 fases bien definidas:

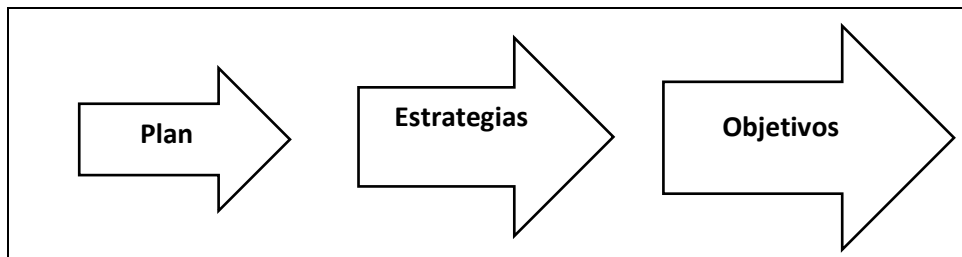
Tabla 2 Fases de la planeación estratégica

Análisis	Formulación
Del entorno	De alternativas estratégicas
De la fortalezas y limitaciones de la empresa.	De objetivos organizacionales.

Elaborado por Ricardo G (2020)

En otras palabras, la planeación estratégica es un proceso o método de actividades por la cual las empresas asumen sus objetivos a largo o mediano plazo, además define el camino de la estrategia, como la forma en la que va a llegar y para esto se asignan recursos a las actividades dentro de la empresa. Recordando que los objetivos no son órdenes más bien es un compromiso con la empresa y de todos lo que laboran dentro de la misma para poder mover recursos y destinar una visión hacia donde se va a dirigir la empresa, de esta manera poder crear un futuro para todos.

Tabla 3 Planeación Estratégica



Elaborado por Ricardo G (2020)

2.2.3 Plan de Negocio

- Plan de Negocio según autores:

El plan de negocio es redactado de manera clara y precisa con el fin de tener un buen proceso de planeación, esto se da a través de un documento. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. (Weinberger Villarán, 2009)

El plan de negocio, que también es conocido como proyecto de negocio o plan de empresa, puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario intentará organizar una labor empresarial y llevar a cabo las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha. (Olivares, 2019)

Para Mir (2019) el plan de negocio es un documento que no solo analiza sino también define las oportunidades de negocio. Para poder desarrollar con una buena estrategia los procedimientos necesarios para realizar esa oportunidad en un proyecto real.

Un plan de negocios, también conocido como proyecto de negocio o plan de empresa, es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con este. Hacer un plan de negocios permite conocer la viabilidad y rentabilidad de un negocio antes de ponerlo en marcha, esto sirve de guía para ponerlo en marcha y posteriormente operarlo y, en caso de buscar financiamiento, ayudará a conseguirlo. (Kart, 2020)

2.2.3.1 Estructura del plan de negocio

Este aspecto resulta clave e importante a la hora de presentarse ante un potencial inversionista y comunicarle la propuesta que se ha venido estructurando. Antes de ingresar su dinero en la propuesta, el inversor va a querer detalles de la empresa, pero es ahí cuando los dueños de la idea o del plan de negocio se pone en marcha sin titubear y sin trabarse, más bien se debe sentir en confianza y mostrar seguridad antes su proyecto. (Díaz, 2009)

Todo plan de negocio consta de una estructura que se va a detallar a continuación:

Tabla 4 Estructura del plan de negocio

Estructura del plan de negocio	¿Qué debe contener?
Resumen ejecutivo	Deberá contener los aspectos más importantes del plan de negocio, para poder captar el interés de los futuros inversionistas.
Descripción del producto y valor distintivo	Es importante comenzar por este punto en el plan de negocio, ya que es aquí donde se va a detallar el concepto básico de producto o servicio que se ofrecerá.

<p>Mercado potencial</p>	<p>En esta parte del plan de negocio es recomendable detallar la descripción del mercado, tamaño del mercado (rentabilidad), ritmo del crecimiento futuro e histórico.</p>
<p>Competencia</p>	<p>Se deberá contener información de la competencia existente, y competidores potenciales, a su vez una breve reseña de las fortalezas y debilidades y estudiar las ventajas de la competencia.</p>
<p>Modelo de negocio y plan financiero</p>	<p>Para este punto es muy importante tener hipótesis de cifras razonables, detallando todas las líneas de ingresos, de una manera mensual o trimestral con respecto a los primeros 2 años.</p>
<p>Equipo directivo y organización</p>	<p>Al igual que el resumen ejecutivo, también se observa mucho el tema de los inversores, porque es aquí donde se dan cuenta si el equipo directivo es capaz de sobrellevar el negocio.</p>
<p>Estado de desarrollo y plan de implantación</p>	<p>En esta parte del plan de negocio se deberán mostrar hasta el mínimo plan piloto que se tenga en mente.</p>
<p>Alianzas estratégicas</p>	<p>Cabe recalcar que para tener una alianza estratégica es importante saber cuántas, con</p>

	<p>quién, a qué nivel de involucrado se encuentra, condiciones y objetivos.</p>
<p>Estrategia de marketing y ventas</p>	<p>Hay que tener en cuenta dos factores muy importantes dentro de la estrategia de marketing y venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posicionamiento: Tener una distintiva notaría al de la competencia. - Estrategia de marketing: ser breve con respecto a la estrategia que se vaya seguir para captar el volumen de los usuarios, de esta manera poder saber el coste de esta publicidad.
<p>Principales riesgos y estrategias de salida</p>	<p>Varían de dos formas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos básicos que afectan al mercado: <ul style="list-style-type: none"> - Costos mayores a los estudiados. - Acogida del producto negativa. - Bajo Crecimiento según lo estimado. • Riesgos del negocio en sí: <ul style="list-style-type: none"> - Aumento de competencia. - No satisfacer las necesidades del público.

Elaborado por Ricardo G (2020)

2.2.3.1 Modelo de negocio

El modelo de Negocio cuenta con 9 módulos que son de gran importancia a la hora de realizar un plan de negocio:

Tabla 5 Módulos del modelo de negocio

Los 9 módulos del Modelo de Negocio	
Segmento de mercado	La empresa atiende a varios mercados
Propuesta de valor	Tiene como objetivo satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes mediante la propuesta de valor.
Canales	Las propuestas de valor llegan a los consumidores por medio de canales de distribución, venta y comunicación.
Relaciones con clientes	La relación con los clientes se debe de manifestar en los diferentes tipos de mercados.
Fuentes de ingresos	Se obtiene cuando el consumidor obtiene su propuesta de valor bien clara.
Recursos clave	Aquí se recibirán los activos necesarios para ofrecer los elementos antes mencionados.
Actividades clave	Esto se resuelve mediante una serie de actividades clave.
Asociaciones clave	Se externalizan los productos, y se determinan los recursos que llegaron fuera de la empresa.
Estructura de coste	Los diferentes modelos de negocio conforman la estructura de coste.

Elaborado por Ricardo G (2020)

1.3 Marco conceptual

Administración

La administración es una actividad humana por medio de la cual las personas procuran obtener un resultado. Esta actividad humana se pone en marcha al momento de ejecutar los procedimientos como tales, planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. (Ramirez Cardona , 2010)

Cadena de valor

La cadena de valor es una manera muy útil de analizar una empresa, gracias a este análisis se puede apreciar a detalle el funcionamiento, ver en donde se encuentran los errores y aciertos.

Según Robben (2016) toda empresa o asociación, organización creadora del valor y deseosa de mejorar su productividad puede lograr sus objetivos si se basan en la cadena de valor. Este modelo permite que las organizaciones interesadas analicen sucesivamente en conjunto sus actividades con el objetivo de mejorar al máximo posible cada etapa para constituir y optimizar una ventaja competitiva, finalmente tiene 3 objetivos:

- La mejora de los servicios
- La reducción de los costes
- La creación del valor

Emprendedor

Para Sánchez (2020) se denomina emprendedor a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para cogerla. De hecho, en la etimología de la palabra se encuentra la voz latina *prendere* que

significa literalmente coger o tomar. Es habitual emplear este término para designar a una persona que crea una empresa o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa.

Emprendimiento

El emprendimiento es un activo intangible fundamental dentro de la persona de la organización, que luego de un proceso de gestión adecuado, dirigido por una administración del conocimiento, pueda convertirlo en un negocio rentable después de haber concretado dicho procedimiento los llevará al éxito. (Malinowshi Stuardo, 2011)

Modelo Canvas

El modelo Canvas es una herramienta ideal para comprender un modelo de negocio de forma más directa y estructurada. Utilizarlo te ayudará a visualizar la información de tus clientes, las propuestas de valor que ofreces, a través de qué canales y cómo tu empresa gana dinero. Además, puedes usar el modelo Canvas no sólo para comprender tu propio modelo comercial, sino también el de tus competidores. (Clavijo, 2020)

Modelo de Negocio

Según Osterwalder & Pigneur (2010) Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. La mejor manera de poderlo describir es mediante una división de nueve módulos que siga la lógica con la que se dirigen las empresas para poder obtener ingresos, cubriendo las áreas principales de un negocio, como son los clientes, la oferta, la infraestructura, la viabilidad económica.

Rentabilidad

La rentabilidad económica pretende medir la capacidad del activo de la empresa para generar beneficios, que al fin y al cabo es lo que realmente importa para poder remunerar tanto a pasivo como a los propios accionistas de la empresa.
(de jaime eslava, 2013)

1.4 Marco Jurídico

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador

Título II

Derechos

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

Título VI: Régimen de desarrollo

Capítulo cuarto: Soberanía económica

Sección primera: Sistema económico y política económica

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de

organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Capítulo sexto: Trabajo y producción

Sección primera: Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. **Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Sección tercera: Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

1.4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2017- 2021 “Toda una Vida”

El presente trabajo de investigación se encuentra dentro de las normativas del plan nacional de desarrollo, toda una vida.

Objetivos nacionales del desarrollo

Eje 2: Economía al servicio de la sociedad

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

La generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico –con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios–; hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional.

La ciudadanía destaca que para lograr los objetivos de incrementar la productividad, agregar valor, innovar y ser más competitivo, se requiere investigación e innovación para la producción, transferencia tecnológica; vinculación del sector educativo y académico con los procesos de desarrollo; pertinencia productiva y laboral de la oferta académica, junto con la profesionalización de la población; mecanismos de protección de propiedad intelectual y de la inversión en mecanización, industrialización e infraestructura productiva. Estas acciones van de la mano con la reactivación de la industria nacional y de un potencial marco de alianzas público-privadas.

Políticas

- Generar trabajo y empleo dignos fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas

- Fomentar el desarrollo industrial nacional mejorando los encadenamientos productivos con participación de todos los actores de la economía.
- Incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica.
- Diversificar la producción nacional con pertinencia territorial, aprovechando las ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable.

1.4.3 Código del trabajo

Título III

De las modalidades del trabajo

Capítulo III De los artesanos

Art. 285.- A quiénes se considera artesanos. - Las disposiciones de este capítulo comprenden a maestros de taller, operarios, aprendices y artesanos autónomos, sin perjuicio de lo que con respecto de los aprendices se prescribe en el Capítulo VIII, del Título I.

Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios.

Art. 295.- Responsabilidad del artesano. - Todo artesano es responsable de la entrega de la obra que se compromete a ejecutar. Caso de no entregarla el día

señalado, el contratista tendrá derecho a la rebaja del uno por ciento sobre el precio pactado, por cada día de retardo, hasta la fecha de la entrega. El monto de la rebaja no puede exceder del precio de la obra.

Art. 302.- Obligaciones de los artesanos calificados. - Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano no están sujetos a las obligaciones impuestas a los empleadores por este Código. Sin embargo, los artesanos jefes de taller están sometidos, con respecto a sus operarios, a las disposiciones sobre sueldos, salarios básicos y remuneraciones básicas mínimas unificadas e indemnizaciones legales por despido intempestivo. Los operarios gozarán también de vacaciones y rige para ellos la jornada máxima de trabajo, de conformidad con lo dispuesto en este Código.

2.4.4 Ley de fomento artesanal

Codificación de la ley del artesano

Art. 15.- Los maestros debidamente titulados y los artesanos autónomos podrán ejercer el artesanado, abrir y mantener sus talleres, una vez que se hayan registrado en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, la que les conferirá el Carnet Profesional Artesanal, al momento mismo de su registro.

Los aprendices y operarios podrán formar parte de las cooperativas de producción y consumo, cuyo fomento y extensión se encarga de manera especial a la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Nota: Artículo declarado inconstitucional de fondo por Resolución del Tribunal Constitucional No. 38-2007-TC, publicada en Registro Oficial Suplemento 336 de 14 de mayo del 2008.

Art. 16.- Los artesanos amparados por esta Ley no están sujetos a las obligaciones impuestas a los patronos en general por la actual legislación.

Sin embargo, los artesanos jefes de taller están sometidos con respecto a sus operarios, a las disposiciones sobre el salario mínimo y a pagar las indemnizaciones legales en los casos de despido intempestivo.

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

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

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

2.4.5 Registro único del contribuyente

El Registro Único de Contribuyentes, más conocido como RUC, es el instrumento base utilizado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) para identificar a los contribuyentes, es decir, a las personas naturales o jurídicas que tienen la obligación de reportar información sobre sus actividades económicas y, si cumple con ciertas normas para pagar los respectivos impuestos.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC, emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de

impuestos de acuerdo a su actividad económica. Declarar significa notificar al SRI sus ingresos y egresos y así establecer el impuesto a pagar.

Toda persona nacional o extranjera que inicie un negocio, es decir, empiece una actividad económica, debe cumplir con los siguientes pasos:

- El Registro Único de Contribuyentes, conocido por sus siglas como RUC, corresponde al número de cédula más 001 al final.
- Identifica a las personas naturales que realizan una actividad económica de manera legal.

Las sociedades que se hallan sujetas al control de la Superintendencia de Compañías, se inscribirán y actualizarán su RUC en las dependencias de la mencionada institución.

Trámite para la obtención del RUC

Art. 6.- Los contribuyentes personas naturales para la realización de trámites inherentes al Registro Único de Contribuyentes, obligatoriamente deberán acreditar su identidad con los documentos legales habilitantes.

Queda terminantemente prohibida la aceptación de trámites a personas que no sean los titulares acreditados. En el caso de entidades o sociedades, el trámite lo efectuará el Representante Legal o la persona que aquél expresamente y por escrito delegue y adjunte copia de la cédula de identidad.

Actualización de datos

Art. 7.- Los obligados a obtener el Registro Único de Contribuyentes deben comunicar al Servicio de Rentas Internas, dentro de los treinta días hábiles de ocurridos los siguientes hechos:

- A. Cambio de denominación o razón social
- B. Cambio de actividad económica
- C. Cambio de domicilio
- D. Cese de actividades
- E. Establecimiento o supresión de sucursales, agencias, depósitos u otro tipo de negocios
- F. Cambio de representante legal
- G. Cambio de tipo de empresa.

2.4.6 Junta nacional de defensa del artesano

Capítulo I

Del direccionamiento estratégico

Art. 1.- La Junta Nacional de Defensa del Artesano es una institución autónoma de derecho público con personería jurídica, finalidad social que se alinea a las normas legales establecidas en el Estado ecuatoriano y se sustenta en la filosofía y enfoque de gestión por procesos, determinado por la identificación de usuarios, productos y servicios, cuyo propósito es asegurar el ordenamiento orgánico y funcional.

2.4.7 Ley orgánica de comunicación

Título VI

Publicidad, Producción Nacional y Espectáculos Públicos

Sección I

Propaganda y Publicidad

Art. 91.6.- Publicidad. Toda forma de comunicación realizada en el marco de una actividad comercial, industrial, artesanal o liberal con el fin de promover

el suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, sus derechos y obligaciones.

Nota: Artículo agregado por artículo 75 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 432 de 20 de febrero del 2019.

2.4.8 Ley de propiedad intelectual

Capítulo II

De las patentes de invención

Sección I

De los requisitos de patentabilidad

Art. 121. Se otorgará patente para toda invención, sea de productos o de procedimientos, en todos los campos de la tecnología, siempre que sea nueva, tenga nivel inventivo y sea susceptible de aplicación industrial. Art. 122. Una invención es nueva cuando no está comprendida en el estado de la técnica. El estado de la técnica comprende todo lo que haya sido accesible al público, por una descripción escrita u oral, por una utilización o por cualquier otro medio antes de la fecha de presentación de la solicitud de patente o, en su caso, de la prioridad reconocida.

Capítulo VIII

De las marcas

Sección I

De los requisitos para el registro

Art. 194. Se entenderá por marca cualquier signo que sirva para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos que sean suficientemente distintivos y susceptibles de representación gráfica. También podrán registrarse como marca los lemas comerciales, siempre que no contengan alusiones a

productos o marcas similares o expresiones que puedan perjudicar a dichos productos o marcas. Las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos, podrán registrar marcas colectivas para distinguir en el mercado los productos o servicios de sus integrantes.

2.4.9 Ley orgánica de defensa del consumidor

Capítulo II

Derechos y obligaciones de los consumidores

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor. - Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

Capítulo V

Responsabilidades y obligaciones del proveedor

Art. 17.- Obligaciones del Proveedor. - Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 27.- Servicios Profesionales. - Es deber del proveedor de servicios profesionales, atender a sus clientes con calidad y sometimiento estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexas. En lo relativo al cobro de honorarios, el proveedor deberá informar a su cliente, desde el inicio de su gestión, el monto o parámetros en los que se regirá para fijarlos dentro del marco legal vigente en la materia y guardando la equidad con el servicio prestado.

Capítulo VII

Protección contractual

Art. 45.- Derecho de Devolución. - El consumidor que adquiriera bienes o servicios por teléfono, catálogo, televisión, internet o a domicilio, gozará del derecho de devolución, el mismo que deberá ser ejercido dentro de los tres días posteriores a la recepción del bien o servicio, siempre y cuando lo permita su naturaleza y el estado del bien sea el mismo en el que lo recibió. En el caso de servicios, el derecho de devolución se ejercerá mediante la cesación inmediata del contrato de provisión del servicio

2. Capítulo II. Metodología empleada.

La metodología de la investigación ayuda a orientar, recolectar, analizar y clasificar de una manera correcta la forma en la que se va a enfocar una investigación para la producción del conocimiento, con el fin de que los resultados tengan validez y pertinencia, sobre todo cumplas con los estándares científicos.

2.1 Enfoque de la investigación

2.1.1 Enfoque cualitativo

Según Buendía Eisman, Colás, & Hernandez (2012), este enfoque es directamente subjetivo, no se basa tanto a lo numérico, pero si más a la información directa de la investigación, que a su vez se fundamentan en concepciones epistemológicas más profundas, es un poco más social, sus principales características son;

- No tiene una metodología estructurada.
- Está basada en la observación directa de las personas dentro del área investigativa.
- No tiene un método preestablecido para poder recolectar información.
- Las hipótesis se generan durante el proyecto.

2.1.2 Enfoque cuantitativo

Para Hernández, Fernández & Baptista (2010), este enfoque se basa en la recolección de datos, es un tema muy concreto y se refiere más al mundo real, en este enfoque se debe de tener un problema que se pueda medir, con sus características tales como:

- Utiliza estadísticas.
- Se crean hipótesis antes de la investigación.
- Se pueden concretar los ensayos dentro de la investigación para poder llegar a un punto concreto.
- Por lo general todo está basado en números.

2.1.3 Enfoque Mixto

En la presente investigación se utilizó el enfoque mixto ya que se habla mucho de las características y procesos a través de la metodología cualitativa y cuantitativa mejorando la creatividad por medio de las técnicas de investigación como el cuestionario y la observación de esta manera llegando a una mejor conclusión para el informe final.

2.2 Tipos de investigación

Según las clasificaciones que aporta la tecnología de investigación, los estudios se pueden clasificar en diferentes maneras, de acuerdo al estudio que se desarrolla en la investigación es descriptiva y explicativa.

2.2.1 Descriptiva:

Se utilizó el tipo de investigación descriptiva, ya que consiste en describir el problema que ocurre en el Taller artesanal Viviana, analizando las falencias antes mencionadas, de esta manera poner en práctica los resultados obtenidos, para el mejoramiento de la misma.

2.2.2 Explicativa:

Se aplicó el tipo de investigación explicativa para dar a conocer a detalle el problema que existe en el Taller artesanal Viviana, de esta manera poder manejar más a gusto las variaciones que se han dado en esta microempresa, y los efectos que ha provocado la misma; tales como un negocio con más de 5 años en el mercado de manera ilegal, sin una estructura organizacional ni un mapa de procesos que los guíe a los artesanos y colaboradores del taller a realizar su trabajo con más eficacia dentro del mismo ya que no cuentan con funciones específicas, sobre el taller no tiene sustentación definida ni a corto ni largo plazo. Esto dificulta la coordinación y el mal

uso de recursos económicos, se espera hallar solución al problema encontrado por medio de la presente investigación.

2.3 Métodos de investigación:

2.3.1 Métodos teóricos

Analítico - Sintético:

Se aplicó este método en el momento de realizar el marco teórico, ya que fue en ese momento cuando se indagó e investigó diferentes conceptos y perspectivas de diversos autores, enfocándonos en la importancia del plan de negocio dentro de una microempresa por medio del presente trabajo de investigación, esto permitirá de una manera más efectiva identificar las causas principales de las debilidades que fueron encontradas en la investigación para poder aplicar la respectiva mejora dentro del proyecto.

Histórico - Lógico:

Se utilizó el método Histórico - Lógico al momento de realizar el marco histórico dentro de la investigación, al indagar de manera profunda sobre temas ancestrales relacionados a todo lo que tenga que ver con madera, planes de negocios, administración y artesanía. Por medio del conocimiento adquirido dentro de dichas investigaciones se pudo notar la importancia y relevancia que tiene cada una de los diferentes tipos de madera o artesanos que existen, de esta manera valorizando cada una de los trabajadores y materia prima dentro la historia.

Inductivo – Deductivo:

A través del método Inductivo – Deductivo se pudo llegar de lo general a lo particular, mediante el cual se observó cómo los clientes prefieren sus artículos de madera por una buena calidad, y un bonito acabado, los datos obtenidos fueron

adquiridos gracias a las encuestas realizadas dentro de la investigación a una población dentro de la ciudad de Guayaquil.

2.3.2 Métodos empíricos

En este método se emplearon técnicas de recolección de información tales como: la observación y la encuesta, las mismas que permitieron recolectar datos que servirán para la elaboración del plan de negocio para el taller artesanal Viviana.

- **Observación**

Según Pardinás (2005) la observación puede ser estudiada desde el investigador que observa, que mira detenidamente y desde lo observado, lo mirado detenidamente, por lo tanto, la observación tiene dos sentidos, la acción del investigador y el conjunto de cosas observadas. Observación equivale a dato, fenómeno, hecho.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. (Díaz Sanjuán, 2011)

En la investigación se utilizó la observación directa ya que cuenta con una guía de observación que podrá ser visible en el **Anexo #1** de esta investigación, esta dará acceso único para que el investigador pueda observar netamente a los clientes, siendo esto una ventaja para poder visualizar de una manera más extensa las instalaciones de la misma. La observación es no encubierta porque el personal del taller estaba consciente de que los estaban observando, también es no participativa porque los investigadores no hacían parte de la actividad que se desarrolla en la misma.

- **Encuesta**

La encuesta consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparada sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que

interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo. (García Muñoz, 2003)

Para Galán Amador (2009) el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos.

En la presente investigación se realiza un cuestionario a posibles clientes del taller artesanal Viviana, con la finalidad de conocer sus dudas con respecto a la calidad de nuestros productos de madera, a su vez la atención que se brinda en el taller. El cuestionario consta de 10 preguntas de tipo dicotómicas y politómicas, en la misma se aplica la escala de likert. (**Ver anexo #2**)

2.3.3 Método estadístico

La presente investigación aplicó el método estadístico ya que es una herramienta primordial para poder tabular los datos numéricos con respecto a gustos y preferencias de los consumidores, además gracias a los valores porcentuales obtenidos se realizaron los gráficos estadísticos de la misma.

Muestreo

El muestreo aplicado es probabilístico y aleatorio simple, para determinar el tamaño de la muestra se utilizó el 95% en nivel de confianza dentro del 5% con respecto al margen de error, teniendo en cuenta una población de 2.291.000 habitantes en Guayaquil según datos del INEC, obteniendo una muestra de 384 personas para ser encuestadas.

2.3.3.1 Cálculo del tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra con respecto al muestreo aleatorio simple, se utilizó la siguiente fórmula:

Ilustración 1 Fórmula aleatorio simple

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

Elaborado por Ricardo G (2020)

n= Muestra; segmento de la población que se estudiará.

N= Población; total de habitantes de la ciudad de Guayaquil: 2291.000.000

a= Desviación estándar; toma un valor de 0.5 cuando el valor no es conocido.

Z= Confiabilidad; porcentaje de significancia que tendrá la muestra será de: 1.96

e= Porcentaje de error de la muestra: 5%.

Aplicando los datos en la fórmula da como resultado el siguiente dato:

$$n = \frac{2291000(0.5)^2 (1.96)^2}{(2291000-1) (0.05)^2 + (0.5)^2 (1.96)^2}$$

$$n = \frac{2200276,4}{5728,4579}$$

$$n = 384,0957616$$

Elaborado por Ricardo G (2020)

Una vez realizada la muestra se pudo obtener como resultado la cantidad de 384 personas por encuestar dentro de la ciudad de Guayaquil.

2.3.4 Análisis de los resultados

Género

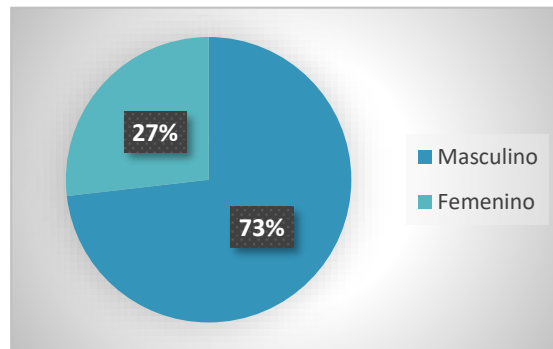
Tabla 6 - Género

Género	
Masculino	281
Femenino	103
Total	384

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 1 Género



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Análisis: El gráfico muestra el resultado total de los encuestados por género, mostrando que el 73% de los encuestados fueron hombres y el 27% mujeres, lo que muestra según el estudio es que el sexo masculino fue el que más encuesta realizo. Se realiza el análisis de gráficos y datos del cuestionario aplicado a los consumidores de la ciudad de Guayaquil, como lo indico la muestra una cantidad específica de 384 personas a encuestar en una población de 2.291.000 habitantes. Con la finalidad de determinar la viabilidad del estudio de mercado tanto en calidad como en gusto y preferencia de los consumidores, es por ellos que se procede a presentar de una manera detallada las encuestas en gráficos estadísticos.

Se realizaron 384 cuestionarios a posibles consumidores, dentro de la muestra se incluyeron a 281 hombres y 103 mujeres tal como se detalla en el gráfico.

Edad

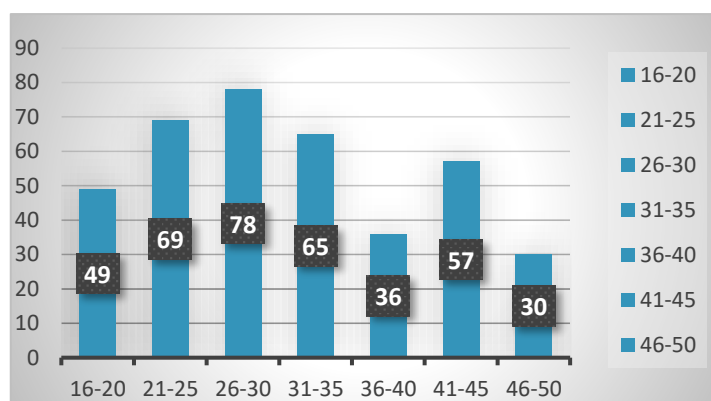
Tabla 7 – Rango de Edades

Edad	Frecuencia	Porcentaje
16-20	49	13%
21-25	69	18%
26-30	78	20%
31-35	65	17%
36-40	36	9%
41-45	57	15%
46-50	30	8%
Total	384	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 4 Edades



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Análisis: La tabla muestra la edad de las personas que realizaron el cuestionario, a diferencia del gráfico que indica el porcentaje del rango de personas, mostrando que el 20% son personas de 26 a 30 años siendo esto favorable ya que nos indica de manera porcentual que los jóvenes tienden más a ver el tema de cosas para el hogar.

1. ¿Conoce usted el Taller artesanal Viviana?

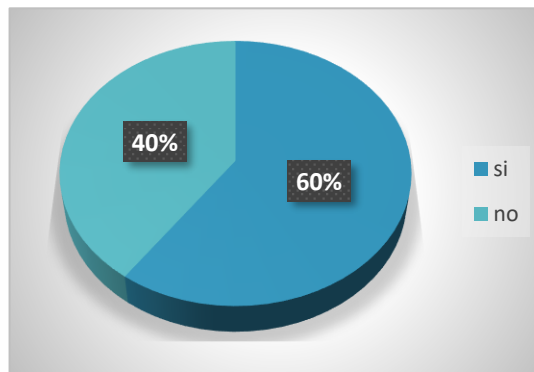
Tabla 8 Pregunta 1 – Conocimiento del local

Alternativas	Frecuencia
si	230
no	154
Total	384

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 7 ¿Conoce usted el Taller artesanal Viviana?



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Análisis: De acuerdo a los datos recolectados en el cuestionario el 60% de los encuestados tenían conocimiento del taller artesanal Viviana, el otro 40% se enteraron en el momento del taller.

2. ¿Con qué frecuencias usted adquiere productos de madera para la casa?

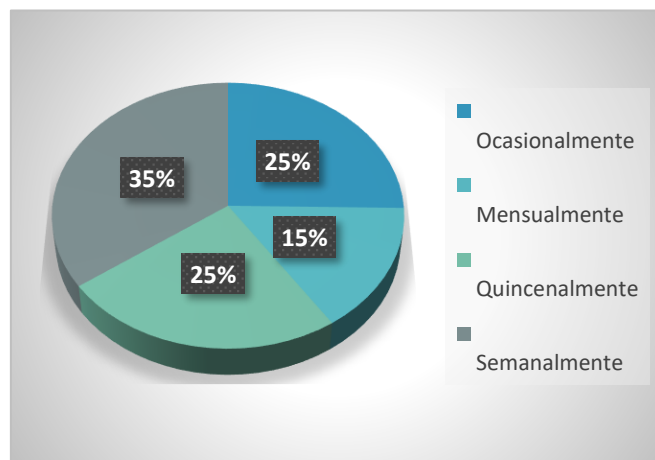
Tabla 9 Pregunta 2 – Frecuencia de compras

Alternativas	Frecuencia
Ocasionalmente	97
Mensualmente	59
Quincenalmente	94
Semanalmente	134
Total	384

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 10 ¿Con qué frecuencias usted adquiere productos de madera para la casa?



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Análisis: El gráfico muestra que en la actualidad el 35% de los encuestados adquieren productos para el hogar de una manera semanalmente, hablando específicamente de 134 personas, el 15% de los encuestados hablando de 59 personas, adquieren productos para el hogar de manera mensual.

3. ¿Considerando las diferentes maderas existentes, cual usted utiliza con frecuencia en sus productos para el hogar?

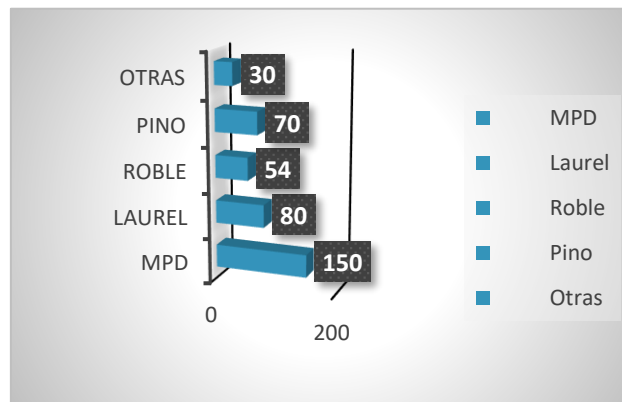
Tabla 10 Pregunta 3 - Tipos de madera

Alternativas	Frecuencia
MPD	150
Laurel	80
Roble	54
Pino	70
Otras	30
Total	384

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 13 Tipos de madera para su hogar



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Análisis: Como se puede observar en el gráfico, el 8% de las personas utilizan maderas que no se mencionan en el cuestionario, el 39% de los encuestados utilizan MPD, siendo así algo rentable para el taller artesanal Viviana, ya que, se considera el tipo de madera, este es el que más se utiliza en el taller.

4. ¿Considera usted que estos precios son accesibles, tomando en cuenta la calidad de la madera?

Tabla 11 Precios de las diferentes maderas

MADERAS	PRECIOS ESTANDARES			
	ANAQUELES	VELADORES	ESCRITORIOS	ROPEROS
MEDIDAS	100*60*40	50*40*30	110*100*45	170*70*42
Pino	\$40	\$20	\$45	\$80
MPD	\$50	\$25	\$60	\$90
Laurel	\$75	\$35	\$75	\$110
Roble	\$90	\$50	\$90	\$125

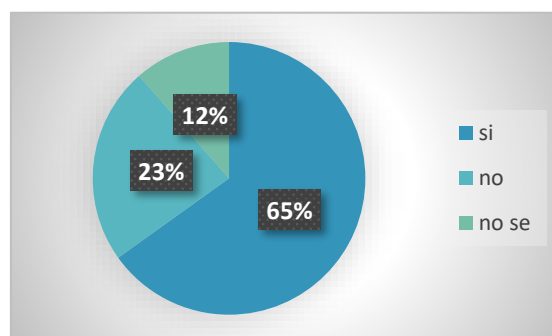
Tabla 12 Pregunta 4 - Accesibilidad de comprar personal

Alternativas	Frecuencia
si	250
no	90
no se	44
Total	384

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 16 Accesibilidad de comprar personal



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos en el cuestionario, el 65% de las personas consideran accesible el precio de la madera que ofrece el taller, el 23% de los encuestados indicaron que no son accesible, y el 12% de los encuestados no tenían ni idea de precios con respecto a productos para el hogar.

5. El taller artesanal Viviana, da la oportunidad de que usted elija el color de sus productos, según los colores observados en la siguiente tabla, **¿marque con una x los colores que usted considera más atractivos para sus productos?**

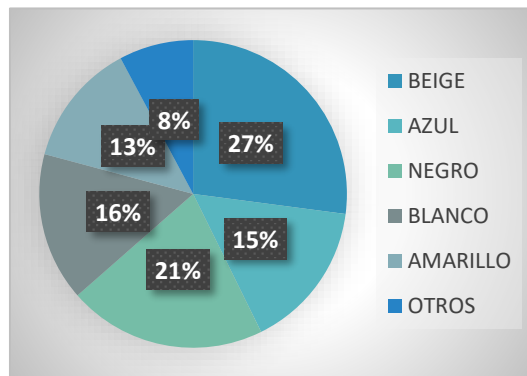
Tabla 13 Pregunta 5 - Colores de madera

Alternativas	Frecuencia
Beige	104
Azul	60
Negro	80
Blanco	60
Amarillo	50
Otros	30
Total	384

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 19 Preferencia de colores en las maderas



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Análisis: Según los datos obtenidos en el cuestionario realizado las personas tienen diferentes gustos con respecto a colores, con ello se habló de un 27% de personas que prefiere el color beige en sus hermosos productos del hogar, y un 8% prefiere otros colores.

6. ¿Considera que los precios observados anteriormente del taller artesanal Viviana son accesibles al mercado?

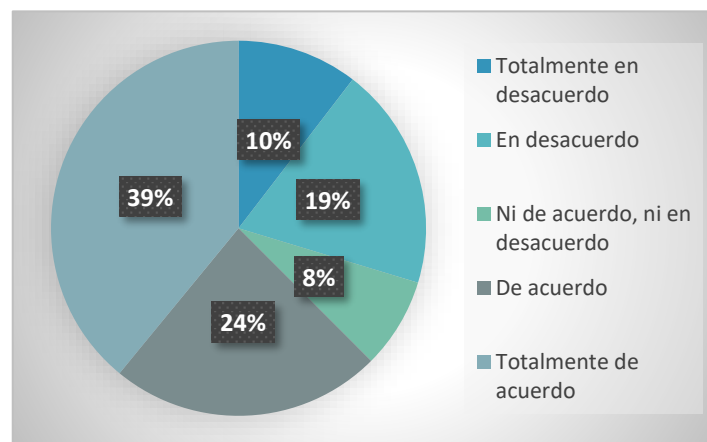
Tabla 14 Pregunta 6 - Accesibilidad de comprar del mercado

Alternativas	Frecuencia
Totalmente en desacuerdo	40
En desacuerdo	74
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	30
De acuerdo	90
Totalmente de acuerdo	150
Total	384

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 22 Precios accesibles al mercado



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Análisis: En el gráfico se puede visualizar se da a conocer que el 39% de la población encuestada, está totalmente de acuerdo con los precios que brinda el taller artesanal Viviana, siendo así el 10% está en desacuerdo, tomando en cuenta el target en el que se ubica el taller, es algo rentable para el taller.

7. ¿Qué tan importante considera usted, estos productos para el mercado?

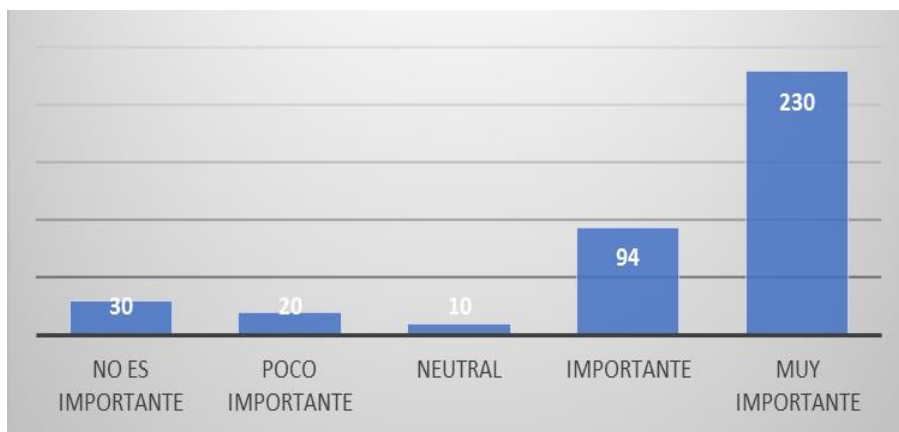
Tabla 15 Pregunta 7 - Importancia de compra

Alternativas	Frecuencia
No es importante	30
Poco importante	20
Neutral	10
Importante	94
Muy importante	230
Total	384

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 25 Importancia de compra



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Análisis: Para las personas que realizaron el cuestionario, el 60% indican que es muy importante los productos de madera para el hogar, a diferencia del 8% que señalaron que no le es importante, tomando en cuenta al 3% de encuestados que dicen que lo ven de una manera neutral.

8. ¿Compraría usted un producto en un lugar donde no haya comprado antes?

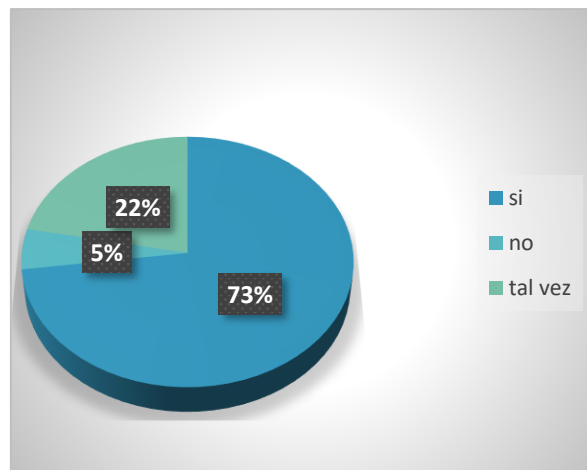
Tabla 16 Pregunta 8 - Acogida de compra

Alternativas	Frecuencia
si	280
no	20
tal vez	84
Total	384

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 28 Acogida a lugares de compra desconocidos



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Análisis: De acuerdo a lo señalado y analizado por las personas que realizaron el debido cuestionario, el 73% indicaron que si comprarían en un lugar donde no hayan comprado antes, siento esto ventajoso para el taller, ya que existe una cierta cantidad de población que desconoce del lugar, y que quizás con un poco de publicidad logre llegar a este público objetivo.

9. ¿Cuáles son los sitios a los que usted acude cuando necesita de uno de los productos antes mencionados?

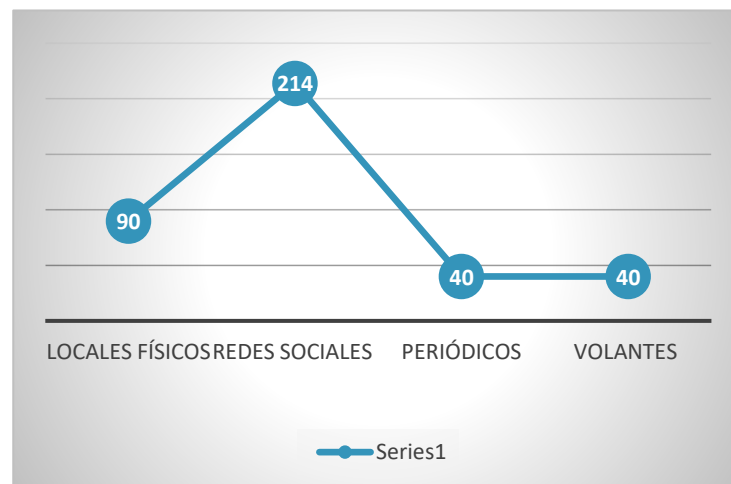
Tabla 17 Pregunta 9 - lugares de compra

Alternativas	Frecuencia
Locales físicos	90
Redes sociales	214
Periódicos	40
Volantes	40
Total	384

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 31 Lugares preferenciales de compras



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Análisis: El 56% de las personas que realizaron el cuestionario para el taller artesanal Viviana, indicaron que cuando tienen la necesidad de un producto de madera para el hogar acuden a las redes sociales, el otro 24% acuden a locales comerciales físicos, siendo esto una ayuda para comenzar a impulsar de una manera agresiva la publicidad por redes sociales del taller.

10. ¿Qué tan importante considera usted que los compradores tengan la oportunidad de indicar el color, diseño, incluso algún dibujo para los más pequeños del hogar, antes de solicitar su producto?

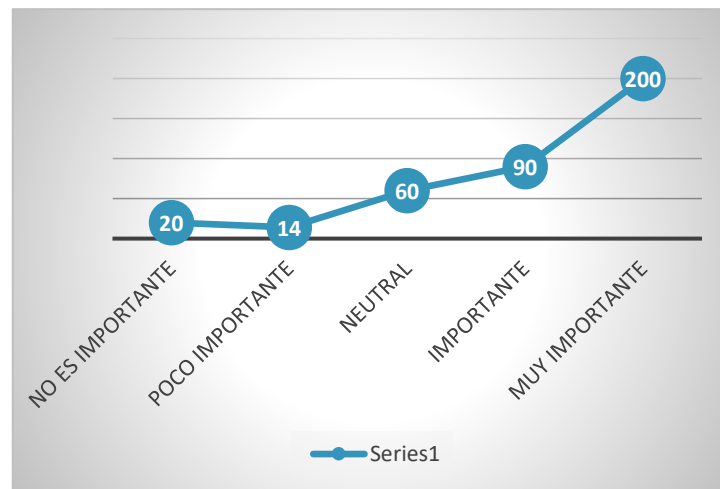
Tabla 18 Pregunta 10 - Personalización de los artículos

Alternativas	Frecuencia
No es importante	20
Poco importante	14
Neutral	60
Importante	90
Muy importante	200
Total	384

Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Gráfico 34 Personalización de los artículos



Fuente: Cuestionario aplicado.

Elaborado por: Ricardo Guagua

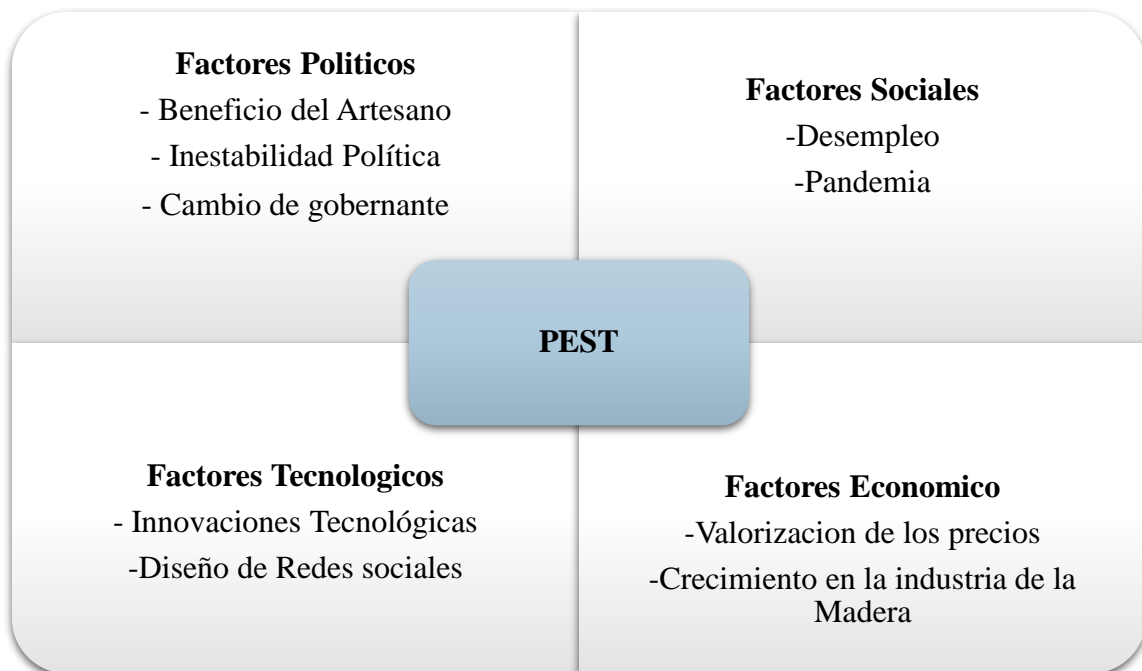
Análisis: Según los datos recolectados en el cuestionario el 52% de las personas considera muy importante que los consumidores tengan la oportunidad de indicar el color, diseño e incluso tener la oportunidad de pedir algún dibujo para los más pequeños del hogar, para el 4% es poco importante, siendo así algo ventajoso para el taller artesanal Viviana, ya que se dedica a este tipo de trabajos de calidad.

2.3.5 Herramientas de análisis

2.3.5.1 Análisis PEST

Se realiza el análisis Pest (Político, Económico, Social y Tecnológico) para poder determinar todos los factores del entorno a nivel general que de una u otra manera van a afectar al taller artesanal Viviana.

Gráfico 37 Análisis PEST



Elaborado por Ricardo G (2020)

- **Factores Políticos**

El Ecuador es un estado social de derecho, soberano, unitario, independiente, democrático, pluricultural y multiétnico. Su gobierno es Republicano, presidencial, electivo, representativo, responsable, alternativo, participativo y de administración descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es la base de la autoridad, que ejerce a través de los órganos del poder público y de los medios democráticos previstos en esta Constitución. (Asamblea Constituyente)

Sin embargo, la industria de la madera se encuentra respaldada por la ley de la defensa de los artesanos por lo que gozan de varios beneficios tales como: el artesano calificado está exento del pago del décimo tercero, décimo cuarto y utilidades con respecto de sus operarios y aprendices, siendo esto así, el taller artesanal Viviana no se libera de afiliarse a sus operarios de manera obligatoria al seguro social. Sin acumular fondos de reserva.

- **Factores Sociales**

De acuerdo a los números del INEC, el desempleo pasó de 3,8 % en diciembre del año pasado, a 13,3 % entre mayo y junio de 2020, es decir, un incremento de 9,5 puntos porcentuales, todo esto a causa de la pandemia ocurrida en este año,

Las mujeres han sido las más afectadas por la crisis de acuerdo a las cifras dictadas por INEC, esto ocurrió entre mayo – junio, la tasa de desempleo se ubicó en 15,7% para las mujeres y 11,6% para los hombres, reflejando los efectos económicos del coronavirus en el país.

De esta manera, el taller artesanal Viviana adquiere esto de una manera ventajosa, ya que, a pesar de dichos desempleos, las personas quedan habitadas en sus casas y es ahí cuando nace su deseo de remodelar su departamento, domicilio o casa, con esto en media pandemia incrementaron las ventas de una manera agresiva vía Online.

- **Factores Tecnológicos**

La tecnología está a favor de los emprendedores, ya que siempre se está actualizando de manera constante las redes sociales y sus publicaciones, lo que permite un mayor incremento en venta de manera Online y presencial, mediante chats y entregas a domicilio. Recordando que el internet hoy en día es uno de los medios más utilizados por todas las empresas ya que ayuda al incremento del reconocimiento de una gran organización obteniendo grandes beneficios en la rentabilidad de los productos que se ofrecen en los talleres y emprendimientos en general.

- **Factores Económico**

La variación de los precios por la industria de la madera tiene constante cambio en el alza de los precios debido a la inflación anual (B.C.E 2017)

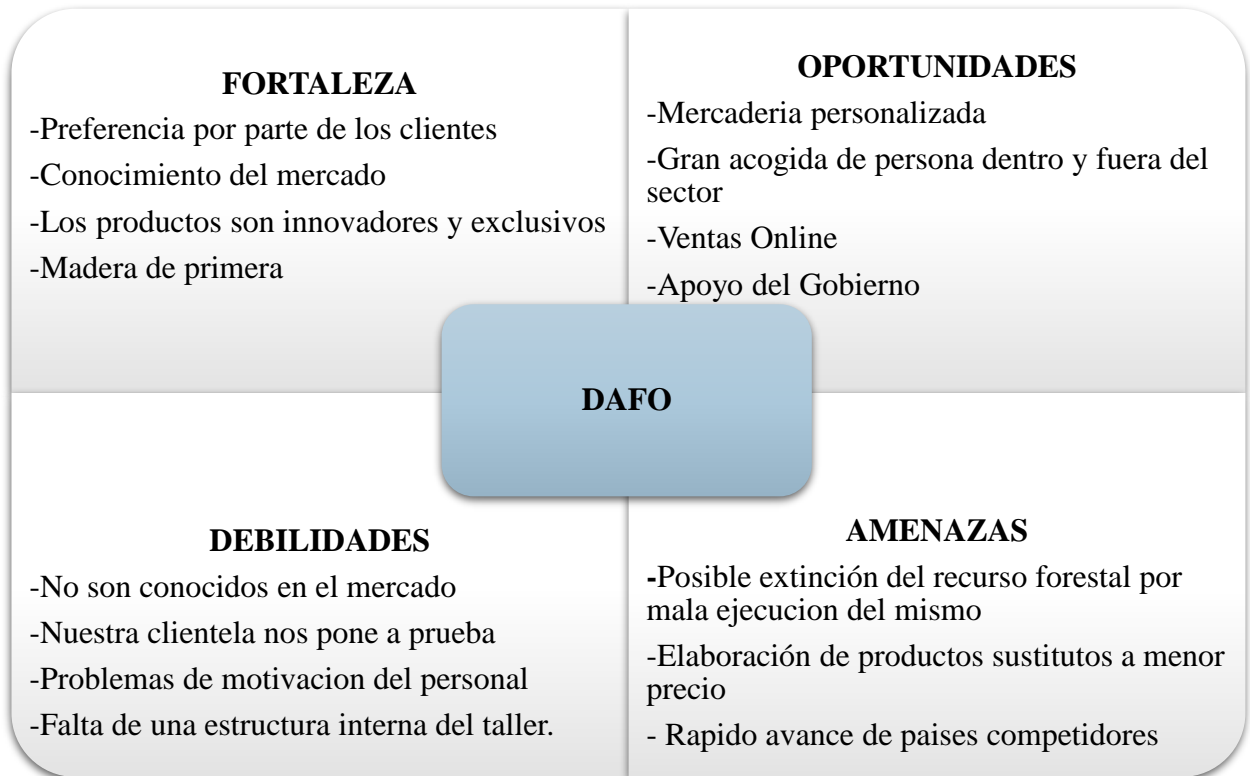
Según los datos proporcionados por el Director Forestal Juan Carlos Palacios, “actualmente las inversiones superan los 1.150 millones de dólares, la mayor parte es nacional. Las exportaciones son de alrededor de 160 millones de dólares al año en madera como teca y balsa, y en procesados como tableros y muebles”. Mientras que las importaciones son en su mayoría de 300 millones de dólares en pulpa de papel. Además, señala que el sector forestal produce 1.500 millones de dólares al año en transformación de madera. Hasta 2011, se tiene registros que indican que el sector forestal genera 234 mil empleos directos, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Por medio de los datos obtenidos del INEC se puede observar que el negocio de la madera va en un buen camino para el país, de esta manera el taller artesanal Viviana con buena acogida dentro del sector y a nivel nacional, puede llegar a obtener una rentabilidad estándar dentro del país.

2.3.5.2 Análisis DAFO (FODA)

Dentro del análisis FODA se podrá enfocar los factores externos e internos de la empresa, determinando las fortalezas, debilidades, oportunidad y amenazas que determinarán los objetivos de la misma para una mejor ejecución de las labores destinadas a largo y corto plazo, el FODA es uno de los análisis que se deberían de realizar en todo tipo de plan de negocio por su plena ayuda dentro de una investigación.

Gráfico 38 Análisis DAFO



Elaborado por Ricardo G (2020)

- **Factores internos**

En los siguientes factores se analiza cómo es la empresa con respecto a la disponibilidad de recursos tales como, el personal, calidad del servicio, e incluso los productos que se ofrecen dentro del taller artesanal Viviana. El análisis interno permite identificar las propiedades dentro de la misma. de esta manera poder tener ventaja competitiva con el resto del mercado existente.

Debilidades:

El taller artesanal Viviana presenta falencia o debilidades que han dificultado de cierta manera sus operaciones internas, especialmente en la estructura interna del taller, rotación de horario, y desarrollo del personal, la cual permite establecer su

posición presente y futura en el mercado, ya que el rol que realiza esta en el desarrollo de las necesidades de los clientes.

Fortalezas:

El taller artesanal Viviana presenta una serie de aspectos positivos que hacen que el servicio y la entrega sea satisfactoria para toda la persona y clientes, a su vez con ello mejoran sus ventajas ante los futuros competidores, logrando así un mejor desarrollo y alto crecimiento dentro del mercado con los productos de calidad que ofrecen al público en general.

- **Factores Externos**

Dentro de los factores externos se podrán dar cuenta las oportunidades que se encuentran dentro de la empresa, las cuales son situaciones positivas que suelen ocurrir dentro del entorno, en cambio las amenazas son situaciones negativas que así mismo, se generan en el entorno y es ahí donde se debe de tomar en cuenta para elaborar estrategias adecuadas para poder asumirlas de la mejor manera posible.

Amenazas:

En el caso del taller artesanal Viviana los factores externos que se convierten en las amenazas serían las apariciones de nuevos locales de Artesanía dedicados a la misma labor de creación de productos para el hogar, ya que bajaría el volumen de venta, esto también dependería mucho de la agresividad que dichos locales le metan en publicidad a sus productos. Esto llevaría a una mayor demanda de producto para una de las tiendas.

Oportunidades:

En el campo laboral existen muchas oportunidades de crecimientos para todo tipo de mercado, como el taller de artesanías de manera elaboradas al gusto y preferencia del cliente, se podría elaborar estrategia juntos a los proveedores de la madera, para generar cierto tipo de ventaja con la competencia, ya sea en costo de materia prima, o en el desarrollo de actividades promocionales para la gestión de la misma.

2.3.5.3 Modelo CAPA

- **Corregir las debilidades**

- Comprar madera suficiente para abastecer el taller y solventar las necesidades del cliente, y no rechazar ofertas de realización de productos por falta de insumos.
- Fidelizar al cliente, de tal manera que mientras más compres realice disminuye el valor de sus productos por volumen.
- Motivar a los colaboradores de tal manera que, mientras más ventas se realicen tendrán bonos de recompensa por sus trabajos terminados, por volumen de venta.

- **Afrontar las amenazas**

- Mantener un precio acorde al producto que se está vendiendo, comunicándole al cliente la calidad de nuestras maderas.
- Crear nuevas estrategias para contrarrestar los efectos de nuevos talleres que podrían surgir en el sector.
- Utilizar de manera considerable y justa la materia prima, para evitar desechar restos de madera, de esta manera evitar la extinción de piezas futuras.

- **Potenciar las fortalezas**

- Brindar un servicio excelente y de calidad
- Implementar estrategia de fidelización en los clientes
- Mantener la calidad de la madera en un 100%
- Ayudar con el diseño personalizado a los futuros clientes

- **Aprovechar las oportunidades**

- Expandir el local a diferentes sectores de la ciudad
- Aprovechar las redes sociales para un mayor volumen de ventas

3. Capítulo III. Desarrollo de la Propuesta

3.1 Título de la Propuesta

Plan de Negocios para el taller artesanal Viviana, ubicado en el sur de la Ciudad de Guayaquil

3.2 Objetivo de la Propuesta

Implementar un plan de negocios para el taller artesanal Viviana, ubicado en el sur de la Ciudad de Guayaquil

3.3 Descripción de la Propuesta

Para llevar a cabo la siguiente propuesta se va a desarrollar en cuatro etapas que se dividen de la siguiente manera:

- Etapa 1 - Estudio de mercado
- Etapa 2 - Estudio técnico
- Etapa 3 - Estudio Financiero
- Etapa 4 - Estudio Organizacional

3.3.1 Etapa 1 - Estudio de mercado

Para Huerta (2016) el estudio de mercado es un conjunto de acciones sistematizadas para aportar datos que permiten mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de los productos que cubran la demanda del consumidor. Mediante el conocimiento de respuestas del mercado, proveedores y competencias, ante un producto o servicio, analizando la demanda y la oferta, así como los precios y canales de distribución.

En este estudio de mercado se necesita de información relacionado al sector artesanal, para que todo esto funcione se quiere llegar a un público objetivo, un buen comienzo es la segmentación de mercado, comenzado por ciertas variables como la Demográfica, Psicográfica y Geográfica. En el estudio de mercado se dará a conocer los requisitos previos para un buen posicionamiento en el mercado.

Gráfico 39 Segmentación de Mercado

Segmentación Demográfica	Segmentación Psicográfica	Segmentación Geográfica
Género:	Clase Social:	País
Femenino y Masculino	Media – Media Media - Alta	Ecuador
Edad		Provincia
16 - 45		Guayas

Elaborado por: Ricardo Guagua

- **Ubicación Geográfica**

Ilustración 2 Ubicación del Taller artesanal Viviana



Elaborado por Google Maps

Análisis de la Competencia

Para Balaguer (2017) el análisis de la competencia es una forma de evaluar las fortalezas y las debilidades de los competidores que hay en un mismo mercado, con el objetivo de obtener una ventaja frente a ellos. Es un factor clave a la hora de emprender un nuevo negocio.

Competencia

La competencia se define como aquellas empresas que ofrecen lo mismo o satisfacen la misma necesidad que la Empresa, por ende, compiten por el mismo segmento de mercado. A continuación, empresas estudiadas dentro del estudio de mercado, ubicadas en el sur de Guayaquil.

Para entender dicho estudio se realizarán variables y precios como:

Tabla 19 Indicadores

Variedad y Atención al Cliente	Precios
B - Bueno	A – Alto
R – Regular	M – Medio
M – Mala	B – Bajo

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 20 Competencias Estudiadas

Talleres	Sector	Tiempo en el Mercado	Horarios de Atención	Variedad	Precio	Atención al Cliente	Comentario
Taller artesanal Byron	Isla Trinitaria – Un techo para los pobres	8 años en el mercado	10:00 AM a 20:00PM	B	M	R	Solo distribuyen dentro de Guayaquil, vende los mismos productos que el taller artesanal Viviana, el taller está en la calle.
Taller artesanal Nueva Unión	Guasmo sur	6 años en el mercado	08:00 AM a 21:00PM	R	A	R	No tiene mucha variedad en cuanto a las otras tiendas, sus precios son muy elevados, tienen un taller súper amplio lo cual permite que los clientes puedan visualizar bien toda la mercadería en el taller.
Taller artesanal Paredes	Isla Trinitaria – Luchar y Vencer	10 años en el mercado	8:30 AM a 19:00PM	B	M	B	Tiene poco personal en su taller, con los años que tienen en el mercado ya es para que tenga un taller más organizado y con un área de elaboración mejor estructurada.

Elaborado por: Ricardo Guagua

Proveedores

Tabla 21 Proveedores

Proveedores										
Descripción de Proveedores				Análisis			Características			
Nombre de la Empresa	País	Ciudad	Ubicación	Tipo de Proveedor			Precio y Promoción	Calidad	Servicio	Observación
				Distribuidor Local	Pequeño distribuidor	Otros				
CreatiPixel	Ecuador	Guayaquil	García Moreno 2204 y Huancavilca 090303	x			Descuentos por pronto pagos	Productos en excelentes condiciones	Servicio de impresión de alta calidad e instalación de vinil adhesivo, Gigantografías, etc.	Personalizan tu Stickers de preferencia, cuenta con una variedad en diseños infinitos.
REPINSA	Ecuador	Guayaquil	Av. Assad Bucaram Elmalin, Guayaquil 090413	x			Descuentos por compras mayores a 100\$	Productos en excelentes condiciones	Almacén de Pinturas de todo tipo	Excelente servicio, productos garantizados y asesoramiento gratuito en todos los productos que comercializan.
Novocentro	Ecuador	Guayaquil	Avenida Raúl Clemente Huerta, Cooperativa 7 de septiembre	x			10% en mercadería seleccionada cada fin de mes	Productos en excelentes condiciones	Establecimiento de venta de madera de diferentes calidades.	Esta empresa ayuda a la elaboración de los productos del taller siendo el único proveedor de madera que tiene el taller.

Ferretería Tamami	Ecuador	Guayaquil	Isla Trinitaria, Coop. luchar y vencer		x		Precios moderados	Productos en excelentes condiciones	Es un centro ferretero que ofrece materiales de construcción, herramientas y complementos indispensable para la elaboración de los productos en el taller.	Se tiene dos ferreterías de Proveedor ya que, si no se encuentran un producto en una, se la consigue en la otra, por motivo que son distribuidoras pequeñas.
Ferretería Sur	Ecuador	Guayaquil	Domingo Comín y, avenida Roberto Serrano Rolando		x		Precios costosos, se encuentran en constante promociones de precios.	Productos en excelentes condiciones	Es un centro ferretero que ofrece materiales de construcción, herramientas y complementos indispensable para la elaboración de los productos en el taller.	Se tiene dos ferreterías de Proveedor ya que, si no se encuentran un producto en una, se la consigue en la otra, por motivo que son distribuidoras pequeñas.

Elaborado por: Ricardo Guagua


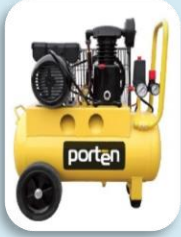

3.3.2 Etapa 2 - Estudio técnico

Según Rosales (2013) en el estudio técnico se describen los insumos, materiales, herramientas y el talento humano que serán esenciales en el proceso productivo de la empresa.








3.3.2.1 Maquinarias, materiales y herramientas

Implementos necesarios para la elaboración de los productos del taller artesanal Viviana, algunas de las maquinarias a utilizarse en el taller se pueden visualizar en el **Anexo #3**

Tabla 22 Maquinarias, materiales y herramientas

Materiales para la Elaboración de los productos del taller artesanal Viviana				
Maquinarias	Materiales	Und.	Función	Ilustración
	Mesa cortadora de madera	1	La sierra (cortadora) es un instrumento que sirve para cortar madera, es por ello que se utiliza la mesa para hacer de una manera más práctica el procedimiento de corte.	
	Compresor	2	Es una máquina diseñada para tomar el aire del ambiente, almacenarlo y comprimirlo dentro de un tanque.	
	Taladro	2	Sirve para realizar agujeros	

	Taladro inalámbrico	2	Sirve para realizar agujeros sin necesidad de estar conectado a un enchufe.	
	Pistola de Pintura	2	Esta maquinaria sirve especialmente junto al compresor.	
	Pistola Clavadora	3	Sirve para empujar clavos en la madera o en algún otro tipo de material.	
Herramientas	Espátula	4	Se utiliza para limpiar, alisar, rascar (la pintura, por ejemplo), levantar incrustaciones, etc.	
	Martillo	3	Su uso más común es para clavar, o romper objetos.	
	Flexómetro	2	Es utilizado Especialmente para medir metros.	

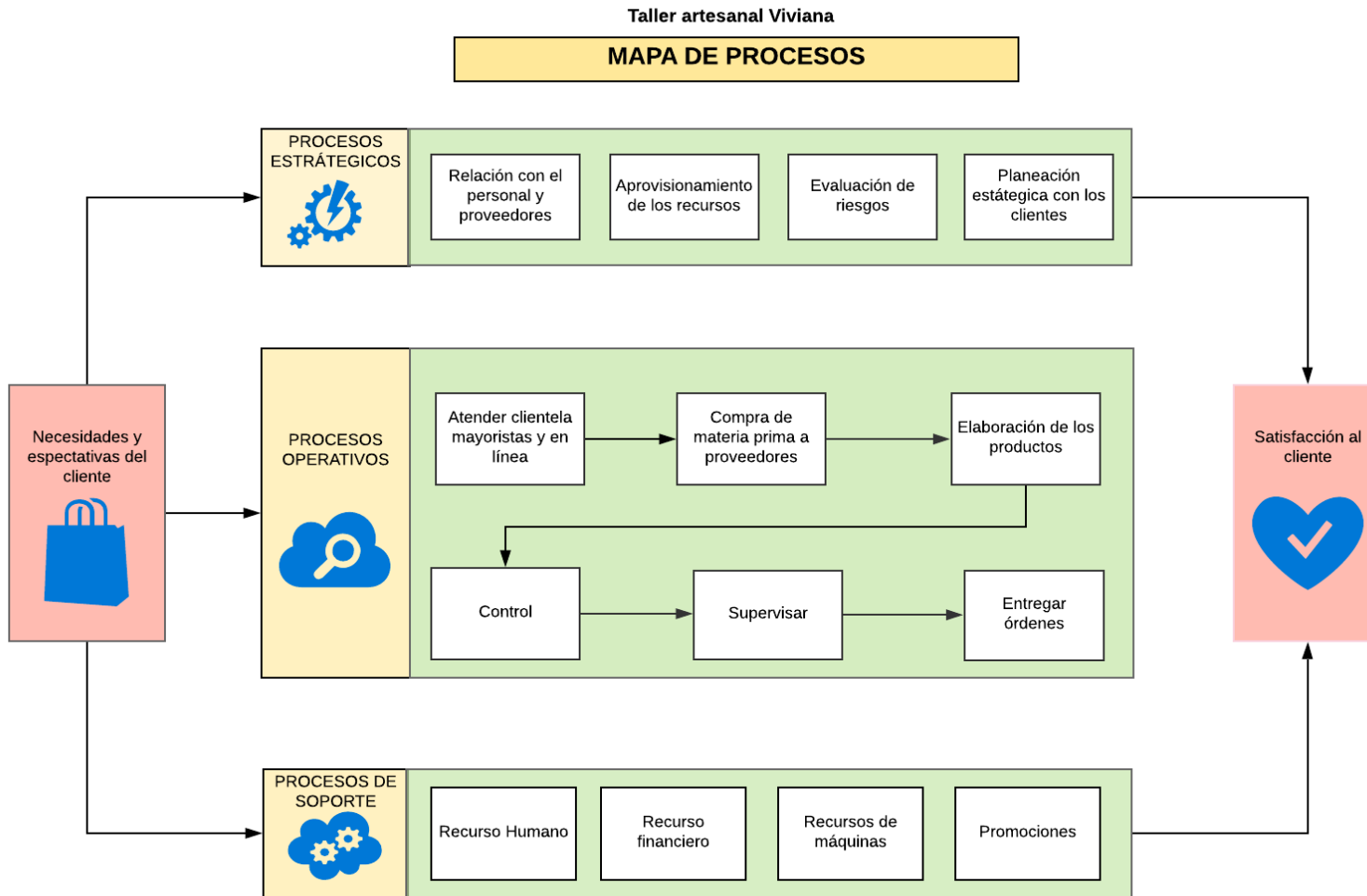
	Regla cuadrada	4	Es posible comenzar y finalizar el trazo en el lugar exacto que marca la escala.	
	Destornillador	6	Sirva para Destornillar algunas tuercas como, por ejemplo, en las bisagras.	
Materiales	Masilla		sirva para tapar o cubrir imperfecciones siendo esto un yeso instantáneo.	
	Diluyente		Se utiliza para disolver pintura que se encuentra en lugares innecesarios	
	Goma (Pegamento)		Su uso más común es pegar de manera instantánea los lugares donde fue disuelta.	
	Rieles Correderas		Usualmente sirven para que las puertas o cajones rueden de manera ligera.	
	Pinturas		Dentro del taller son utilizadas de acuerdo a la preferencia del comprador.	

sellador rojo	Este material es utilizado de manera constante en todo el artículo del taller, ya que con ello se sella la madera.	
Papel film	Su función consiste en ser embalado sobre los productos ya terminados, para ser entregados de una manera más de paquete.	
Cerraduras de cajón	Su función principal es darle privacidad a los productos que se vayan a encontrar dentro del cajón que se encuentre con una cerradura.	
Bisagras para puertas	Son utilizadas en los anaqueles o todo artículo que vaya a abrirse de manera constante de izquierda a derecha.	
Stikers (Imprenta)	Este tipo de materia es el enviado por CreatiPixel, de acuerdo a lo solicitado.	
Vidrios	Suelen ser utilizados en los anaqueles o muebles de entretenimiento.	
Espejos	Por lo general se utilizan en los Roperos.	

Elaborado por: Ricardo Guagua

3.3.2.2 Mapa de procesos del taller artesanal Viviana

Ilustración 3 Mapa de procesos



Elaborado por: Ricardo Guagua

3.3.3 Etapa 3 - Estudio financiero

Tabla 23 Activos fijos

ACTIVOS FIJOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL
MUEBLES DE OFICINA			
Escritorio	1	62	\$ 62,00
Silla ejecutiva	1	35	\$ 35,00
Archivador	2	80	\$ 160,00
TOTAL:			\$ 257,00
EQUIPO DE COMPUTO			
Laptops HP core i5	1	450	\$ 450,00
Impresora HP	1	200	\$ 200,00
TOTAL			\$ 650,00
MAQUINARIA			
Mesa cortadora de madera	2	386	\$ 772,00
Compresor	2	150	\$ 300,00
Taladro	2	60	\$ 120,00
Taladro inalámbrico	2	75	\$ 150,00
Pistola de Pintura	2	12,5	\$ 25,00
Pistola Clavadora	2	49	\$ 98,00
TOTAL			\$ 1.465,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 2.372,00

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 26 Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	PRECIO
Registro del nombre comercial	\$ 208,00
Permisos municipales	\$ 275,00
Gastos de constitución	\$ 300,00
TOTAL	\$ 783,00
GASTOS DE ADECUACIÓN	
DESCRIPCIÓN	PRECIO
Adecuación del taller	\$ 250,00
TOTAL	\$ 250,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.033,00

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 29 Depreciación

DEPRECIACIÓN DE MUEBLE DE OFICINA						
Descripcion	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Vida util	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Escritorio	1	62	\$ 62,00	10	\$ 6,20	\$ 0,52
Silla ejecutiva	1	35	\$ 35,00	10	\$ 3,50	\$ 0,29
Archivador	2	80	\$ 160,00	10	\$ 16,00	\$ 1,33
				TOTAL	\$ 9,70	\$ 0,81
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN						
Descripcion	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Vida util	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Laptops HP core i5	1	450	\$ 450,00	3	\$ 150,00	\$ 12,50
Impresora HP	1	200	\$ 200,00	3	\$ 66,67	\$ 5,56
				TOTAL	\$ 216,67	\$ 18,06
MAQUINARIA						
Descripcion	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Vida util	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Mesa cortadora de madera	2	386	\$ 772,00	10	\$ 77,20	\$ 6,43
Compresor	2	150	\$ 300,00	10	\$ 30,00	\$ 2,50
Taladro	2	60	\$ 120,00	10	\$ 12,00	\$ 1,00
Taladro inalámbrico	2	75	\$ 150,00	10	\$ 15,00	\$ 1,25
Pistola de Pintura	2	12,5	\$ 25,00	10	\$ 2,50	\$ 0,21
Pistola Clavadora	2	49	\$ 98,00	10	\$ 9,80	\$ 0,82
				TOTAL	\$ 146,50	\$ 12,21

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 32 Balance Inicial

"TALLER ARTESANAL VIVIANA"					
BALANCE INICIAL					
AL 01 DE MAYO DEL 2020					
ACTIVOS			PATRIMONIO		
ACTIVO FIJO			Capital		
Muebles de oficina	\$ 257,00		TOTAL PATRIMONIO	\$ 3.405,00	
Equipo de computaciòn	\$ 650,00				
Maquinaria	\$ 1.465,00				
TOTAL ACTIVO FIJO		\$ 2.372,00			
ACTIVO DIFERIDO					
Gastos de constituciòn y Adecuaciòn	\$ 1.033,00				
TOTAL ACTVO DIFERIDO		\$ 1.033,00			
TOTAL ACTIVOS		\$ 3.405,00	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO		\$ 3.405,00

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 35 Rol de Pagos

ROL DE PAGOS							
"TALLER ARTESANAL VIVIANA"							
CANTIDAD	CARGO	SALARIO	FONDO DE RESERVA 8.33%	TOTAL DE INGRESOS	APORTE AL IESS 9.45%	VALOR NETO A RECIBIR	FIRMAS
1	Supervisor (Vendedor)	\$ 500,00	\$ 41,65	\$ 541,65	\$ 47,25	\$ 494,40	
1	Administrador	\$ 600,00	\$ 49,98	\$ 649,98	\$ 56,70	\$ 593,28	
1	Artesano 1	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 433,32	\$ 37,80	\$ 395,52	
1	Artesano 2	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 433,32	\$ 37,80	\$ 395,52	
1	Artesano 3	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 433,32	\$ 37,80	\$ 395,52	
TOTAL		\$ 2.300,00	\$ 191,59	\$ 2.491,59	\$ 217,35	\$ 2.274,24	

ROL DE PROVISIONES								
"TALLER ARTESANAL VIVIANA"								
CANTIDAD	CARGO	SALARIO	DÈCIMO TERCERO	DÈCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONA L 11.15%	TOTAL	FIRMAS
1	Supervisor (Vendedor)	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 33,33	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 651,58	
1	Administrador	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 25,00	\$ 66,90	\$ 775,23	
1	Artesano 1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 527,93	
1	Artesano 2	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 527,93	
1	Artesano 3	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 527,93	
TOTAL		\$ 1.900,00	\$ 158,33	\$ 133,33	\$ 79,17	\$ 211,85	\$ 2.482,68	

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 38 Gastos Administrativos y ventas

"TALLER ARTESANAL VIVIANA"		
ADMINISTRATIVOS		
GASTOS	MENSUAL	ANUAL
Sueldo	\$ 2.300,00	\$ 27.600,00
Aporte patronal 11.15%	\$ 256,45	\$ 3.077,40
Beneficios sociales	\$ 645,76	\$ 7.749,08
Servicios basicos	\$ 60,00	\$ 720,00
Depreciacion de activos fijos	\$ 372,87	\$ 4.474,40
Arriendo	\$ 250,00	\$ 3.000,00
SUBTOTAL	\$ 3.885,07	\$ 46.620,88
VENTAS		
Publicidad	\$ 25,00	\$ 100,00
SUBTOTAL	\$ 25,00	\$ 100,00
TOTAL DE GASTOS	\$ 3.910,07	\$ 46.720,88

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 41 Costo

"TALLER ARTESANAL VIVIANA"							
DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
		UNIDADES	COSTO VENTAS TOTALES	UNIDADES	COSTO VENTAS TOTALES	UNIDADES	COSTO VENTAS TOTALES
Veladores de 3 cajones	\$ 12,50	125	\$ 1.562,50	250	\$ 3.125,00	300	\$ 3.750,00
Veladores de 4 cajones	\$ 14,50	125	\$ 1.812,50	250	\$ 3.625,00	300	\$ 4.350,00
Escritorio 65cm x 80cm con 1 cajon	\$ 35,00	125	\$ 4.375,00	250	\$ 8.750,00	300	\$ 10.500,00
Ropero de 170x70 con 6 cajones sin espe	\$ 65,00	125	\$ 8.125,00	250	\$ 16.250,00	300	\$ 19.500,00
Ropero de 170x70 con 6 cajones con espe	\$ 75,00	125	\$ 9.375,00	250	\$ 18.750,00	300	\$ 22.500,00
Ropero de 175x80 con 8 cajones sin espe	\$ 90,00	125	\$ 11.250,00	250	\$ 22.500,00	300	\$ 27.000,00
Ropero de 175x80 con 8 cajones con espe	\$ 100,00	125	\$ 12.500,00	250	\$ 25.000,00	300	\$ 30.000,00
Anaqueles de 100x60 2 puertas	\$ 35,00	125	\$ 4.375,00	250	\$ 8.750,00	300	\$ 10.500,00
Anaqueles de 100x120 4 puertas 2 cajone	\$ 60,00	125	\$ 7.500,00	250	\$ 15.000,00	300	\$ 18.000,00
Anaqueles de 100x120 4puertas 1 cajon	\$ 50,00	125	\$ 6.250,00	250	\$ 12.500,00	300	\$ 15.000,00
Armario de 160x40 2 puertas con espejo	\$ 90,00	125	\$ 11.250,00	250	\$ 22.500,00	300	\$ 27.000,00
Armario de 160x40 2 puertas sin espejo	\$ 80,00	125	\$ 10.000,00	250	\$ 20.000,00	300	\$ 24.000,00
TOTAL			\$ 88.375,00		\$ 176.750,00		\$ 212.100,00

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 44 Presupuesto de venta

"TALLER ARTESANAL VIVIANA"									
	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
VENTAS	PVP	CANTIDAD	VENTAS TOTALES	PVP	CANTIDAD	VENTAS TOTALES	PVP	CANTIDAD	VENTAS TOTALES
Veladores de 3 cajones	\$ 25,00	125	\$ 3.125,00	\$ 25,00	250	\$ 6.250,00	\$ 25,00	300	\$ 7.500,00
Veladores de 4 cajones	\$ 30,00	125	\$ 3.750,00	\$ 30,00	250	\$ 7.500,00	\$ 30,00	300	\$ 9.000,00
Escritorio 65cm x 80cm con 1 cajon	\$ 60,00	125	\$ 7.500,00	\$ 60,00	250	\$ 15.000,00	\$ 60,00	300	\$ 18.000,00
Ropero de 170x70 con 6 cajones sin espejo	\$ 75,00	125	\$ 9.375,00	\$ 75,00	250	\$ 18.750,00	\$ 75,00	300	\$ 22.500,00
Ropero de 170x70 con 6 cajones con espejo	\$ 90,00	125	\$ 11.250,00	\$ 90,00	250	\$ 22.500,00	\$ 90,00	300	\$ 27.000,00
Ropero de 175x80 con 8 cajones sin espejo	\$ 100,00	125	\$ 12.500,00	\$ 100,00	250	\$ 25.000,00	\$ 100,00	300	\$ 30.000,00
Ropero de 175x80 con 8 cajones con espejo	\$ 120,00	125	\$ 15.000,00	\$ 120,00	250	\$ 30.000,00	\$ 120,00	300	\$ 36.000,00
Anaqueles de 100x60 2 puertas	\$ 50,00	125	\$ 6.250,00	\$ 50,00	250	\$ 12.500,00	\$ 50,00	300	\$ 15.000,00
Anaqueles de 100x120 4 puertas 2 cajones	\$ 80,00	125	\$ 10.000,00	\$ 80,00	250	\$ 20.000,00	\$ 80,00	300	\$ 24.000,00
Anaqueles de 100x120 4puertas 1 cajon	\$ 75,00	125	\$ 9.375,00	\$ 75,00	250	\$ 18.750,00	\$ 75,00	300	\$ 22.500,00
Armario de 160x40 2 puertas con espejo	\$ 140,00	125	\$ 17.500,00	\$ 140,00	250	\$ 35.000,00	\$ 140,00	300	\$ 42.000,00
Armario de 160x40 2 puertas sin espejo	\$ 120,00	125	\$ 15.000,00	\$ 120,00	250	\$ 30.000,00	\$ 120,00	300	\$ 36.000,00
TOTAL			\$ 120.625,00			\$ 241.250,00			\$ 289.500,00

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 47 Ganancia

"TALLER ARTESANAL VIVIANA"									
DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	COSTO VENTAS TOTALES	VENTAS TOTALES	GANANCIA	COSTO VENTAS TOTALES	VENTAS TOTALES	GANANCIA	COSTO VENTAS TOTALES	VENTAS TOTALES	GANANCIA
Veladores de 3 cajones	\$ 1.562,50	\$ 3.125,00	\$ 1.562,50	\$ 3.125,00	\$ 6.250,00	\$ 3.125,00	\$3.750,00	\$ 7.500,00	\$ 3.750,00
Veladores de 4 cajones	\$ 1.812,50	\$ 3.750,00	\$ 1.937,50	\$ 3.625,00	\$ 7.500,00	\$ 3.875,00	\$4.350,00	\$ 9.000,00	\$ 4.650,00
Escritorio 65cm x 80cm con 1 cajon	\$ 4.375,00	\$ 7.500,00	\$ 3.125,00	\$ 8.750,00	\$ 15.000,00	\$ 6.250,00	\$10.500,00	\$ 18.000,00	\$ 7.500,00
Ropero de 170x70 con 6 cajones sin espejo	\$ 8.125,00	\$ 9.375,00	\$ 1.250,00	\$ 16.250,00	\$ 18.750,00	\$ 2.500,00	\$19.500,00	\$ 22.500,00	\$ 3.000,00
Ropero de 170x70 con 6 cajones con espejo	\$ 9.375,00	\$ 11.250,00	\$ 1.875,00	\$ 18.750,00	\$ 22.500,00	\$ 3.750,00	\$22.500,00	\$ 27.000,00	\$ 4.500,00
Ropero de 175x80 con 8 cajones sin espejo	\$ 11.250,00	\$ 12.500,00	\$ 1.250,00	\$ 22.500,00	\$ 25.000,00	\$ 2.500,00	\$27.000,00	\$ 30.000,00	\$ 3.000,00
Ropero de 175x80 con 8 cajones con espejo	\$ 12.500,00	\$ 15.000,00	\$ 2.500,00	\$ 25.000,00	\$ 30.000,00	\$ 5.000,00	\$30.000,00	\$ 36.000,00	\$ 6.000,00
Anaqueles de 100x60 2 puertas	\$ 4.375,00	\$ 6.250,00	\$ 1.875,00	\$ 8.750,00	\$ 12.500,00	\$ 3.750,00	\$10.500,00	\$ 15.000,00	\$ 4.500,00
Anaqueles de 100x120 4 puertas 2 cajones	\$ 7.500,00	\$ 10.000,00	\$ 2.500,00	\$ 15.000,00	\$ 20.000,00	\$ 5.000,00	\$18.000,00	\$ 24.000,00	\$ 6.000,00
Anaqueles de 100x120 4puertas 1 cajon	\$ 6.250,00	\$ 9.375,00	\$ 3.125,00	\$ 12.500,00	\$ 18.750,00	\$ 6.250,00	\$15.000,00	\$ 22.500,00	\$ 7.500,00
Armario de 160x40 2 puertas con espejo	\$ 11.250,00	\$ 17.500,00	\$ 6.250,00	\$ 22.500,00	\$ 35.000,00	\$ 12.500,00	\$27.000,00	\$ 42.000,00	\$ 15.000,00
Armario de 160x40 2 puertas sin espejo	\$ 10.000,00	\$ 15.000,00	\$ 5.000,00	\$ 20.000,00	\$ 30.000,00	\$ 10.000,00	\$24.000,00	\$ 36.000,00	\$ 12.000,00
TOTAL	\$ 88.375,00	\$ 120.625,00	\$ 32.250,00	\$ 176.750,00	\$ 241.250,00	\$ 64.500,00	\$ 212.100,00	\$ 289.500,00	\$ 77.400,00

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 50 Estado de perdida y ganancia

"TALLER ARTESANAL VIVIANA"			
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO			
	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	\$120.625,00	\$241.250,00	\$289.500,00
Costo de ventas	\$88.375,00	\$176.750,00	\$212.100,00
Utilidad bruta	\$32.250,00	\$64.500,00	\$77.400,00
Gastos Administrativos	\$46.620,88	\$46.620,88	\$46.620,88
Gastos de ventas	\$100,00	\$100,00	\$100,00
Utilidad antes de participaciòn empleado	-\$14.470,88	\$17.779,12	\$30.679,12

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 53 Flujo de Caja

"TALLER ARTESANAL VIVIANA"			
Flujo de caja			
Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	\$ 120.625,00	\$ 241.250,00	\$ 289.500,00
Total Ingresos	\$ 120.625,00	\$ 241.250,00	\$ 289.500,00
Egresos			
Compra de mercaderia	\$ 88.375,00	\$ 176.750,00	\$ 212.100,00
Gastos administrativos	\$ 46.620,88	\$ 46.620,88	\$ 46.620,88
Gastos de ventas	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Total Egresos	\$ 135.095,88	\$ 223.470,88	\$ 258.820,88
Flujo Neto	-\$ 14.470,88	\$ 17.779,12	\$ 30.679,12
Saldo acumulado	-\$ 14.470,88	\$ 3.308,24	\$ 33.987,36

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 56 Flujo Neto

"TALLER ARTESANAL VIVIANA"	
Flujo Neto	
Año	Valor
1	-\$ 14.470,88
2	\$ 17.779,12
3	\$ 30.679,12

Elaborado por: Ricardo Guagua

Tabla 59 VAN Y TIR

VAN	\$ 19.684,77
TIR	74%
TASA	12%

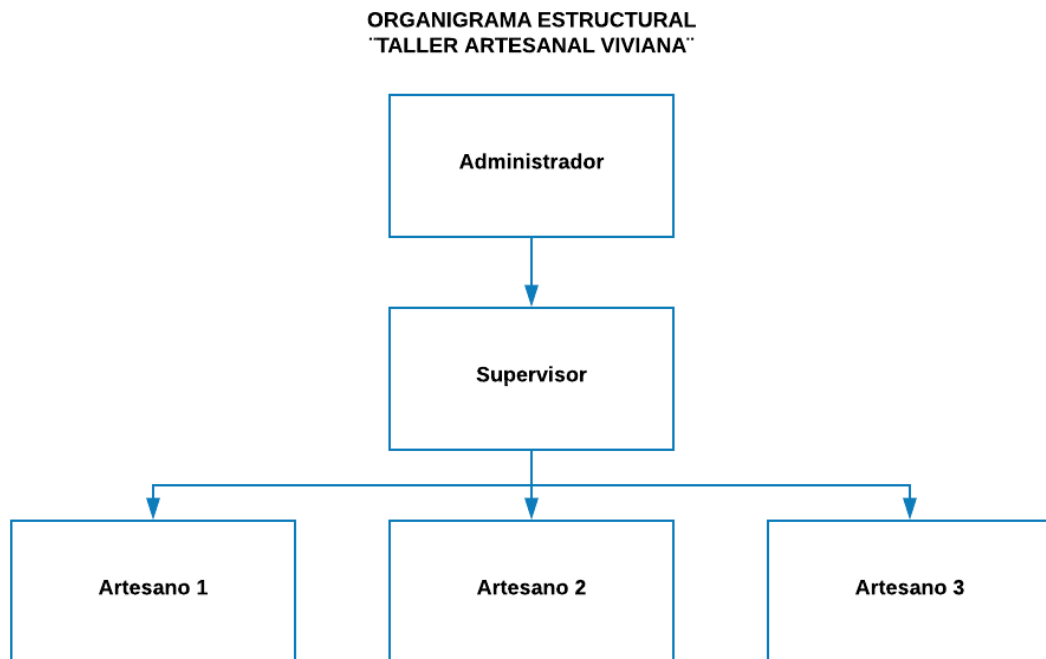
INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
-\$ 3.405,00	-\$ 14.470,88	\$ 17.779,12	\$ 30.679,12

Elaborado por: Ricardo Guagua

3.3.4 Etapa 4 - Estudio Organizacional

- Organigrama Estructural

Ilustración 4 Organigrama estructural



Elaborado por: Ricardo Guagua

Perfil del Administrador

Cargo: Administrador	
Área:	Administrativa
N°. De Personal:	1
Descripción del Puesto	
Organizar y dirigir todos los estados de cuentas del taller artesanal, control de nómina y pagos a proveedores.	
Sexo:	Indistinto
Cualidades:	Competencias:
-Responsable - Innovador -Ordenado -Creativo	-Buena comunicación -Trabajo en Equipo - Elaboración de presupuestos
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en Administración de Empresas, Contabilidad o áreas similares. • Experiencia mínima 3 años en el área. • Obtener un nivel básico - intermedio de inglés. • Edad entre 25 a 50 años • Disponibilidad de tiempo completo. • Manejo de office a nivel Avanzado • Conocimiento de control y planificación 	

Perfil del Supervisor

Cargo: Supervisor	
Área:	Directiva
Nº. De Personal:	1
Descripción del Puesto	
Supervisar, Dirigir, y organizar al personal laboral, también se rigen las mismas características con respecto al área de ventas Online y presenciales del taller presentando los respectivos informes de las áreas asignadas.	
Sexo:	Indistinto
Cualidades:	Competencias:
-Responsable - Innovador -Ordenado -Creativo	-Buena comunicación -Trabajo en Equipo -Artesano de madera
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en Administración de Empresas o áreas similares. • Experiencia mínima 2 años en el área. • Obtener un nivel básico - intermedio de inglés. • Edad entre 25 a 50 años • Disponibilidad de tiempo completo. • Manejo de office a nivel Técnico • Conocimiento de control y ventas • Previo conocimiento de artesanía de madera 	

Perfil del Artesano

Cargo: Artesano	
Área:	Operativa
Nº. De Personal:	3
Descripción del Puesto	
Elaborar productos de madera según lo indicado por superiores en el taller.	
Sexo:	Indistinto
Cualidades:	Competencias:
-Responsable - Innovador -Ordenado -Creativo -Entusiasta	-Buena comunicación -Trabajo en Equipo
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none">• Estar estudiando• Experiencia mínima 1 año en el área.• Edad entre 18 a 50 años• Disponibilidad de tiempo completo.	

Misión

Somos una empresa comprometida a producir muebles con buenos acabados y diseños innovadores que se ajusten a la necesidades y accesibilidad de nuestros clientes, se cuenta con un personal capacitado para su fabricación, brindándole la posibilidad de personalizar su producto.

Visión

Dentro de diez años convertirse en una empresa sólida y ser reconocida como la mejor opción de comprar en muebles para el mercado ecuatoriano, con más afluencia en venta, destacando por la personalización e innovación.

3.4 Factibilidad de la Propuesta

El estudio de factibilidad es un análisis que se realizan en todas las empresas para poder identificar si el negocio será rentable, a su vez se podrá mostrar cuáles serían las estrategias para que dicho negocio sea exitoso. Duvergel C & Argota (2017)

Un proyecto factible es aquel que ha aprobado las cuatro evaluaciones básicas, tales como:

- Evaluación Técnica
- Evaluación Ambiental
- Evaluación Socio-Económica
- Evaluación Financiera

La aceptación de cada evaluación debe ser estricta en cada paso, para poder alcanzar la factibilidad de un proyecto, por ello es considerable aceptar el estudio de factibilidad para la implementación del taller artesanal Viviana.

3.4.1 Evaluación Técnica

La evaluación técnica es viable porque existen proveedores de maquinarias que hacen que las fabricaciones de los productos del taller puedan llegar a ser elaborados de una manera profesional y correcta. Brindada sostenibilidad y garantía a largo plazo con un mantenimiento a un costo bajo, el taller artesanal Viviana funciona en una villa de una sola planta en la cual se desempeña toda el área operativa de los productos, (acabados, pulidos, pintado, cortes, clavados, etc.)

3.4.2 Evaluación Ambiental

La Identificación y evaluación de los procesos de equipo y maquinarias del taller artesanal Viviana, está dirigido a estar pendiente de las consecuencias de las actividades realizadas en este caso los daños que podría producir los químicos que se utilicen en los diferente procesos, estableciendo una buena medida correctiva, preventiva y de control que permitan que las actividades ejecutadas no perjudiquen al ambiente social y natural, refiriéndose a la salud y bienestar de toda la población e incluso a los colaboradores de taller.

3.4.3 Evaluación Socio-Económica

La propuesta es factible porque el target al que se está enfocando la investigación mostró un gran interés en la idea de implementar un plan de negocios en el taller artesanal Viviana, además, los encuestados plantearon que el precio que se brinda al público es accesible al mercado ecuatoriano, con ello se pudo observar en el estudio de mercado los gustos y preferencia de los moradores del sector, sobre todo con la oportunidad que el taller brinda de la personalización de sus productos.

3.4.4 Evaluación Financiera

La evaluación financiera se refiere a los recursos económicos y financieros que se requieren dentro de un plan de negocios, la cual es de suma importancia ya que permitirá ver cuáles son los recursos básicos que se van a necesitar; el costo de la realización, el costo de adquirir nuevos productos, para la ejecución del proyecto se calculó el presupuesto de gastos ejecutados que permitirán ver la conveniencia y rentabilidad del negocio. El financiamiento se dará de manera 100% capital del dueño del negocio.

3.4.5 Cronograma de actividades

Taller artesanal Viviana																												
Actividades	Meses(semanas)																											
	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero							
Semanas:	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Análisis de la empresa	■	■																										
Identificación del problema			■																									
Antecedentes del problema				■																								
Conceptos relevantes para el proyecto				■	■																							
Identificación de leyes para el proyecto						■	■																					
Metodologías empleadas para la elaboración del proyecto										■	■																	
Recolección de datos para el estudio de mercado											■	■	■															
Análisis de los datos																	■	■	■	■								
Estudio técnico																					■	■						
Estudio financiero																							■	■				
Estudio Organizacional																									■			

Tabla 60 Cronograma de actividades

3.4.6 Resultados esperados en la aplicación de la propuesta

Aplicando estos procedimientos se va a obtener una mejora en la eficiencia de la elaboración de los productos y atención al cliente, con el fin de garantizar la calidad y excelencia de lo esperado en la investigación.

Dentro de este proyecto se busca principalmente el compromiso e interés de los trabajadores para poder llegar a un conocimiento más amplio acerca de las falencias que ocurren dentro de la elaboración y ejecución de los productos, centrándose no solo en venta, más bien en servicio y entrega final. Esto no solo permitirá mejorar el ambiente laboral, sino también el estilo de vida de los empleados del taller artesanal Viviana. Mediante el uso correcto y necesario de las maquinarias para poder realizar sus funciones de una manera segura y productiva.

Es de suma importancia cumplir con los lineamientos establecidos, con respecto a las capacitaciones constantes del personal, de esta manera ofrecer un trabajo óptimo que permita la estabilidad tanto los dueños del negocio como para los empleados, que de una u otra manera resultará beneficiaria en calidad de servicio y satisfacción al cliente final.

4. Conclusión

El objetivo propuesto al inicio de la investigación se cumplió, ya que se implementó un plan de negocios para el taller artesanal Viviana. El empleo de las técnicas de investigación permitió realizar el estudio de mercado que posibilitó conocer el target al cual se va a dirigir, a su vez se pudo observar los gustos y preferencia de los posibles clientes.

En la Isla Trinitaria específicamente al sur de la ciudad de Guayaquil ha sido escogido el sector por la disponibilidad y accesibilidad de los dueños del taller, ya que fue ahí donde nació la idea de negocio, cabe recalcar que en esta zona existen más talleres artesanales, lo cual permite que Almacenes tengan variedad de productos para poder elegir a su beneficio.

En base a los estudios realizados en el presente trabajo de investigación se determina la situación en la que se encuentra el taller artesanal Viviana, la misma que conlleva a realizar la implementación de un plan de negocios para obtener una mejor organización y de esta manera poder tener mayor rentabilidad.

Mediante las investigaciones realizadas se pudo determinar que las personas encuestadas están dispuestas a pagar por los productos del taller artesanal Viviana, por su calidad y la variedad de diseño que tiene, también por la oportunidad que se da al momento de poder personalizar su producto.

Se puede concluir en tener una buena publicidad, ya que es muy importante para que el taller artesanal Viviana pueda ser reconocido a nivel nacional. Y así posicionarse rápidamente en la mente de los consumidores, por este motivo se han utilizados las herramientas tecnológicas que hoy en día facilitan la comunicación, como lo son las redes sociales.

5. Recomendaciones

Después de realizar dicha investigación, se considera oportuno indicar una serie de recomendaciones para el taller artesanal Viviana:

- Implementación del plan de negocios resultante de esta investigación.
- Conservar la esencia del taller, la cual es la buena atención que se les brinda a los clientes, eso hará que más personas recomienden el taller y los productos que ofrece.
- Se recomienda al taller artesanal Viviana, brindar capacitaciones a sus colaboradores sobre servicio y ventas por internet para que de esta manera sus artesanos sean sus futuros vendedores impulsivos de una manera indirecta.
- Aplicar estrategias que fundamenten la actividad comercial del taller artesanal Viviana para que de esta manera logren atraer a más compradores.

6. Bibliografía

- Buendía Eisman, L., Colás, P., & Hernandez, F. (2012). Metodos de investigacion psicopedagogia. Madrid: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S. A. U. Obtenido de [Métodos de investigación en psicopedagogía \(icmujeres.gob.mx\)](http://icmujeres.gob.mx)
- Armijo, M. (2009). Manual de Planificación Estratégica e indicadores de desempeño en el sector publico. Global: Área de Políticas Presupuestarias y Gestión Pública.
- Artesano, J. d. (22 de Mayo de 2017). ESTATUTO ORGANICO POR PROCESOS DE LA JUNTA. Obtenido de <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/ESTATUTO-ORGANICO-POR-PROCESOS-DE-LA-JUNTA.pdf>
- Asamblea Constituyente. (s.f.). OAS.ORG. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic5_ecu_ane_cons.pdf
- Balaguer, L. (21 de Julio de 2017). emprendePyme.net. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/analisis-de-la-competencia>
- Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoria general de la administracion (septima edición ed.). Mexico: Mcgraw-hill Interamericana editores s.a. Obtenido de <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- Clavijo, C. (11 de Febrero de 2020). Hubspot. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
- CODIFICACION, L. C. (19 de Mayo de 2017). CODIGO DEL TRABAJO. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/C%C3%93DIGO-DEL-TRABAJO.pdf>
- de jaimé esclava, j. (2013). La rentabilidad: analisis de costes y resultados. Pozuelo de Alarcón (Madrid): ESIC EDITORIAL Avda. de Valdenigrales. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=E0PIDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+la+rentabilidad+de+un+negocio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwirqfuP6qvtAhUvSTABHULTBQkQ6AEwAHoECAMQA#v=onepage&q=rentabilidad&f=false>

- De la Cruz Sanchez , D. (28 de Febrero de 2012). Escuela de organización industrial. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/dianaesperanzadelacruz/2012/02/28/planificacion-estrategica/>
- Desarrollo, S. N. (22 de septiembre de 2017). Plan nacional de desarrollo 2017-2021. Quito, Ecuador. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf?fbclid=IwAR0woO1nDdQTV5Y04b3dbKR5QY1pGTesmdbvArmnaoYmvW-jRuKysxgwOTA
- Díaz Sanjuán, L. (2011). La Observación. Mexico. Obtenido de http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf
- Díaz, J. (07 de Marzo de 2009). Negocios y emprendimiento. Obtenido de <https://www.negociosyemprendimiento.org/2009/03/importancia-y-estructura-de-un-plan-de.html>
- Duvergel C, Y., & Argota, L. (16 de Diciembre de 2017). 3C tecnología. Obtenido de ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA: <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/12/Art4-1.pdf>
- EL COMERCIO. (26 de 06 de 2019). El COMERCIO. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/tradicional-artesania-ecuador-amenaza-jovenes.html>
- Finder, L. (14 de Mayo de 2008). LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO. Obtenido de <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>
- Franco Farías, R., & Portocarrero Toala, I. (s.f.). Diseño de un esquema de oficina temporales o virtuales para empresarios y profesionales independientes a desarrollarse en la zona empresarial de la ciudad de guayaquil.
- Galán Amador, M. (27 de Abril de 2009). Manuelito Investigador. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html>

- García Muñoz, T. (Marzo de 2003). EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO DE. Obtenido de http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & del Pilar Baptista Lucio, M. (2010). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <https://institutoprofesionalmr.org/wp-content/uploads/2018/04/Hern%C3%A1ndez-Fern%C3%A1ndez-Baptista-2010-Metodologia-de-la-Investigacion-5ta-edicion.pdf>
- Huerta, I. (26 de Enero de 2016). Villanett. Obtenido de <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/#:~:text=Para%20Kotler%2C%20Bloom%20y%20Hayes,espec%C3%ADfica%20que%20afrenta%20una%20organizaci%C3%B3n%E2%80%9C>.
- INEC. (s.f.). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Kart, A. (27 de MARZO de 2020). CRECE NEGOCIOS. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios/>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2014). Administracion, una perspectiva global y empresarial (14° edición ed.). México: McGraw-hill interamericana editores s.a.
- Malinowshi Stuardo, E. (2011). Integración del emprendimiento de la gestión del conocimiento. Colombia. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=sQkyAwwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=emprendimiento&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjXqYGRldvrAhWtxVkkHcPIBFwQ6AEwBXoECAQQA#v=onepage&q&f=false>
- Mir Juliá, J. (2019). Como crear un plan de negocios. Barcelona: Cabecera S.L.
- Molina Molares, D. (29 de Julio de 2013). Gestipolis. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/planeacion-y-sus-caracteristicas-dentro-del-proceso-administrativo/>
- Olivares, D. (05 de FEBRERO de 2019). MUY PYMES. Obtenido de <https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio>

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocio. Barcelona: Deusto de centro libros PAPF S.L.U. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=NBSaoWaxeRsC&printsec=frontcover&dq=Generaci%C3%B3n+de+modelos+de+negocio&hl=es&sa=X&ved=2ahUK Ewikr7u-nNvrAhVjoFkKHbjSCnMQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q&f=false>
- Pardinas, F. (2005). Metodología y técnica de la investigación en ciencias sociales. Mexico: siglo XXI editores s.a.
- Ramirez Cardona, C. (2010). Fundamentos de administración (Tercera edición ed.). Bogotá: Eco ediciones.
- Robben, X. (2016). La cadena de valor de Michael Porter. Amicie de Quatrebarbes. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=W3AODAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+la+cadena+de+valor&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiDw-eT7KvtAhWoSTABHX1TA48Q6wEwAXoECAUQAQ#v=onepage&q=que%20es%20la%20cadena%20de%20valor&f=false>
- Rosales, F. (2013). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, XII. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2386/1/02%20IEF%20062%20TESIS.pdf>
- Sánchez, L. (5 de Febrero de 2020). Emprende Pyme. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-ser-emprendedor.html>
- Thompson, I. (09 de Abril de 2019). Promonegocios. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/administracion/que-es-administracion.html>
- Weinberger Villarán, K. (2009). PLAN DE NEGOCIOS, HERRAMIENTA PARA EVALUAR LA VIABILIDAD DE UN NEGOCIO. PERU: MYPE COMPETITIVA. Obtenido de http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf?fbclid=IwAR0-c2N3hFO5cFGmcrhv6XZp1KJSPTVIJfPx-FDj8IexUR-h63FsHqk1BiM
- Zabala Salazar, H. (2005). Planeación estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias. (primera edición ed.). Colombia, Colombia.

Anexos

Anexos a Guía de observación

Ilustración 5 Guía de observación

Guía de observación					
Taller Artesanal "Viviana"					
Lugar:					
Fecha					
Hora:					
Aspectos a observar:	A	AA	AAA	B	C
1 Calidad de los productos que se emplean.					
2 Calidad del servicio.					
3 Infraestructura:					
- Tecnología					
- Iluminación					
- Recursos					
4 Maquinas para la elaboración de los productos					
5 Relación entre los trabajadores y los clientes					
6 Comportamiento de los clientes					
7 Los trabajadores realizan el aseo antes de abandonar el área de trabajo.					
8 El ambiente va acorde con el establecimiento (música, decoración, olores).					
9 Las instalaciones del taller se encuentran en un buen estado y son confortables					
10 Brindan un buen servicio al cliente					

Elaborado por Ricardo G (2020)

Anexos b Cuestionario

Cuestionario dirigido a futuros clientes

Sexo: _____

Edad: _____

Ocupación: _____

Preguntas:

1.- ¿Conoce usted el Taller artesanal Viviana?

a) Sí _____

b) No _____

2.- ¿Con qué frecuencias usted adquiere productos de madera para la casa?

Ocasionalmente

Mensualmente

Quincenalmente

Semanalmente

3.- ¿Considerando las diferentes maderas existentes, cual usted utiliza con frecuencia en sus productos para el hogar?

MPD

Laurel

Roble

Pino

Otras

Especifique

4.- ¿Considera usted que estos precios son accesibles, tomando en cuenta la calidad de la madera?

MADERAS	PRECIOS ESTANDARES			
	ANAQUELES	VELADORES	ESCRITORIOS	ROPEROS
MEDIDAS	100*60*40	50*40*30	110*100*45	170*70*42
Pino	\$40	\$20	\$45	\$80
MPD	\$50	\$25	\$60	\$90
Laurel	\$75	\$35	\$75	\$110
Roble	\$90	\$50	\$90	\$125

SI

NO

NO SE

5.- El taller artesanal Viviana, da la oportunidad de que usted elija el color de sus productos, según los colores observados en la siguiente tabla, ¿marque con una x los colores que usted considera más atractivo para sus productos?

	BEIGE
	AZUL
	NEGRO
	BLANCO
	AMARILLO
	OTROS

6.- ¿Considera que los precios observados anteriormente del taller artesanal Viviana son accesibles al mercado?

Totalmente de acuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

7.- ¿Qué tan importante considera usted, estos productos para el mercado?

No es importante

Poco importante

Neutral

Importante

Muy importante

8.- ¿Compraría usted un producto en un lugar donde no haya comprado antes?

Si

No

Talvez

9.- ¿Cuáles son los sitios a los que usted acude cuando necesita de uno de los productos antes mencionados?

Locales físicos

Redes sociales

Periódicos

Volantes

10.- ¿Qué tan importante considera usted que los compradores tengan la oportunidad de indicar el color, diseño, incluso algún dibujo para los más pequeños de hogar, antes de solicitar su producto?

No es importante

Poco importante

Neutral

Importante

Muy importante

Anexos c Ilustraciones del taller artesanal Viviana

Ilustración 7 Mesa cortadora del taller artesanal Viviana



Ilustración 6 Cajones de veladores del taller artesanal Viviana



Ilustración 9 Artículos varios del taller artesanal Viviana



Ilustración 8 Taladro inalámbrico del taller artesanal Viviana



Ilustración 15 Taladro del taller artesanal Viviana



Ilustración 14 Compresor del taller artesanal Viviana



Ilustración 11 Pistola clavadora del taller artesanal Viviana



Ilustración 13 Papel film del taller artesanal Viviana



Ilustración 10 Artesano del taller artesanal Viviana



Ilustración 12 Investigador dentro del taller artesanal Viviana

