



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ACCESORIOS ARTESANALES A
BASE DE ESCAMA Y PIEL DE PESCADO**

TUTOR:

ING. CARLOS LUIS VILLEGAS SÁNCHEZ MSC

AUTORAS:

**BAQUE VENTURA KAREN JANETH
RIVAS GORDILLO ANGIE ELIZABETH**

GUAYAQUIL

2020

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO: Ingeniero Comercial		
AUTORAS: Baque Ventura Karen Janeth Rivas Gordillo Angie Elizabeth	TUTOR: Ing. Carlos Luis Villegas Sánchez Msc	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Ingeniero Comercial	
FACULTAD: ADMINISTRACIÓN	CARRERA: Ingeniería Comercial	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2020	N. DE PAGS: 141 páginas	
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración		
PALABRAS CLAVE: : Mercado, Artesanía, Finanzas y comercio, Medio ambiente Acuático		
RESUMEN: La elaboración del Plan de negocio para la producción y comercialización de accesorios artesanales a base de escama y piel de pescado, se relaciona con los planes de negocios y su importancia en la implementación en los nuevos negocios, en los que se valora la misión, visión y valores empresariales, que se vinculan con los objetivos específicos: Diagnosticar la situación actual de accesorios artesanales en el mercado Ecuatoriano, determinar el proceso del diseño de los accesorios artesanales, elaborar un plan de marketing y una estructura organizacional adecuada y evaluar la viabilidad financiera y social del proyecto. Para determinar el diseño metodológico se consideró la investigación exploratoria, descriptiva, de tipo documental, con enfoque mixto cuantitativo y cualitativo, cuyas técnicas de investigación fueron la observación, entrevista y encuesta personal. En el mismo contexto se estableció la población y muestra, determinado por medio de una fórmula para entrevistar y encuestar al grupo definido; cuyos resultados indicaron que los artesanos realizan artesanías en tagua, cabuya, lana, concha, madera, piel y escama de pescado, valoran el cuidado al medio ambiente y sus valores superiores enfatizan a la calidad, durabilidad, tamaño, colores, modelos, además los encuestados les gusta comprar aretes, anillos, collares, carteras, billeteras, llaveros, tienen preferencia en adquirir artesanías en ferias y locales comerciales, en las entrevistas los resultados generalizan en la necesidad de adquirir materia prima en Puerto López, Puerto Cayo y Montecristi, tienen la idea de apoyar el reciclaje y aportar al cuidado del medio ambiente. Finalmente se establecieron las conclusiones y recomendaciones.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES: Baque Ventura Karen Janeth Rivas Gordillo Angie Elizabeth	Teléfono: 0980075159 0982542650	E-mail: kbaquev@ulvr.edu.ec arivasg@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Phd. Rafael Iturralde Solórzano Decano de la Facultad de Administración Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: riturraldes@ulvr.edu.ec / MSc. Óscar Machado Álvarez Director de la Carrera Teléfono: +593-4- 2596500 Ext. 203 E-mail: omarchadoa@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

TESIS ESCAMA Y PIEL DE PESCADO

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%	6%	0%	1%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.mecanicosdechimborazo.com Fuente de Internet	1%
2	docshare.tips Fuente de Internet	1%
3	gratehen.com Fuente de Internet	1%
4	qdoc.tips Fuente de Internet	1%
5	www.atf.ec Fuente de Internet	1%
6	repositorio.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	1%

Excluir citas Activo Excluir coincidencias < 200 words
Excluir bibliografía Activo



ING. CARLOS LUIS VILLEGAS SÁNCHEZ MSC

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

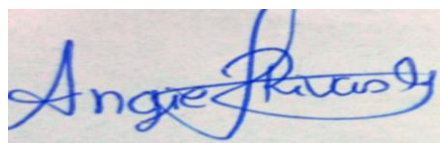
Las estudiantes egresadas **BAQUE VENTURA KAREN JANETH, RIVAS GORDILLO ANGIE ELIZABETH**, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación **PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACCESORIOS ARTESANALES A BASE DE ESCAMA Y PIEL DE PESCADO**, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autoras:



Baque Ventura Karen Janeth
C.I. 0952634970



Rivas Gordillo Angie Elizabeth
C.I. 0940666167

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACCESORIOS ARTESANALES A BASE DE ESCAMA Y PIEL DE PESCADO**, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACCESORIOS ARTESANALES A BASE DE ESCAMA Y PIEL DE PESCADO**, presentado por las estudiantes: **BAQUE VENTURA KAREN JANETH, RIVAS GORDILLO ANGIE ELIZABETH**, como requisito previo, para optar al Título de **INGENIERO COMERCIAL**, encontrándose apto para su sustentación.

Tutor:



**ING. CARLOS LUIS VILLEGAS SÁNCHEZ MSC
C.I. 0952634970**

AGRADECIMIENTO

Nos corresponde agradecer, en primer lugar a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por permitirnos obtener un título profesional que buscamos clase tras clase, A Dios es el que permite haber llegado a esta meta de nuestra vida.

A los docentes, que cada año lectivo nos impulsaron a cumplir con las tareas, investigaciones y evaluaciones que aportaron al conocimiento integral de nuestra preparación profesional.

Al tutor por la asesoría y las enseñanzas en este proyecto que resulto todo un reto y desafío en el aprendizaje de una propuesta que se hizo realidad.

A nuestros compañeros de clase que poco a poco se convirtieron en amigos de toda a vida

Baque Ventura Karen Janeth

Agradezco a Dios por todas bendiciones que me ha dado en mi vida y guiar cada uno de los pasos que he dado, los cuales me ha permitido llegar a donde estoy en estos momentos.

A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil por haberme abierto las puertas para poder estudiar mi carrera, y a cada uno de los docentes que con sus enseñanzas constituyen la base de mi vida profesional.

Al tutor de tesis por aportar sus conocimientos en nuestro trabajo de investigación.

A mi compañera de tesis con quien he compartido buenos y malos momentos en todo este tiempo de amistad, y hoy en día estamos celebrando este gran logro.

Rivas Gordillo Elizabeth Angie

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado principalmente a Dios

A mis padres: Guido Baque y Mirian Ventura

A mi hermana Valentina y toda mi familia, quienes merecen ser los dueños de todos mis logros.

A mí misma para seguir motivándome y seguir alcanzando mis sueños tanto en lo profesional y personal

Baque Ventura Karen Janeth

Dedico esta tesis a Dios, por darme fuerza para seguir adelante y estar en todo momento conmigo

A mis padres Sebastián Rivas y Betty Gordillo por haberme formado como la persona que soy; siempre apoyándome incondicionalmente. Mis logros se los debo a ellos, ya que son mi pilar fundamental, los cuales me dan la fuerza para no rendirme en cualquier adversidad.

A mis hermanos Cinthia y Joan y demás familiares por el apoyo que me brindaron día a día en el transcurso de mi carrera universitaria.

Y a todas las personas que creyeron en mí.

Rivas Gordillo Elizabeth Angie

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	i
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	ii
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES ..	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
RESUMEN	xix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.1. Tema	3
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.3. Formulación del Problema.....	4
1.4. Sistematización del Problema.....	4
1.5. Objetivos de la Investigación	5
1.5.1. Objetivo General.....	5
1.5.2. Objetivos Específicos	5
1.6. Justificación de la Investigación.....	5
1.7. Delimitación o Alcance de la Investigación	6
1.8. Idea a defender.....	6
1.9 Línea de Investigación.....	6

CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes.....	7
2.1.1 Características de la piel de pescado y sus ventajas	10
2.1.2 Proceso previo a la obtención de piel de pescado para elaboración de artesanías	11
2.1.3 Proceso de curtido al natural en la piel de pescado	12
2.1.4 Características y beneficios de la escama de pescado	13
2.1.5 La bisutería artesanal, su técnica y desarrollo en general.....	14
2.1.6 Desarrollo y objetivos del sector de la bisutería artesanal en Ecuador	15
2.1.7 Tipos de artesanías en cada región	16
2.1.8 Principales zonas pesqueras en el Ecuador y la pesca artesanal que incluye la venta de piel y escama de pescado	17
2.2 Micro, pequeña y mediana empresa (PYMES)	18
2.2.1 Definiciones, tipos y fases de emprendimiento	18
2.2.2 Plan de negocio.....	20
2.2.3 Proceso sugerido a seguir en el plan de negocio	21
2.2.4 Versión del proceso del plan de negocios	22
2.2.5 Funciones del plan de negocio.....	23
2.2.6 Evaluación y análisis de la Matriz FODA	23
2.2.7 Análisis del FODA en sus factores internos y externos	24
2.2.8 Cadena de valor	25
2.2.8.1 Actividades primarias	25
2.2.8.2 Actividades de apoyo.....	26
2.2.9 Las Cinco estrategias competitivas de Porter	26
2.2.10 Diagrama causa – efecto según Kaoru Ishikawa	27
2.3 Marco conceptual	28
2.3.1 Bisutería artesanal.....	28

2.3.2 Bisutería.....	28
2.3.3 Escamas	28
2.3.4 Piel.....	28
2.3.5 Comercialización.....	28
2.3.6 Producción.....	29
2.3.7 Mi pymes	29
2.3.8 Administración estratégica	29
2.3.9 Análisis FODA	29
2.3.10 Ventaja competitiva.....	29
2.4 Marco Legal.....	30
2.4.1 Constitución Nacional de la República	30
2.4.2 Ley de Defensa del artesano	30
2.4.3 Ley de Fomento Artesanal.....	30
2.4.4 El Artesano y su clasificación	31
2.4.5 Clasificación del artesano.....	32
2.4.6 Código Civil	33
2.4.7 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.....	34
2.4.8 Ley de Compañías	34
2.4.9 Código Orgánico del Ambiente.....	37
2.4.10 Código del Trabajo	38
2.4.11 Ley ambiental	38
CAPÍTULO III	39
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
3. Diseño de la investigación.....	39
3.1 Tipo de investigación	39
3.1.2 Investigación Descriptiva	39
3.1.3 Investigación Documental-Bibliográfica.....	40

3.2 Enfoque de la investigación.....	40
3.2.1 Enfoque Cuantitativo.....	40
3.2.2 Enfoque Cualitativo.....	40
3.3 Técnicas de investigación.....	40
3.3.1 Observación.....	40
3.3.2 Entrevista.....	40
3.3.3 Encuesta.....	41
3.4 Población y muestra	41
3.4.1 Población	41
3.4.2 Muestra	41
3.5 Análisis de los datos del estudio cualitativo: Entrevistas	42
3.5.1 Análisis de los resultados de la investigación cualitativa.....	48
3.5.2 Representación del análisis de los resultados de la investigación cualitativa	48
3.6 Análisis de datos de las encuestas realizadas a los habitantes de Puerto López	50
3.6.1 Análisis de los hallazgos en la investigación cuantitativa.....	61
3.6.2 Análisis de datos de las encuestas realizadas a los turistas de Puerto López	63
3.6.3 Hallazgos de las encuestas realizadas a los turistas.....	73
3.6.4 Triangulación de métodos, teorías, datos y hallazgos	74
CAPÍTULO IV	75
PROPUESTA	75
4.1. Informe ejecutivo para la Pymes Bluefish.....	75
4.2 Objetivos Generales de la investigación.....	75
4.3 Visión Bluefish.....	76
4.4 Misión Bluefish	76
4.5 Valores de la microempresa Bluefish.....	76
4.6 Ubicación de la microempresa Bluefish.....	77
4.7 Logo de la Empresa Bluefish	77

4.7.1 Slogan Bluefish	77
4.8 Organigrama de la Pymes Bluefish	78
4.8.1 Organigrama Funcional	78
4.8.2 Cadena de valor jerárquica de la microempresa Bluefish	81
4.9 Marketing Mix (4P) de la microempresa Bluefish	81
4.9.1 Producto: Artesanías en piel y escama de pescado.....	81
4.9.2 Precio para la comercialización	82
4.9.3 Plaza de la microempresa Bluefish.....	82
4.9.4 Planos: Interpretación del interior de la microempresa Bluefish	84
4.9.5 Promoción y publicidad de la microempresa Bluefish.....	84
4.10 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter de la microempresa Bluefish	88
4.10.1 Rivalidad entre competidores de bisutería.....	88
4.10.2 Productos sustitutos de bisutería	88
4.10.3 Poder de negociación de los proveedores de piel y escama de pescado.....	88
4.10.4 Poder de negociación de los compradores de bisutería	88
4.10.5 Amenaza de nuevos competidores en la rama de artesanía.....	88
4.11 Responsabilidad Social del proyecto de artesanías	88
4.12 Análisis de la Matriz FODA de la microempresa Bluefish	89
4.13 Análisis de la Competencia de la microempresa Bluefish	89
4.14 Proceso	90
4.14.1 Proceso de Producción de la microempresa Bluefish.....	90
4.14.2 Proceso de compra y recepción de materia prima de la microempresa Bluefish	91
4.14.3 Proceso de venta del producto de artesanías elaboradas con piel y escama de pescado	92
4.14.4 Proceso de producción de artesanía en escama de pescado.....	93
4.14.5 Proceso de producción de una artesanía en piel de pescado.....	94
4.15 Políticas a implementarse en la microempresa Bluefish	95

4.15.1 Políticas de calidad de la Pymes Bluefish	95
4.15.2 Políticas de atención al cliente en Bluefish	95
4.15.3 Políticas de Ambiente en la Pymes Bluefish	95
4.16 Estrategias Competitivas en la Pymes Bluefish	95
4.17 Representación de la matriz espina de pescado causa – efecto	96
4.18 Estrategias Financieras en la Pymes Bluefish	97
4.19 Análisis Financiero	97
4.19.1 Inversión inicial del proyecto	97
4.19.2 Financiamiento	98
4.19.3 Costos directos.....	99
4.19.4 Ingresos del negocio Artesanía.....	100
4.19.5 Nómina de pago.....	101
4.19.6 Proyección a 5 años	102
4.19.7 Resultados / Proyección a 5 años	102
4.19.8 Punto de equilibrio	103
4.19.9 Flujo de caja proyectado.....	103
4.19.10 Índices financieros.....	104
4.19.11. Análisis de Sensibilidad	105
Conclusiones.....	106
Recomendaciones	107
Bibliografía.....	108
ANEXOS	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	11
Tabla 2	16
Tabla 3	21
Tabla 4	22
Tabla 5	24
Tabla 6	25
Tabla 7	42
Tabla 8	48
Tabla 9	50
Tabla 10	51
Tabla 11	52
Tabla 12	53
Tabla 13	54
Tabla 14	55
Tabla 15	56
Tabla 16	57
Tabla 17	58
Tabla 18	59
Tabla 19	60
Tabla 20	63
Tabla 21	64
Tabla 22	65
Tabla 23	66
Tabla 24	67
Tabla 25	68
Tabla 26	69
Tabla 27	70
Tabla 28	71
Tabla 29	72
Tabla 30	74
Tabla 31	78
Tabla 32	79
Tabla 33	79

Tabla 34	80
Tabla 35	80
Tabla 36	81
Tabla 37	82
Tabla 38	83
Tabla 39	83
Tabla 40	84
Tabla 41	85
Tabla 42	89
Tabla 43	89
Tabla 44	97
Tabla 45	98
Tabla 46	98
Tabla 47	98
Tabla 48	99
Tabla 49	99
Tabla 50	100
Tabla 51	100
Tabla 52	101
Tabla 53	102
Tabla 54	102
Tabla 55	103
Tabla 56	103
Tabla 57	104
Tabla 58	104
Tabla 59	105

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación de la población Puerto López	6
Figura 2 Proceso del Curtido al Natural en la Piel de Pescado.	13
Figura 3 Tipos de emprendimiento/.....	19
Figura 4 Funciones de Plan de Negocio	23
Figura 5 Las cinco fuerzas competitivas de Porter.....	26
Figura 6 Género	50
Figura 7 Edad	51
Figura 8 Han elaborado artesanías.....	52
Figura 9 Tipo de interés que se genera al momento de realizar artesanías	53
Figura 10 Calificación hacia las artesanías en Puerto López	54
Figura 11 Opinión sobre las artesanías elaboradas con piel y escama de pescado	55
Figura 12 Reciclar la piel y escama de pescado ayuda a mejorar la economía en el hogar	56
Figura 13 Produciría artesanías elaboradas con piel y escamas de pescado para la comercialización.....	57
Figura 14 Lugares en los que comercializaría las artesanías.....	58
Figura 15 Qué le gustaría recibir para iniciar este tipo de emprendimiento.....	59
Figura 16 Productos artesanales que les gustaría vender	60
Figura 17 Género	63
Figura 18 Edad	64
Figura 19 Género	65
Figura 20 Género	66
Figura 21 Edad	67
Figura 22 Edad	68
Figura 23 Opinión sobre las artesanías elaboradas con piel y escama de pescado	69
Figura 24 Reciclar piel y escama de pescado ayuda a conservar el medio ambiente.....	70
Figura 25 Le gustaría adquirir artesanías que ayudan al medio ambiente.....	71
Figura 26 Lugar para comprar artesanías	72
Figura 27. Valores empresariales	76
Figura 28. Logo de la empresa	77
Figura 29. Organigrama Funcional.....	78

Figura 30 Determinación de los canales de comercialización.....	82
Figura 31. Ubicación del local de la tienda en Puerto López	83
Figura 32. Plano de la tienda	84
Figura 33 Banner Roll up informativo y publicitario	85
Figura 34 Hoja volante	85
Figura 35 Tarjeta de presentación	86
Figura 36 Camisetas para el personal	86
Figura 37 https://www.instagram.com/_bluefishec/	86
Figura 38 https://www.facebook.com/Bluefish-100267501830191	87
Figura 39 Perfil de WhatsApp	87
Figura 40 Proceso de Producción de las artesanías de piel y escama de pescado.....	90
Figura 41 Proceso de compra y recepción de materia prima: piel y escama de pescado	91
Figura 42 Proceso de ventas	92
Figura 43 Proceso de elaboración de artesanía en escama de pescado	93
Figura 44 Proceso de elaboración de una artesanía en piel de pescado	94
Figura 45 Representación de causa – efecto.....	96

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS	113
Anexo 1.	113
Anexo 2	114
Anexo 3	116
Anexo 4	118
Anexo 5	121

RESUMEN

La elaboración del Plan de negocio para la producción y comercialización de accesorios artesanales a base de escama y piel de pescado, se relaciona con los planes de negocios y su importancia en la implementación en los nuevos negocios, en los que se valora la misión, visión y valores empresariales, que se vinculan con los objetivos específicos: Diagnosticar la situación actual de accesorios artesanales en el mercado Ecuatoriano, determinar el proceso del diseño de los accesorios artesanales, elaborar un plan de marketing y una estructura organizacional adecuada y evaluar la viabilidad financiera y social del proyecto. Para determinar el diseño metodológico se consideró la investigación exploratoria, descriptiva, de tipo documental, con enfoque mixto cuantitativo y cualitativo, cuyas técnicas de investigación fueron la observación, entrevista y encuesta personal. En el mismo contexto se estableció la población y muestra, determinado por medio de una fórmula para entrevistar y encuestar al grupo definido; cuyos resultados indicaron que los artesanos realizan artesanías en tagua, cabuya, lana, concha, madera, piel y escama de pescado, valoran el cuidado al medio ambiente y sus valores superiores enfatizan a la calidad, durabilidad, tamaño, colores, modelos, además los encuestados les gusta comprar aretes, anillos, collares, carteras, billeteras, llaveros, tienen preferencia en adquirir artesanías en ferias y locales comerciales, en las entrevistas los resultados generalizan en la necesidad de adquirir materia prima en Puerto López, Puerto Cayo y Montecristi, tienen la idea de apoyar el reciclaje y aportar al cuidado del medio ambiente. Finalmente se establecieron las conclusiones y recomendaciones.

Palabra Claves *Mercado, Artesanía, Finanzas y comercio, Medio Ambiente
Acuático*

INTRODUCCIÓN

Las empresas están sujetas a cambios constantes, cada día surgen nuevas microempresas que proponen negocios innovaros que ofertan valores superiores que la competencia para ingresar a captar clientes potenciales para lo que gestionan e impulsan con planes y estrategias relacionadas con el crecimiento de mercado que impulsa el desarrollo de otras líneas de productos o servicios. En este contexto aparecen los negocios que buscan generar interés de los consumidores con un concepto innovador que proponga el cuidado del medio ambiente, calidad superior en lo que ofrecen, desarrollo tecnológico, mejoramiento en la productividad y competitividad.

En este campo, en la actualidad los consumidores a nivel general demandan productos que se interesen por cuidar la naturaleza como propuesta que genera el fortalecimiento de valores hacia la compra de productos y servicios que se caractericen por mantener activa la cultura del reciclaje. Todo negocio que busca tener éxito debe cumplir con ciertas características y cualidad que demandan los clientes, entre ellos la calidad y durabilidad del producto. Fundamentalmente un negocio innovador como las artesanías realizadas a base de piel y escama de pescado cumplen con aportar al cuidado del medio ambiente, reciclar material de los restos del pescado y a su vez se caracteriza por ser un producto tangible que resalta la cultura de un pueblo, que brinda un servicio como las ventas en un local, ya sea en feria o en un espacio comercial y lo más importante es que parte de una idea innovadora que cuida brindar al consumidor final un producto de calidad.

Lo más importante al iniciar una microempresa es establecer y definir la marca, visión, misión, valores empresariales, considerando que debe ser sencilla y fácil de recordar para lograr que se posicione en la mente del consumidor y que en cada publicidad se describa correctamente y de manera adecuada las bondades del producto, además es importante considerar que el diseño de un plan de negocios permite considerar varios aspectos importantes tales como: los procesos, las políticas, producto, precio, plaza en los que se incluyen los canales de distribución y las formas que asumirán en el proceso de venta y comercialización de los productos y servicios.

Desde la perspectiva general, un plan de negocio permite dilucidar las dudas que pueda generar un emprendimiento, una pequeñas o mediana empresa e incluso las grandes organizaciones consideran que es necesario para describir los procesos y las características técnicas de los productos, en el caso de las artesanías elaboradas a base de escama y piel de pescado se considera importante la calidad, durabilidad, tamaño, colores y los diferentes modelos que formen parte del catálogo propuesto para la venta.

En este sentido, se evidencia la contraparte en la que aparecen las empresas que buscan hacer sus negociaciones sin un plan previo, sin estudios que avalen y garanticen el éxito, en este sentido, las estadísticas indican que 80% de las empresas fracasa antes de los cinco años y 90% de ellas no llega a cumplir una década debido, principalmente, a cuestiones financieras, administrativas y comerciales, justo los aspectos clave que marcan el fracaso (Uribe, 2020). En este contexto aparecen otras debilidades al limitarse a la innovación que permita la diferenciación entre otros productos que presenten similares características. Evidentemente, hay otros factores que intervienen en el fracaso de las microempresas, las mismas que se vinculan con la parte económica, limitado financiamiento para abrir nuevos mercado o diseñar otros productos o servicios.

En el mismo orden de ideas, el proyecto se divide en los siguientes capítulos:

Capítulo I.- Expone el problema, formulación, delimitación, justificación y sistematización de la investigación. Se redactó el Objetivo General y los Objetivos Específicos y se identificaron los límites, las variables, hipótesis general e hipótesis particulares.

Capítulo II.- Incluye la fundamentación teórica, antecedentes, marco conceptual y marco legal en la que se exponen los puntos básicos para la apertura de un nuevo negocio.

Capítulo III.- El marco metodológico expuso el tipo, enfoque, técnicas e instrumentos de la investigación. Se determinó la población y muestra que permitió aplicar las encuestas personales a los grupos objetivos seleccionados.

Capítulo IV.- Se consideró la propuesta, en las que se incluyó los procesos de venta, comercialización, junto con las políticas que asumen los nuevos negocios. Finalmente se concluyó y recomendó.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Plan de negocio para la producción y comercialización de accesorios artesanales a base de escama y piel de pescado

1.2. Planteamiento del Problema

En Ecuador, el sector pesquero está regulado bajo la administración del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), dentro de este contexto, el perfil costero permite el desarrollo de la pesca artesanal en varias provincias, entre ellas Manabí, específicamente en el cantón Puerto López, que posee una flota pesquera que da trabajo y alimentación a la población antes mencionada. En este sentido, según la publicación del diario (El Telégrafo, 2017) la pesca artesanal según “La Junta Nacional de la Defensa del Artesano, JNDA, representa el 1% del PIB y se aspira llegar, con los nuevos procesos, al 5 o 6 % del PIB” (pág. 1). El aporte de la pesca al crecimiento económico del país, se debe al dinamismo de las actividades que genera el trabajo de los pescadores.

De acuerdo con el presidente de la Cámara Nacional de Pesquería (CNP), Bruno Leone, Ecuador es tradicionalmente un país pesquero, cuya flota pesquera está conformada por 653 embarcaciones de pesca de peces pequeños y otras pesquerías. (Revista Líderes, 2018). En el contexto del aporte al desarrollo de las poblaciones pesqueras, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) está promoviendo su producción, que crece, como una forma de mejorar los ingresos de las comunidades pesqueras y artesanales en todo el mundo. Un incremento en el uso de cuero de pescado puede, a largo plazo, reducir también la necesidad de cuero de vaca y culebra. (BBC, 2019).

Desde este contexto, la elaboración de las artesanías a base de piel y escamas de pescado contribuyen al mejoramiento de la naturaleza, ya que al utilizar los desechos del mismo que representa el 30% del pescado; se reducen los desechos contaminantes y se elimina el peligro de posible infección. (El Telégrafo, 2016).

Contextualizando la problemática, Puerto López se ha convertido en el punto de referencia de muchos turistas, el cantón recibe alrededor de 70 mil turistas en los meses de junio a septiembre y en el año cerca de 200 mil turistas nacionales y extranjeros, según las estadísticas del GAD Puerto López. (Entornoturístico, 2019). Desde este punto de vista, la protección del medio ambiente y la utilización de producto, se hace necesario, siendo así que en los últimos años, la moda ha trascendido con ideas innovadoras, una de ellas es la denominada moda azul, que busca desarrollar productos biológicos con materias primas procedentes del mar y de los ríos. En este sentido se abren más puertas para emprendimientos que utilizan la piel y escama de pescado para la producción de artesanías.

Desde este punto de análisis, Ecuador, es un país que presenta dificultades sociales, económicas y ambientales, por lo tanto, llevar a cabo este tipo de emprendimiento es favorable porque brinda la oportunidad de disminuir la tasa de desempleo y a la vez contribuye al mejoramiento del medio ambiente.

Por lo consiguiente, ante estos escenarios positivos, dan apertura a un plan de negocio que permitirá determinar las estrategias de proceso de elaborar y comercializar artesanías, hecha a base de piel y escama de pescado, buscando convertirse en un producto innovador que promueva e impulse la producción, comercialización de artesanías con valor agregado que sirven para incentivar el cambio de la matriz productiva y aperturas de nuevas de plaza de empleo.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo desarrollar un plan de negocio para la producción y comercialización de artesanías a base de escamas y piel de pescado en Ecuador?

1.4. Sistematización del Problema

- ¿Cuáles son las tendencias de artesanía en la producción del Ecuador?
- ¿Cuál es el proceso de diseño de los accesorios artesanales?
- ¿Cómo diseñar un plan de marketing y una estructura organizacional adecuada?
- ¿Cuál es la viabilidad financiera del proyecto?

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Diseñar un plan de negocio para la producción y comercialización de accesorios artesanales a base de piel y escamas de pescado en Ecuador.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de accesorios artesanales en el mercado Ecuatoriano
- Determinar el proceso del diseño de los accesorios artesanales
- Elaborar un plan de marketing y una estructura organizacional adecuada
- Evaluar la viabilidad financiera del proyecto

1.6. Justificación de la Investigación

En el Siglo XXI, los negocios artesanales en Ecuador se han desarrollado de manera sostenida, lo que ha mejorado las condiciones económicas de las poblaciones que lo han asumido como parte de su medio laboral. En el perfil costero, la población de Puerto López y sus pobladores se caracterizan por dedicarse a la pesca, siendo la carne del pescado comercializada en los mercados locales, desechándose la piel y escama de pescado. En tal virtud, nace la idea visionaria de un grupo de artesanos que vieron en esta materia prima la oportunidad para elaborar accesorios artesanales como aretes, cadenas, billeteras, entre otros, justificando que son productos comerciales, amigables con el medio ambiente.

Desde este punto de vista, el proyecto se justifica en la parte teórica, considerando que las conceptualizaciones de plan de negocio, marketing, comercialización, venta de productos naturales. En la parte comercial, el desarrollo de un nuevo emprendimiento tiene como objetivo aprovechar la visita de turistas nacionales y extranjeros, quienes buscan en cada viaje, llevar algún tipo de artesanía innovadora para los familiares y amigos, considerando la calidad y los precios competitivos de los productos.

En la práctica, las artesanías a base de escamas y piel de pescado tiene como finalidad aportar al cuidado del medioambiente y desarrollo de los conocimientos académicos de las investigadoras, de esta manera el trabajo investigativo puede ser consultado por quienes busquen desarrollar planes de negocios sustentables con el medio ambiente.

1.7. Delimitación o Alcance de la Investigación

Campo: Comercial

Área: Plan de Negocio

Aspecto: Producción y comercialización de artesanías a base de escama y piel de pescado

Tiempo: El desarrollo del proyecto comprenderá entre el periodo de Septiembre de 2019 a Septiembre del 2020.

Lugar: la presente investigación se va realizar en la provincia de Manabí, cantón Puerto López.

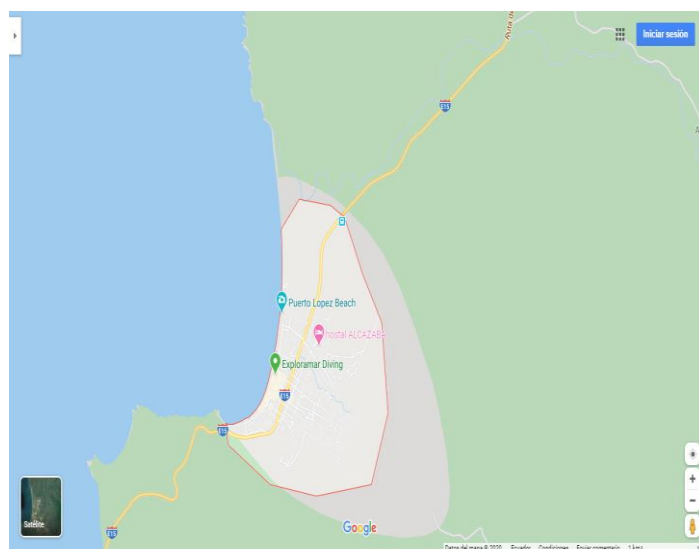


Figura 1 Ubicación de la población Puerto López

Fuente: (Google Maps)

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

1.8. Idea a defender

El desarrollo de un plan de negocio permitirá la adecuada comercialización de accesorios artesanales, elaborados a base de escama y piel de pescado en el cantón Puerto López.

1.9 Línea de Investigación

- **Línea 4.** Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.
- **Dominio 1:** Emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria.
- **Línea institucional:** Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.
- **Líneas de Facultad:** Desarrollo empresarial y del talento humano.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Los antecedentes del presente estudio se relacionan con varias investigaciones que aportan y confirman la importancia de la producción y elaboración de productos artesanales a base de escama y piel de pescado.

- a) **Título:** “Estudio de factibilidad de una planta de curtido de piel de pescado para elaboración de cuero en la parroquia de Santa Rosa”

Autores: Cinthya Jazmín Panchana Malavé

Año: 2013

En Ecuador, en la Universidad Estatal de la Península de Santa Elena, el tema “Estudio de factibilidad de una planta de curtido de piel de pescado para elaboración de cuero en la parroquia de Santa Rosa”, cuyas investigaciones han demostrado que la piel que fue desechada en los procesos pesqueros posee características particulares como dureza, resistencia, elasticidad y durabilidad; convirtiéndola en un tesoro poco explotado aún. Incursionar en el negocio de la piel de pescado puede ser una gran alternativa a futuro, tanto para el empresario privado, como para el pescador artesanal que debe interiorizar los conceptos de calidad y emprendimiento; que son preceptos importantes para ser competitivo en un mercado exigente. El proyecto resalta el uso de los recursos como la piel de pescado para la elaboración de artesanías y que beneficia a los pobladores de la parroquia de Santa Rosa, que cuenta con recursos que no son explotados en su totalidad (Panchana, 2020).

El estudio concluyó que el valor de la piel de pescado, permite obtener utilidades y rendimiento económico, contribuyendo al cuidado del medio ambiente, lo que se relaciona con la investigación, porque aporta a la utilización de la piel de pescado y las escamas, además de crear moda y contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

b) Título: “Propuesta de factibilidad para la creación de una tienda virtual personalizada de calzado femenino, elaborado con piel de tilapia en la ciudad de Guayaquil”

Autores: Hermida Bastidas, Jean Carlo & Ávila González, Ana Gloria

Año: 2015

La tesis propuesta parte como emprendimiento de un negocio, en la que se enfatiza la idea de lanzar una nueva línea de calzado exclusiva elaborada con piel de tilapia. El proyecto es innovador, consiste en la utilización de la piel de pescado para elaborar calzado femenino. Se busca disminuir la caza de animales en peligro de extinción, por tanto este proyecto, promueve la utilización de residuos de la pesca, además se destaca el impacto positivo en el ambiente, porque contribuye al equilibrio ecológico buscando una cultura ecológica. Se proyecta la implementación de un nuevo modelo de negocio para generar valor agregado a través de la personalización del calzado femenino. El lugar de producción contará con un taller artesanal que tendrá un área física que servirá para el almacenamiento del inventario y un congelador para la conservación de la piel de tilapia (Herminda & Ávila , 2015).

El proyecto se relaciona directamente en tres variables, es un plan de negocios, utiliza el desarrollo de ideas a partir de la piel de pescado y se enfoca en la cultura ecológica, lo que permite plantear la factibilidad financiera.

c) Título: “Estudio técnico – económico para la creación de una empresa que elabore zapatos de cuero a base de la piel de pescado en la ciudad de Esmeraldas”

Autores: Valdez Ortiz, Heber Edilberto

Año: 2015

El mercado ecuatoriana tiene una amplia gama de productos para los que utilizan piel de animal, como vaca, chivo y especies en peligro de extinción, de allí nace la idea de abrir un nuevo mercado con la explotación de la piel de pescado, por ser un producto que no se explota, generalmente es por falta de conocimiento de su proceso de elaboración, además contribuiría a disminuir el alto índice de desempleo (Valdez, 2015).

La relación con el presente proyecto se establece desde el punto de vista de desarrollar un modelo de negocio, elaborado a base de piel de pescado, que no es aprovechada por los lugareños y que permitiría desarrollar fuentes de trabajo a la población de la ciudad de Esmeraldas. El fin es disminuir el desempleo en el sector, reconociendo la factibilidad financiera del proyecto.

- d) Título:** “Línea de calzado femenino en las tallas 32-36 aplicando cuero de pescado”
Autores: Ávalos Velarde, Ana Valeria
Año: 2019

Se reconoce que la utilización de los materiales no convencionales, entre ellas la de origen natural puede convertirse en una alternativa por el valor significativo que tiene de aprovechar la piel de pescado, debido a que son amigables con el ambiente y su entorno, es decir que no dañan a la naturaleza. La importancia de la selección de los materiales se debe a que estos establecen caracteres como flexibilidad, suavidad, transpiración, amortiguación, el peso, las texturas y los colores, es decir que la elaboración de una línea de calzado en las tallas 32 a las 36 posibilita una nueva propuesta de usar cuero de pescado obteniendo amplios niveles de competitividad en el mercado nacional (Ávalos, 2019).

La influencia de un estudio previo sobre el uso de material de pescado, es un apoyo a la investigación por la continuidad de los procesos que se realizan en la producción y elaboración de materiales que da la naturaleza y su costo es bajísimo.

- e) Título:** Título: “Diseño de identidad gráfica para los productos elaborados por la mesa de artesanos constituida por CONAMIPE en el departamento de La Libertad, en el año 2016”
Autores: Árticas Palacios, Ivania Sarai; Cristales Guardado, Marta Georgina y Ortiz Gallardo, María José
Año: 2016

Tiene como propósito visibilizar al colectivo de artesanos de la Libertad como un sector comercial altamente competitivo, pues sus productos no valen solamente por su valor agregado, sino que, además son portadores de un valor cultural como resultado de llevar implícito en sus diseños las tradiciones de la región al que pertenecen, el material del cual están hechos y la calidad, debido a las habilidades del artesano que las elabora. Para lograr dicha visibilidad es necesario que los talleres y los colectivos cuenten con una Identidad Grafica que permita al público distinguirlos como marca. Esto les permitirá no solo dar a conocer el producto, si no posicionarse como marca y cobrar un precio justo por el trabajo (Articas, Cristales, & María , 2016).

El trabajo de investigación tiene como finalidad desarrollar las habilidades y capacidades de los artesanos de la zona de Puerto López, quienes pueden visibilizar el conocimiento que tienen acerca de la elaboración de artesanías, a los que pueden agregarle un valor superior y volverlos competitivos en el mercado.

2.1.1 Características de la piel de pescado y sus ventajas

El pescado es un animal vertebrado que se caracteriza por tener escamas en su piel, a diferencia de otros animales que tienen pelos. Según la publicación de Canarias Conservación acerca de la piel de pescado está conformada por dos capas, la epidermis y la dermis “En la epidermis abunda un tipo de célula glandular que segrega gran cantidad de mucus. La dermis es más compleja, responsable de la formación de las escamas y portadora de los cromatóforos o células pigmentarias. La presencia de escamas es uno de los rasgos más característicos de los peces y en la mayoría de las especies constituyen un revestimiento continuo.” (Canarias Consevación, 2018).

Entre las ventajas se determinan que se puede aprovechar la piel de pescado de distintas maneras y puede ser utilizado en su totalidad, convirtiéndolo en productos con valor agregado que servirá para dinamizar la economía. La piel del pescado contiene colágeno, una proteína que se usa, en por ejemplo, cosméticos para incrementar la elasticidad y fortaleza de la piel. El colágeno también se puede convertir en gelatina que es utilizada en alimentos, como un componente gelificante. La piel de pescado puede ser curada y pintada para productos de cuero como bolsos de mano o zapatos, es decir que la piel en vez de ser eliminada puede ser utilizada, lo que resulta innovador, por el aprovechamiento para otros productos (Aquahoy, 2017)

El aprovechamiento de la piel de pescado, por lo general son desechadas a la basura y en otro caso son vendidos a fábricas para la elaboración de harina de pescado, balanceado entre otros. Los desechos de la piel de pescado, pueden ser transformados en cuero, el cual se puede utilizar para realizar accesorios artesanales como son pulseras, aretes, collares, bolsos, entre otros. Algunos especialistas en pieles exóticas indican que la piel de pescado puede ser usada, siempre que cumpla con tres importantes requisitos: Piel que no contenga carne, sin rotura por un mal fileteado o descarnado, lo más grande y entera posible (Prado, 2015).

En el proceso de obtención de la piel de pescado, se relaciona con la recolección del material, se clasifican por el tamaño de los peces y luego se procede a la extracción, descarnado, conservación y curtido de la piel que sirven para continuar con el proceso de producción y elaboración de las diferentes artesanías, tales como aretes, pulsera, cadenas, anillos y demás tipos de artesanías que pueden ser usadas y volverse tendencia en la vida de las personas que lo usan.

2.1.2 Proceso previo a la obtención de piel de pescado para elaboración de artesanías

El proceso comienza con la extracción de piel de pescado, se recoge directamente en recipientes limpios y adecuados para que no se contaminen con los restos de carne producida por el fileteado, que en mayor o menor cantidad pueden encontrarse en el suelo, al momento de extraer se debe tener el debido cuidado para evitar la contaminación durante el fileteado, para así poder conservar las pieles, porque una extracción deficiente se obtiene cueros de mala calidad y defectuosos. Mientras que el proceso de descarnado consiste en quitar toda la carne de la piel, que deberá eliminarse de la piel de aquellas partes que no sirvan para la obtención de cuero, tales como colas, partes de espinas. En esta fase del proceso se debe tener mucho cuidado de no hacer perforaciones en la piel al momento de eliminar toda la carne, porque se pierde su valor comercial. Las pieles mal descarnadas afectan en las fases posteriores como son la eliminación de olores y el pintando de las mismas, ya que esto no permitirá la penetración de químicos. Es necesario mantener un control de las bacterias para evitar contaminación (Prado, 2015).

Una vez extraído la piel y seleccionado las mismas pasan a la última fase que es la sección de conservación de piel. La conservación de la piel, requiere cuidado especial, debido a su propia naturaleza y debido a la contaminación micro bacteriano producido por los gérmenes del ambiente, los insectos y los residuos que existen en la piel, tales como carne y sangre que sufren una degradación o putrefacción (Prado, 2015).

Tabla 1
Tipos de Conservación de piel de pescado

Tipos de conservación de piel de pescado	
Por salmuera	Se sumerge las pieles en agua saturada con sal y se mantiene hasta su uso posterior.
Por salado seco	Se lavan las pieles, se escurren, posterior se colocan las pieles y se procede a poner la sal y se estiban las pieles de forma lado-carne-flor
Por congelación	Las pieles se deben mantenerlas bajo 0°C.
Almacenamiento	Es necesario controlar el almacenamiento de las pieles conservadas, por salado en seco ya que un calentamiento excesivo produce descomposición de la piel.

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

2.1.3 Proceso de curtido al natural en la piel de pescado

El proceso de curtido de manera natural de la piel de pescado comienza con: a) Lavado; es decir se lavan las pieles a base de alcoholes grasos, cal y agua, produce una acción desengrasante y emulsionante de las grasas naturales. Mediante este proceso se retira las escamas de la piel, finalizado el proceso se lavan las pieles con agua limpia; b) Purgado se lo realiza mediante una enzima llamada purga, la cual es de origen bacteriana y que, con agua y sulfuro de amonio, tiene la finalidad de retirar la cal del proceso anterior. Luego de esto se lavan las pieles con agua limpia de forma repetitiva; c) Desengrase, este proceso como su nombre lo dice es para quitar la grasa y las bacterias que no se eliminaron en los procesos anteriores, para este fin se puede utilizar monoclorobenceno; d) Piquelado, a través de sal, se elimina la hinchazón, con este proceso se prepara la piel para el curtido, logrando así la sustancia curtiente, en este caso mimosa, ingrese al interior de la piel y no se quede tan solo en la superficie de la piel, pues esto causaría una flor áspera y quebradiza (Ochoa, 2017).

La etapa e) Acrecentamiento se utiliza la sustancia satinocuertiente la cual se deja que el bombo ruede por 2 horas, luego de eso se sacan las pieles del bombo y se las deja reposar en un tacho durante toda la noche; f) Curtido y teñido empieza con el lavado de las pieles con bicarbonato durante 30 minutos, luego se las introduce en el bombo con el tinte y el curtiente mimosa, la cual es fácilmente soluble en agua y posee una buena penetración, esta produce cueros de color beige amarillento, altamente flexibles, se deja rodar el bombo por 2 horas, añadiendo un poco más de curtiente de vez en cuando para asegurar una absorción homogénea; g) Engrasado se introduce un químico de engrasado sintético mezclado con agua en el bombo, con este proceso se pretende devolverle la grasa de la piel, ya que toda la grasa natural de esta se eliminó en los procesos anteriores, para esto se hace rodar el bombo por una hora; h) Secado se lo hace a la sombra y cuando las pieles están todavía un poco húmedas se procede a moldearlas manualmente para que no se endurezcan y tengan soltura, pues si se las deja secar completamente estas se tornan rígidas y una vez ocurrido esto ya no se las puede volver a suavizar. Uno de los grandes beneficios de curtir la piel de pescado es que su costo de producción es bajo comparado con otros materiales (Ochoa, 2017).

En la siguiente figura se detalla el proceso de curtido de piel de pescado:

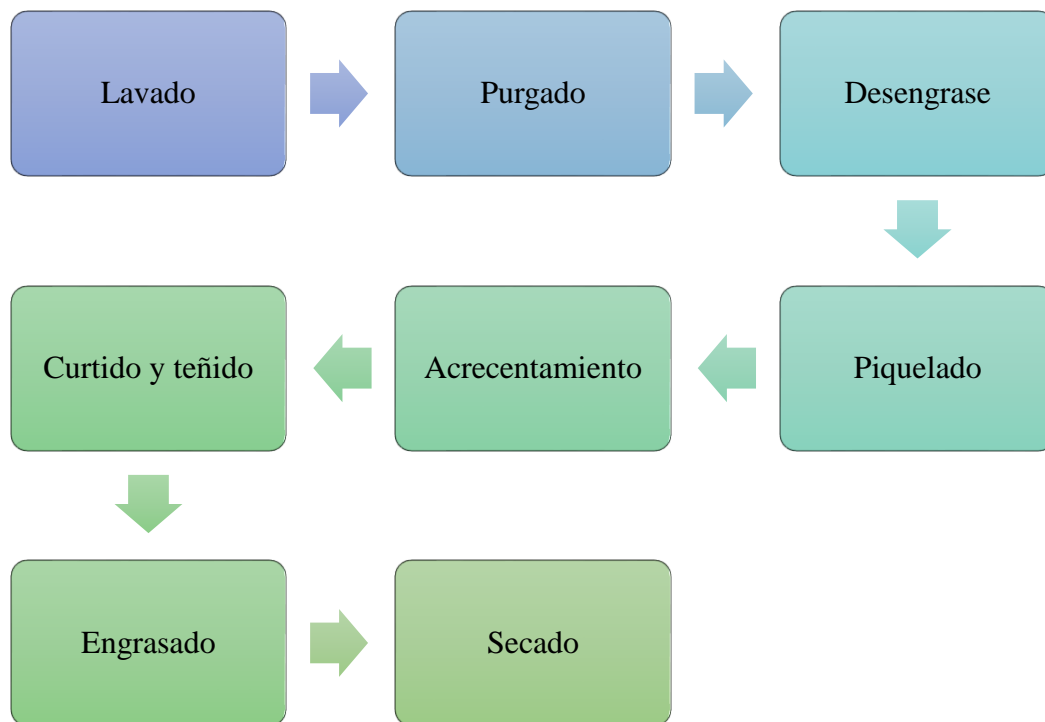


Figura 2 Proceso del Curtido al Natural en la Piel de Pescado.

Fuente: (Prado, 2015)

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

2.1.4 Características y beneficios de la escama de pescado

La importancia de la escama de pescado se resalta en la conceptualización que “Las escamas de los pescado se pueden definir como huesos tegumentarios laminares, más o menos flexibles, que conforman un exoesqueleto que recubren el tegumento y lo protegen del medio externo. Tienen su origen en el mesodermo de las dermis” (Fernández, 2017). Se reconoce que los peces, de acuerdo a su tamaño, color, forma tienen sus escamas que los cubren en toda la extensión de su piel.

Entre los beneficios se evidencia que las escamas de pescado contienen quitina, material orgánico que puede ser transformado en quitosano. Las aplicaciones más extremas incluyen el uso de quitosano como material de reparación para revestimientos de pintura para automóviles. El quitosano tiene múltiples aplicaciones para la biomedicina, suplementos dietéticos y agricultura. Tiene propiedades que ayudan a prevenir coágulos sanguíneos y protegen las semillas de las plantas, por mencionar algunos ejemplos (Aquahoy, 2017).

2.1.5 La bisutería artesanal, su técnica y desarrollo en general

Las diferentes técnicas en la elaboración de los accesorios artesanales aportan a la innovación y originalidad de diferentes objetos que generalmente son producidos bajo normas de exclusividad. Se reconoce que el trabajo manual es una herramienta privilegiada con la cual se logra piezas únicas con características particulares y distintivas, en la que se detectan una serie de componentes que se convierten en alternativa para crear piezas únicas, que se destaquen de las demás que se presentan en el mercado, siendo una de las razones que permiten hacer uso de productos que generalmente son desechados, sin embargo con la técnica del reciclaje se convierten en productos que pueden ser utilizados en la confección de diferentes productos que contribuyen al mejoramiento y preservación del medio ambiente (Morejón, 2017).

La bisutería puede ser caracterizada por períodos: Período del 1920 al 1930: Arte Deco: Si bien durante el 1700 la bisutería se realizaba con vidrio, no fue hasta el periodo del Art Deco, que comenzó a recibir importancia, debido a que se masificó en un intento de combinar la dureza de la producción en masa con la sensibilidad del arte y el diseño. Fue durante este período que Coco Chanel introdujo la "Bisutería" como complemento de los trajes que diseñaba. El movimiento Art Deco murió con el comienzo de la Gran Depresión y el estallido de la Segunda Guerra Mundial. Período del 1935 al 1950: Periodo Retro: Los diseñadores lucharon con el arte, frente a la producción en masa. Los materiales naturales se fusionaron con plásticos. Algunas de las características de la Bisutería en este período fueron: Glamour, elegancia y sofisticación, flores, lazos, y los diseños similares a los de Hollywood, piedras transparentes, motivos de caballos, influencia militar, la baquelita y bisutería de plástico entre otras. Período del 1945 al 1960: Arte Moderno: Tras la Segunda Guerra Mundial, se convirtió en diseños más tradicionales y discretos. Los estilos de bisutería grande y atrevidos, del período Retro pasaron de moda y fueron reemplazados por los estilos más adaptables de la década del 1950 y 1960. Algunas de las características de la Bisutería en este período fueron: Joyería muy costosa de color negra, gruesas pulseras, bellas pulseras de Ópalo/Jade, y de topacio, broches y joyas estilo navideños, imitaciones de diamantes (Moron, 2020).

La importancia del desarrollo de las artesanías está determinado por los diferentes períodos en que se fueron adaptando y formando parte de los diferentes complementos que utilizaban las mujeres y poco a poco los hombres.

2.1.6 Desarrollo y objetivos del sector de la bisutería artesanal en Ecuador

El desarrollo de la producción y elaboración de bisutería se ha convertido en tendencia, por los niveles de preferencia hacia el uso de collares, aretes, pulseras, especialmente los que utilizan como materia prima productos que cuidan el medio ambiente, entre ellos una opción es la piel y escama de pescado. La piel de pescado es un recurso ecológico que en Chile y México, lleva varios años de desarrollo y forma parte de la moda, según datos del Instituto de Tecnología de los Alimentos de Brasil, el material representa 75% de los restos del animal que puede ser reutilizado para la confección de bisutería de diferentes tipos y tamaños (El Telégrafo, 2014).

En Ecuador, en las playas de la provincia de Manabí, en el cantón Puerto López, entidades gubernamentales han impulsado diferentes programas de capacitación de micro emprendimientos en los que se establecen los procesos para reutilizar el material de los restos del pescado, tales como la piel y las escamas; para lo cual se necesita un día para limpiar por completo las 4 o 6 libras de piel, aunque actualmente se cuenta con máquinas que hacen menos tedioso el proceso de selección y limpieza de la materia prima que se requiere para utilizar la piel de pescado (El Telégrafo, 2014).

La actividad artesanal en Ecuador genera empleo directo e indirecto a aproximadamente un millón 500 mil personas, en más de 261 mil talleres artesanales a nivel nacional, pertenecientes a 172 ramas de producción y servicios, importante sector que dinamiza la economía nacional en alrededor USD 30 millones anuales de divisas por exportaciones, lo que se convierte en una gran oportunidad para posicionar la artesanía ecuatoriana, creando nuevas tendencias en el ámbito bisutería, para promover la cultura, ampliando las oportunidades de promoción y búsqueda de nuevos mercados que permitan la comercialización directa (Ministerio de Industrias y Productividad, 2019).

Los artesanos forman parte del sector social y económico, que contribuye a la economía del país; generan puestos de trabajo que hacen viable la producción y comercialización de artesanías que son demandadas por consumidores nacionales y extranjeros, se caracterizan porque aportan a la construcción de identidades diversas, convirtiéndose en un nuevo modelo de gestión con innovación y tecnología con alto valor agregado, que apoya a cada uno de los pequeños empresarios, microempresarios y artesanos ecuatorianos para potenciar sus capacidades productivas y crear una nueva dinámica de producción y un nuevo modelo de negocio sustentable (Flacso, 2019).

Entre los objetivos de la producción de artesanías en el Ecuador se destacan algunos objetivos que son: Promover las buenas prácticas de artesanías y los tejidos de producción nacional, impulsar el intercambio comercial con otros países, promover la diversidad de productos que son ofrecidos para el consumo nacional, impulsar el desarrollo de la materia prima vinculada, y al a vez todo el proceso productivo de elementos como la lana, fortalecer la capacidad y el potencial de exportación de los productos o artesanías hacia los mercados internacionales, brindar mejores condiciones de trabajo, herramientas y tecnología, en aras de fomentar la producción y el proceso de elaboración de las artesanías, difundir servicios de apoyo a los artesanos, por medio de una asesoría técnica y la capacitación permanente, compartir con la ciudadanía las diversas actividades que se realizan en el entorno productivo de las artesanías que se realizan de manera manual y apoyan al desarrollo de negocios (Ministerio de Industrias y Productividad, 2019).

2.1.7 Tipos de artesanías en cada región

Los tipos de artesanías en Ecuador expresan la cultura de cada población, se representan en pinturas, tejidos, collares, telas, entre otros tipos de artesanías.

Tabla 2
Tipos de artesanías en cada Región del Ecuador

Región Costa	Artesanías montubias: Se destacan los trabajos de talabartería, donde se pueden apreciar vasijas de laurel, monturas y fogones. De igual madera, son elaborados adornos para los equinos ejemplo pecheras, baticolas, carolas y bozales. Sombrero de paja-toquilla: El sombrero de paja-toquilla, representa un sombrero tradicional con ala típico que se elabora en Ecuador.
Región Sierra	Artesanías textiles Otavaleñas: tejido de lana de alpaca, corredor de mesa, cojines y telas con bordados muy tradicionales, ponchos. Alfarería conquense: elaboración de piezas de utilidad para recoger agua, dígase, vasijas, jarras o ánforas. Alfarería de cera lojana: Elaboración de piezas confeccionadas sobre la base de barro cocido. Artesanías de cuero, Ambato: chompas de, zapatos, gorras. Bordado con hilo a mano, a través del cual se diseñan paisajes, flores, aves, etc.
Región Oriente	Artesanías de la comunidad del Puyo: Los artesanos tallan rostros con imágenes alegóricas a las comunidades indígenas, flechas, lanzas, cerbatanas, cerámica, abanicos, trajes típicos, entre otros. Artesanías Waorani: En el proceso de confección de las artesanías se llegan a emplear materiales como la chambira, con el cual son elaborados bolsos, hamacas, pulseras, collares y cestas.

Fuente: (FOROS ECUADOR.EC, 2019)

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

2.1.8 Principales zonas pesqueras en el Ecuador y la pesca artesanal que incluye la venta de piel y escama de pescado

El sector pesquero de Ecuador proporciona sustento a un gran número de personas y es piedra angular de la seguridad alimentaria de la zona y el país. La pesca artesanal también tiene un lugar importante en el sector de la pesca en el Ecuador. La pesquería artesanal de dorado, representa alrededor del 65% de los desembarques de peces pelágicos grandes y es el principal producto de exportación de pescado blanco (40%). El principal mercado para el dorado fresco y congelado son los Estados Unidos de América. Ecuador se ha convertido en uno de los mayores productores de la región (WWF, 2019).

El sub - sector Pesca Artesanal comprende una amplia gama de modalidades que van desde la ancestral recolección a mano de mariscos hasta el uso de embarcaciones motorizadas que operan en aguas soneras y en mar abierto. Su característica básica es la operación manual de las artes de pesca. En el Ecuador se distinguen dos clases de pesca artesanal: Marítima del continente y las Islas Galápagos. Pesca artesanal costera emplea embarcaciones y artes que permite la pesca en mar afuera capturando peces damersales y pelágicos. Pesca artesanal oceánica opera en mar abierto con el apoyo de buques nodriza capturando peces damersales y pelágicos (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO, 2019).

La venta de piel y escama de pescado en Ecuador está a cargo de varias empresas e industrias que se dedican a la venta y exportación de piel y escama de pescado. Se exporta piel de tilapia congelada en bloques. La tilapia criada y cosechada en granjas es transportada viva con oxígeno a su planta de pescado, donde es procesada, para elaborar filete fresco sin piel, obteniéndose como subproducto la piel de tilapia. Hay varios tipos: Escamas de pescado secas (sin aditivos), color: Marfil a blanco, con el método de proceso de secado, generalmente el peso neto del empaque: 10 Kg, empaque primario: Sacos de polipropileno convencional con capacidad para 10 Kg y el embalaje: 5 sacos de 10 Kg enzunchados (Industria Pesquera Santa Priscila , 2019).

Las pieles más utilizadas para la elaboración de los accesorios provienen de las especies: róbalo, corvina, dorada, lubina, sardina y tilapia (La Hora, 2019). Se busca el aprovechamiento total del pez, pero sin químicos, desde el desengrasado, la purga, limpia de fibras excedentes como escamas y curtido se lo hace de una forma amigable al ambiente (El Universo, 2020).

2.2 Micro, pequeña y mediana empresa (PYMES)

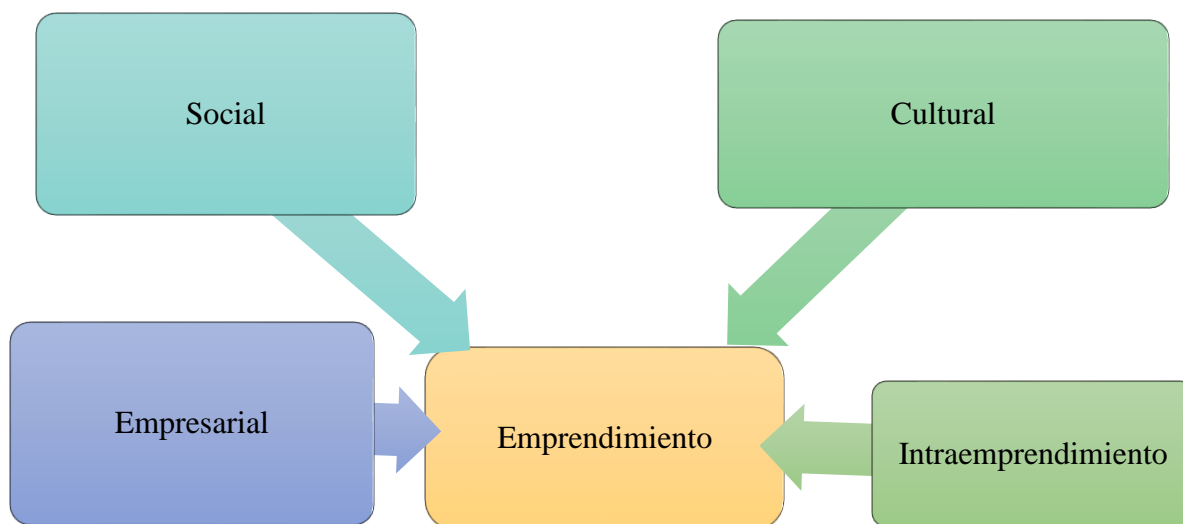
Según el ranking de las compañías la posición general se ordena en base al tamaño de la compañía: Microempresas entre 1 a 9 trabajadores o ingresos menores a \$100.000,00, pequeña empresa: entre 10 a 49 trabajadores o ingresos entre \$100.001,00 y \$1'000.000,00; mediana empresa entre 50 a 199 trabajadores o ingresos entre \$1'000.001,00 y \$5'000.000; empresa grande más de 200 trabajadores o ingresos superiores a los \$5'000.001,00; predominando siempre los ingresos sobre el número de trabajadores. De acuerdo a la información se concluye, el plan de negocio para la creación de una microempresa de accesorios artesanales a base de escama y piel de pescado está enfocado en desarrollarse en una PYMES la cual va a contar con 3 trabajadores y sus ingresos estarán en un rango no superior a \$100.000,00 (Superintendencia de compañías, valores y seguros, 2019).

2.2.1 Definiciones, tipos y fases de emprendimiento

Para el desarrollo de la base teórica del presente proyecto de investigación, se tomó en cuenta definiciones y conceptos de plan de negocio, administración, emprendimiento y marketing complementando con las características pertinentes de cada definición. El emprendimiento se lo reconoce como la capacidad de diseñar una idea y con base en ella, implementar un proyecto a través de la identificación de oportunidades. Se interpreta el hecho de que un emprendimiento es innovar, descubrir y brindar nuevos bienes o servicios al mercado, dispuesto a tomar riesgos teniendo en cuenta factores económicos, sociales, culturales y políticos (Prieto, 2015).

El emprendedor es una persona que crea, innova, descubre, transforma bienes y servicios; sigue procesos; se expande en el mercado, y crea valores superiores que benefician al consumidor. El emprendedor social es alguien que no tiene ánimo de lucro, pero desarrolla diversos tipos de valores, mientras que el emprendedor lucrativo tiene actividades innovadoras, marcando la creatividad, invención, son los impulsores del acto de emprendimiento; por lo tanto el acto de emprendimiento es transformar los recursos tangibles e intangibles con miras a crear cualquier tipo de riqueza, lícita o ilícita; social, altruista o lucrativa. Empezar es el arte o técnica para transformar una idea en realidad, es la capacidad de compromiso por encontrar soluciones sencillas a problemas complejos, es la aptitud de buscar los diferentes recursos necesarios para crear e innovar nuevas formas de solucionar problemas de su entorno específico (Ibarra & Castrillo, 2019).

Los tipos de emprendimiento se relacionan con la parte social, empresarial, cultural, intraemprendimiento:



*Figura 3 Tipos de emprendimiento/
Fuente: (Prieto, 2015)
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)*

El presente proyecto se va a destacar por ser un emprendimiento cultural que busca promover, mediante un plan de negocio la elaboración y comercialización de accesorios enfocados en el desarrollo de la moda, cuidando el medio ambiente y a su vez que generen valor económico al momento de venderlo y ayude a quienes trabajen como emprendedores.

Las fases del proyecto para emprender se lo define como el proceso que permite conocer que en toda la empresa nace de una idea, que para llevarse a cabo debe realizar las respectivas estrategias desde una evaluación hasta la elaboración del proyecto con la finalidad de alcanzar una meta específica, se comienza con varias: a) Generación de la idea; b) Evaluación de la idea; c) Elaboración del plan de negocio; d) Puesta en marcha de la empresa.

2.2.2 Plan de negocio

El plan de negocio determina de manera clara y concisa los objetivos que la empresa desea alcanzar, es un estudio de la información en el que se describe un negocio, se pone a disposición el análisis de la situación del mercado en el que participa, estableciéndose las acciones que se realizarán en el futuro. Permite determinar cada una de las estrategias que serán implementadas desde la fabricación y promoción del producto; entre sus puntos principales contiene la evaluación sistemática e integral del proyecto y un análisis de su factibilidad económica (Prieto, 2015, pág. 214).

De acuerdo con (Weinberger , 2016) el plan de negocios “Es una herramienta de comunicación, que permite enunciar en forma clara y precisa la visión del empresario, las oportunidades existentes en el entorno, los objetivos y las estrategias planteadas, los procesos para el desarrollo de las actividades programadas” (pág. 17). En el plan de negocios se debe considerar la participación de todo el equipo humano de las principales áreas o departamentos de las empresas, en el caso de pequeñas organizaciones, los colaboradores deben participar en la generación de ideas que fortalezcan el plan de negocios que puede ir desde el desarrollo de una idea hasta el enfoque le den a la comercialización, ventas, canales de distribución, promoción y publicidad de los productos y servicios.

Según (Filion, Louis ; Mejia-Morelos, Jorge ; Cisneros, Luis, 2016) “El plan de negocios no es un documento estático; por el contrario, se trata de un plan dinámico, cambiantes, adaptable, que forzosamente se remueva con el tiempo, de acuerdo con la respuesta y los resultados que se van obteniendo” (pág. 41). El dinamismo que presenta cada uno de los planes de negocio se refuerza con el desarrollo y diseño de estrategias que permitan cambios positivos en la empresa, pueden ser procesos innovadores que apoyen al crecimiento y rendimiento de las organizaciones. El equipo humano es uno de los factores que intervienen para fortalecer el entorno empresarial, apoyando al desarrollo de las nuevas unidades de negocios que se creen en el entorno interno.

Es importante reconocer que los inversionistas se interesan por el equipo humano que promueve una oportunidad de negocio, la parte humana va de la mano con los recursos económicos y las competencias profesionales y sociales, basada en la experiencia de un equipo encargado del desarrollo del plan de negocios (Giraldo, 2016)

2.2.3 Proceso sugerido a seguir en el plan de negocio

En la elaboración de un plan de negocio se recomienda seguir la secuencia que se detalla a continuación:

Tabla 3
Proceso de plan de negocios

Pasos	Descripción
Encontrar una idea	De alto valor, darle forma, justificarla, redactar la misión y la visión, objetivos y las ventajas del producto y/o empresa. Además , en todo momento hay que estar consciente del apoyo necesario para llevar a cabo esa idea
Marketing del nuevo negocio	Identificar a los clientes potenciales para diseñar un excelente plan de introducción al mercado y de ventas.
Recursos materiales para iniciar y desarrollar el negocio:	Desglosar las necesidades de materiales, equipo, proveedores, y controles de calidad necesarios para la prestación del servicio o elaboración del producto.
Recursos Financieros:	Cuantificar las necesidades de inversión inicial y elaborar los proyectos financieramente, además de identificar posibles fuentes de financiamiento y los indicadores que demuestren la factibilidad de negocio.
Plan de trabajo para la implementación	Elaborar un cronograma de actividad que marque los tiempos para iniciar las operaciones de la empresa con todos los recursos requeridos para ello.
Resumen Ejecutivo	De forma breve, describe la idea general del proyecto, sus ventajas y factibilidad para llevarse a la práctica.

Fuente: (Filion, Louis ; Mejia-Morelos, Jorge ; Cisneros, Luis, 2016, págs. 42 - 48)

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Adicional un plan de negocios se debe incluir secciones y documentos que el emprendedor considere que puedan contribuir a la comprensión o verificación de los datos presentados; es decir como anexos para respaldar cualquier información durante el proceso de planificación.

2.2.4 Versión del proceso del plan de negocios

De acuerdo con Galindo, el proceso de plan de negocio consta de nueve pasos, detallados en la siguiente tabla:

Tabla 4
Proceso de plan de negocio según Galindo

Pasos	Descripción
Marco teórico	La creación de la idea, innovación y el plan de trabajo en este caso los estudios sobre el negocio a ejecutar.
Marketing	Toda empresa debe ejercer la función básica del comercio de productos o servicios.
Distribución de la planta	En este el empresario debe diseñar de manera eficiente el proceso productivo
Producción	Este proceso se logra con la eficiencia y eficacia de las maquinarias y manos de obras
Estructura organizacional	La eficiencia de una empresa se mide por indicadores de gestión, los cuales permiten detectar los puntos críticos o detectar áreas funcionales eficientes.
Estructura financiera	Objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de Preparación y evaluación de proyectos carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.
Riesgo	Está presente en todo proyecto, ya que generalmente pueden ocurrir hechos o sucesos inciertos que generan efectos positivos o negativos, incurriendo en costos invisibles u ocultos.
Responsabilidad social y ambiental	El objetivo principal de un plan de negocios es la generación de riqueza o rentabilidad, por este motivo de las naciones Unidas Global o Pacto Mundial por la responsabilidad social.

Fuente: Galindo Ruiz, Carlos (2017)

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

2.2.5 Funciones del plan de negocio

Entre las funciones esta la proyección de la imagen de la empresa y muestra cómo se desarrollaran sus operaciones una vez que esta haya sido constatada, es decir plasma la configuración y el funcionamiento de la organización a corto, mediano y largo plazo, por eso su funciones son muy importantes para el proyecto de todo emprendedor (Filion, Louis ; Mejia-Morelos, Jorge ; Cisneros, Luis, 2016).

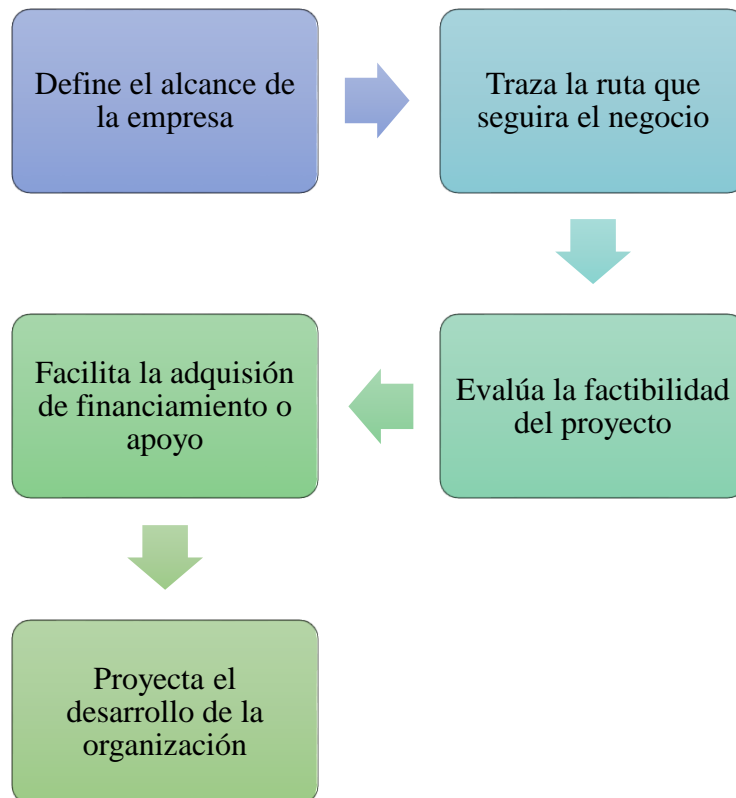


Figura 4 Funciones de Plan de Negocio

Fuente: (Filion, Louis ; Mejia-Morelos, Jorge ; Cisneros, Luis, 2016)

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

2.2.6 Evaluación y análisis de la Matriz FODA

Según los análisis FODA están diseñados para sintetizar una amplia gama de información y ayudar a la transición del enfoque estratégico de la empresa. Para abordar estos temas en forma apropiada, el gerente de marketing debe evaluar cada fortaleza, debilidad, oportunidad y amenaza a efecto de determinar su impacto total en las actividades de marketing de la firma. Para usar con éxito este análisis, el gerente de marketing debe estar consciente de los siguientes cuatro temas (Ferrel & Hartline, 2017).

Tabla 5
Matriz FODA

FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNAS	
Fortalezas		Oportunidades	
La innovación de los productos		Libre ingreso al mercado	
Calidad de los productos		Apoyo de los entes gubernamentales hacia el desarrollo de este tipo de negocios	
Precios competitivos del mercado		Nuevas tendencias hacia el consumo de productos ecológicos	
Demanda en el mercado por productos amigables con el medio ambiente		Mercado competitivo	
Debilidades		Amenazas	
Poca experiencia en este tipo de emprendimiento		Situación económica	
Limitada gestión de capacitación		Entradas de nuevos competidores al mercado	
Escaso control del ingreso de productos que dañan el medio ambiente		Cambios frecuentes en políticas comerciales	
Faltan espacios para la comercialización de los productos artesanales		Disminución del turismo por la pandemia Covid 19	

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

2.2.7 Análisis del FODA en sus factores internos y externos

En las fortalezas se resalta la innovación de los productos, elaborados a base de escamas y piel de pescado, lo que genera la calidad de los productos, por el tratamiento que se le da al proceso de limpieza y secado. Los precios competitivos del mercado permiten una competencia sana con otros artesanos; satisfaciendo las necesidades de demanda en el mercado por productos amigables con el medio ambiente.

Entre las oportunidades se rescata el libre ingreso al mercado que tienen las artesanías, que tienen el apoyo de los entes gubernamentales hacia el desarrollo de este tipo de negocios, generando nuevas tendencias hacia el consumo de productos ecológicos, en un mercado competitivo, en la zona de Puerto López, en la provincia de Manabí.

Las debilidades evidencia la poca experiencia de las artesanas en este tipo de emprendimiento, debido a la limitada gestión de capacitación por entes gubernamentales y no gubernamentales. Hay un escaso control del ingreso de productos que dañan el medio ambiente. Y por último existe la falta de espacios para la comercialización de los productos artesanales, no hay sitios para exposiciones y venta.

Las amenazas, la constituye la situación económica, entrada de nuevos competidores al mercado, cambios frecuentes en políticas comerciales y disminución del turismo.

2.2.8 Cadena de valor

La cadena de valor de una empresa identifica las actividades primarias que crean valor al cliente y las actividades de soporte relacionadas. (Thompson, 2016, pág. 107)

Tabla 6
Cadena de valor

Actividades de apoyo	Infraestructura de la empresa					Margen de utilidad
	Administración de Recursos Humanos					
	Desarrollo Tecnológico					
	Abastecimiento					
Actividades de costo	Logística Interna	Operaciones	Logística Externa	Mercadotecnia y Ventas	Servicio	
Actividades Primarias						

Fuente: (Thompson, 2016)

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

2.2.8.1 Actividades primarias

Las actividades primarias se direccionan al manejo de la cadena de abastecimiento, denominada logística interna, en la que intervienen los costos y activos asociados a la compra de combustible, energía, materia prima, partes y componentes, mercancía y artículos consumibles de las máquinas expendedoras; recibir, almacenar y distribuir insumos de los proveedores; inspección y manejo de inventarios (Thompson, 2016).

Las operaciones son las actividades, costos y activos asociados con la transformación de los insumos en el producto final, producción, ensamblado, empaque, mantenimiento de equipos, instalaciones, operaciones, aseguramiento de la calidad, uso de productos que generan protección ambiental (Thompson, 2016).

La distribución son las actividades, costos y activos referentes a la distribución física del producto a los compradores, con almacenamiento de bienes terminados, procesamiento de pedidos, levantamiento y empaque de pedidos, transporte, operaciones de entregas vehiculares, establecimiento y soporte de una red de distribuidores. Ventas y marketing se relacionan con las actividades, costos y activos relacionados con la fuerza de ventas, publicidad y promoción, investigación y planeación de mercado y soporte para los distribuidores. En el servicio constan las actividades, costos y activos asociados a la asistencia de los compradores, como instalación, entrega de refacciones, mantenimiento y reparación, asistencia técnica, atención a los compradores y quejas (Thompson, 2016).

2.2.8.2 Actividades de apoyo

Entre las actividades de apoyo se encuentra el desarrollo tecnológico que incluye los sistemas, productos, procesos, desarrollo de equipo, desarrollo de software, sistemas de telecomunicaciones, diseño e ingeniería asistida por computadora, capacidades de bases de datos y desarrollo de sistemas de soporte computarizados (Thompson, 2016).

La gestión de recursos humanos requiere de la selección, contratación, capacitación, desarrollo y compensaciones de toda clase de personal; actividades de relaciones laborales y desarrollo de habilidades basadas en conocimiento y competencias esenciales (Thompson, 2016).

La administración general registra las actividades, costos y activos relacionados con la administración general, contabilidad y finanzas, asuntos legales y regulatorios, seguridad e higiene, gestión de sistemas de información, formación de alianzas estratégicas y colaboraciones con socios estratégicos y otras funciones de carácter directivo que involucran a la empresa (Thompson, 2016).

2.2.9 Las Cinco estrategias competitivas de Porter

La estrategia competitiva es de ser diferente. Significa elegir deliberadamente un desempeño distinto de actividades o de actividades distintas de los rivales para entregar una mezcla única de valor (Thompson, 2016).

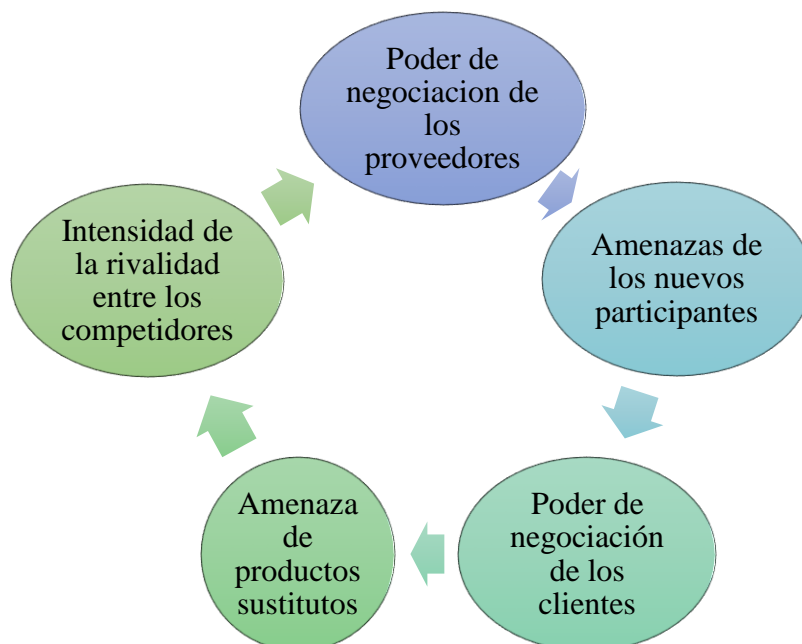


Figura 5 Las cinco fuerzas competitivas de Porter

Fuente: (Thompson, 2016)

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

2.2.10 Diagrama causa – efecto según Kaoru Ishikawa

En el contexto teórico el diagrama de Ishikawa, es conocido como diagrama causa–efecto, es una herramienta de calidad que identifica las causas de cada uno de los problemas detectados, sugiere la resolución de los problemas que identifica y corrige las causas que forman parte de la raíz del problema, es una herramienta no estadística, que determina la tendencia y reflejan las categorías que relacionan las posibles causas y los efectos (Ishikawa, 2016).

Y se las divide en categorías:

3 *M's IP*: Maquinaria, Materiales, Métodos y Personal.

4 *P's*: Personas, Políticas, Procedimientos y Planta.

Medio. Categoría potencialmente utilizable y que se refiere al entorno en que se sitúa el problema.(Ishikawa K. , 2016)

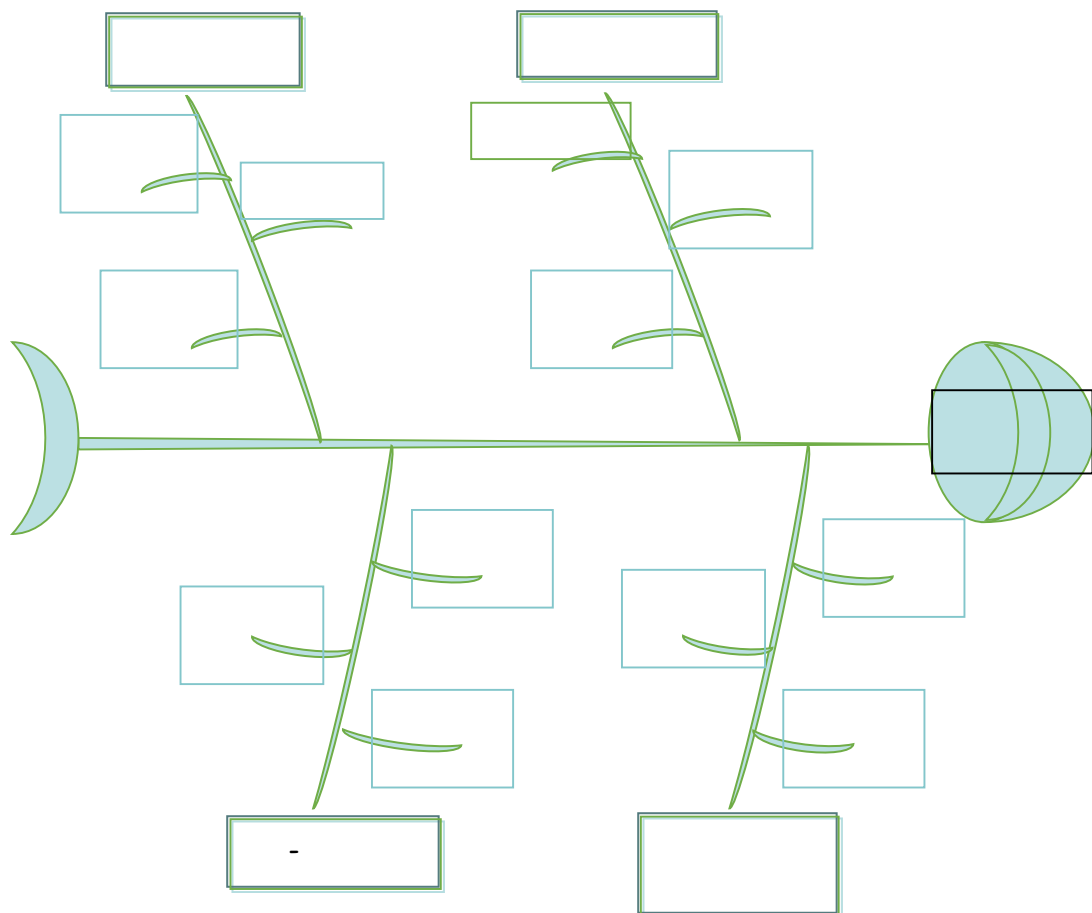


Figura 6 Matriz de la espina de pescado
Fuente: (Ishikawa, 2016)
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Bisutería artesanal

Es aquella que se elaboran objetos o materiales de adorno que se asemejan a la joyería pero la diferencias que estas están producidas con materiales ecológicos y no de metales preciosos por lo cual está comprende a todo tipo de accesorios relacionados con la moda; desde: anillos, collares, pendientes, carteras, bolsos, entre otras (Aquahoy, 2017).

2.3.2 Bisutero

Es el ser que diseña y produce objetos y productos con materiales ecológicos siempre y cuando mostrando creatividad en cada pieza que elabora ofreciendo un nivel de competitividad y un trabajo estético.

2.3.3 Escamas

Es una lámina aplanada presente en la dermis de muchos seres vivos. Las escamas se presentan en gran número, están imbricadas entre la piel. Su función principal es la protección y el aislamiento. Principalmente hace referencia a las escamas presentes en reptiles y peces, y por extensión a cualquier estructura similar, como las escamas de las alas de la mariposa.

2.3.4 Piel

La piel de los peces, como en el resto de vertebrados, está constituida por dos capas superpuestas, la epidermis o capa externa y la dermis, más gruesa y profunda. La piel de pescado también puede ser curado y pintado para productos de cuero como bolsos de mano o zapatos. Esto puede dar una nueva vida a la piel en vez de ser eliminada.

2.3.5 Comercialización

Es el proceso por el cual se hace llegar un bien desde el productor al consumidor, en otras palabras, es la acción de vender un producto o crear los medios de distribución para su venta. Incluye actividades como compraventas al por mayor y al por menor, publicidad, información de mercado, financiamiento, almacenaje y transporte. (Maryanne, 2014).

2.3.6 Producción

Es la actividad o actividades que se dedican a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. Por lo tanto es definirse como un complejo proceso que requiere de diferentes factores para poder llevar a cabo una serie de actividades. Los factores productivos de los que hablamos son principalmente: tierra, trabajo, capital y tecnología.

2.3.7 Mi pymes

Se identifica a una micro, pequeña o mediana empresa por el número de trabajadores que posee la misma indistinta a su nivel de ingresos.

2.3.8 Administración estratégica

Es necesaria para tomar decisiones estratégicas bien fundamentadas en lo que concierne a la elección de productos, los métodos de producción, las técnicas y los canales de marketing y otras cuestiones de largo plazo.

2.3.9 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta sencilla pero poderosa para ponderar las fortalezas y debilidades de los recursos de una empresa, sus oportunidades comerciales y las amenazas externas a su bienestar futuro. (Thompson, 2016, pág. 101).

2.3.10 Ventaja competitiva

Hace a la empresa mejor que sus competidores, le otorga superioridad para satisfacer las necesidades de los clientes o para mantener relaciones mutuamente satisfactorias con los grupos de interés importantes las mismas se establecen el tono o el enfoque estratégico del programa de marketing completo. Están vinculadas con las oportunidades del mercado, ocasionando en los clientes una razón poderosa para comprar sus productos (O. C. Ferrell, Michael D. Hartline, 2012).

2.4 Marco Legal

2.4.1 Constitución Nacional de la Republica

En la (Constitución de la República del Ecuador , 2008) En su Título VI- Régimen del desarrollo , en el art. 275 nos indica que “El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir por lo que se considera un conjunto de sistemas económicos , políticos , socios culturales y ambientales , siendo esto planificado para impulsar el desarrollo del país”(p.89).

La creación de una microempresa en el país está avalada por la ley. Toda producción de bienes o prestación de servicios deben ser de calidad, y las operaciones q se lleven a cabo deben ser de una manera licita y sujeta a la disposición de la ley.

2.4.2 Ley de Defensa del artesano

En el Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieron posteriormente.

Requisitos para calificación artesanal

Solicitud de certificación de Artesano Calificado que se obtiene en la JNDA o en las Juntas Provinciales y Cantonales.

Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.

Copia de la última calificación, según el caso (Ley de Defensa del Artesano, 2008).

2.4.3 Ley de Fomento Artesanal

La Ley de Fomento Artesanal es aquella que protege a los artesanos que trabajan en forma individual o asociada. Generalidades.- En el Art. 1 de la Ley de Fomento Artesanal, ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley. (Ley de Defensa del Artesano, 2008, pág. 2).

Entre los beneficios, Artículo 9. Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios: Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales. Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, previo dictamen favorable del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca. Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía. Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro. Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales. Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios, de conformidad con la Ley. Exoneración de impuestos arancelarios adicionales a la importación de envases, materiales de embalaje que no se produzcan en el país. Exoneración total de los derechos, timbres e impuestos que graven los actos constitutivos. Las personas naturales o jurídicas acogidas a esta Ley percibirán hasta el 15% en general como Abono Tributario o sobre el valor FOB de las exportaciones, y, como adicional, por razones de difícil acceso a mercados externos, licencias, permisos previos, competencia en el mercado, costos y fletes y lo que representan los nuevos mercados, hasta el 10% de los porcentajes que se establecieren legalmente. Exoneración de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuciones establecidas para la obtención de la patente municipal y permisos de funcionamiento (Ley de Defensa del Artesano, 2008, págs. 3, 4).

2.4.4 El Artesano y su clasificación

De acuerdo a la Ley de Defensa del Artesano en el Art.2, Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos: a) Actividad Artesanal: La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas; b) Artesano: Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se

considera como artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios; c) Maestro de Taller: Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos; d) Operario: Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller; e) Aprendiz: Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código del Trabajo; y, f) Taller Artesanal: Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos: 1. Que la actividad sea eminentemente artesanal; 2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayor de cinco; 3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley; 4. Que la Dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller; y, 5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley (Ley de Defensa del Artesano, 2008).

2.4.5 Clasificación del artesano

Según el reglamento de la Junta General de Defensa del Artesano ha clasificado de la siguiente manera: en primer lugar está el artesano autónomo definido en el anterior ítem, luego tenemos a los artesanos por práctica, profesional, artesano de taller, operario y aprendiz. Artesano autónomo.- Es aquella persona que realiza sus actividades por un largo periodo de tiempo y se ha capacitado por sus propios medios es decir experiencia adquirida sin haberse formado en alguna institución y sin pertenecer a una organización o gremio. Artesano por práctica profesional.- Es aquel que pertenece a un gremio u organización y que cuenta con años de experiencia adquirida en alguna escuela y ha

recibido el certificado o título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Maestro de taller.- Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos (Ley de Defensa del Artesano, 2008)

Mientras que el Operario.- Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teórico - prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanías o la prestación de servicios, bajo la dirección de un Maestro de Taller. Aprendiz.- Es la persona que ingresa a un taller artesanal o un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por un tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código de Trabajo. Taller artesanal.- Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos: Que la actividad sea eminentemente artesanal, que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayores de cinco, que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley, que la Dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller, que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano (Ley de Defensa del Artesano , 2008).

2.4.6 Código Civil

El código civil Según el artículo 1461 del presente código “Una persona que tenga capacidad legal es aquella que tiene el poder de obligarse a sí misma y sin autorización de otra”. De igual manera en el artículo 1462 hace énfasis en que “todas las personas son competentes legalmente, con la excepción de todos aquellos que la ley establezca como incapaces de realizar actos legales” .Las personas incapaces de realizar actos legales son los dementes, sordomudos que no puedan dar a entender y, los impúberes según el artículo 1463 (Código Civil, 2019). Entonces se puede considerar que todo individuo posee la capacidad para realizar procesos legales como actos de contratos y poder ejercer actividades comerciales.

2.4.7 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCIP) tiene como función regular las diferentes normas existentes para el comercio Nacional e Internacional, con el objetivo de incrementar y promover la transformación de la matriz productiva (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, 2014, pág. 3).

2.4.8 Ley de Compañías

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del código de trabajo (Ley de Compañías , 2017). La empresa se denominará “Cía. Ltda.” y como actividad principal se atribuye la comercialización de artesanías elaboradas con escama y piel de pescado recicladas; el beneficio que aporta la compañía es la responsabilidad de las obligaciones sociales hasta el monto del capital aportado y la aprobación unánime para transferir participaciones a terceros (Ley de Compañías , 2017).

Constitución de la Compañía: Para la constitución de la compañía se realizará el proceso según lo indica la Superintendencia de Compañía, en el cual se va a realización la constitución de compañía anónima, para lo correspondiente se debe basar en los siguientes puntos: El nombre: En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008) (Ley de Compañías , 2017).

Art. 136: La compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, con las salvedades correspondientes, perfectamente identificadas. Solicitud de aprobación: La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Ley de Compañías , 2017).

Art. 148 y 149 Forma de constitución. - Constitución simultánea: Se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores: Art. 148.- La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones. Art. 149.- Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción (Ley de Compañías , 2017).

Accionistas: Capacidad: Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre hijos no emancipados. Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados (Ley de Compañías , 2017).

Números de accionistas: La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público. Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero. Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas. La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública. El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución (Ley de Compañías , 2017).

Capital mínimo: El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía. **Acciones:** La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley (Ley de Compañías , 2017).

Pasos para la constitución de una compañía

Reserva un nombre.- Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo debes revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que has pensado para la tuya. **Elabora los estatutos.-** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

Abre una cuenta de integración de capital.- Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- **Capital mínimo:** \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima (valores referenciales)
- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio
- Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital (Ley de Compañías , 2017)

Eleva a escritura pública.- Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

Aprueba el estatuto.- Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

Publicar en un diario.- La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional (Ley de Compañías , 2017).

Obtener los permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se crea la empresa se debe: Pagar la patente municipal y Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

Inscribir la compañía con todos los documentos antes descritos, ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad. Realizar la Junta General de Accionistas. Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos. Obtener los documentos habilitantes con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías entregará los documentos para abrir el RUC de la empresa. Inscribir el nombramiento del representante, por segunda vez en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación (Ley de Compañías , 2017).

Para obtener el RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas (SRI), se debe contar con los siguientes documentos:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite (SRI, 2020).

Obtener la carta para el banco, con el RUC, en la Superintendencia de Compañías le entregarán una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta, para disponer del valor depositado (Ley de Compañías , 2017).

2.4.9 Código Orgánico del Ambiente

El Código Orgánico del Ambiente tiene por objeto garantizar el derecho de las personas a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, así como proteger los derechos de la naturaleza para la realización del buen vivir (Código Orgánico del Ambiente, 2017). Capítulo V.- Gestión Integral de Residuos y Desechos, Art. 224 señala que “La gestión integral de los residuos y desechos está sometida a la tutela estatal cuya finalidad es contribuir al desarrollo sostenible” (Código Orgánico del Ambiente, 2017).

2.4.10 Código del Trabajo

Art. 1.- Ámbito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo (Código de Trabajo, 2015). En el art. 9 del mismo nos indica “La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero”. De igual manera define al empleador en el art. 10 como “La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio” (Código de Trabajo, 2015).

2.4.11 Ley ambiental

Según el capítulo I del desarrollo sustentable en el art.7 indica que La gestión ambiental se enmarca en las políticas generales de desarrollo sustentable para la conservación del patrimonio natural y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales. El Plan Ambiental Ecuatoriano contendrá las estrategias, planes, programas y proyectos para la gestión ambiental nacional y será preparado por el Ministerio del ramo. Para la preparación de las políticas y el plan a los que se refiere el inciso anterior, el Presidente de la República contará, como órgano asesor, con un Consejo Nacional de Desarrollo Sustentable, que se constituirá conforme las normas del Reglamento de esta Ley y en el que deberán participar, obligatoriamente, representantes de la sociedad civil y de los sectores productivos (Ley de Gestión Ambiental, Codificación , 2004).

Bomberos: Lo exige la Ley defensa contra incendio Art. 35 y Reglamento Art.40, se lo solicita hasta el 31 de marzo de cada mes, entre las obligaciones consta la renovación anual en el cuerpo de bomberos de cada ciudad. Art. 35.- (Sustituido por el Art. 3 de la Ley 2003-6, R.O. 99, 9-VI-2003). - Los primeros jefes de los cuerpos de bomberos del país, concederán permisos anuales, cobrarán tasas de servicios, ordenarán con los debidos fundamentos, clausuras de edificios, locales e inmuebles en general y, adoptarán todas las medidas necesarias para prevenir flagelos, dentro de su respectiva jurisdicción, conforme a lo previsto en esta Ley y en su Reglamento. Los funcionarios municipales, los intendentes, los comisarios nacionales, las autoridades de salud y cualquier otro funcionario competente, dentro de su respectiva jurisdicción, previamente a otorgar las patentes municipales, permisos de construcción y los permisos de funcionamiento, exigirán que el propietario o beneficiario presente el respectivo permiso legalmente otorgado por el cuerpo de bomberos correspondiente.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3. Diseño de la investigación

Durante el proceso de investigación, los aspectos metodológicos en el estudio son importantes porque el proyecto tiene como propósito fomentar la matriz productiva y el cuidado del medio ambiente, creando productos con materiales ecológicos, lo que permite dar un valor agregado con el aprovechamiento de la piel y escama de pescados que por lo general son desperdiciados. La idea es incentivar la creatividad en cada uno de los accesorios artesanales.

El diseño que se utiliza en la presente investigación es Descriptivo, De Campo y Documental. Ya que permite recoger datos sobre grupos de sujetos, en un tiempo establecido. Según el estudio en el alcance temporal, es una investigación con enfoque mixto.

3.1 Tipo de investigación

Para alcanzar el objetivo planteado y desarrollar el plan de negocio; se realizó un diseño de investigación Descriptivo, De Campo, Documental.

3.1.2 Investigación Descriptiva

Según (Hernández Sampieri, 2014)“Un estudio descriptivo busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (pág. 92).

Este tipo de investigación permitirá identificar, describir el proceso para la elaboración y comercialización de los accesorios artesanales a base de escama y piel de pescado. Además, permite analizar y evaluar las características del mercado; como son las preferencias, posibles consumidores, proveedores de materia prima, entre otras.

3.1.3 Investigación Documental-Bibliográfica

De acuerdo con (Bernal, 2012) la investigación documental “En un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio” (pág. 111). La investigación Documental, es relevante, permite recopilar y citar información que aporten al desarrollo de este plan de negocios.

3.2 Enfoque de la investigación

En la presente investigación se utilizó un enfoque mixto: Cualitativo-cuantitativo.

3.2.1 Enfoque Cuantitativo

De acuerdo con (Hernández Sampieri, 2014) “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (pág. 37). La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo debido a que se realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad de la puesta en marcha el plan de negocio.

3.2.2 Enfoque Cualitativo

Para (Hernández Sampieri, 2014) “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (pág. 42). El enfoque cualitativo permite analizar, conocer las necesidades y preferencias del consumidor.

3.3 Técnicas de investigación

En el presente proyecto se utilizó los siguientes métodos en la recolección de datos.

3.3.1 Observación

La observación permitió recoger la información sobre el interés de la población en la elaboración de accesorios a base de escamas y piel de pescado. Además de considerar las opiniones de quienes ya tienen la experiencia en la comercialización de artesanías, lo que fue positivo para construir el marco teórico del problema y la investigación mixta.

3.3.2 Entrevista

La técnica de la entrevista, para (Hernández Sampieri, 2014) presenta la siguiente definición “La entrevista es como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados), se

logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema” (pág. 436).

La entrevista es un instrumento de recolección de información relevante, la cual fue dirigida a la población comprendida entre las edades de 18 a 75 años de edad, del cantón Puerto López, el objetivo fue determinar la factibilidad y viabilidad de la investigación hacia los conocimientos de la elaboración de accesorios a base de escamas y piel de pescado, considerando la población económicamente activa.

3.3.3 Encuesta

La aplicación de la técnica de la encuesta se representa básicamente en la conceptualización de (Sandhusen, 2016) “Las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo” (pág. 224). La encuesta buscó obtener sobre los gustos, preferencias y determinar las tendencias y aceptación de los accesorios artesanales. Se utilizó como instrumento un cuestionario de preguntas con respuestas de opción múltiple, redactadas de manera que fueran fácil de lectura y comprensión para los encuestados.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

De acuerdo con (Hernández Sampieri, 2014) Población o universo es el “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas, especificaciones” (pág. 74). Según cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el cantón Puerto López de la provincia de Manabí tiene 20.451 habitantes, 10.564 hombres y 9.887 mujeres (INEC, 2010).

3.4.2 Muestra

Según (Hernández Sampieri, 2014) “El muestreo es un tópico sumamente importante en los modelos mixtos de investigación en la cual las clasifico en: a) Probabilístico, Cuan: implica seleccionar al azar casos o unidades de una población que sean estadísticamente representativos de ésta y cuya probabilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra se pueda determinar; b) No probabilístico o propositivo, Cual: guiado por uno o varios fines más que por técnicas estadísticas que buscan representatividad (pág. 580).

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula estadística, conociendo las poblaciones finitas, considerando la población de Puerto López entre las edades de 18 a 75 años de edad, siendo 4.446 habitantes, entre hombres y mujeres

La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

N= Tamaño de población= 4.446 habitantes de Puerto López

Za = Nivel de confianza al 95% es:

p= probabilidad de éxito o proporción esperada = 0,5

q= probabilidad de fracaso = 0,5

d=precisión (error máximo admisible en términos de proporción) = 0,05

n=muestra conociendo el tamaño de la población= 354 habitantes

El total de personas a encuestarse es de: 354 habitantes

Tabla 7
Datos para el cálculo del tamaño de la muestra

Muestra	Variables	Cantidad	Total
Entrevista	Dueños y/o Administradores de locales artesanales	5	5
Encuesta	Hombres y mujeres que vivan en Puerto López	354	354
Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros	30	30
Total			389

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

3.5 Análisis de los datos del estudio cualitativo: Entrevistas

1. Rosalba Mendoza.- Artesana propietaria de una tienda de artesanías
2. María Jume.- Elabora y comercializa artesanías de piel y escama de pescado
3. Nereida Bazurto.- Artesana, fabrica y vende productos de piel y escama de pescado
4. Pabla Mera.- Propietario de un taller que elabora artesanías de diferentes materiales
5. Carmen Castillo.- Comercializa y fabrica artesanías de diversos materiales

1. ¿De qué material están hechas sus artesanías?

Entrevista 1.- Tengo productos artesanales realizados con varios productos, tagua, es una de los más interesantes, hace más o menos 3 años comencé con la comercialización de escamas y piel de pescado que ha resultado ser artesanías de gran relevancia y de gusto para los turista nacionales y extranjeros.

Entrevista 2.- Me dedico exclusivamente a producir artesanías elaboradas a base de escamas y piel de pescado, resulta que es un material de mucha resistencia, sin aromas que molesten o incomoden a quienes lo utilicen.

Entrevista 3.- Soy propietaria de este stand y solo vendemos productos que fabricamos con restos de pescado, utilizamos las escamas y la piel por los diversos colores y la durabilidad del producto al momento de realizarlas.

Entrevista 4.- En mi taller vendemos artesanías hechas de tagua, madera, cabuya y desde hace un año estamos vendiendo productos que son producidos con escamas de pescado. En los últimos meses incluso tenemos billeteras y pulseras de piel de pescado.

Entrevista 5.- Tenemos productos elaborados con cabuya, piola, tagua, restos de concha de espondilos y las escamas de pescado.

2. ¿Dónde consigue Ud. el material para elaborar sus artesanías?

Entrevista 1.- Como son diferentes materiales, por ejemplo en el caso de la tagua nos llega de la parte baja de Montecristi, allá se dan las mejores tagua para elaborar las diferentes artesanías. La piel y escama de pescado esas son de la zona de Puerto López, se llega a un acuerdo con los pescadores y algunos recolectores quienes me venden a un costo razonable.

Entrevista 2.- En mi caso toda la materia prima de escamas y piel de pescado proviene de Puerto López y en ciertos casos se avanza a Puerto Cayo, salimos con mi esposo y mi hijo a buscar el material que es procesado para fabricar las artesanías.

Entrevista 3.- Por trabajar exclusivamente con escamas y piel de pescado, las adquirimos en la localidad, de aquí mismo en Puerto López, como son casi tres años de

iniciar con el negocio, conocemos a quienes les podemos comprar el material y manejamos los precios que se deben cancelar.

Entrevista 4.- Trabajo con muchos materiales que se los compra en la zona de Manabí, casi todos porque se cuenta con proveedores que son fieles y entregan a domicilio lo que se necesita.

Entrevista 5.- Los materiales se las compran en las diferentes zonas, especialmente Puerto López, Montecristi, Manta, Puerto Cayo, la zona de Rocafuerte, Las Américas, entre otras zonas

3. ¿Sus artesanías están elaboradas para uso cotidiano?

Entrevista 1.- Sí, son artesanías que están elaboradas para ir a la universidad, a un paseo, para las niñas y sus momentos con amigos, para identificarlos, e incluso uno para fortalecer los sentimientos.

Entrevista 2.- Si son productos sencillos, que tienen inmerso una historia en cada uno de los artículos que se fabrican, tienen la tradición manabita, de los artesanos que ponen sus conocimientos que vienen de sus ancestros y son tradiciones que van de generación en generación.

Entrevista 3.- Sí, son artesanías que pasan a formar parte de tendencias que se vuelven moda por se usan todos los días, para diferentes actividades.

Entrevista 4.- En mi caso, si se las veo a muchas personas de la localidad, o muchas veces turistas que regresan y traen muestras, pero quieren otros modelos o colores o porque se han cansado de la misma prenda.

Entrevista 5.- Sí son artesanías que a mucha gente le gusta usarla diariamente, he visto que los jóvenes siempre utilizan artesanías que confeccionamos, lo vemos en fotos que suben a sus redes sociales.

4. ¿Cómo aprendieron a realizar este tipo de artesanías?

Entrevista 1.- Por mi madre y mis hermanas, mis tías ellas desde hace muchos años fabrican este tipo de artesanías.

Entrevista 2.- Trabajé en un taller, las dueñas nos enseñaban para que pasemos a fabricar y no solo vender; así aprendí y luego les enseñe a mis hijos y mi esposo se interesó y hoy en sus ratos libres me ayuda.

Entrevista 3.- Aprendí de mi tía, ella había asistido a un curso que dio el Ministerio de Inclusión Económica, entonces la ayudábamos porque empezaban a pedir artesanías elaboradas con escamas y piel de pescado y así poco a poco nos fuimos involucrando con el proceso de hacer este tipo de artesanías.

Entrevista 4.- Esto me viene de mi madre y de mi abuela quienes por muchos años han hecho artesanías de diferentes materiales, especialmente de tagua y cabuya, además de ciertas artesanías en hilo y lana.

Entrevista 5.- Aprendí por una amiga que me invito hacer artesanías para la escuela donde estudiaban mis hijos, de allí asistí a un curso con la profesora de mis hijos y me fui interesando poco a poco y asistí a cada curso que lo daban y claro por el municipio y así me interese y aprendí.

5. ¿Hace cuánto tiempo están elaborando artesanías?

Entrevista 1.- Aproximadamente, 10 años

Entrevista 2.- Yo creo unos 6 años

Entrevista 3.- Pueden ser 3 o 4 años

Entrevista 4.- 3 años

Entrevista 5.- 5 años

6. ¿Dónde vende sus artesanías?

Entrevista 1.- Tengo un local que es propio y un stand en la feria que se hace en algunos lugares en época de playas donde nos visitan muchos turistas nacionales o internacionales

Entrevista 2.- En un local y además cuento con lugares o stand en las ferias que hay en la provincia, especialmente en Puerto López.

Entrevista 3.- Solamente tengo stand en la feria de aquí en Puerto López, es bueno especialmente en temporada.

Entrevista 4.- Pertenezco a las ferias, soy parte activa de la asociación de artesanos

Entrevista 5.- Soy una artesana que participa con su stand en las diferentes ferias.

7. ¿Cuál es su producto más vendido?

Entrevista 1.- En realidad son ventas equitativas, se venden todos los productos, aunque más se venden collares, aretes y anillos.

Entrevista 2.- Aquí los que tienen menor precios y son los aretes o anillos, pero también otros artículos como juegos de collares, ropa tejida, pulseras, más son las mujeres que compran porque somos más vanidosas.

Entrevista 3.- Todo realmente, tengo cosas que salen que gustan a la gente, me permiten variar constantemente por los diseños que hago y como es algo novedoso las escamas y piel de pescado que les gusta por los colores y diseños.

Entrevista 4.- Aquí a la gente le gustan los collares y anillos, si bien los aretes y las carteras o billeteras se venden, las chicas, las jovencitas prefieren aretes.

Entrevista 5.- Se vende muchas cosas, sobre todo a los turistas extranjeros, ellos llevan para amigos, algunos incluso regresan después de años y buscan llevar más artesanías, ahora lo que si estamos vendiendo es tagua y las que están hechas con piel de pescado o escamas, especialmente los aretes largos y que sean en conjunto.

8. ¿Cuánto produce anualmente?

Entrevista 1.- No lo sé, realmente es según lo que se va terminando se hacen pedidos o voy fabricando dependiendo, en mi caso no me agrada tener stop. Ahora las ventas anuales no lo sé, eso lo lleva mi esposo.

Entrevista 2.- Ahora estamos vendiendo a otras compañeras que llevan a otros lugares o cantones de aquí, ellas nos compran porque no saben aún fabricarlas, pero realmente

buscamos la forma de vender los productos, considerando los pedidos y lo que salgan en las ferias.

Entrevista 3.- En temporada vendemos los fines de semana un promedio de 180 a 200 dólares, sábado y domingo. Entre semana un promedio de \$30, y en las ferias si se hace un promedio de \$70 diarios.

Entrevista 4.- Anualmente no lo sé, pero mensual si tenemos un promedio de \$ 550, lo que pasa es que esto aumenta cuando enviamos pedidos a otras provincias porque contamos con clientes del oriente y de la sierra, eso suma a veces mensual unos \$200 más en las ventas.

Entrevista 5.- En mi caso, no sé, soy mala para eso, quien me ayuda es mi hija ella si lleva cuanto se compra y se gasta yo no sé.

9. ¿Qué opina sobre artesanías elaboradas con piel y escama de pescado?

Entrevista 1.- Por el momento le digo que al comienzo se me hizo difícil, más que nada por el olor y la forma de ir a conseguirlo que eso es tener tiempo, ahora veo que se hace más fácil, a mi si me gusta porque son bien duras y es un producto novedoso.

Entrevista 2.- Al comienzo no me gustaba, salía con un olor en mi ropa que no soportaba, ahora con el proceso aprendido ya se hace más fácil mire que se hacen cosas bonitas, unos aretes largos que lucen en las chicas sobre todo las que van a presentarse para reinas son las que más compran. Yo este año vendí solo escamas dos quintales porque querían para trajes típicos y regalar por los votos, fue realmente buenas las ventas.

Entrevista 3.- Yo mire como cargo, tengo algunas, a mis hijas les gustan, ellas le venden a las amigas y ahora estamos elaborando unas pulseras con varios colores que son vistosas para los enamorados le regalen a las chicas.

Entrevista 4.- El proceso es duro, creo que deberíamos cobrar más pero la gente no paga, sin embargo le digo a la gente le gusta, a mí también, yo hago hasta zapatillas con la piel de pescado, he hecho carteras, billeteras y lo que más vendí fueron los monederos para hombres y mujeres.

Entrevista 5.- El proceso requiere tiempo y paciencia, cada artesanía tiene un sentido.

3.5.1 Análisis de los resultados de la investigación cualitativa

Sobre el material que están hechas sus artesanías

Las respuestas indicaron que utilizan tagua, cabuya, lana, piola, concha de spondylus, piel y escama de pescado, todo depende del tipo de artesanías que realizan.

Acerca de dónde consigue el material para elaborar sus artesanías

Las generalizaciones en las respuestas ponen como punto principal Puerto López, Puerto Cayo, Rocafuerte, Montecristi, Las Américas, entre otros puntos de la provincia de Manabí.

En cuanto a si las artesanías están elaboradas para uso cotidiano

Las respuestas fueron Si, todos coincidieron que son hechas para el uso diario.

En lo relacionado al aprendizaje de las artesanías?

Es como parte de la cultura manabita, van de generación en generación, pero además se evidenció que hay preocupación por aprender en talleres.

Sobre el tiempo que están elaborando artesanías y donde la venden

Hay un promedio de tres a seis años. Lo venden en ferias, locales y stand.

Acerca de su producto más vendido y lo que produce anualmente?

Constan aretes, collares y pulseras, además billeteras y carteras. Mayoritariamente desconocen cuanto producen.

3.5.2 Representación del análisis de los resultados de la investigación cualitativa

Tabla 8

Resultado integrados de los datos de las entrevistas

Preguntas	Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Entrevista 4	Entrevista 5
Material para elaborar artesanías	Utilizan tagua, piel y escama de pescado	Piel y escama de pescado	Piel y escama de pescado	Tagua, madera, piel, escaman, cabuya	Piola, cabuya, conchas, escaman y piel de pescado

Lugares donde consiguen la materia prima	Montecristi Puerto López	Puerto López Puerto Cayo	Puerto López	Zona manabita	Puerto López Montecristi Manta Rocafuerte
Las artesanías son para uso cotidiano	Si, para ir la universidad, para todo momento	Es para uso cotidiano	Sí se lo puede usar diariamente	Son productos sencillos	Si se lo usa en forma cotidiana
Forma de aprendizaje	Le enseñaron los familiares	Aprendió en un taller	En el Municipio	De la familia	En talleres y enseña a la familia
Tiempo que elaboran artesanías	10 años	6 años	4 años	3 años	5 años
Lugares donde las venden	Stand en ferias	Local comercial	Stand ferias	Stand ferias	Stand ferias
Producto más vendido	Aretes, anillos, collares	Aretes, anillos, collares, billeteras	Todo se vende, anillos, pulseras	Carteras, billeteras, anillos, collares, aretes	Anillos, collares, billeteras, aretes
Producción anual	No sabe	No sabe	Unos 180 a 200 quincenal	Entre 550 y 700 mensual	No sabe
Sobre las artesanías de piel y escama de pescado	El olor es penetrante Producto novedoso	Molesta el olor, se da diversos usos	Producto nuevo, que gusta, durable	Proceso duro en la limpieza	Difícil el proceso de limpieza y hacer la artesanía

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

3.6 Análisis de datos de las encuestas realizadas a los habitantes de Puerto López

Pregunta 1: Género

Tabla 9

Género de los encuestados

Pregunta 1	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Femenino	253	71%
Masculino	101	29%
Total	354	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

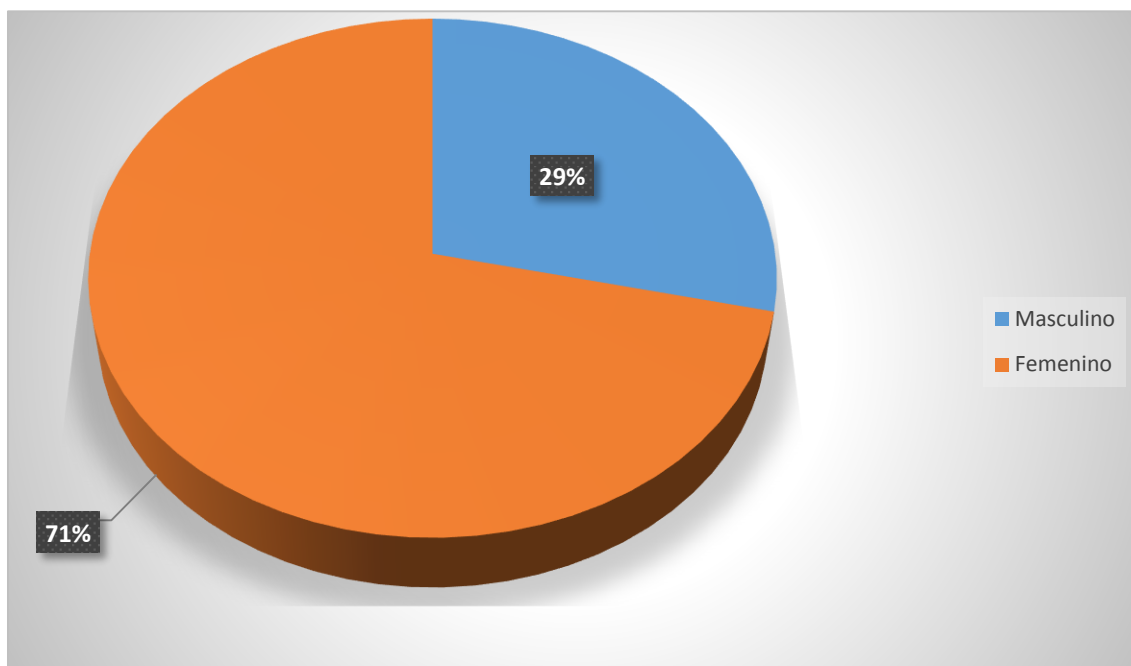


Figura 6 Género

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En los resultados a las 354 personas encuestadas se observa que 71% fueron mujeres que estuvieron dispuesta a responder la encuesta propuesta para el plan de negocios de producción y elaboración de artesanías de escamas y piel de pescado. 29% fueron hombres que viven en el cantón Puerto López de la provincia de Manabí. Las encuestas se las realizó en el sector de Puerto López.

Pregunta 2 : Edad

Tabla 10

Edad

Pregunta 2	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
18 -25 años	65	18%
26 -35 años	95	27%
36 - 45 años	123	35%
46 - 55 años	47	13%
56 -75 años	24	7%
Total	354	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

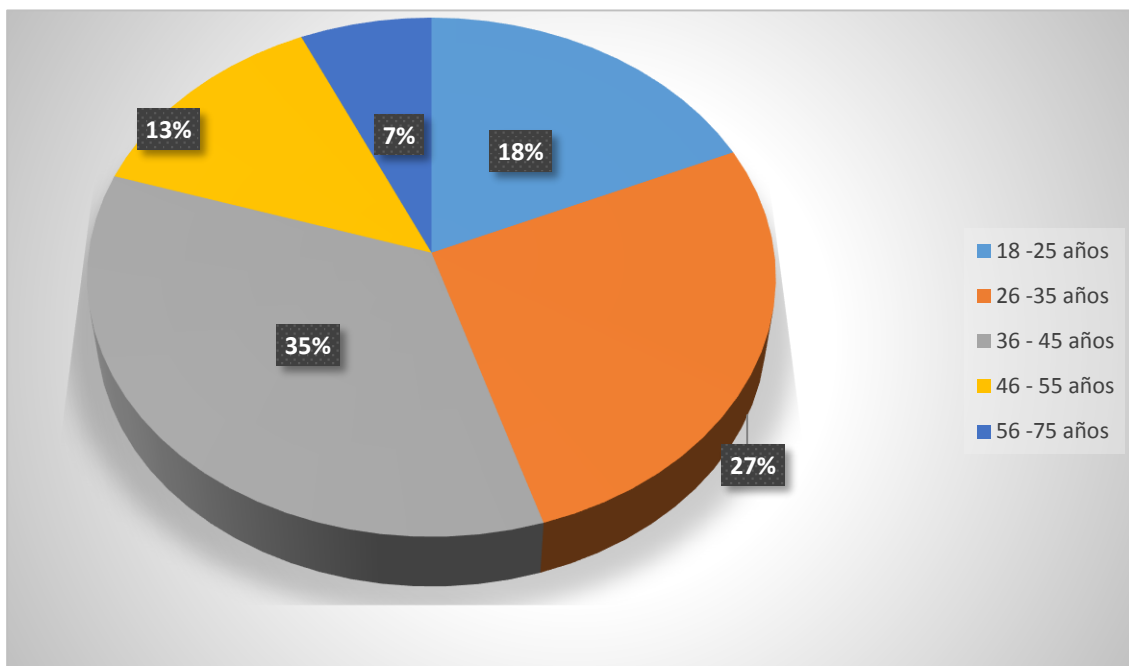


Figura 7 Edad

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Las personas encuestadas pertenecían entre las edades de 18 a 75 años, considerando que el 18% pertenecieron al rango entre 18 -25 años; 27% forman parte del grupo entre 26 – 35 años; 35% son parte del grupo formado entre 36 – 45 años; que es la mano de obra productiva del cantón Puerto López.

Un grupo minoritario 13% formo el grupo entre 46 -55 años y 7% restante están entre 56 – 75 años de edad.

Pregunta 3 ¿Ud. ha elaborado artesanía? Si la respuesta es afirmativa se continúa la encuesta, en caso de ser negativa se termina la encuesta.

Tabla 11
Ha elaborado artesanía

Pregunta 3	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
SÍ	354	100%
NO	0	0%
Total	354	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

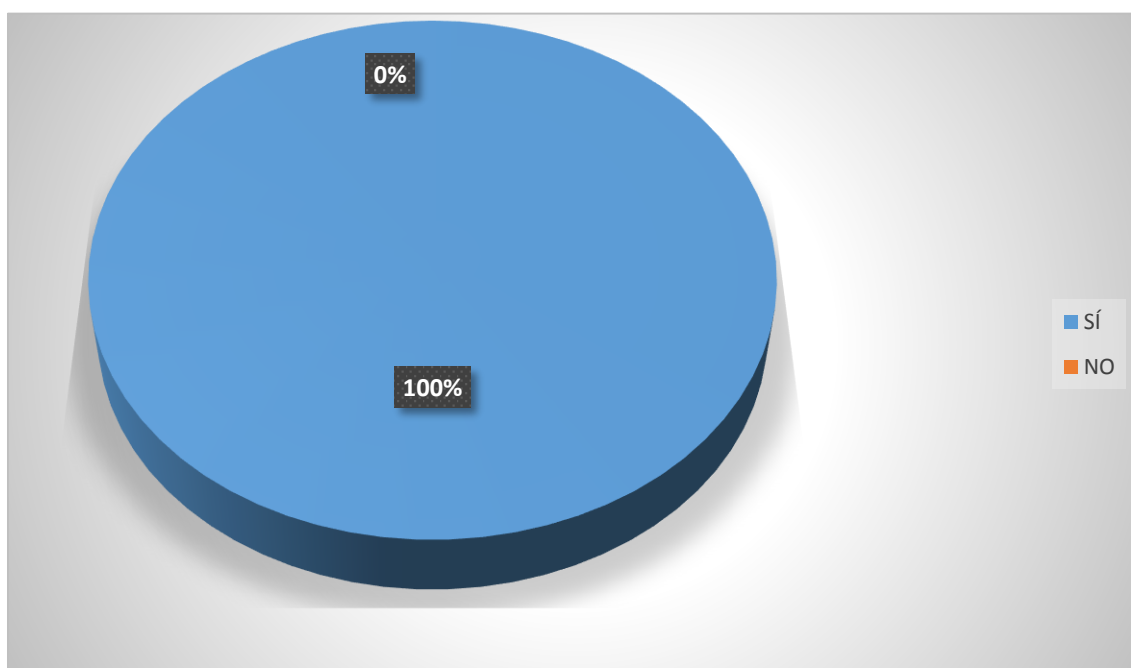


Figura 8 Han elaborado artesanías
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Es importante resaltar que en esta pregunta se consideraron solamente a las personas que en determinado momento han elaborado cualquier tipo de artesanías, ya sea con escamas o piel de pescado, con tagua, cabuya, resto de hojas de plátano o guineo, espondilos, lana o hilos, entre otros materiales. El 100% respondieron que sí, caso contrario no podían ser parte del estudio. En la publicación (Ministerios de Acuicultura y pesca, 2020) “Cuarenta y cinco miembros de la Cooperativa Cogaevismar, del cantón Puerto López, provincia de Manabí, fueron capacitados en técnicas de elaboración de productos con valor agregado, luego de que en marzo recibieron la Planta de Procesamiento, Almacenamiento y Comercialización de Productos del Mar” (pág.1).

Pregunta 4 ¿Ud. al momento de elaborar una artesanía que le interesa más... (Respuesta múltiple)

Tabla 12

Qué le interesa al momento de elaborar artesanía

Pregunta 4	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Diseño innovador	98	28%
Calidad en la materia prima	86	24%
Aportar al cuidado del medio ambiente	72	20%
Continuar con la tradición artesanal	52	15%
Color	46	13%
Total	354	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

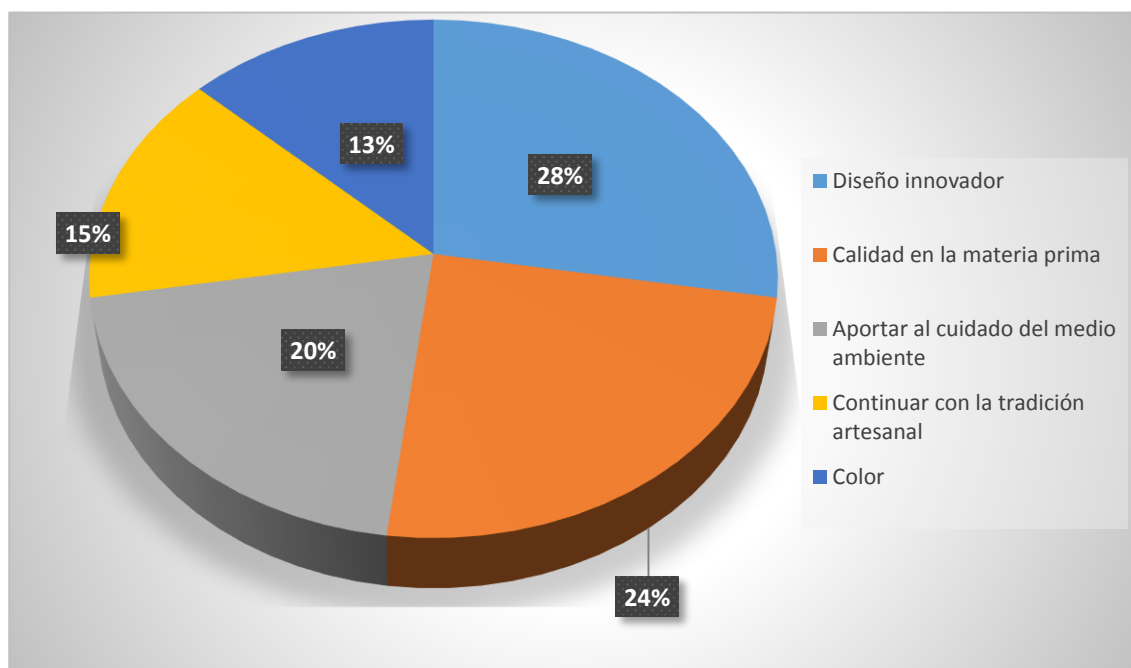


Figura 9 Tipo de interés que se genera al momento de realizar artesanías

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

De las 354 personas objeto del estudio, 28% respondieron que al momento de elaborar las diferentes artesanías buscan un diseño innovador, 24% indicaron que les interesa mucho tener una excelente calidad en la materia prima. 20% esperan que utilizando productos propios de la naturaleza, puedan contribuir al cuidado del medio ambiente, porque ellos han hecho conciencia que deben dejarle a sus futuras generaciones. 15% de los informantes indicaron que ellos buscan mantener la tradición familiar de elaborar diversos tipos de artesanías a base de productos que da la naturaleza. 13% indicaron que les llama la atención el color que pueda tener la materia prima al momento de hacer los diversos productos artesanales.

Pregunta 5 ¿Cómo usted calificaría las artesanías que se elaboran en Puerto López?

Tabla 13

Calificación a las artesanías en Puerto López

Pregunta 5	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Muy interesante	203	66%
Interesante	93	30%
Poco interesante	8	3%
Nada interesante	4	1%
Total	354	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

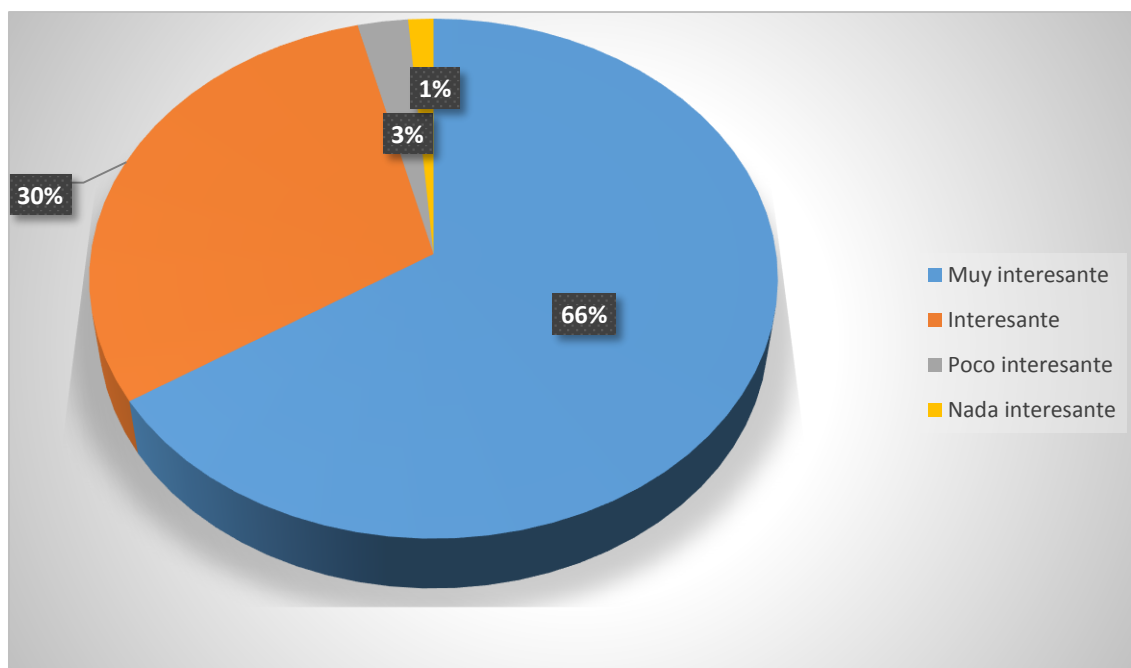


Figura 10 Calificación hacia las artesanías en Puerto López

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En el presente estudio, de las 354 personas informantes, 66% indicaron que calificaban a las artesanías que se comercializan en Puerto López como muy interesante, por el color, por el diseño, la textura. 30% consideraron que es interesante ver los diferentes tipos de artesanías que se exhiben en las diferentes ferias y se las reconoce porque tienen calidad en sus detalles. 3% las ven poco interesantes, no las ven diferentes a otras que hay en el perfil costanero. 1% le pareció que no son nada interesantes ni en los detalles o material que usan para su fabricación.

Pregunta 6 ¿Qué opina usted sobre las artesanías elaboradas con piel y escama de pescado?



Tabla 14
Opinión sobre las artesanías elaboradas con piel y escama de pescado

Pregunta 6	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Muy interesante	84	40%
Interesante	112	54%
Poco interesante	8	4%
Nada interesante	4	2%
Total	354	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

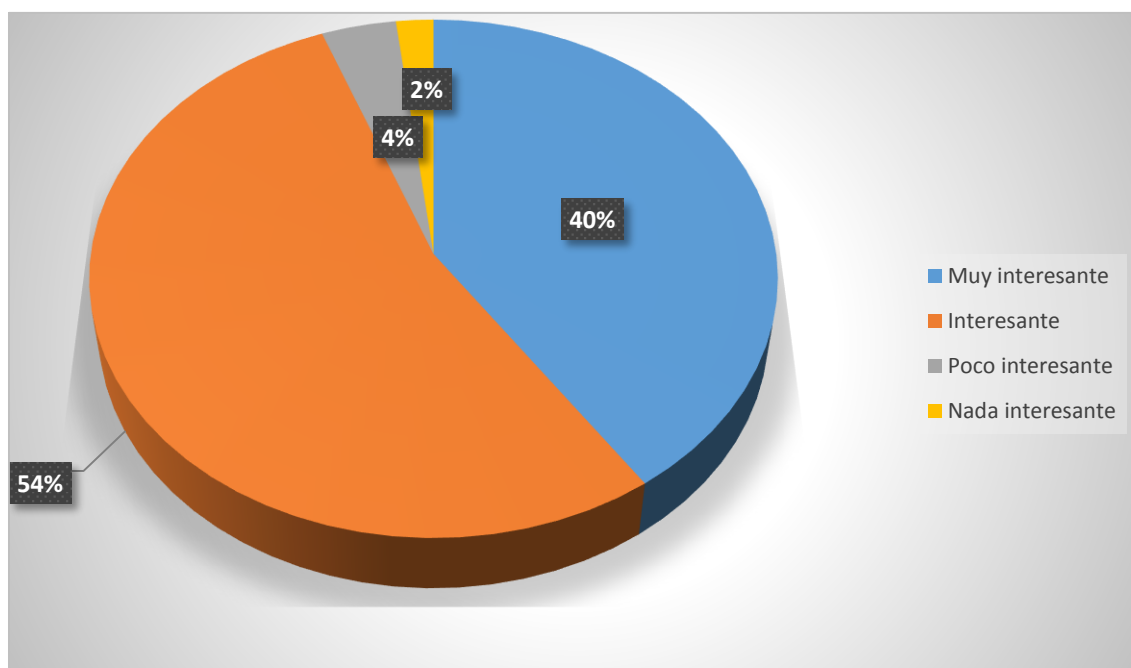


Figura 11 Opinión sobre las artesanías elaboradas con piel y escama de pescado
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Al presentarle la cartilla con los productos elaborados a base de piel y escama de pescado, los encuestados observan con interés el material y los colores, luego emitían la opinión, 40% consideraron que es muy interesante, e incluso hubieron algunos que ya lo han realizado y les parece que los colores, diseños y la calidad es lo mejor que tienen este tipo de artesanías. 54% indicó que les parece interesante ver cómo se pueden elaborar muchos productos con este tipo de material y que pueden aportar a mejorar el medio ambiente. 4% lo consideró que es poco interesante, lo ven como productos básicos en la costa ecuatoriana.

Pregunta 7 ¿Considera usted que reciclar la piel y escama de pescado para elaborar artesanía ayuda a mejorar la economía en el hogar?

Tabla 15
Reciclar la piel y escama de pescado para elaborar artesanía

Pregunta 7	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
SÍ	265	75%
NO	4	1%
Tal vez	85	24%
Total	354	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

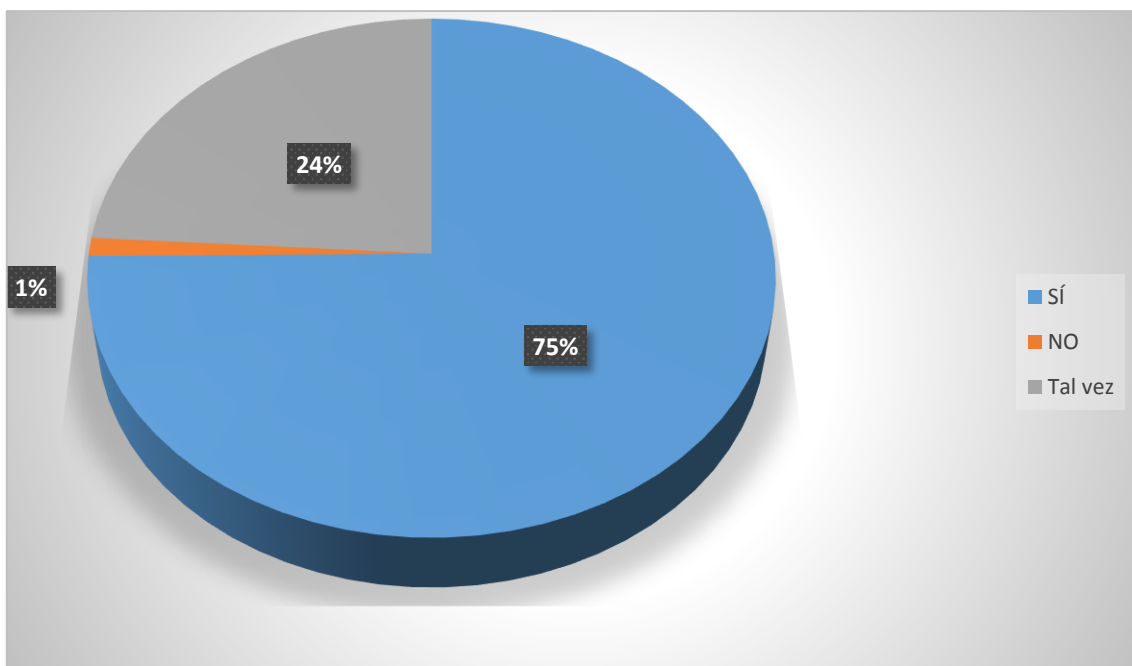


Figura 12 Reciclar la piel y escama de pescado ayuda a mejorar la economía en el hogar
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Las personas encuestadas al ser consultados sobre si consideran que reciclar la piel y escama de pescado para elaborar artesanía ayuda a mejorar la economía en el hogar, 75% mencionaron que Sí es una fuente de ingreso e incluso es parte de su trabajo cotidiano y que ayuda aportando en el hogar. 24% dijeron que No porque es poco lo que se vende y el margen de ganancia es mínimo para el trabajo que implica elaborar este tipo de producto.

Pregunta 8 ¿Usted produciría artesanías, elaboradas con piel y escamas de pescado para comercializarlas?

Tabla 16

Produciría artesanías elaboradas con piel y escamas de pescado para comercializarlas

Pregunta 8	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
SÍ	202	57%
NO	8	2%
Tal vez	144	41%
Total	354	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

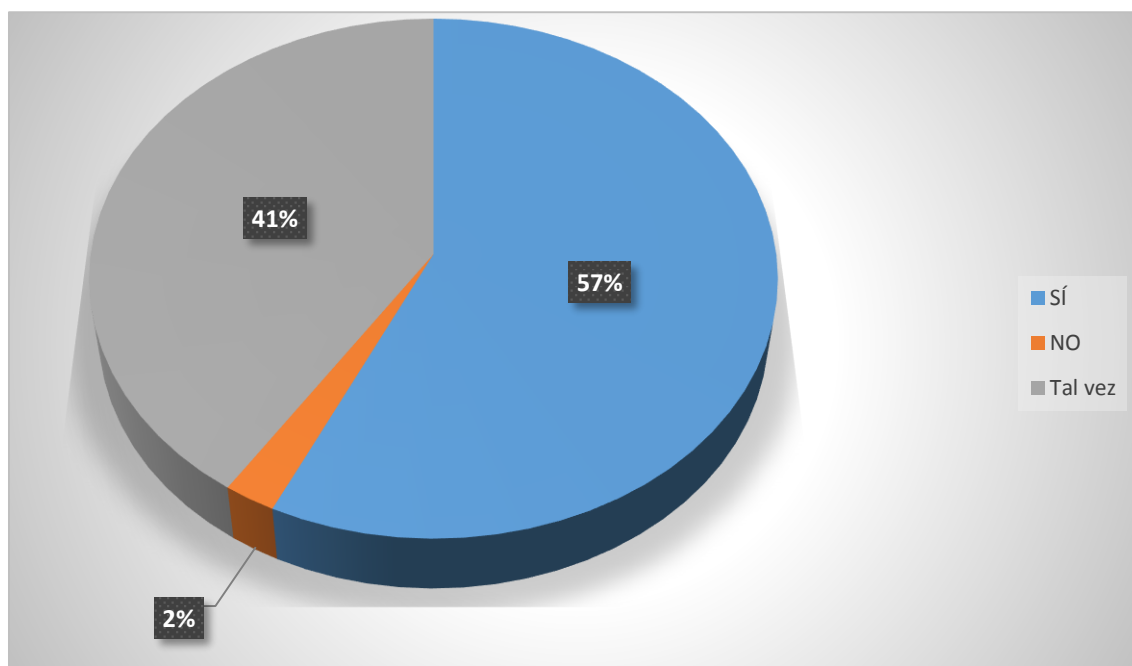


Figura 13 Produciría artesanías elaboradas con piel y escamas de pescado para la comercialización
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

De las 354 personas encuestadas, 57% indicaron que SI producirían artesanías elaboradas con piel y escamas de pescado para comercializarlas, consideran que son productos novedosos, que mantienen el color por mucho tiempo y la materia prima la encuentran en Puerto López. 41% consideraron que tal vez si elaborarían siempre que puedan conocer el proceso, incluso muchos mencionaron que han escuchado que los entes gubernamentales dan cursos para aprender a producir este tipo de producto que lo valoran porque son durables y tienen bonitos colores.

Pregunta 9 ¿En qué lugar, del cantón Puerto López, le gustaría comercializar las artesanías elaboradas con piel y escamas de pescado?

Tabla 17

En qué lugar comercializaría la artesanía

Pregunta 9	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Feria artesanal	206	58%
Mercado artesanal	53	15%
Internet / redes sociales	61	17%
Sitios artísticos	34	10%
Total	354	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

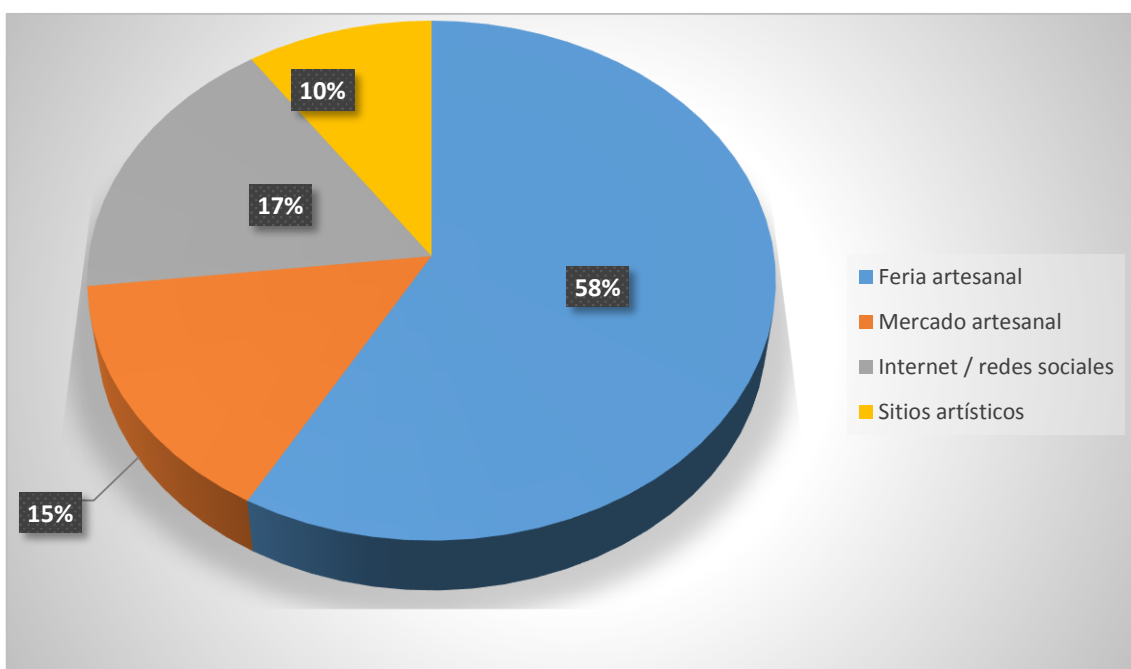


Figura 14 Lugares en los que comercializaría las artesanías

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En los resultados de las encuestas realizadas, 58% dijeron que tomarían la decisión de comercializar los productos en las ferias artesanales, que cuentan con horarios y puntos fijos, tomando en cuenta que son claves por la cantidad de turistas nacionales y extranjeros que les gusta visitar estos lugares. 15% indicaron que el mercado artesanal es una opción viable porque es un lugar que si permite las ventas de productos artesanales y que permiten comercializar de manera directa. 17% mencionaron que comercializarla por internet, utilizando las redes sociales de Facebook, Instagram e incluso WhatsAap que sin ser una red social permite estar conectado con personas, reconocen que es positivo pero que no saben cómo vender por estos medios y les gustaría recibir cursos de vender por internet. 10% consideraron que vender en sitios artísticos es bueno, pero que lamentablemente en el lugar hay pocas presentaciones artísticas.

Pregunta 10 ¿Qué le gustaría recibir para iniciar este emprendimiento?

Tabla 18

Lo que le gustaría recibir para iniciar este emprendimiento

Pregunta 10	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Capacitación para elaborar artesanías con escamas y piel de pescado	141	40%
Apoyo gubernamental para comprar equipos	103	29%
Conocer dónde puedo venderlos	65	18%
Otros / préstamos con bajos intereses	45	13%
Total	354	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

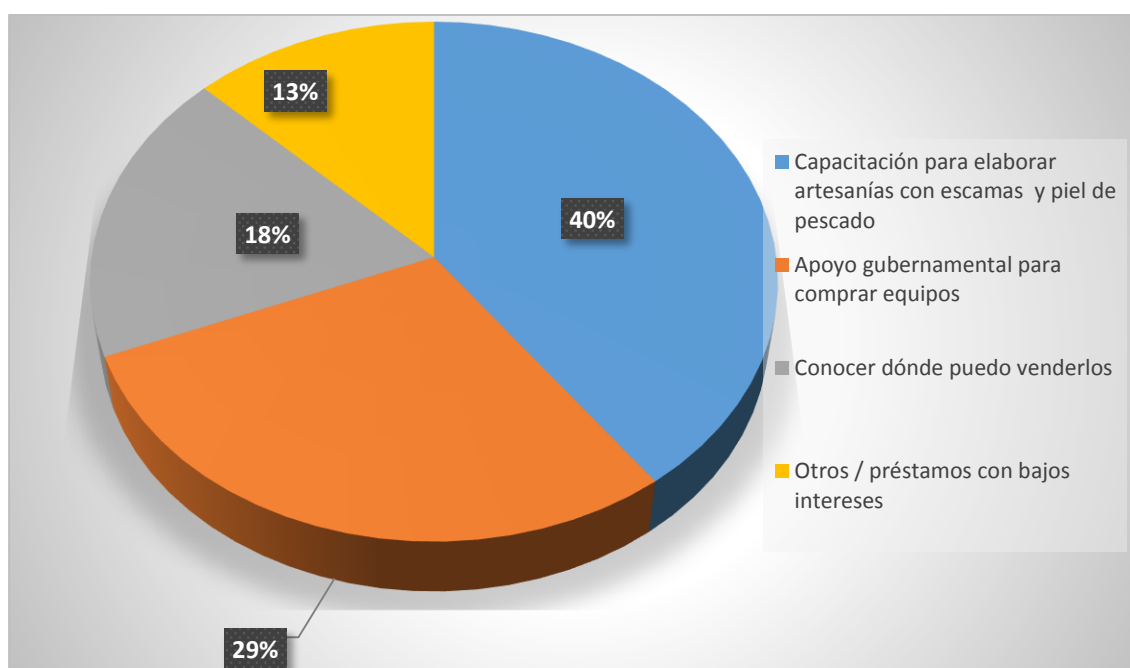


Figura 15 Qué le gustaría recibir para iniciar este tipo de emprendimiento

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En el análisis de los 354 encuestados, se obtuvieron los siguientes resultados, 40% requieren capacitación para conocer los procesos de limpieza y elaboración de las artesanías con piel y escama de pescado, lo consideran una opción para vender entre sus amigas y familiares, e incluso poder comercializarlos en otras ferias que las invitan para participar. 29% consideran que el apoyo gubernamental, del municipio para la compra de equipos que permiten la limpieza, aseguran que ellos si se han interesado en este tipo de negocio y conocen que se pueden adquirir unos equipos que permiten agilizar la limpieza y secado de esta materia prima. 13% manifestaron que se deben establecer normas para que les otorguen créditos con bajos intereses para empezar un negocio que si tiene futuro porque son productos que la gente compra.

Pregunta 11 ¿Qué tipo de productos artesanales le gustaría elaborar?

Tabla 19

Productos artesanales que le gustaría elaborar

Pregunta 11	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Collares	132	37%
Aretes	91	26%
Pulseras	53	15%
Carteras / billeteras	43	12%
Llaveros	35	10%
Total	354	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

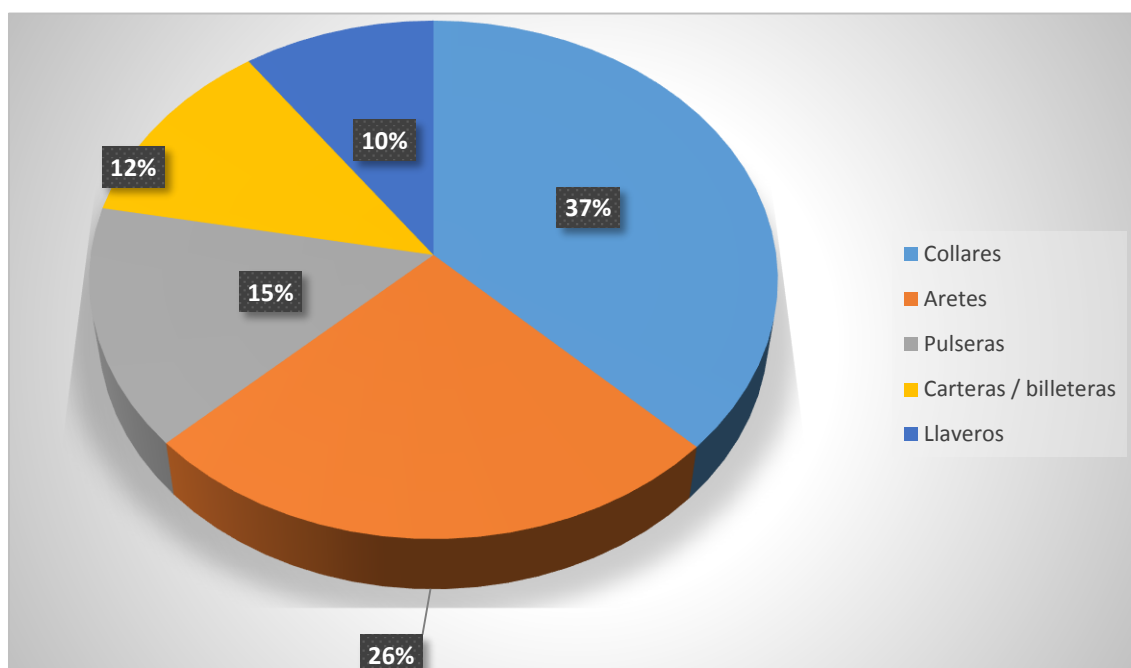


Figura 16 Productos artesanales que les gustaría vender

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

De las 354 personas que informaron acerca de los productos artesanales, 37% consideraron que los collares son los productos que más se venden y que a ellos les gusta comprar porque incluso lo pueden usar como pulseras para las manos y los pies. 26% manifestaron que les gusta mucho los aretes porque se pueden realizar pequeños, medianos o grandes, se pueden hacer más diseños que a las jóvenes les gustan e incluso los piden de diferentes modelos, en los aretes toman en cuenta los colores que tienen. 15% indicaron que las pulseras con varios diseños y colores, de igual manera hay preferencia por las delgaditas o gruesas, largas y cortas. 12% indicaron que le agrada las carteras y billeteras que tienen niveles de preferencia en las personas mayores, es decir que se debe hacer para todos los gustos porque así siempre vienen en familia entonces todos llevan algo. 10% indicaron que elaborar llaveros les permite llevar un recuerdo.

3.6.1 Análisis de los hallazgos en la investigación cuantitativa

En el contexto investigativo, de las 354 personas encuestadas, se determinó que 71% fueron mujeres que estuvieron dispuesta a responder la encuesta propuesta para el plan de negocios de producción y elaboración de artesanías de escamas y piel de pescado. 29% fueron hombres que viven en el cantón Puerto López de la provincia de Manabí. Las edades fluctuaron entre 18 a 75 años, considerando que el 18% pertenecieron al rango entre 18 -25 años; 27% forman parte del grupo entre 26 – 35 años; 35% son parte del grupo formado entre 36 – 45 años; que es la mano de obra productiva del cantón Puerto López. Un grupo minoritario 13% formo el grupo entre 46 -55 años y 7% restante están entre 56 – 75 años de edad.

Respecto si han elaborado artesanías, es importante resaltar que en esta pregunta se consideraron solamente a las personas que en determinado momento han elaborado cualquier tipo de artesanías, ya sea con escamas o piel de pescado, con tagua, cabuya, resto de hojas de plátano o guineo, espondilos, lana o hilos, entre otros materiales. El 100% respondieron que sí, caso contrario no podían ser parte del estudio.

En lo que se refiere al interés sobre elaboración de artesanía, 28% respondieron que al momento de elaborar las diferentes artesanías buscan un diseño innovador, 24% indicaron que les interesa mucho tener una excelente calidad en la materia prima. 20% esperan que utilizando productos propios de la naturaleza, puedan contribuir al cuidado del medio ambiente, porque ellos han hecho conciencia que deben dejarle a sus futuras generaciones. 15% de los informantes indicaron que ellos buscan mantener la tradición familiar de elaborar diversos tipos de artesanías a base de productos que da la naturaleza. 13% indicaron que les llama la atención el color que pueda tener la materia prima al momento de hacer los diversos productos artesanales.

En el mismo ámbito investigativo, 66% indicaron que calificaban a las artesanías que se comercializan en Puerto López como muy interesante, por el color, por el diseño, la textura. 30% consideraron que es interesante ver los diferentes tipos de artesanías que se exhiben en las diferentes ferias y se las reconoce porque tienen calidad en sus detalles. 3% la ven poco interesante, no las ven diferente a otras que hay en el perfil costanero.

Al presentarle la cartilla con los productos elaborados a base de piel y escama de pescado, los encuestados observan con interés el material y los colores, luego emiten la opinión, 40% consideraron que es muy interesante, e incluso hubieron algunos que ya lo realizaron y les parece que los colores, diseños y la calidad es lo mejor que tienen este tipo de artesanías. 54% indicó que les parece interesante ver cómo se pueden elaborar muchos productos con este tipo de material y que pueden aportar a mejorar el medio ambiente. 4% lo consideró que es poco interesante, lo ven como productos básicos en la costa ecuatoriana.

En el mismo contexto, las personas encuestadas al ser consultadas sobre si consideran que reciclar la piel y escama de pescado para elaborar artesanía ayuda a mejorar la economía en el hogar, 75% mencionaron que Sí es una fuente de ingreso e incluso es parte de su trabajo cotidiano y que ayuda aportando en el hogar. 24% dijeron que No porque es poco lo que se vende y el margen de ganancia es mínimo para el trabajo que implica elaborar este tipo de producto.

Es importante resaltar que 57% indicaron que SI producirían artesanías elaboradas con piel y escamas de pescado para comercializarlas. 41% consideraron que tal vez si elaborarían siempre que puedan conocer el proceso para producir este tipo de producto que lo valoran porque son durables y tienen bonitos colores. Por lo tanto, 58% dijeron que tomarían la decisión de comercializar los productos en las ferias artesanales. 15% indicaron que el mercado artesanal es una opción viable porque es un lugar que si permite las ventas de productos artesanales. 17% mencionaron que comercializarla por internet, utilizando las redes sociales de Facebook, Instagram e incluso WhatsApp.

En el análisis de los 354 encuestados, se obtuvieron los siguientes resultados, 40% requieren capacitación para conocer los procesos de limpieza y elaboración de las artesanías con piel y escama de pescado. 29% consideran que el apoyo gubernamental, del municipio para la compra de equipos que permiten la limpieza. 13% manifestaron que se deben establecer normas para que les otorguen créditos con bajos intereses. En cuanto a los tipos de artesanías 37% de los encuestados dijeron que los collares son los productos que más se venden. 26% manifestaron que les gustan mucho los aretes porque se pueden realizar pequeños, medianos o grandes. 15% indicaron que las pulseras con varios diseños y colores, de igual manera hay preferencia por las delgaditas o gruesas, largas y cortas. 12% indicaron que le agrada las carteras y billeteras que tienen niveles de preferencia en las personas mayores, 10% indicaron que elaborar llaveros les permite llevar un recuerdo.

3.6.2 Análisis de datos de las encuestas realizadas a los turistas de Puerto López

Pregunta 1: Género

Tabla 20

Género de los turistas encuestados

Pregunta 1	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Femenino	15	50%
Masculino	15	50%
Total	30	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

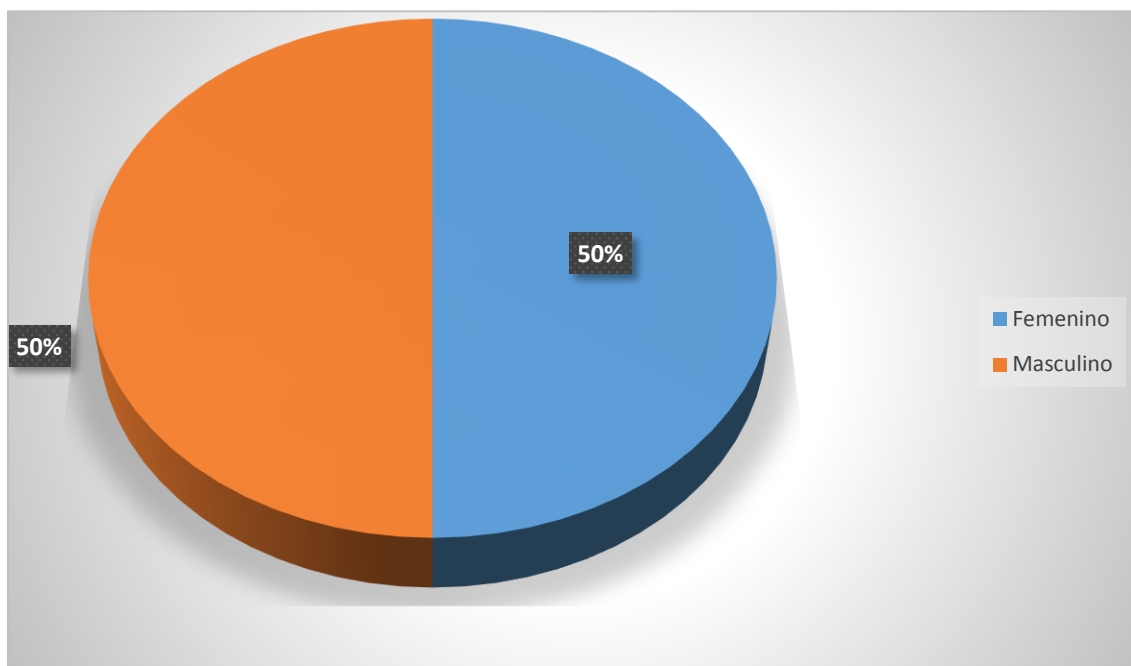


Figura 17 Género

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En los resultados a las 30 turistas encuestadas se observa que 50% fueron turistas nacionales y 50% fueron extranjeros, que visitaban el cantón Puerto López de la provincia de Manabí. La muestra fue tomada a criterio de las investigadoras considerando las condiciones de confinamiento y distanciamiento social por motivo de la pandemia. Las encuestas se las logró realizar días antes de declararse la emergencia.

Pregunta 2: Edad

Tabla 21
Edad

Pregunta 2	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
18 -25 años	10	34%
26 -35 años	10	33%
36 - 45 años	4	13%
46 - 55 años	3	10%
56 -75 años	3	10%
Total	30	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

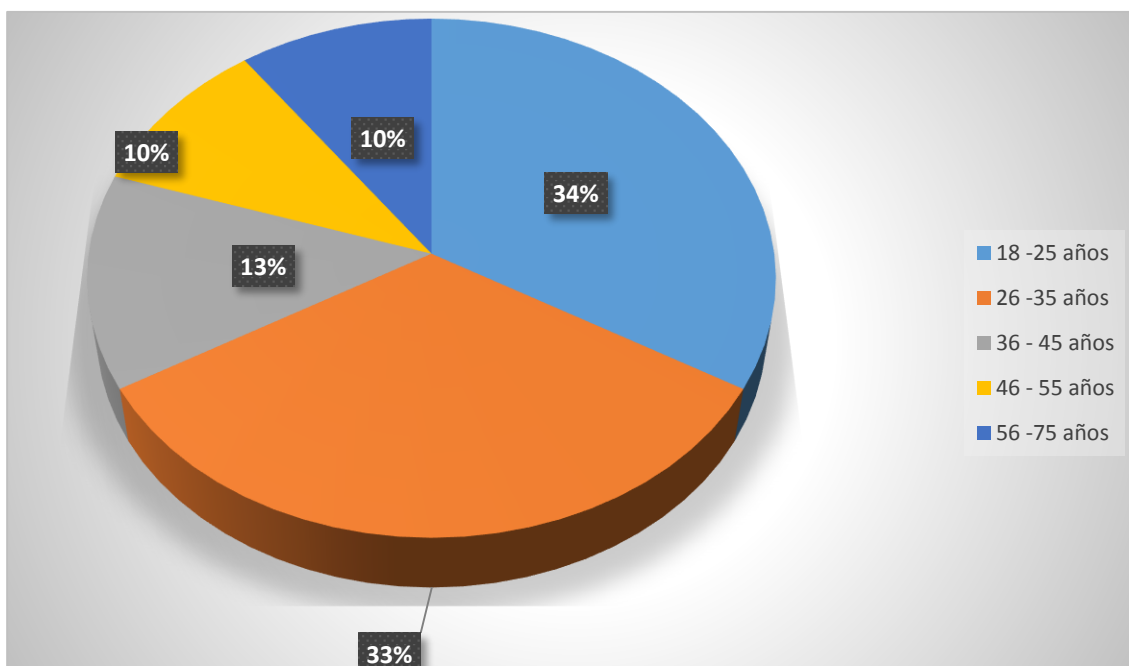


Figura 18 Edad

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Las personas encuestadas fueron realizadas a personas entre las edades de 18 a 75 años, considerando que el 34% correspondieron a las edades entre 18 -25 años; 33%, 33% correspondieron a las edades entre 26 – 35 años; 13% son parte del grupo formado entre 36 – 45 años.

Por último 10% formo el grupo entre 46 -55 años y 10% restante están entre 56 – 75 años de edad.

Pregunta 3

Tabla 22
Tipo de turista

Pregunta 3	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Nacional	15	50%
Extranjero	15	50%
Total	30	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

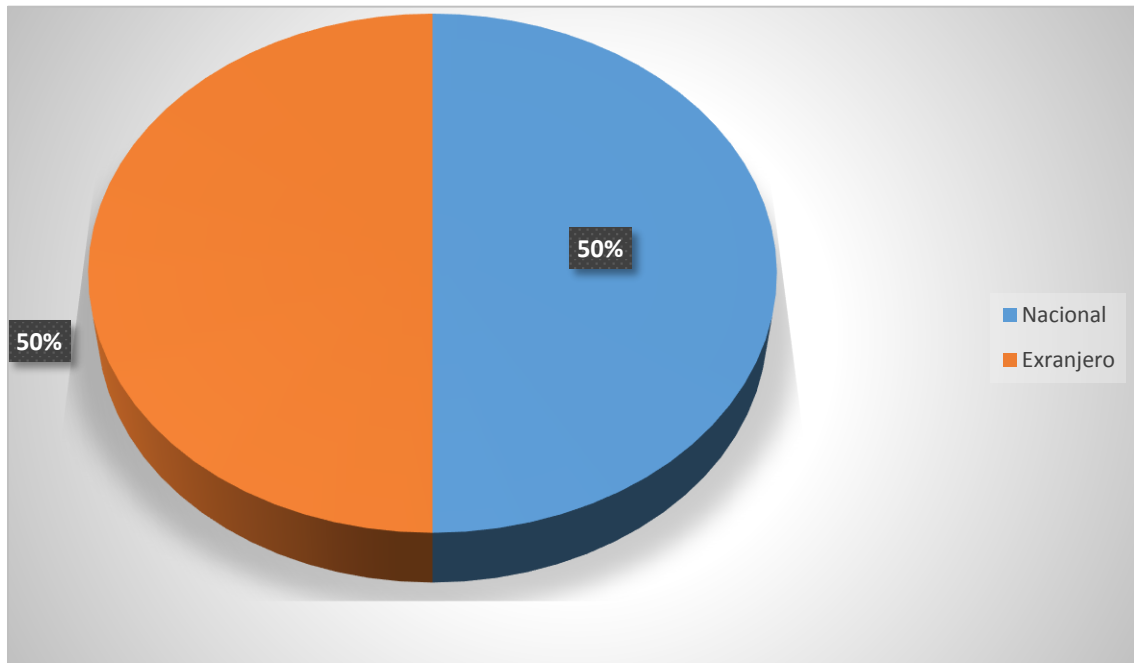


Figura 19 Género

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En los resultados a las 30 personas encuestadas se observa que 50% fueron turistas nacionales y 50% fueron turistas extranjeros.

Pregunta 4 ¿Usted ha comprado artesanía?

Tabla 23

Tipo de turista

Pregunta 4	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
SÍ	30	100%
NO	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

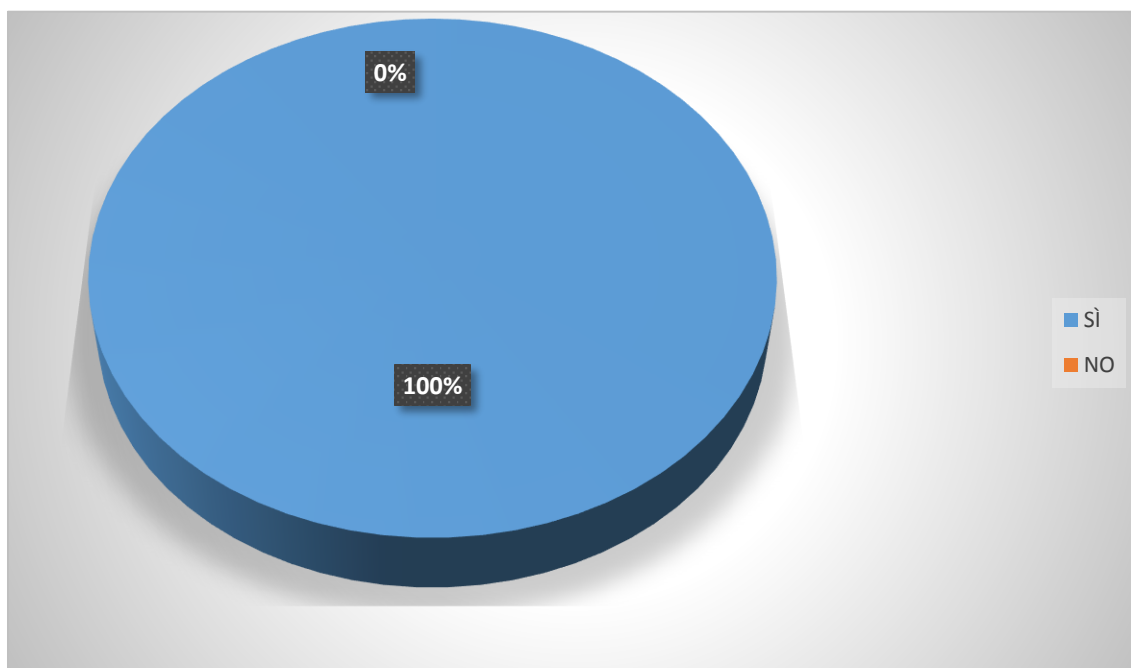


Figura 20 Género

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En los resultados a las 30 personas encuestadas se observa que 100% han comprado artesanías.

5. Ud. al momento de adquirir una artesanía que es lo q más le atrae (varias alternativas)

Tabla 24

Al momento de adquirir las artesanías que les atrae

Pregunta 5	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Costo	8	27%
Diseño	10	33%
Innovación	4	13%
Color	6	20%
Calidad	2	7%
Total	30	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

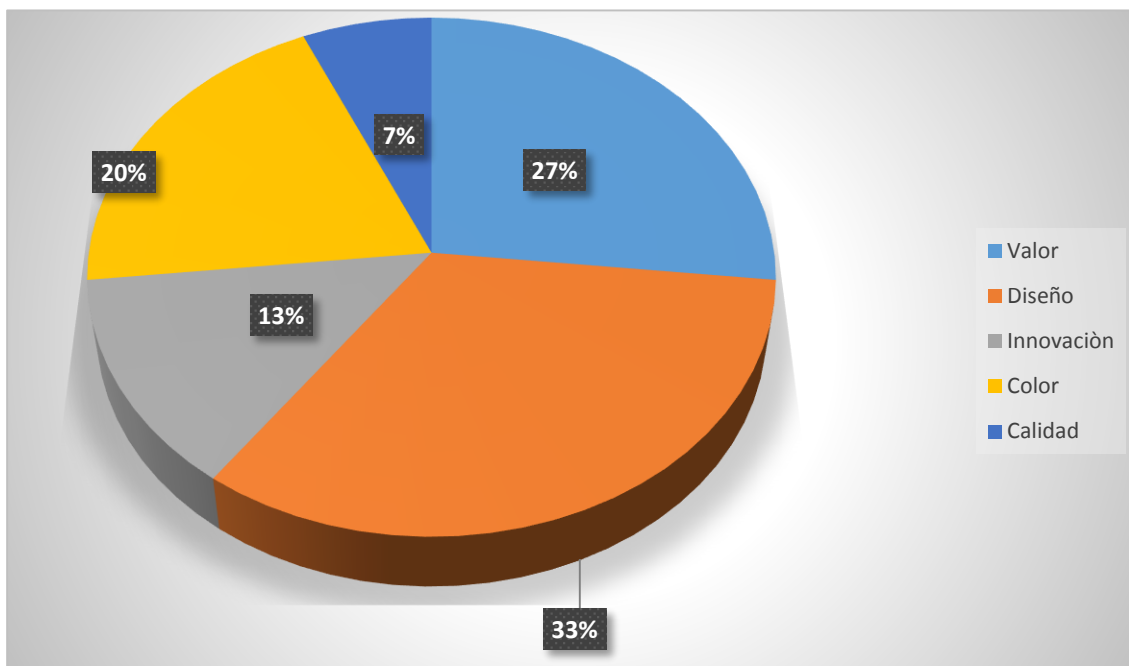


Figura 21 Edad

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Las personas encuestadas, 27% consideraron que el costo es importante al momento de adquirir las artesanías. 33% determinaron que el diseño en las artesanías decide la compra del producto. 13% indicaron la innovación en los productos. 20% explicaron que el color y 7% indicaron que la calidad de los productos.

6. ¿Cómo usted calificaría las artesanías del Ecuador?

Tabla 25

Calificación de las artesanías del Ecuador

Pregunta 6	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Muy buena	16	54%
Buena	10	33%
Ni buena, ni mala	4	13%
De mala calidad	0	0%
De pésima calidad	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

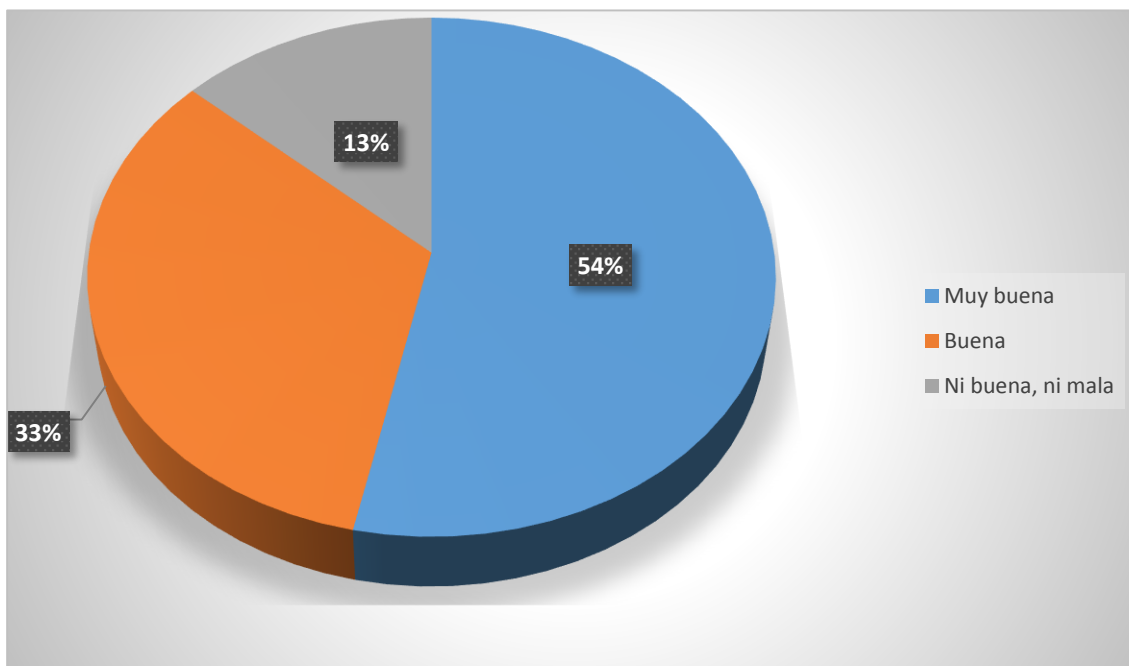


Figura 22 Edad

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Las personas encuestadas, 54% consideraron que la calidad de las artesanías ecuatorianas es muy buena, mientras que 33% consideraron que es buena, finalmente 13% indicaron la calidad no es buena ni mala.

Pregunta 7 ¿Qué opina usted sobre las artesanías elaboradas con piel y escama de pescado?



Tabla 26
Opinión sobre las artesanías elaboradas con piel y escama de pescado

Pregunta 7	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Muy interesante	18	60%
Interesante	9	30%
Poco interesante	3	10%
Nada interesante	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

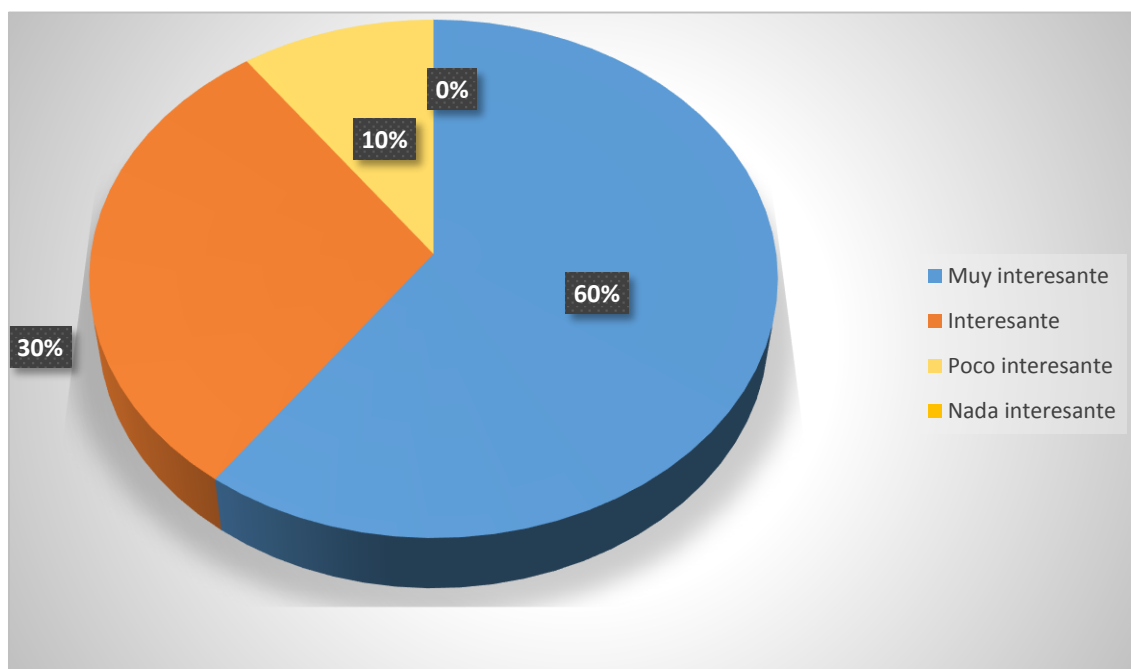


Figura 23 Opinión sobre las artesanías elaboradas con piel y escama de pescado
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En el contexto investigativo, al presentar la cartilla con los productos elaborados a base de piel y escama de pescado, los turistas encuestados observan con interés el material y los colores, luego emitían la opinión, 60% consideraron que es muy interesante, 30% indicaron que les parecen interesante las artesanías. 10% consideraron es poco interesante los productos elaborados en la costa ecuatoriana.

8. ¿Considera usted que al reciclar la piel y escama de pescado se está ayudando a mejorar la matriz productiva y conservar el medio ambiente?

Tabla 27

Reciclar piel y escama de pescado ayuda a conservar el medio ambiente

Pregunta 8	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
SÍ	25	83%
NO	0	0%
Tal vez	5	17%
Total	30	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

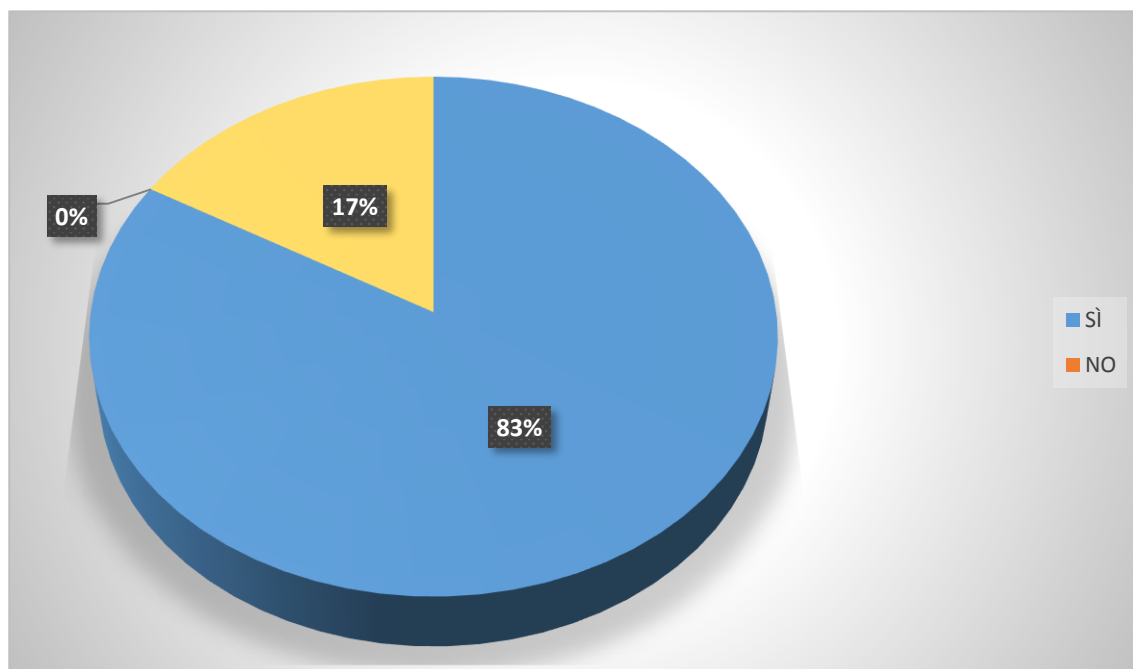


Figura 24 Reciclar piel y escama de pescado ayuda a conservar el medio ambiente

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En los resultados a las 30 personas encuestadas se observa que 83% de los turistas opinaron que al reciclar la piel y escama de pescado ayudan a mejorar la matriz productiva y conservar el medio ambiente. 17% indicaron que tal vez se está ayudando al mejoramiento de la naturaleza.

9. Porque razón le gustaría adquirir artesanías que ayuden al medio ambiente

Tabla 28

Le gustaría adquirir artesanías que ayudan al medio ambiente

Pregunta 9	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Comprar productos innovadores	18	60%
Mantener la cultura y tradición	9	30%
Ayudar a preservar el ecosistema	3	10%
Le gustan las artesanías	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

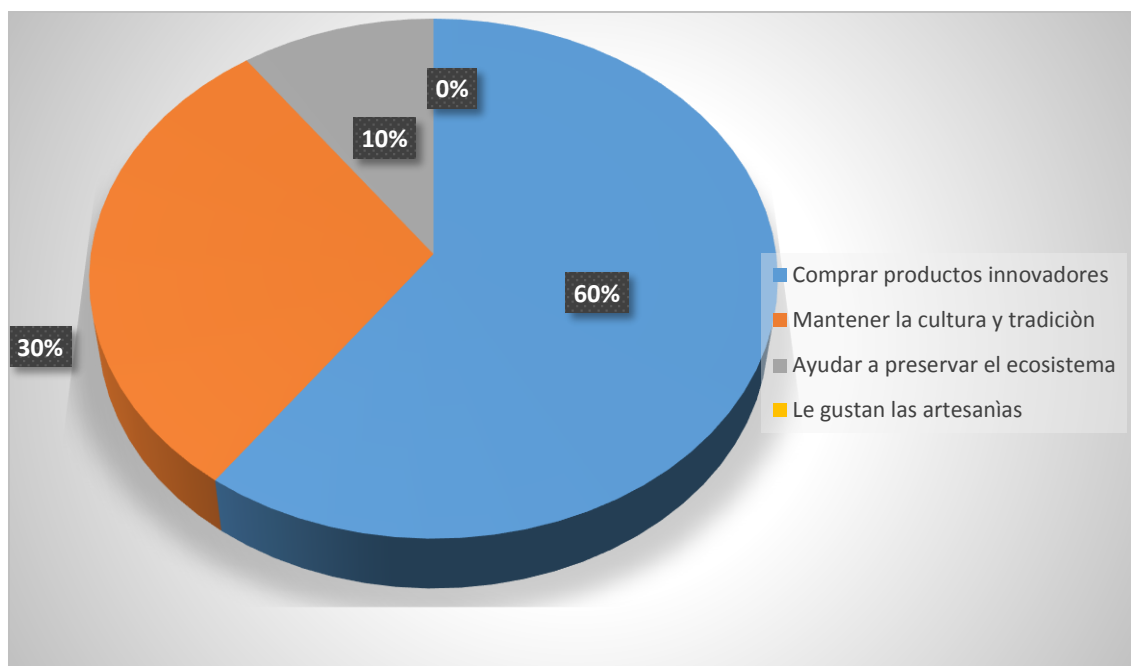


Figura 25 Le gustaría adquirir artesanías que ayudan al medio ambiente

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En el contexto investigativo, 60% de los turistas encuestados indicaron que comprar productos de artesanías elaboradas con piel y escama de pescado ayudan al cuidado del medio ambiente además que son productos innovadores, 30% mantener la cultura y tradición de los pueblos y finalmente 10% de los turistas encuestados le gustan las artesanías por que valora la cultura y cuidado del medio ambiente.

10. ¿Dónde le gustaría comprar estas artesanías?

Tabla 29

Lugar para comprar estas artesanías

Pregunta 10	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Ferias artesanales	13	44%
Mercado artesanal	10	33%
Internet	7	23%
Total	30	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

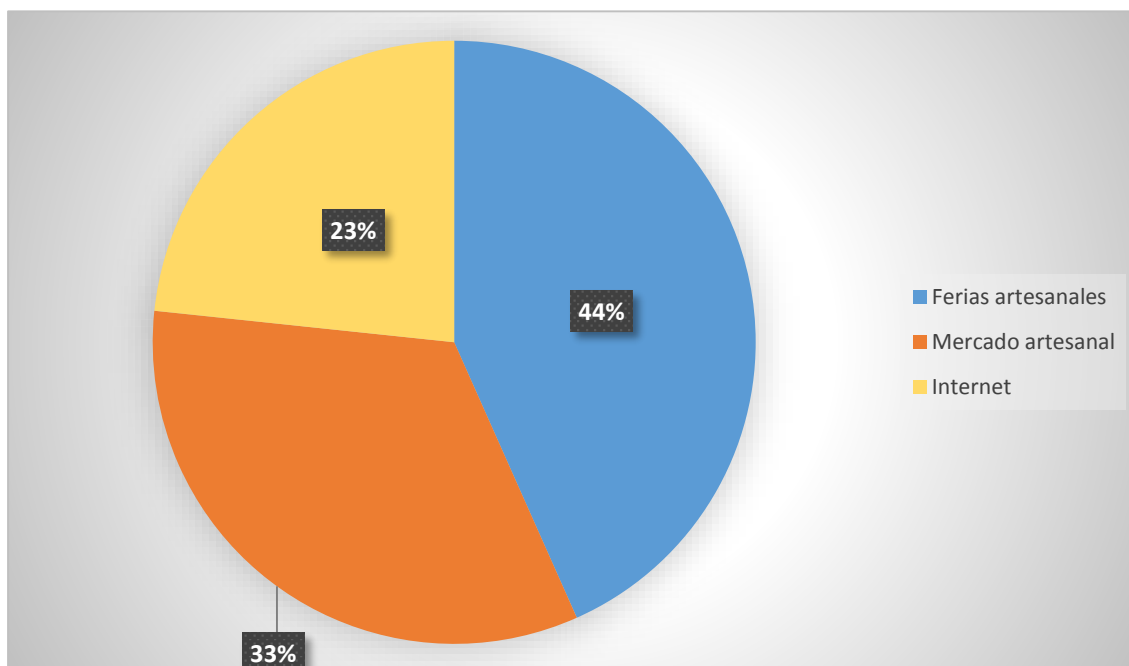


Figura 26 Lugar para comprar artesanías

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En los resultados a las 30 personas encuestadas se observó que 44% de los turistas opinaron que si les gustaría comprar artesanías en ferias artesanales, elaboradas a base de piel y escama de pescado. 33% indicaron que comprarán en mercado artesanal y 23% lo comprarían por medio de internet.

3.6.3 Hallazgos de las encuestas realizadas a los turistas

La muestra para las encuestas aplicadas a los turistas fue tomada a criterio de las investigadoras considerando las condiciones de confinamiento y distanciamiento social por motivo de la pandemia. En el contexto de los resultados se observa que 50% fueron turistas nacionales y 50% fueron extranjeros. Las edades consideradas fueron 33% entre 18 -25 años; 33% fueron las edades entre 26 – 35 años; 13% son parte del grupo formado entre 36 – 45 años. Por último 10% formo el grupo entre 46 -55 años y 10% restante están entre 56 – 75 años de edad.

Dentro del contexto investigativo, la muestra se dividió entre 50% fueron turistas nacionales y 50% fueron turistas extranjeros, que corresponde al 100% de las individuos que han comprado artesanías. En la decisión de compra, 27% identificaron que el costo es importante al momento de adquirir las artesanías. 33% determinaron que el diseño en las artesanías decide la compra del producto. 13% indicaron la innovación en los productos. 20% explicaron que el color y 7% indicaron que la calidad de los productos, así mismo 54% manifestaron que la calidad de las artesanías ecuatorianas es muy buena, 33% estimaron que es buena, finalmente 13% indicaron la calidad no es buena ni mala.

En el contexto investigativo, al presentar la cartilla con los productos elaborados a base de piel y escama de pescado, los turistas encuestados observan con interés el material y los colores, luego emitían la opinión, 60% consideraron que es muy interesante, 30% indicaron que les parecen interesante las artesanías. 10% consideraron es poco interesante los productos elaborados en la costa ecuatoriana. En los resultados, las 30 personas encuestadas se observa que 83% de los turistas opinaron que al reciclar la piel y escama de pescado ayudan a mejorar la matriz productiva y conservar el medio ambiente. 17% indicaron que tal vez se está ayudando al mejoramiento de la naturaleza; mientras que 60% de los turistas encuestados indicaron que comprar productos de artesanías elaboradas con piel y escama de pescado ayudan al cuidado del medio ambiente además que son productos innovadores, 30% mantener la cultura y tradición de los pueblos y finalmente 10% de los turistas encuestados le gustan las artesanías por que valora la cultura y cuidado del medio ambiente. En conclusión de las 30 personas encuestadas se observa que 44% de los turistas opinaron que si les gustaría comprar en ferias artesanales, 33% indicaron que comprarían en mercado artesanal y 23% por internet.

3.6.4 Triangulación de métodos, teorías, datos y hallazgos

Tabla 30

Triangulación de resultados por métodos y teorías

Triangulación de métodos	Método cualitativo	Método cuantitativo
	Entrevistas	Encuestas
	Cuestionario abierto	Cuestionario cerrado
Triangulación de teorías	Emprendimiento	Mi Pymes
	Artesanías	Escama y piel de pescado
	Plan de negocio	Local y stand para venta de artesanías, elaboradas con escama y piel de pescado
	Plan de Marketing	Nombre, slogan, misión, visión, valores, estrategias
	Marco Legal	Leyes, normas, reglamentos
Triangulación de conceptos	Vinculados a la actividad artesanal, plan de negocios, artesanías	
Triangulación de hallazgos		
Hallazgos en entrevistas	Hallazgos en encuestas	
Los artesanos realizan artesanías en tagua, cabuya, lana, concha, madera, piel y escama de pescado	En los informantes existe niveles de preferencia hacia las artesanías	
Venden los productos en tiendas, stand de ferias	Buscan artesanías en ferias artesanales	
Las más vendidas son aretes, anillos, collares, carteras, billeteras	Los encuestados les gusta comprar aretes, anillos, collares, carteras, billeteras, llaveros	
Prefieren ingresar como emprendedores artesanales	Les agrada conocer que los emprendedores artesanales tienen oportunidad de desarrollar sus negocios	
Aprecian elaborar productos con piel y escama de pescado	Les parece que es un producto innovador, bonitos colores	
Una finalidad es cuidar el medio ambiente	Lo mejor es apoyar al cuidado del medio ambiente	
Factores de decisión de compra	Costo, calidad, proceso innovador	
Predisposición hacia la compra	Positiva, se evidencia interés e la compra de artesanías elaboradas a base de piel y escama de pescado	
Los turistas son importantes en la cadena venta	Hay predisposición hacia la compra de los productos	

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

Tema: Diseñar un plan de negocio para la producción y comercialización de accesorios artesanales a base de piel y escamas de pescado en Ecuador.

4.1. Informe ejecutivo para la Pymes Bluefish

Puerto López es un cantón de la provincia de Manabí, se caracteriza por ser un puerto pesquero de la costa ecuatoriana, lo que sirve para llevar a cabo la producción de accesorios artesanales a base de escama y piel de pescado, utilizando la protección jurídica de un emprendimiento, es decir que la comercialización de las artesanías como una empresa que se va a desarrollar, estableciendo la ventaja competitiva en los productos frente a la competencia.

La propuesta tiene como abrir una tienda para vender los productos que se fabricaran, se antepone la calidad en la atención al cliente, considerando el servicio eficiente y eficaz del personal, personalizando los envíos e incluso implementar el servicio a domicilio si el cliente lo requiere. En el estudio se observó que las artesanías elaboradas de escamas y piel de pescado están generando en tendencia de moda y pueden convertirse en sustitutos de otros productos por el proceso innovador. La elaboración de un plan estratégico comprende un estudio de mercado, plan de marketing, estudio organizacional, estudio técnico, estudio financiero, de riesgo y responsabilidad social.

4.2 Objetivos Generales de la investigación

Entre los objetivos de la investigación tenemos:

Diseñar un plan de marketing que fortalezca el plan de negocio de la venta de productos artesanales, elaborados a base de piel y escama de pescado

Determinar la factibilidad financiera del plan de negocios

4.3 Visión Bluefish

En cinco años ser la mejor microempresa de producción y comercialización de accesorios artesanales en Ecuador, con productos que abastecen el mercado local y nacional, resaltando la calidad y fino acabado de los productos de escamas y piel de pescado para garantizar la satisfacción de nuestros clientes con piezas de artesanía vanguardistas que cumplen con la responsabilidad social de preservar el medio ambiente.

4.4 Misión Bluefish

Somos una microempresa dedicada al desarrollo de productos artesanales innovadores hechos con material ecológico a base de piel y escama de pescado que brindan un valor significativo a la cultural manabita y cuidado ambiental.

4.5 Valores de la microempresa Bluefish

Los valores microempresariales destacan lo siguiente:

Calidad en el producto: Se cuidará la calidad de producto, resaltando la durabilidad y color natural.

Compromiso Ambiental: La utilización de los productos que da la naturaleza, comprometerse con el cuidado de la naturaleza.

Servicio: El cliente es el eje del negocio, cuenta con un servicio ágil, eficiente y eficaz. Con la propuesta de entrega inmediata en el local y a domicilio.

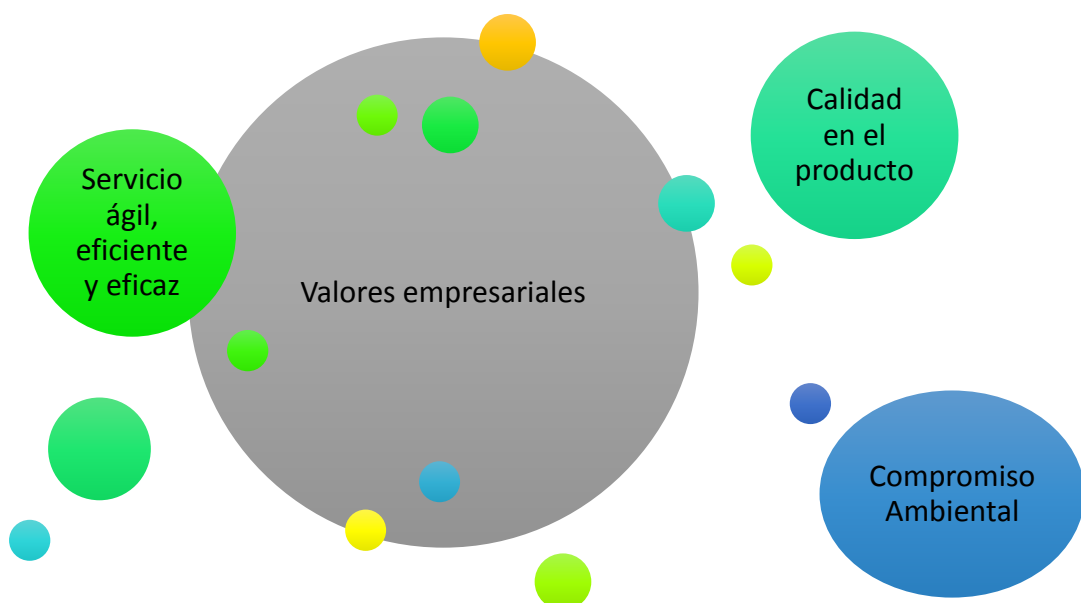


Figura 27. Valores empresariales
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.6 Ubicación de la microempresa Bluefish

Microempresa y su actividad económica: Producción y elaboración de artesanías

Actividad del Negocio: Microempresa “Bluefish”

Horario de atención: Días: lunes a domingo, se trabajará con personal para atención de lunes a viernes y otro personal para los fines de semana. La atención será desde la 9am hasta las 7pm. Para las ferias el horario será desde las 8am hasta las 4pm.

4.7 Logo de la Empresa Bluefish



*Figura 28. Logo de la empresa
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)*

Concepto del logo: Las letras en color azul representa el mar, refleja la grandeza. La estructura en forma de ola, combinado con celeste y remarcado de azul en los bordes inspira la riqueza que tiene el mar, donde habitan los peces, si se lo observa diagonalmente asemejan a gotas de agua que representa un símbolo de la dureza y firmeza de la artesanía. El sol refleja el brillo de las artesanías, el despertar de un negocio, la alegría del trabajo de los artesanos en cada amanecer. La forma de la letra, en cursiva son las olas del mar.

4.7.1 Slogan Bluefish

HECHOS A MANO---ARTESANÍAS 100% ECUATORINAS

HACEMOS LO MEJOR----100PRE CUIDANDO EL MEDIO AMBIENTE

Concepto del eslogan: Responde enfáticamente a que las artesanías reflejan la promesa, son hechas a mano. Resaltando que son ecuatorianas, el sentido país, queda impregnado en las palabras.

4.8 Organigrama de la Pymes Bluefish

4.8.1 Organigrama Funcional

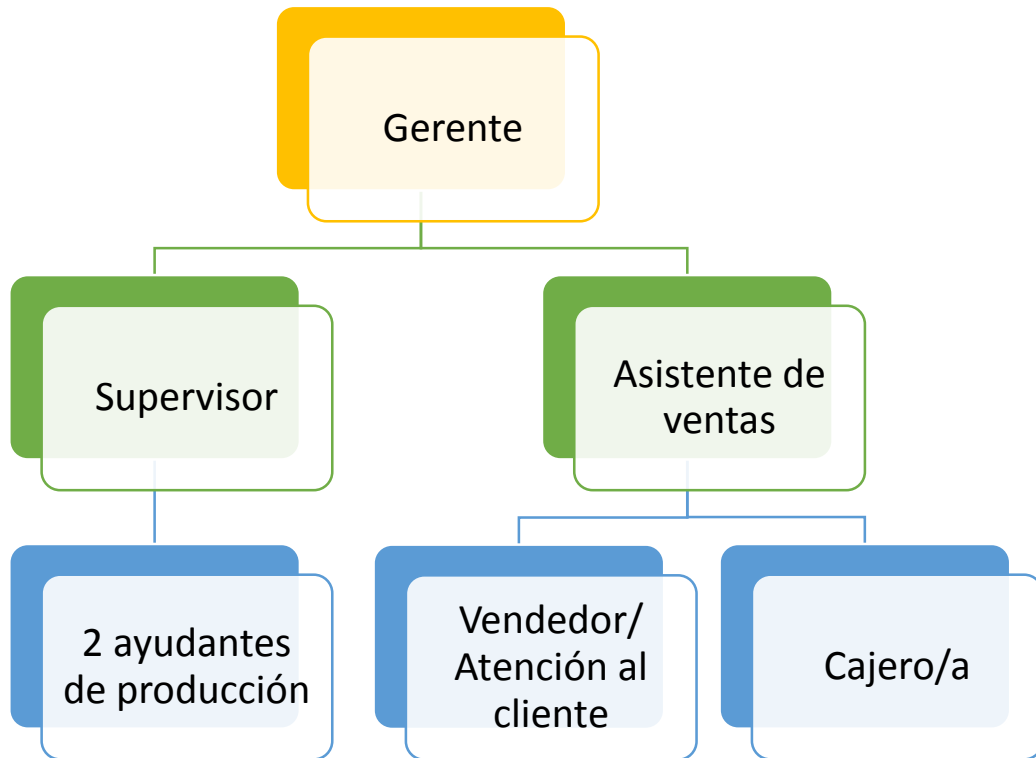


Figura 29. Organigrama Funcional
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Tabla 31
Cargo - Gerente de la microempresa Bluefish

CARGO:	CARGO: GERENTE Gerente
NÚMERO DE CARGOS:	1
FORMACIÓN PROFESIONAL:	Título de tercer nivel en Administración o carreras afines
EXPERIENCIA:	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares
REPORTES:	Supervisor de Producción y Asistente de Ventas Ejerce el control de la tienda Identifica las necesidades
FUNCIONES:	Optimiza y observa el desempeño del personal y los procesos de producción y elaboración de las artesanías Controla la producción y ventas Vela por el cumplimiento de las disposiciones legales y normativas vigentes Emite informes de las novedades administrativas y resultados comerciales

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Tabla 32

Cargo - Jefe de producción de la microempresa Bluefish

CARGO: SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN	
CARGO:	Supervisor de producción y ayudantes
NÚMERO DE CARGOS:	3
FORMACIÓN PROFESIONAL: Para ambos casos	Tener cursos de capacitación sobre la elaboración y técnicas del uso de escama y piel de pescado
EXPERIENCIA:	Mínimo 1 año de experiencia en la producción y elaboración de artesanías
REPORTES:	A la Gerencia y Asistente de ventas (Si así lo requiere)
FUNCIONES:	Supervisar las compras de materia prima (piel y escama de pescado) Revisar la calidad de la materia prima Considerar la revisión de la calidad en la producción de artesanía Verificar nuevas necesidades para la elaboración de artesanías

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Tabla 33

Cargo – Jefe de ventas de la microempresa Bluefish

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: ASISTENTE DE VENTAS	
CARGO:	Asistente de ventas
NÚMERO DE CARGOS:	1
FORMACIÓN PROFESIONAL:	Experiencia en ventas, en trato al cliente, en manejo de créditos y cobranzas, bases de comercialización directa. Manejo de ventas <i>offline</i> y <i>online</i>
EXPERIENCIA:	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares y manejo de ventas
REPORTES:	Gerencia General y supervisor de Producción
FUNCIONES:	Reporte de ventas Manejo de cartera de clientes Diseño de estructura de distribución de los productos y manejo de las diferentes ferias artesanales Comunicación con los entes gubernamentales sobre exposiciones y ventas

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Tabla 34

Cargo – Cajero/o de la microempresa Bluefish

CARGO: CAJERO	
CARGO:	Cajero/a
NÚMERO DE CARGOS:	1
FORMACIÓN PROFESIONAL:	Conocer sobre servicio al cliente y atención al usuario
EXPERIENCIA:	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares
REPORTES:	Gerencia General Encargado del manejo de cobros
FUNCIONES:	Maneja el inventario de los productos (conoce a través de un programa la mercadería que sale y cual se vende más) Hacer apertura y cierre de caja Llevar al día la emisión de facturas Controlar la entrega de productos

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Tabla 35

Cargo – Vendedores de la microempresa Bluefish

CARGO: VENDEDORES INTERNOS (Tienda)	
CARGO:	Vendedor/a
NÚMERO DE CARGOS:	2
FORMACIÓN PROFESIONAL:	Conocer sobre servicio al cliente y atención al usuario
EXPERIENCIA:	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares
REPORTES:	Gerencia General y área de ventas Manejo del cliente cara a cara y vía <i>online</i> Atención solicita con el cliente
FUNCIONES:	Asumir la responsabilidad de atención al cliente Ejercer limpieza y orden en la tienda Ejecutar actividades de organización interna de los productos Manejo de precios y descuentos

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.8.2 Cadena de valor jerárquica de la microempresa Bluefish

La cadena de valor jerárquica corresponde a la evaluación de las diferentes actividades de apoyo en la infraestructura de la empresa, la gestión de recursos humanos, aprovisionamiento, relacionado con la materia prima, logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas, servicios, que corresponden a las actividades primarias.

Tabla 36
Cadena de valor jerárquica de la microempresa Bluefish

Infraestructura de la empresa (Local de la tienda y bodega)						
Gestión de Recursos Humanos (Personal de la empresa)						
Desarrollo Tecnológico (Computadoras y teléfonos móvil)						
Aprovisionamiento (Materia prima directa)						
Actividades de apoyo	Logística interna (Comercialización directa desde la tienda)	Operaciones (Transformación de la materia prima escama y piel de pescado para hacer las piezas de artesanía)	Logística Externa (Compra de la mercadería, recepción, almacenamiento e inventario de la materia prima y mercadería)	Marketing y ventas (Publicidad y promoción de las artesanías, fijación de precios y puntos de ventas)	Servicios (Servicio de entrega a domicilio si el cliente lo requiere)	Margen Utilidad
	Actividades Primarias					

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.9 Marketing Mix (4P) de la microempresa Bluefish

4.9.1 Producto: Artesanías en piel y escama de pescado

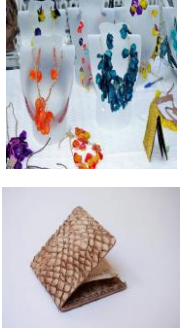
La tienda de artesanías propone la producción y elaboración de 5 tipos de productos para la comercialización:

- Aretes
- Pulseras y collares
- Anillos
- Billeteras
- Llaveros

4.9.2 Precio para la comercialización

Los precios para los productos elaborados serán clasificados según el modelo, sin embargo se mantiene precios estándares para la venta al público y se determinan de acuerdo al mercado de la competencia y lo que regula la entidad gubernamental.

Tabla 37
Margen de ganancia en producción comercial

	Menú 1	Costo producción	Precio	Margen de ganancia
	Aretes	3.75	4.30	
	Pulseras y collares	7.20	9.00	
	Anillos	2.10	2.60	
	Billeteras	5.60	7.00	
	Llaveros	2.20	2.75	
	TOTAL	20.85	25.65	25%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.9.3 Plaza de la microempresa Bluefish

Las artesanías elaboradas se comercializarán de dos maneras: canal directo y canal indirecto. El sistema de venta directo se lo realiza desde la tienda directamente al consumidor personal. El canal indirecto empieza desde el taller como punto para la venta de detallistas y luego al consumidor personal.

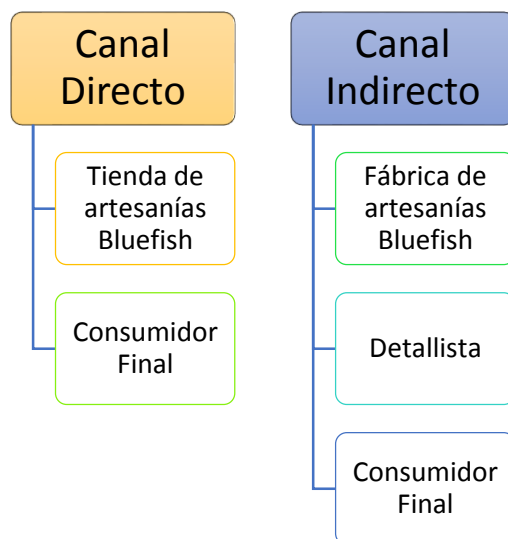


Figura 30 Determinación de los canales de comercialización
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

La tienda estará ubicada en el centro, en el lado Este, cerca de la playa de Puerto López, es un sector que tiene varios negocios, por lo tanto es competitivo.



Figura 31. Ubicación del local de la tienda en Puerto López

Fuente: (Maps, 2019)

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Tabla 38

Inversión en adecuación de la tienda de artesanía Bluefish

Cantidad	Producto	Precio Unitario	Precio total
5	Focos led (pequeños)	\$ 5,85	\$ 29,25
5	Lámparas led (medianas)	\$ 16,31	\$ 81,55
4	Pintura	\$ 10,00	\$ 40,00
3	Vitrinas de exhibición	\$ 180,00	\$ 540,00
24	Exhibidores individuales	\$ 8,50	\$ 204,00
2	Aire acondicionados	\$ 450,00	\$ 900,00
3	Ventiladores	\$ 35,00	\$ 105,00
	TOTAL		\$ 1.899,80

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Tabla 39

Remodelación de la tienda Bluefish

Remodelación de la tienda	Precio
Remodelación interna y externa	\$ 350,00
Mano de obra	\$ 350,00
Permisos municipales	\$ 600,00
Planos de la tienda	\$ 150,00
Total	\$ 1.450,00

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.9.4 Planos: Interpretación del interior de la microempresa Bluefish

En el plano se evidencia el diseño de la tienda para la venta y producción de las artesanías que propone el plan de negocios:

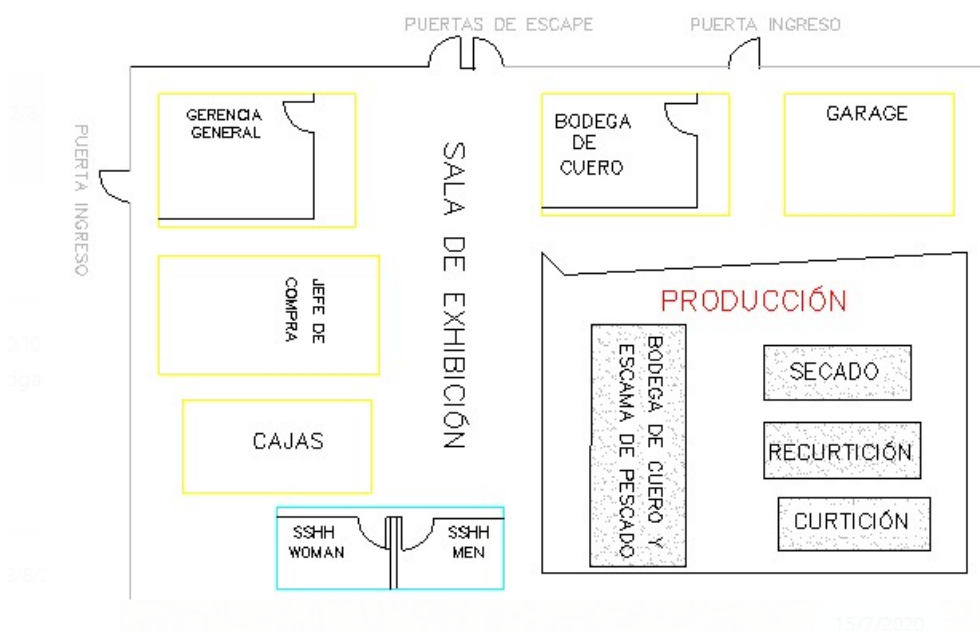


Figura 32. Plano de la tienda
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Desde una perspectiva explicativa, el plano lo compone la parte donde se venden las artesanías y constan: Oficina de Gerencia General, Jefe de compra, cajas (2), dos baños (hombre y mujer) y la sala de exposición de los productos, cuenta con una puerta de ingreso, en el otro lado hay una bodega para el cuero, en la parte de producción contra la bodega 2 de cuero y escama de pescado limpias, y al lado se lleva el proceso de curtición, curtición y secado. Además cuenta con garaje y una puerta de escape.

4.9.5 Promoción y publicidad de la microempresa Bluefish

Para promocionar la tienda Bluefish se realizaran varias actividades:

Tabla 40
Costos de promoción

Cantidad	Producto	Precio Unitario	Precio x3
1	Juego de bisutería (aretes, pulsera, collar, anillo)	\$12.00	\$36.00
1	Juego de billetera y llavero	7.50	\$22,50
	TOTAL		\$58,50

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Tabla 41

Costos relacionados con la publicidad offline de la microempresa Bluefish

Cantidad	Producto	Precio Unitario	Precio total
3000	Hojas volantes	\$0.02	\$60.00
2	Banner roll up (80 cm x 200 cm)	\$ 30.00	\$60,00
1000	Tarjetas de presentación	\$0.03	\$30.00
10	Camisetas con logo Bluefish	\$12.00	\$120.00
	TOTAL		\$238,00

Nota: Representan los costos por las actividades que se implementaran en el plan de negocios

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)



Figura 33 Banner Roll up informativo y publicitario

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)



Figura 34 Hoja volante

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)



Figura 35 Tarjeta de presentación
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)



Figura 36 Camisetas para el personal
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

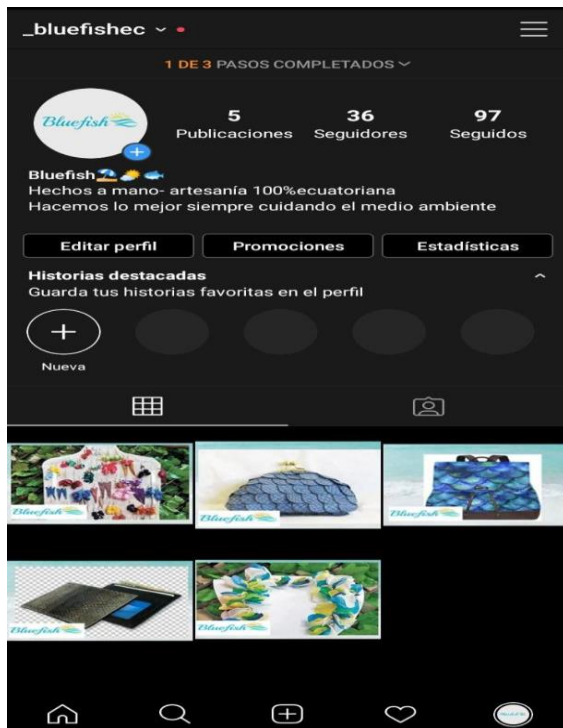


Figura 37 <https://www.instagram.com/bluefishec/>
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

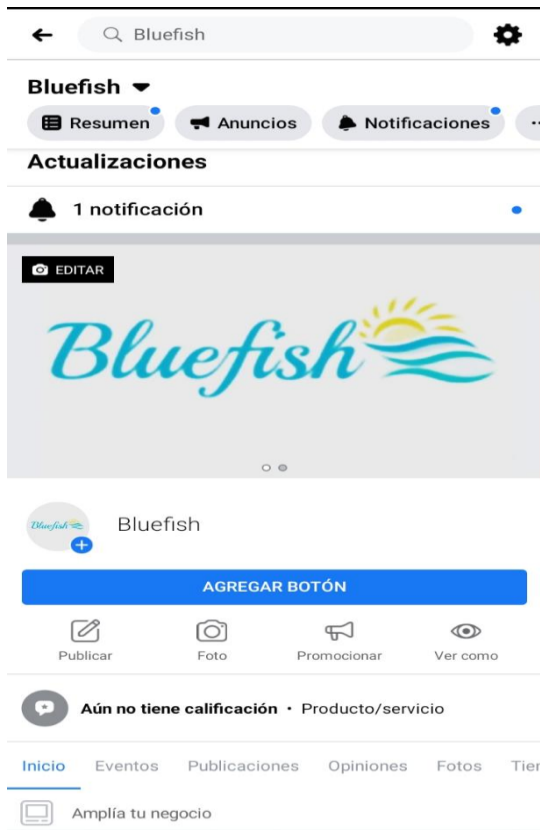


Figura 38 <https://www.facebook.com/Bluefish-100267501830191>
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

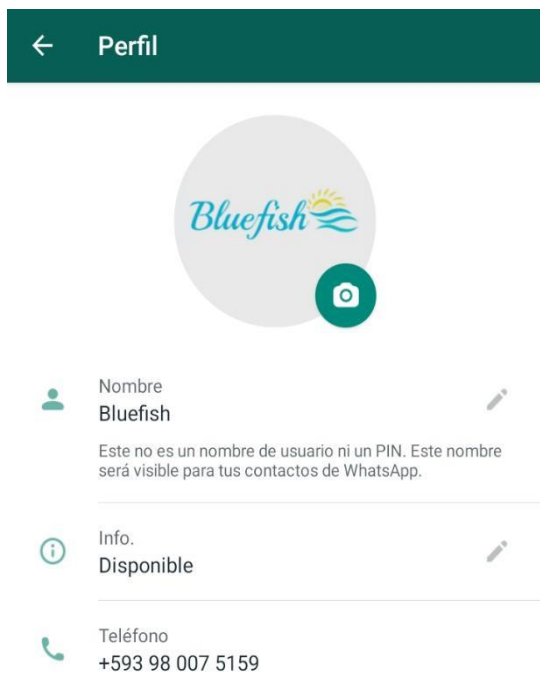


Figura 39 Perfil de WhatsApp
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.10 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter de la microempresa Bluefish

En el contexto de la investigación se evidencia el análisis de las 5 fuerzas de Porter, considerando los puntos relevantes en el plan de negocios.

4.10.1 Rivalidad entre competidores de bisutería

En este sentido, la competencia lo comprende los negocios que se dedican a la venta de bisutería en general, elaborada por diferentes artesanos que constantemente resaltan la belleza y armonía en los diseños que comercializan.

4.10.2 Productos sustitutos de bisutería

En el análisis, los productos sustitutos lo comprenden las artesanías elaboradas a base de madera fina, tagua, *spondylus* muy valorados entre los artesanos manabitas.

4.10.3 Poder de negociación de los proveedores de piel y escama de pescado

Dentro de la negociación que se mantiene con los proveedores se considera el tiempo y formas de pago, tomando en cuenta el pago de contado solo en casos que el costo sea menor a \$100; si hay mayor costos entonces se divide el pago en 50% de entrada con pago semanal el saldo pendiente. Los proveedores son los pescadores de Puerto López, Puerto Cayo, Manta, según se lo estime conveniente.

4.10.4 Poder de negociación de los compradores de bisutería

En los que se respecta a los consumidores finales se propone que los productos sean a precio asequible y promociones que beneficien directamente a los compradores finales.

4.10.5 Amenaza de nuevos competidores en la rama de artesanía

Respecto a la entrada de nuevos competidores se relaciona con las políticas del Gobierno Nacional y local que beneficien a nuevos grupos de artesanos de otros países y que venden de manera informal, es decir lo conforman los artesanos ambulantes.

4.11 Responsabilidad Social del proyecto de artesanías

Dentro de las concepciones para de la Responsabilidad Social Empresarial RSE, la empresa tiene el compromiso de aportar con el cuidado del medio ambiente, ampliando los beneficios a la población manabita, especialmente de Puerto López, contribuyendo con el uso de recursos naturales como son las escamas y piel de pescado para convertirlos en artesanías. El uso de equipos de reciclaje será un valioso aporte a la conservación del medio ambiente.

4.12 Análisis de la Matriz FODA de la microempresa Bluefish

Tabla 42

Análisis FODA de la microempresa Bluefish

Fortalezas	Oportunidades
Artesanías hecho a mano 100% producto ecuatoriano Precios competitivos. Disponibilidad de materia prima local	Desarrollo de la mano de obra local Comercialización de un producto nuevo Disponibilidad de locales y espacios en las ferias para las ventas Vinculación de personas al campo laboral
Debilidades	Amenazas
Limitado conocimiento local sobre la elaboración de artesanías a base de piel y escamas de pescado Dificultad para obtener financiamiento para emprendimientos locales Nivel competitivo fuerte en stand locales de otros tipos de artesanías	Competencia con años de experiencia y reconocimiento local Nivel de inflación 0,23% (BCE, 2020). Generación de nuevas tendencias en el uso de artesanías. Pandemia del COVID19, que resta la visita de turistas nacionales e internacionales

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.13 Análisis de la Competencia de la microempresa Bluefish

Tabla 43

Análisis de la competencia

Artesanías	Ventajas	Desventajas
Ferias artesanales	Precios competitivos Productos artesanales a mano Variedad de modelos	Espacio físico limitado Productos de poca calidad
Locales comerciales	Cuentan con permisos Buena calidad de productos	Precios poco competitivos
Ferias comerciales	Bajos precios Personal constantemente capacitados	En muchas ocasiones no tienen permiso donde se realizan Productos sin innovación, siempre repiten los mismos modelos
Vendedores ambulantes	Variedad de productos Bajos precios Personal con muchas novedades y modelos de artesanías	No cuentan con permiso de ventas Dañan el mercado, baja costos

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.14 Proceso

4.14.1 Proceso de Producción de la microempresa Bluefish

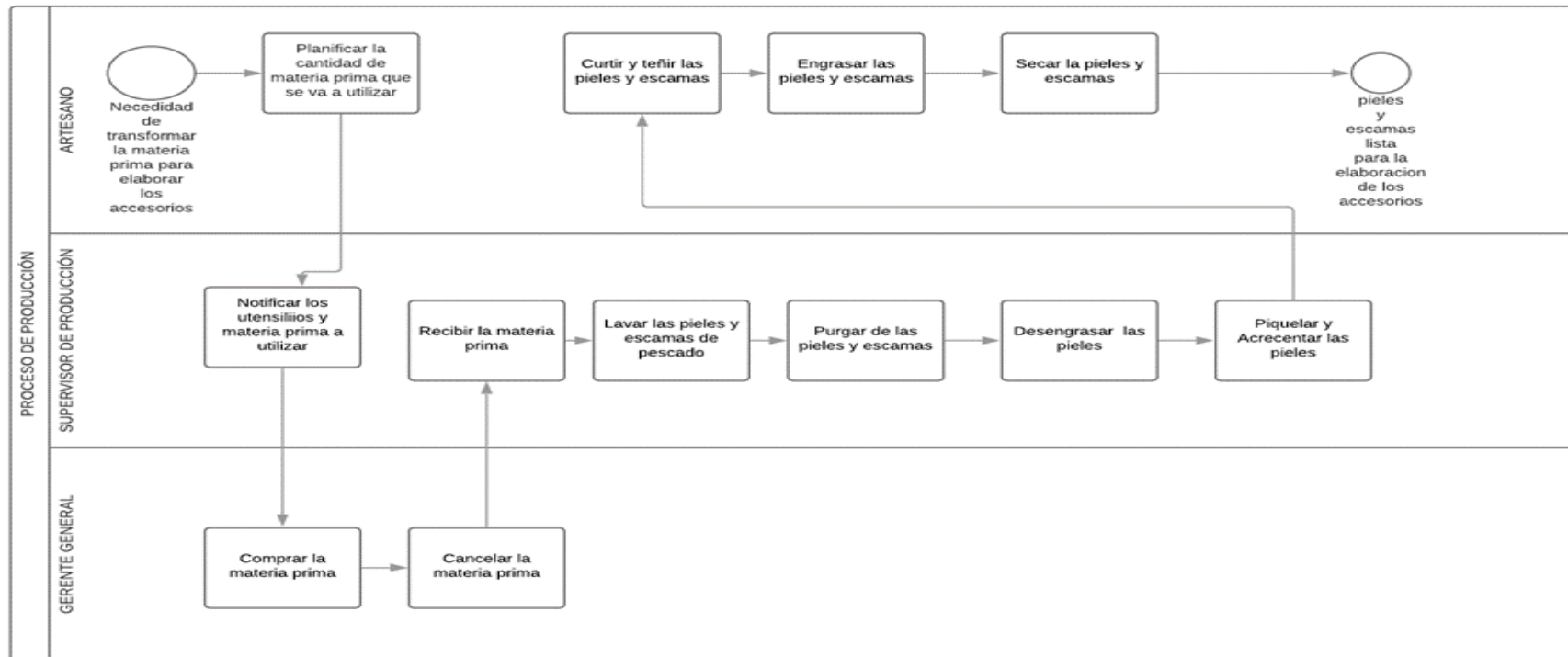


Figura 40 Proceso de Producción de las artesanías de piel y escama de pescado
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

El proceso de producción se lleva a cabo de la siguiente manera: Inicia con la detección de la necesidad de comprar la piel y escama de pescado, notificar los utensilios y materia prima a utilizar, comprar, cancelar, recibir, lavar las pieles, purgar, desengrasar, piquelar, cutir, teñir, engrasar, sacar y de esa manera quedan lista para comenzar el proceso de elaboración de los accesorios.

4.14.2 Proceso de compra y recepción de materia prima de la microempresa Bluefish

En el contexto que sigue el proceso de compra y recepción de la materia prima se evalúan los siguientes aspectos:

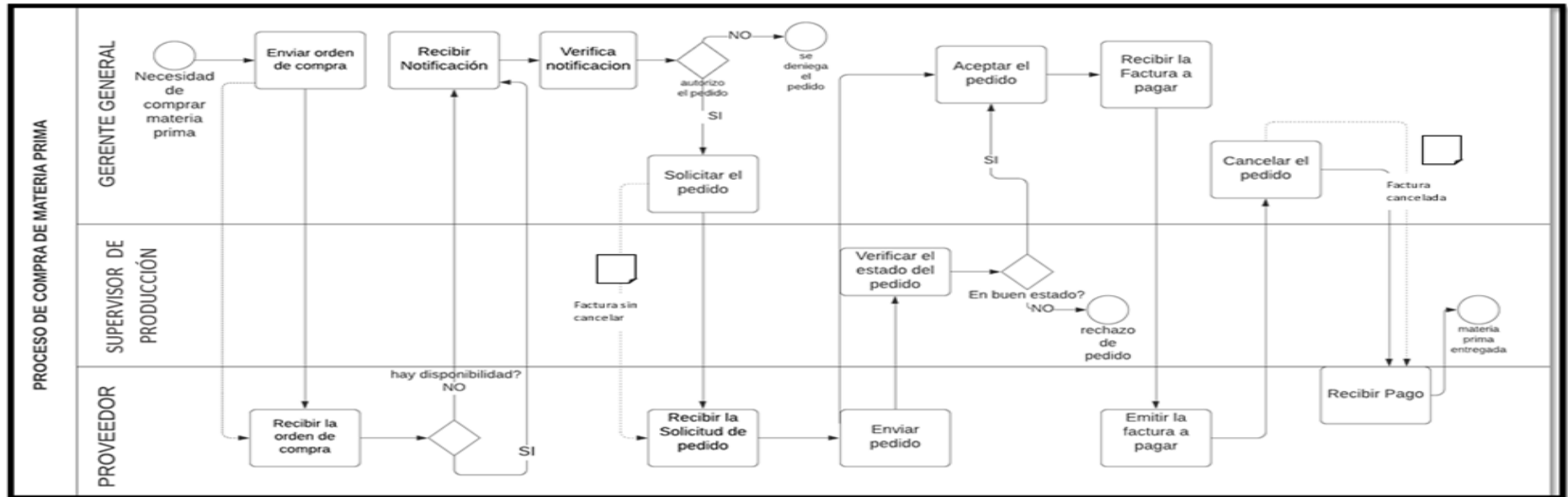


Figura 41 Proceso de compra y recepción de materia prima: piel y escama de pescado

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Se inicia con la necesidad de comprar materia prima, enviar la orden y la recibe el proveedor, si hay se recibe la notificación, se verifica, si hay se solicita el pedido, se recibe la solicitud, se envía y se acepta el pedido, se recibe la factura, se emite y cancela el pedido. Se recibe el pago y se entrega la materia prima y termina el proceso.

4.14.3 Proceso de venta del producto de artesanías elaboradas con piel y escama de pescado

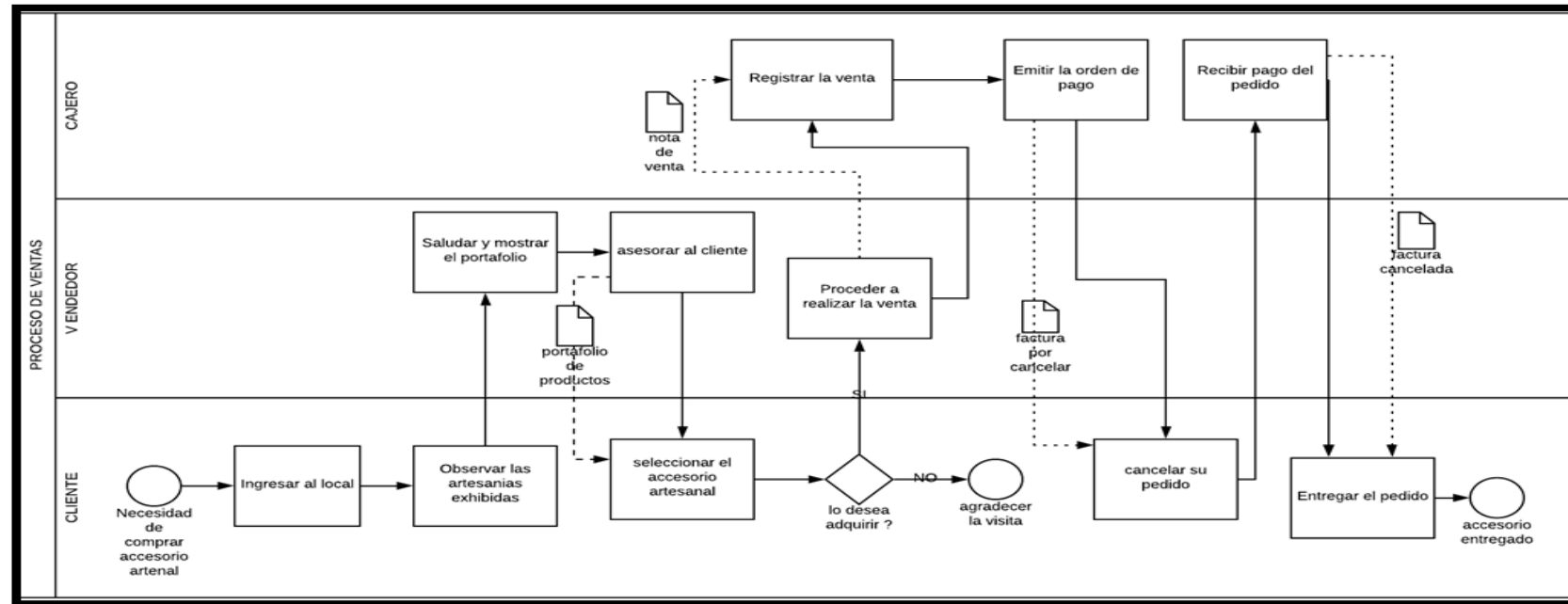


Figura 42 Proceso de ventas
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Se inicia con la necesidad de el/los clientes reales o potenciales ingresan al local comercial por la necesidad de comprar, observan las artesanías exhibidas, se les saluda y da la bienvenida al cliente, se asesora al cliente, se presenta un portafolio, se le sigue observando los exhibidores, se procede a tomar el pedido de la compra, se entrega la factura, en caja se cobra el costo del producto y se agradece por la compra.

4.14.4 Proceso de producción de artesanía en escama de pescado

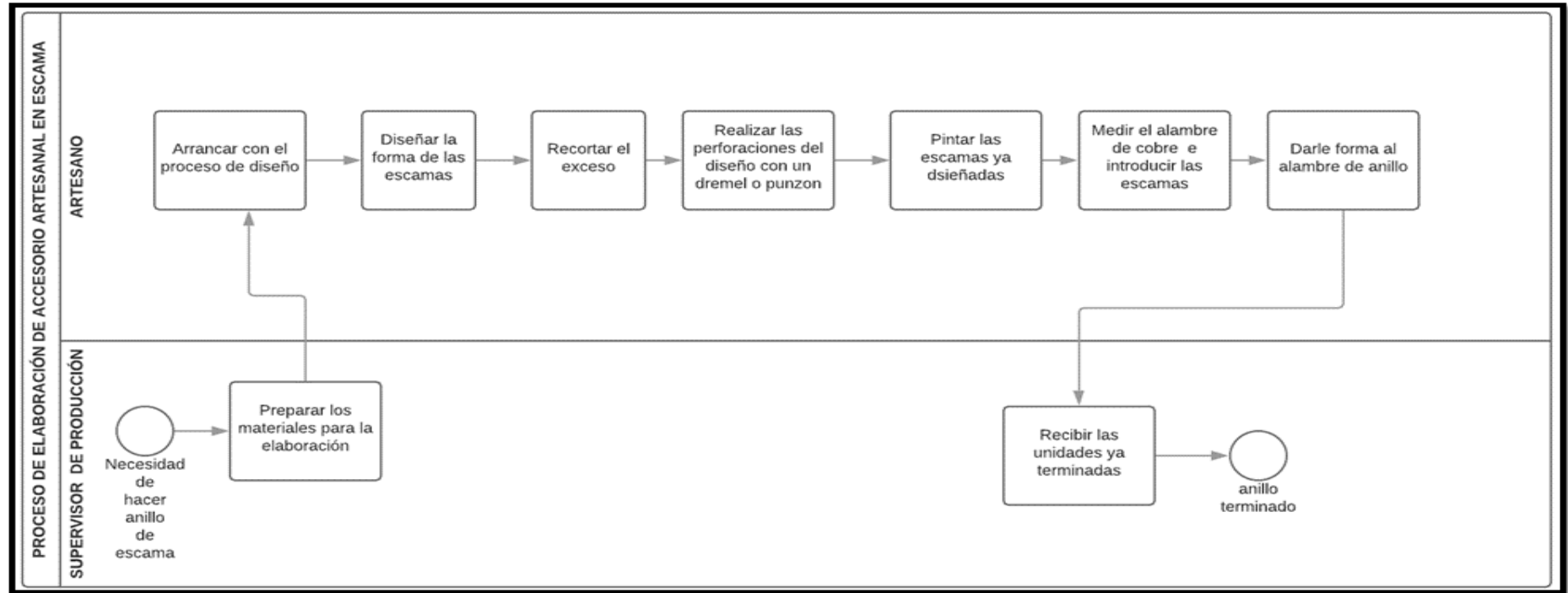


Figura 43 Proceso de elaboración de artesanía en escama de pescado
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

El proceso comienza con la necesidad de hacer un anillo, se preparan los materiales, se diseñan la forma de las escamas, se recorta el exceso y empiezan las perforaciones para introducir el alambre de cobre y dar forma al alambre en la forma del anillo, luego se entregan las unidades terminadas.

4.14.5 Proceso de producción de una artesanía en piel de pescado

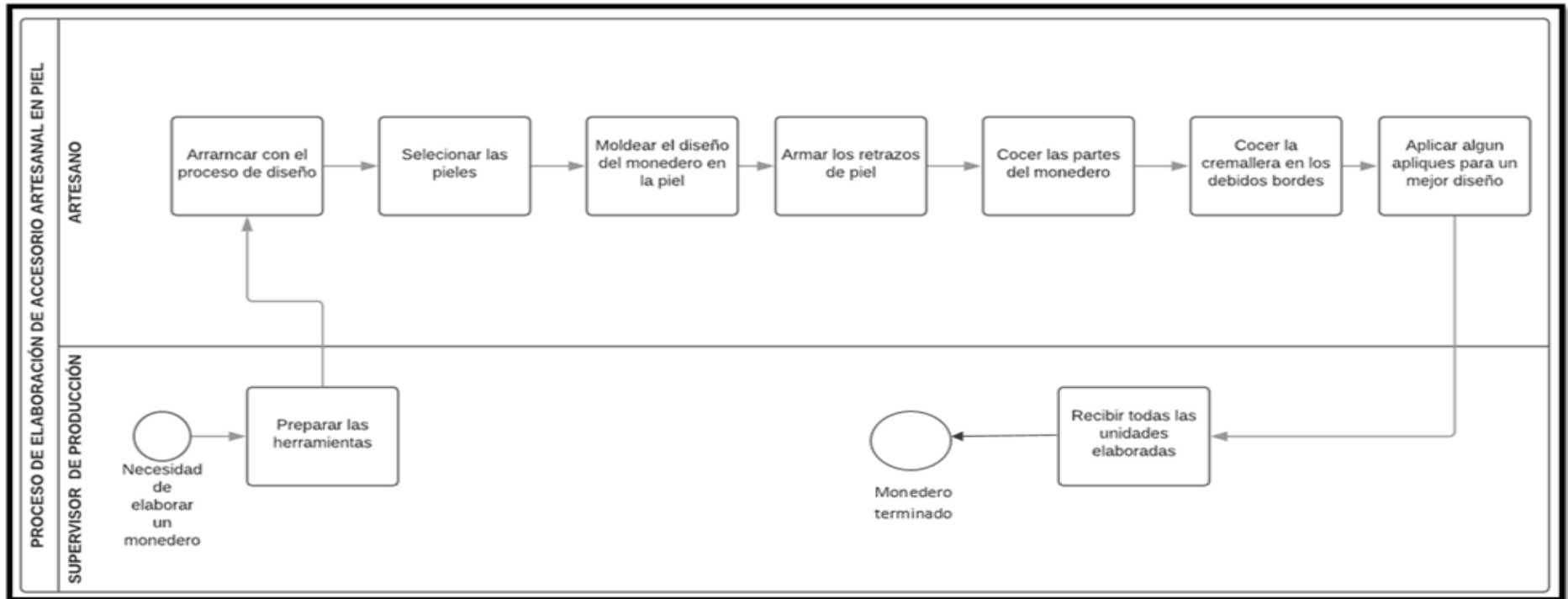


Figura 44 Proceso de elaboración de una artesanía en piel de pescado
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

El proceso inicia con la necesidad de elaborar un monedero, se preparan las herramientas, se selecciona las pieles, se hace el molde del diseño del monedero y se arma en retazos de piel y se empieza a coser la cremallera y aplicar algún adorno para mejorar el diseño, luego se entrega y reciben el monedero terminado.

4.15 Políticas a implementarse en la microempresa Bluefish

4.15.1 Políticas de calidad de la Pymes Bluefish

Dentro del contexto del plan de negocios se evidencian las políticas de calidad de los productos, evidenciándose en el riguroso proceso de curtición, recurtición y secado de la materia prima, en el corte y la forma escoger el material que servirá para la elaboración de las artesanías que permiten que la calificación de los clientes sea mayor a las expectativas de lo que buscan, generando rentabilidad al personal, respetando las normativas del medio ambiente, cuidando las normas de higiene en el proceso de limpieza de la materia prima.

4.15.2 Políticas de atención al cliente en Bluefish

Dentro de la línea de atención al cliente se consideró:

- a) Ofrecer buena atención al cliente, con eficiencia y eficacia en el proceso de venta
- b) Servir con calidez al cliente, considerando la amabilidad y buen trato que cumpla con las expectativas de calidez al cliente, considerando la amabilidad y buen trato que cumpla con las expectativas de un mejor servicio.

4.15.3 Políticas de Ambiente en la Pymes Bluefish

Entre las consideraciones generales del plan de negocio se establece:

- a) Proveer al personal administrativo y operativo de un ambiente con las condiciones ergonómicas adecuadas para llevar a cabo el trabajo en óptimas condiciones
- b) Avalar un entorno que brinde la seguridad de los colaboradores de la microempresa
- c) Servir al consumidor con una excelente atención al cliente, entregándoles productos de calidad superior.

4.16 Estrategias Competitivas en la Pymes Bluefish

En el desarrollo del plan de negocio se reconocen dos estrategias:

- a) Brindar al cliente un ambiente lleno de armonía y calidez, con una atención eficiente y eficaz
- b) Entregar al cliente un producto innovador, con una calidad superior, a precios competitivos
- c) Respetar y cuidar el medio ambiente, fortaleciéndolo con el uso de buenos productos.

4.17 Representación de la matriz espina de pescado causa – efecto

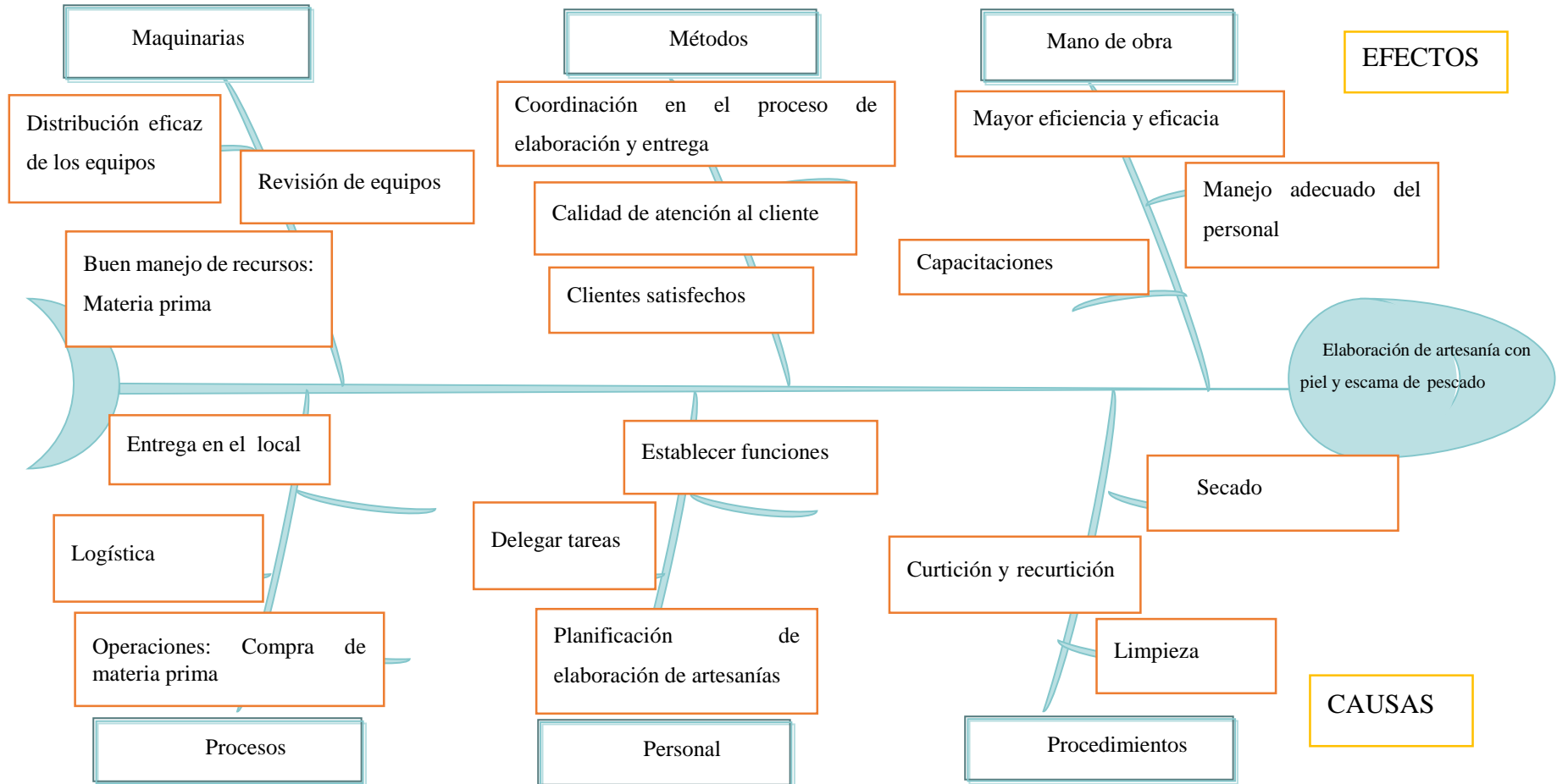


Figura 45 Representación de causa – efecto
Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En la elaboración de la matriz causa – efecto se tomó en cuenta los procesos, en los que se consideraron las operaciones con la compra de materia prima, logística y entrega en el local donde se elaboran los productos. En cuanto al personal se evidencia la planificación del proceso de elaboración de las artesanías, delegación de tareas y las funciones de los que integran el equipo de trabajo. Los procedimientos comprenden la limpieza, curtición recurtición y secado de la materia prima. En lo relacionado a maquinarias, métodos y mano de obra están estrechamente ligados los aspectos de la calidad de materia prima, atención al cliente y manejo adecuado del personal.

4.18 Estrategias Financieras en la Pymes Bluefish

Desde una perspectiva económica financiera se consideran puntualmente llevar a cabo los siguientes actos como parte de las estrategias financieras:

- a) Ser competitivos en la búsqueda de proveedores que den buenos precios de la materia prima con el fin de minimizar los gastos, cuidando mantener la calidad.
- b) El negocio debe llevar todos los registros contables en orden como parte de tener en datos financieros que avalen su crecimiento en el contexto financiero.
- c) Entregar a cada cliente factura elaborada, vía digital, por medio de un software con la finalidad de contribuir al cuidado del medio ambiente, ahorrando papel.

4.19 Análisis Financiero

4.19.1 Inversión inicial del proyecto

Tabla 44
Inversión inicial de proyecto

Detalle	Valor
Propiedades, Planta y Equipos	
Adecuación de tienda	\$1.899,80
Remodelación de tienda	\$1.450,00
Subtotal	\$3.349,80
Activos Corrientes	
Suministros de Oficina	\$1.899,60
Gastos Pre operativos	\$2.990,00
Capital de operación	\$24.774,19
Subtotal	\$29.663,79
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$33.013,59

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

El capital de trabajo fue calculado para 30 días, considerando la compra inicial a crédito de la materia prima (15 días), la venta a crédito para los mayoristas (10 días) y la rotación del inventario, en 5 días.

Tabla 45
Detalle de los egresos en compras

Detalle	Cantidad	C. Unitario	T. Mensual	T. Anual
Resma de Hojas A4	4	\$3,50	\$14,00	\$168,00
Cartuchos de tinta	2	\$28,00	\$56,00	\$672,00
Caja de clips	4	\$0,25	\$1,00	\$12,00
Porta clips	4	\$0,80	\$3,20	\$38,40
Resaltadores	2	\$0,85	\$1,70	\$20,40
Folders	2	\$4,00	\$8,00	\$96,00
Bolígrafos	10	\$0,25	\$2,50	\$30,00
Grapadoras	3	\$3,00	\$9,00	\$108,00
Saca grapas	3	\$2,00	\$6,00	\$72,00
Perforadoras	3	\$3,50	\$10,50	\$126,00
Blog de notas	2	\$10,00	\$20,00	\$240,00
Carpetas	12	\$0,20	\$2,40	\$28,80
Sellos	2	\$12,00	\$24,00	\$288,00
TOTAL			\$158,30	\$1.899,60

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Tabla 46
Gastos

Detalle	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Gastos de Constitución	1	\$800,00	\$800,00
Gastos Legales	1	\$400,00	\$400,00
Gastos de publicidad pre operativa			
Diseño página Web	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Creación redes sociales	3	\$80,00	\$240,00
Muestras gratis del producto	100	\$3,50	\$350,00
TOTAL			\$2.990,00

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.19.2 Financiamiento

Tabla 47
Financiamiento

Préstamo Banco del Pacífico	\$10.000	30%
Aporte Capital Propio	\$23.014	70%
TOTAL	\$33.014	100%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

La tasa de interés que cobraría el Banco del Pacífico, sería del 8,95% a 5 años plazo, con pagos trimestrales, quedando como garantía al crédito un lote de terreno propiedad de una de las promotoras del proyecto valorado actualmente en USD 20.000

Tabla 48
Amortización

Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo amortizable
0				\$10.000,00
1	\$625,67	\$223,75	\$401,92	\$9.598,08
2	\$625,67	\$214,76	\$410,92	\$9.187,16
3	\$625,67	\$205,56	\$420,11	\$8.767,05
4	\$625,67	\$196,16	\$429,51	\$8.337,54
5	\$625,67	\$186,55	\$439,12	\$7.898,42
6	\$625,67	\$176,73	\$448,95	\$7.449,47
7	\$625,67	\$166,68	\$458,99	\$6.990,48
8	\$625,67	\$156,41	\$469,26	\$6.521,22
9	\$625,67	\$145,91	\$479,76	\$6.041,46
10	\$625,67	\$135,18	\$490,50	\$5.550,96
11	\$625,67	\$124,20	\$501,47	\$5.049,49
12	\$625,67	\$112,98	\$512,69	\$4.536,80
13	\$625,67	\$101,51	\$524,16	\$4.012,64
14	\$625,67	\$89,78	\$535,89	\$3.476,75
15	\$625,67	\$77,79	\$547,88	\$2.928,87
16	\$625,67	\$65,53	\$560,14	\$2.368,73
17	\$625,67	\$53,00	\$572,67	\$1.796,05
18	\$625,67	\$40,19	\$585,49	\$1.210,57
19	\$625,67	\$27,09	\$598,59	\$611,98
20	\$625,67	\$13,69	\$611,98	\$0,00

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.19.3 Costos directos

Tabla 49
Costos directos

Materia Prima y Materiales Directos				
Detalle	Cantidad	C. Unitario	C. Mensual	C. Anual
Aretes	2.052	\$3,75	\$7.696,00	\$92.352,00
Pulseras y collares	1.442	\$7,20	\$10.383,36	\$124.600,32
Anillos	832	\$2,10	\$1.747,20	\$20.966,40
Billeteras	666	\$5,60	\$3.727,36	\$44.728,32
Llaveros	555	\$2,20	\$1.220,27	\$14.643,20
TOTAL			\$24.774,19	\$297.290,24

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Tabla 50

Costos

COSTOS DIRECTOS	\$297.290,24
Cantidad de artesanías vendidas en el año	66.560
COSTO UNITARIO	\$4,47
Margen de comercialización: 25%	\$1,12
PRECIO DE VENTA AL MAYORISTA	\$5,58
IVA 12%	\$0,67
PRECIO DE VENTA SUGERIDO AL PÚBLICO	\$6,25

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.19.4 Ingresos del negocio Artesanía

Tabla 51

Ingresos

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
<i>Aretes</i>	24.627	24.627	24.627	24.627	24.627
Precio al mayorista	\$4,30	\$4,34	\$4,39	\$4,43	\$4,47
	\$105.896,9	\$106.955,9	\$108.025,4	\$109.105,7	\$110.196,8
Subtotal	6	3	9	4	0
<i>Pulseras y collares</i>	17.306	17.306	17.306	17.306	17.306
Precio al mayorista	\$9,00	\$9,09	\$9,18	\$9,27	\$9,37
	\$155.750,4	\$157.307,9	\$158.880,9	\$160.469,7	\$162.074,4
Subtotal	0	0	8	9	9
<i>Anillos</i>	9.984	9.984	9.984	9.984	9.984
Precio al mayorista	\$2,60	\$2,63	\$2,65	\$2,68	\$2,71
	\$25.958,40	\$26.217,98	\$26.480,16	\$26.744,97	\$27.012,42
Subtotal					
<i>Billeteras</i>	7.987	7.987	7.987	7.987	7.987
Precio al mayorista	\$7,00	\$7,07	\$7,14	\$7,21	\$7,28
	\$55.910,40	\$56.469,50	\$57.034,20	\$57.604,54	\$58.180,59
Subtotal					
<i>Llaveros</i>	6.656	6.656	6.656	6.656	6.656
Precio al mayorista	\$2,75	\$2,78	\$2,81	\$2,83	\$2,86
	\$18.304,00	\$18.487,04	\$18.671,91	\$18.858,63	\$19.047,22
Subtotal					
TOTAL	\$361.820	\$365.438	\$369.093	\$372.784	\$376.512

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.19.5 Nómina de pago

Tabla 52
Nómina de pago

Cargo	Nómina de Pago			Provisión de Beneficios Sociales								
	Sueldo	Aporte		Total a pagar	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo	Aporte	Total Beneficios	Total Mensual	Total Anual
		(IESS)	Individual					de Reserva	(IESS) Patronal			
Gerente General	\$800,00	\$0,00	\$800,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$800,00	\$9.600,00
Ayudante 1	\$408,74	\$38,22	\$370,52	\$34,06	\$34,06	\$17,03	\$0,00	\$45,57	\$130,73	\$501,25	\$501,25	\$6.014,98
Ayudante 2	\$408,74	\$38,22	\$370,52	\$34,06	\$34,06	\$17,03	\$0,00	\$45,57	\$130,73	\$501,25	\$501,25	\$6.014,98
Supervisor de Producción	\$700,00	\$0,00	\$700,00	\$58,33	\$34,06	\$29,17	\$0,00	\$78,05	\$199,61	\$899,61	\$899,61	\$10.795,34
Asistente de Ventas	\$700,00	\$65,45	\$634,55	\$58,33	\$34,06	\$29,17	\$0,00	\$78,05	\$199,61	\$834,16	\$834,16	\$10.009,94
Vendedor	\$408,74	\$38,22	\$370,52	\$34,06	\$34,06	\$17,03	\$0,00	\$45,57	\$130,73	\$501,25	\$501,25	\$6.014,98
Cajero	\$408,74	\$38,22	\$370,52	\$34,06	\$34,06	\$17,03	\$0,00	\$45,57	\$130,73	\$501,25	\$501,25	\$6.014,98
TOTALES	\$3.834,95	\$218,32	\$3.616,63	\$252,91	\$204,37	\$126,46	\$0,00	\$338,40	\$922,13	\$4.538,77	\$54.465,19	

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.19.6 Proyección a 5 años

Tabla 53
Proyección a 5 años

AÑO	2020	2021	2022	2023	2024
Gastos Administrativos					
Sueldo Gerente General	\$10.795,34	\$10.924,88	\$11.055,98	\$11.188,65	\$11.322,92
Gastos en Capacitación	\$300,00	\$303,60	\$307,24	\$310,93	\$314,66
Tasas, permisos municipales	\$280,00	\$283,36	\$286,76	\$290,20	\$293,68
Servicios básicos tienda	\$300,00	\$303,60	\$307,24	\$310,93	\$314,66
Suministros de oficina	\$600,00	\$607,20	\$614,49	\$621,86	\$629,32
Subtotal	\$12.275,34	\$12.422,64	\$12.571,71	\$12.722,57	\$12.875,24
Gastos de Ventas					
Sueldo Jefe de Ventas	\$10.009,94	\$10.130,06	\$10.251,62	\$10.374,64	\$10.499,13
Sueldo Vendedores/Cajero	\$12.029,96	\$12.174,32	\$12.320,41	\$12.468,25	\$12.617,87
Publicidad, promociones	\$296,50	\$300,06	\$303,66	\$307,30	\$310,99
Subtotal	\$22.336,40	\$22.604,43	\$22.875,69	\$23.150,19	\$23.428,00
TOTAL	\$34.611,73	\$35.027,07	\$35.447,40	\$35.872,77	\$36.303,24

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.19.7 Resultados / Proyección a 5 años

Tabla 54
Resultados proyectados a 5 años

Cuentas	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por ventas	\$361.820	\$365.438	\$369.093	\$372.784	\$376.512
(-) Costo de Venta	-\$297.290	-\$300.858	-\$304.468	-\$308.122	-\$311.819
(=) Utilidad Operativa	\$64.530	\$64.581	\$64.625	\$64.662	\$64.692
(-) Gastos Administrativos	-\$12.275	-\$12.423	-\$12.572	-\$12.723	-\$12.875
(-) Gastos de Venta	-\$22.336	-\$22.604	-\$22.876	-\$23.150	-\$23.428
(-) Depreciación	-\$670	-\$670	-\$670	-\$670	-\$670
(=) U.A.I.I.	\$29.248	\$28.884	\$28.507	\$28.119	\$27.719
(-) Gastos Financieros	-\$840	-\$686	-\$518	-\$335	-\$134
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$28.408	\$28.197	\$27.989	\$27.785	\$27.585

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.19.8 Punto de equilibrio

Tabla 55

Punto de equilibrio

Ventas	\$366.444,00	\$370.108,44	\$373.809,52	\$377.547,62	\$381.323,10
C. Variable	\$39.208,00	\$39.678,50	\$40.154,64	\$40.636,49	\$41.124,13
C. Fijo	\$33.672,43	\$34.076,50	\$34.485,42	\$34.899,24	\$35.318,04
% equilibrio	19,89%	19,93%	19,97%	20,01%	20,05%
Q. equilibrio	2.068	2.073	2.077	2.081	2.085
V. equilibrio	\$72.880,43	\$73.755,00	\$74.640,06	\$75.535,74	\$76.442,17

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.19.9 Flujo de caja proyectado

Tabla 56

Flujo de caja proyectado

Años	2020	2021	2022	2023	2024	2025
A) INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas al contado		\$331.668	\$334.985	\$338.335	\$341.718	\$345.136
Cobros por ventas a crédito			\$30.152	\$30.453	\$30.758	\$31.065
Total		\$331.668	\$365.137	\$368.788	\$372.476	\$376.201
B) EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores		\$297.290	\$300.858	\$304.468	\$308.122	\$311.819
Pago de gastos administrativos		-\$12.275	-\$12.423	-\$12.572	-\$12.723	-\$12.875
Pago de gastos de venta		-\$22.336	-\$22.604	-\$22.876	-\$23.150	-\$23.428
Total		\$331.902	\$335.885	\$339.915	\$343.994	\$348.122
C) FLUJO OPERACIONAL		-\$233	\$29.252	\$28.873	\$28.482	\$28.079
D) FLUJO DE INVERSIÓN						
Inversiones en propiedad, planta y equipo	-\$3.350					
Otros egresos por inversiones	-\$29.664			-\$1.450		
Otros ingresos por inversiones	\$0					
Total	-\$33.014	\$0	\$0	-\$1.450	\$0	\$0
E) FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos por préstamo en CFN	\$10.000					
Pago de capital		-\$1.662	-\$1.816	-\$1.984	-\$2.168	-\$2.369
Pago de intereses		-\$840	-\$686	-\$518	-\$335	-\$134
Total	\$10.000	-\$2.503	-\$2.503	-\$2.503	-\$2.503	-\$2.503
F) FLUJO NETO GENERADO	-\$23.014	-\$2.736	\$26.749	\$24.920	\$25.979	\$25.576
Saldo inicial de caja	\$24.774	\$1.761	-\$976	\$25.774	\$50.694	\$76.673
G) SALDO FINAL DE CAJA	\$1.761	-\$976	\$25.774	\$50.694	\$76.673	\$102.249

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

4.19.10 Índices financieros

Tabla 57
Índices financieros

TMAR	24,64%
VAN	\$24.149
TIR	55,88%
Payback	2,1 años
Relación C/B	\$2,05

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

Para obtener la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR), se emplearon dos modelos: el CAPM y el WACC.

$$\text{CAPM} = r = R_f + \beta (R_m - R_f) + RP$$

Dónde:

- R_f Tasa libre de riesgo (bonos del tesoro americano a 5 años = 3,01%)
- β Riesgo no sistemático apalancado (dispersión de acciones de la industria = 0,75)
- R_m Rentabilidad del mercado (de acciones similares en el NYSE = 11,83%)
- RP Riesgo País (BCE = 21,83%) (A septiembre del 2020).

$$r = 31,46\%$$

Una vez obtenida la tasa de costo de capital para los accionistas del proyecto, se calcula el promedio ponderado del capital, tomando en consideración la deuda que se va a adquirir con el Banco.

Tabla 58
Tipo de aportación

Tipo de aportación	Aporte %	Costo %	Total %
Accionistas	70%	31,46%	22,02%
Crédito bancario	30%	8,95%	2,62%
WACC			24,64%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

En los resultados finales del análisis financiero se considera una TMAR del 24,26%, lo que permitió obtener un Valor Actual Neto (VAN) de \$24.149; mientras que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 55,88%. En lo que corresponde al Payback, en 2,1 años se recupera la inversión y la Relación costo/beneficio C/B de \$2,05 establece que por cada dólar invertido en el proyecto, se obtiene una ganancia neta de \$1,05. Los indicadores financieros de rentabilidad, permiten establecer que el presente proyecto es viable desde un punto de vista financiero.

4.19.11. Análisis de Sensibilidad

Se consideraron tres escenarios para el presente análisis: uno *conservador* (que es el presentado), uno *optimista* (con un incremento en los precios de venta al mayorista en un 5% anual), y uno *pesimista* (con un decrecimiento en los precios de venta al mayorista en un 5% anual). Los resultados obtenidos en los principales indicadores de rentabilidad (VAN y TIR), se resumen en la siguiente Tabla:

Tabla 59
Análisis de Sensibilidad por escenarios

Indicadores de Rentabilidad	Escenario Conservador	Escenario Pesimista	Escenario Optimista
VAN	\$24.149,00	-\$22.091	\$72.701
TIR	55,88%	-7,66%	117,44%

Elaborado por: Baque, K. & Rivas, A. (2020)

El presente análisis de sensibilidad por escenarios, permite observar que el proyecto es muy sensible ante variaciones del precio de venta, pues con una disminución de tan solo el 5%, se obtienen indicadores negativos, mientras que con un aumento también del 5%, se obtiene una TIR de 117%. Por lo tanto, el precio final debe ser una variable a tomar en cuenta a la hora de ofrecer descuentos o algún tipo de promoción.

Conclusiones

Las conclusiones se establecieron de acuerdo a los objetivos específicos de la investigación:

En el proceso de la investigación se logró diagnosticar la situación actual de accesorios artesanales en el mercado Ecuatoriano, que son valorizados por el aporte a la cultura manabita y a conservar las tradiciones de los pueblos, desde ese punto de vista se consideró la importancia de diseñar un plan de negocios para llevar a cabo las diferentes ideas que puede ser estructurada y llegar al desarrollo de un proyecto empresarial, permitiendo la creación de un emprendimiento que aporta a la disminución de la tasa de desempleo y contribuye al desarrollo del trabajo.

Desde este contexto, se concluyó que al determinar el proceso del diseño de los accesorios artesanales se debe tomar en cuenta la calidad de la materia prima, la mano de obra calificada y la ubicación adecuada para las ventas y comercialización de los productos elaborados.

Considerando las perspectivas investigadas, se concluyó que elaborar un plan de marketing y una estructura organizacional adecuada permitirá llevar el desarrollo del negocio de manera adecuado, considerando el diseño de un nombre estratégico, logotipo, visión, misión, valores que sustente la finalidad que tiene en abarcar un mercado que busca contribuir a perennizar la cultura y al cuidado del medio ambiente, utilizando materiales reciclados que fomentan la cultura del reciclaje.

Al momento de evaluar la viabilidad financiera se consideró la inversión inicial del negocio, consecuentemente se determinó el financiamiento del proyecto, los egresos y el costo de la implementación del negocio, los resultados de la TMAR fue 24,26%, lo que permitió obtener un Valor Actual Neto (VAN) de \$24.149; mientras que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 55,88%. En lo que corresponde al Payback, en 2,1 años se recupera la inversión y la Relación costo/beneficio C/B de \$2,05, por lo tanto el proyecto es viable para su implementación.

Recomendaciones

Entre las recomendaciones se consideró los siguientes puntos:

Tomar en consideración que todo emprendimiento se convierte en una pequeña o mediana empresa, considerándosela una MIPYMES que contribuye eficientemente fortalecer la economía de los países, generando empleos que mejoran el entorno económico, y apoyan a crear las condiciones de buen desarrollo que derivan en el aporte al crecimiento personal de quien crea un negocio.

Desde este punto de vista, nace la importancia de crear un plan de negocios que dirija los pasos que debe seguir un nuevo negocio, estableciendo un vínculo directo con el plan de marketing que aporte al desarrollo de estrategias adecuadas que aporten al mejoramiento de la comercialización de los productos o servicios que se desarrollen.

Considerar los resultados del análisis financiero, en los que se evidencia la factibilidad del negocio, asumiendo que el punto de equilibrio fija una recuperación de la inversión en dos años aproximadamente, lo que indica la rentabilidad del negocio.

Finalmente se recomienda considerar la importancia que tienen los valores de preservar la cultura de los pueblos con el desarrollo de este tipo de artesanías, además resaltar la importancia del cuidado hacia el medio ambiente; ambos puntos fijan las tendencias de un mercado que está en constante desarrollo de productos que se vinculen a proteger la naturaleza.

Bibliografía

- Aquahoy. (2017). *Aquahoy Portal de Información de Acuicultura* . Obtenido de <https://www.aquahoy.com/i-d-i/procesamiento/30064-tendencias-en-el-aprovechamiento-integral-del-pescado>
- Articas, I., Cristales, M., & María, O. (2016). Obtenido de <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/13584/1/14103067.pdf>
- Ávalos, A. (Abril de 2019). Obtenido de <file:///C:/Users/User/Downloads/76903.pdf>
- BBC. (mayo de 2019). Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48186796>
- BCE. (02 de 2020). *BCE*. Obtenido de BCE: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf202002.pdf>
- Bernal, C. (2012). Metodología de la investigación. Tercera edición. En C. Bernal. Colombia: PEARSON.
- Canarias Consevación. (12 de Abril de 2018). Obtenido de Canariasconservacion.org: <https://www.canariasconservacion.org/>
- CANARIASCONSERVACION. (2018). Obtenido de Peces: <https://www.canariasconservacion.org/PECES-2.htm>
- Código Civil. (12 de Noviembre de 2019). <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30771/1/Tesis%20Propuesta%20de%20Plan%20de%20negocio.pdf>. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30771/1/Tesis%20Propuesta%20de%20Plan%20de%20negocio.pdf>
- Código de Trabajo. (2015). *Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic.-2005. Ultima modificación: 19-may.-2017*. Quito: LexisFinder. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/0B048WkRgr8JQZVBvNmUzWUxTeTQ/view>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. (10 de Noviembre de 2014). Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>
- Código Orgánico del Ambiente. (14 de Febrero de 2017). *Registro Oficial Suplemento 983 de 12-abr.-2017*. Quito: LexisFinder. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Codigo-Organico-del-Ambiente.pdf>
- Constitución de la Republica del Ecuador . (2008). https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf. Obtenido de

- https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- El Telégrafo. (07 de Febrero de 2014). Obtenido de Mónica López convierte la piel de pescado en joyas artesanales: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/monica-lopez-convierte-la-piel-de-pescado-en-joyas-artesanales>
- El Telégrafo. (27 de Marzo de 2017). Las artesanías serán parte de la matriz productiva del país. *Economía* .
- El Universo. (14 de Enero de 2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2012/11/19/1/1447/artesantias-piel-pescado-salen-puerto-lopez.html>
- Entornoturistico . (2019). *Entornoturistico* . Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/puerto-lopez/>
- Fernández, M. (11 de Octubre de 2017). *Paradais Sphynx*. Obtenido de Escamas de los peces, características y tipos: <https://peces.paradais-sphynx.com/anatomia-fisiologia/escamas-peces.htm#introduccion>
- Ferrel, O., & Hartline, M. (2017). *Estrategia de Marketing*. México: Cengage Learning.
- Filion, Louis ; Mejia-Morelos, Jorge ; Cisneros, Luis. (2016). *Administración de Pymes* . México: Pearson Educación .
- fish, F. (2016). <http://freshfishecuador.com.ec/es/4005-2/>. Obtenido de <http://freshfishecuador.com.ec/es/4005-2/>
- Flasco. (16 de Diciembre de 2019). Obtenido de Artesanía Patrimonial : <https://biblio.flascoandes.edu.ec/libros/digital/53562.pdf>
- Giraldo, C. (2016). *Manual para la elaboración de planes de negocios* . Cali - Colombia : ISBN: 978-958-8575-22-3.
- Google Maps . (s.f.). Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Puerto+L%C3%B3pez/@-1.5543317,-80.8249571,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902c209e7da5d7f1:0x760b16a06ba83fd3!8m2!3d-1.5539322!4d-80.8045568>
- Herminda , J., & Ávila , A. (2015). *Propuesta de factibilidad para la creación de una tienda virtual personalizada de calzado femenino, elaborado con piel de tilapia en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/3358>

- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación Sexta Edición. México: Mc Graw Hill Education.
- Ibarra, A., & Castrillo, A. (12 de Octubre de 2019). El emprendedor . *Eumet.net*.
- Indemer. (2010). Obtenido de <https://www.colombiamercadeo.com/documentos-de-aprendizaje/4-documentos-para-aprendizaje/50-calcule-su-muestra-gratuitamente.html>
- Industria Pesquera Santa Priscila . (24 de Septiembre de 2019). Obtenido de <http://www.santapriscila.com/es/pielyescamas.html>
- Industrial Pesquera SANTA PRISCILA S.A.* (2014). Obtenido de <http://www.santapriscila.com/es/pielyescamas.html>
- INEC. (2010). Obtenido de Censo de Población y Vivienda : <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>
- Ishikawa, K. (30 de Septiembre de 2016). Obtenido de <https://www.aiteco.com/ebook-diagrama-de-ishikawa/>
- La Hora. (18 de Diciembre de 2019). Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101553486/piel-de-pescado-para-fabricar-accesorios>
- Ley de Compañías . (2017). *Registro Oficial 312 de 05-nov.-1999, Ultima modificación: 29-dic.-2017*. Quito: LexisFinder.
- Ley de Defensa del Artesano . (2008). <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>. Obtenido de <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>
- LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO*. (14 de Mayo de 2008). Obtenido de <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>
- Ley de Defensa del Artesano. (14 de Mayo de 2008). Registro Oficial 71 de 23-may.-1997. Quito, Pichincha , Ecuador : Lexis Finder. Obtenido de Ultima modificación: 14-may.-2008.
- Ley de Gestión Ambiental, Codificación . (2004). *Registro Oficial Suplemento 418 de 10-sep-2004*. Quito: LexisFinder.

- LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION*. (10 de Septiembre de 2004).
Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Maps, G. (2019). *Google Maps*. Obtenido de Google Maps:
<https://www.google.com/maps/place/Avenida+Alejo+Lascano+%26+9+de+Octubre,+Jipijapa/@-1.351142,-80.5822173,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902c11d6e1c02f19:0x15a71a4b48f9d710!8m2!3d-1.3511474!4d-80.5800286>
- Maryanne, D. R. (2014). *Administración de Contabilidad , Costos y Control (QUINTA EDICIÓN)*. Cengage Learning Editores, S.A.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (4 de Noviembre de 2019). Obtenido de MIPRO llama a construir colectivamente Ley de Fomento Artesanal:
<https://www.presidencia.gob.ec/mipro-llama-a-construir-colectivamente-ley-de-fomento-artesanal/>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/mas-de-32-000-turistas-visitaron-puerto-lopez-atraidos-por-las-ballenas-jorobadas/>
- Ministerios de Acuicultura y pesca. (2020).
<http://acuaculturaypesca.gob.ec/subpesca3121-sector-pesquero-de-puerto-lopez-fortalece-conocimientos-en-la-elabo>. Quito .
- Morejón, M. (2017). *Bisutería y la innovación* . Piura : Celix.
- Moron, M. (16 de Febrero de 2020). Obtenido de Academia.edu:
https://www.academia.edu/37004841/PROYECTO_DE_INVESTIGACION_BISUTERIA
- Noticia, la Hora* . (2015). Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/noticia/1101553486/noticia>
- O. C. Ferrell, Michael D. Hartline. (2012). *Estrategia de Marketing*. México: Cengage Learning Editores.
- Ochoa, P. (2014). *APLICACIÓN TEXTIL DE LA PIEL DE PESCADO Proceso de Curtido y Experimentación*. Azuay.
- Ochoa, P. (16 de Abril de 2017). Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/11230.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO. (15 de Diciembre de 2019). Obtenido de [fao.org: http://www.fao.org/fi/oldsite/FCP/es/EQU/BODY.HTM](http://www.fao.org/fi/oldsite/FCP/es/EQU/BODY.HTM)

- Panchana, C. (2 de Enero de 2020). *file:///C:/Users/user/Downloads/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20DE%20UNA%20PLANTA%20DE%20CURTIDO%20DE%20%20PIEL%20DE%20PESCADO%20PARA%20ELABORACI%C3%93N.pdf*. Obtenido de *file:///C:/Users/user/Downloads/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20DE%20UNA%20PLANTA%20DE%20CURTIDO%20DE%20%20PIEL%20DE%20PESCADO%20PARA%20ELABORACI%C3%93N.pdf*
- Prado, L. A. (2015). *Piel de pescado*. Obtenido de Cueronet: <https://www.biblioteca.org.ar/libros/cueros/pescado.htm>
- Prieto, C. (2015). En *Emprendimiento Conceptos y plan de negocios*. México: Pearson.
- REVISTAS LIDERES . (2018). Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/flota-pesca-ecuador-embarcaciones-informe.html>
- Sandhusen, R. (2016). *Mercadotecnia* . México: Pearson.
- SOMOSEMPRENDEDORES. (25 de Agosto de 2017). Obtenido de ¿Cómo obtener la calificación de artesano?: <https://sosomeprendedores.byclaro.com.ec/como-obtener-la-calificacion-de-artesano/>
- SRI. (2 de Agosto de 2020).
- Superintendencia de compañías, valores y seguros. (12 de Junio de 2019). *Superintendencia de compañías , valores y seguros*. Obtenido de Superintendencia de compañías , valores y seguros: <https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/>
- TELEGRAFO. (2016). *TELÉGRAFO*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/88/8/las-artesantias-seran-parte-de-la-matriz-productiva-del-pais>
- Thompson, G. P. (2016). *Administración Estratégica*. México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Uribe, E. (2 de Agosto de 2020). Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/342205>
- Valdez, H. (2015). Obtenido de Ug.ec: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/17639/1/TESIS%202015%20VALDEZ%20HEVER1111.pdf>
- Weinberger , K. (2016). *Plan de negocios* . Perú: USAID.
- WWF. (12 de Octubre de 2019). https://www.wwf.org.ec/nuestro_trabajo/pesquerias/. Obtenido de https://www.wwf.org.ec/nuestro_trabajo/pesquerias/

ANEXOS

Anexo 1.

FORMATO DEL DISEÑO DE ENTREVISTA

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

Nombre del entrevistado:

Buenos días / tardes.

1. ¿De qué material están hechas sus artesanías?
2. ¿Dónde consigue Ud. el material para elaborar sus artesanías?
3. ¿Sus artesanías están elaboradas para uso cotidiano?
4. ¿Cómo aprendieron a realizar este tipo de artesanías?
5. ¿Hace cuánto tiempo están elaborando artesanías?
6. ¿Dónde vende sus artesanías?
7. ¿Cuál es su producto más vendido?
8. ¿Cuánto produce anualmente?
9. ¿Qué opina sobre artesanías elaboradas con residuo de piel y escama de pescado?

Anexo 2

FORMATO DEL DISEÑO ENCUESTA

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Pregunta 1: Género

- Femenino*
- Masculino*

Pregunta 2 Edad

- 18 -25 años*
- 26 -35 años*
- 36 - 45 años*
- 46 - 55 años*
- 56 -75 años*

Pregunta 3 ¿Ud. ha elaborado artesanía? Si la respuesta es afirmativa se continúa la encuesta, en caso de ser negativa se termina la encuesta.

- SÍ*
- NO*

Pregunta 4 ¿Ud. al momento de elaborar una artesanía que le interesa más... (Respuesta múltiple)

- Diseño innovador*
- Calidad en la materia prima*
- Aportar al cuidado del medio ambiente*
- Continuar con la tradición artesanal*
- Color*

Pregunta 5 ¿Cómo usted calificaría las artesanías que se elaboran en Puerto López?

- Muy interesante*
- Interesante*
- Poco interesante*
- Nada interesante*

Pregunta 6 ¿Qué opina usted sobre las artesanías elaboradas con piel y escama de pescado?



- Muy interesante*
- Interesante*
- Poco interesante*
- Nada interesante*

Pregunta 7 ¿Considera usted que reciclar la piel y escama de pescado para elaborar artesanía ayuda a mejorar la economía en el hogar?

- SÍ*
- NO*
- Tal vez*

Pregunta 8 ¿Usted produciría artesanías, elaboradas con piel y escamas de pescado para comercializarlas?

- SÍ*
- NO*
- Tal vez*

Pregunta 9 ¿En qué lugar, del cantón Puerto López, le gustaría comercializar las artesanías elaboradas con piel y escamas de pescado?

-
- Feria artesanal*
- Mercado artesanal*
- Internet / redes sociales*
- Sitios artísticos*

Pregunta 10 ¿Qué le gustaría recibir para iniciar este emprendimiento?

-
- Capacitación para elaborar artesanías con escamas y piel de pescado*
- Apoyo gubernamental para comprar equipos*
- Conocer dónde puedo venderlos*
- Otros / préstamos con bajos intereses*

Pregunta 11 ¿Qué tipo de productos artesanales le gustaría elaborar?

- Collares*
- Aretes*
- Pulseras*
- Carteras / billeteras*
- Llaveros*

Anexo 3

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS DE PUERTO LÓPEZ

TIENDA DE ACCESORIOS ARTESANAL "BLUEFISH"

1. Género

- Masculino
- Femenino

2. Edad

- 18 -25 años
- 26 -35 años
- 36 - 45 años
- 46 - 55 años
- 56 -75 años

3. Tipo de turista

- Nacional
- Extranjero

4. Ud. ha comprado artesanía

- Si
- No

5. Ud. al momento de adquirir una Artesanía que es lo q más le atrae (varias alternativas)

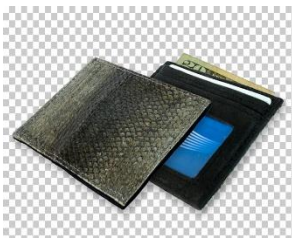
- Valor
- Diseño
- Innovación
- Color
- Calidad
- Tradición
- Antigüedad

6. Como usted calificaría las artesanías del ECUADOR

- Muy buena
- Buena

- Ni buena, ni mala*
- De mala calidad*
- De pésima calidad*

7. Qué opina usted sobre las artesanías elaboradas a piel y escama de pescado



- Muy interesante
- Interesante
- Poco interesante
- Nada interesante

8. Considera usted que al reciclar la piel y escama de pescado se está ayudando a mejorar la matriz productiva y conservar el medio ambiente

- Si
- No
- Tal vez

9. Porque razón le gustaría adquirir artesanías que ayuden al medio ambiente

- Comprar productos innovadores
- Mantener la cultura y tradición
- Ayudar a preservar el ecosistema
- Le gustan las artesanías

10. Donde le gustaría adquirir estas artesanías

- Ferias artesanales
- Mercado artesanales
- Internet

Anexo 4

Fotografías



Las investigadoras al momento de la realización de encuestas



Las investigadoras observando el proceso de quitar la piel al pescado



Momentos en que pescadores de la zona efectúan la extirpación de la piel en el pescado

Anexo 5

Selección para la muestra

Edad	Hombres	Mujeres	Total
18	79	81	160
19	78	77	155
20	95	81	176
21	72	82	154
22	111	71	182
23	98	79	177
24	75	72	147
25	95	71	166
26	75	60	135
27	73	62	135
28	62	62	124
29	51	55	106
30	79	65	144
31	53	49	102
32	55	50	105
33	52	46	98
34	51	47	98
35	50	56	106
36	53	55	108
37	55	37	92
38	45	53	98
39	41	30	71
40	57	44	101
41	33	32	65
42	49	19	68
43	33	30	63
44	34	29	63
45	52	45	97
46	32	25	57
47	26	31	57
48	31	42	73
49	24	29	53
50	36	29	65
51	24	24	48
52	32	23	55
53	23	25	48
54	28	24	52
55	19	22	41
56	24	15	39
57	15	21	36

58	20	14	34
59	14	10	24
60	22	20	42
61	16	13	29
62	15	23	38
63	15	20	35
64	24	14	38
65	26	15	41
66	14	12	26
67	14	14	28
68	15	13	28
69	12	11	23
70	21	14	35
71	8	13	21
72	12	4	16
73	9	13	22
74	11	8	19
75	10	17	27
	2348	2098	4446

[http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/EasyCross?&BASE=CPV2001
&ITEM=EDAD&MAIN=WebServerMain.inl](http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/EasyCross?&BASE=CPV2001&ITEM=EDAD&MAIN=WebServerMain.inl)