



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

TEMA

DISEÑO E IMPLEMENTACION DE LA CAMPAÑA –CREA TU PROPIO PLAN DE
NEGOCIOII PARA LOS COLEGIOS ARTESANALES DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE
LICENCIADO EN MERCADOTECNIA

TUTOR:

LCD. ORLANDO BRIGANTE

AUTORES:

JUAN CARLOS CAMACHO JORDAN
MARIELLA DENISSE TORRES OCHOA

GUAYAQUIL-ECUADOR

2011

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a una persona muy especial que se me adelanto en el camino y se que esta junto a Dios, esperándome, gracias Don Gus por haberme dejado la mejor herencia tus conocimientos y enseñanza.

Gracias Papá por todo.

Camacho Jordan Juan Carlos

AGRADECIMIENTO

Agradezco mis hermanos y a mi familia que siempre han estado en los buenos y malos momentos, pero en especial deseo agradecer a mi señora madre que nunca dejo de darme su apoyo para poder terminar mi carrera por eso y por mucho mas no me alcanzara la vida para darte las gracias Biquita.

Camacho Jordan Juan Carlos

CERTIFICACION DE LOS AUTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

Guayaquil, 21 de Abril 2011

Certifico que el Proyecto de Investigación titulado **Diseño e Implementación De La Campaña “Crea Tu Propio Plan De Negocio” para los colegios artesanales de la ciudad de Guayaquil,** ha sido elaborado por las Srta. Mariela Torres Ochoa y el Señor Juan Carlos Camacho bajo mi tutoría, y que el mismo reúne los requisitos para ser defendidos ante el Tribunal.

Examinador que se designe al efecto.

LCD. ORLANDO BRIGANTE

INTRODUCCION

En diferentes lugares del continente Americano, el sistema Económico se está dirigiendo más a la implementación de las pequeñas empresas artesanales que generan trabajo y productos de interés nacional e internacional.

Es por lo que el interés de realizar capacitaciones a los estudiantes secundarios para que se enrumbe a la elaboración de empresas artesanales que se profesionalicen en áreas como la belleza, mecánica, gastronomía, Pastillaje, electricidad, carpintería entre otras que generan la utilización del elemento humano como principal recurso y a la vez maquinarias generadoras de trabajo y eficiencia.

La actividad micro empresarial es por hoy la más importante del país no sólo porque da ocupación al 60% de la PEA sino porque aporta positivamente al PIB.

Los programas micro empresariales de crédito estuvieron dirigidos a combatir la pobreza y el desempleo, sin embargo, no han tenido la suficiente cobertura ya que estos créditos no han sido debidamente manejados por los funcionarios del Estado encargados de la entrega de los mismos.

Las actividades micro empresariales características del Ecuador son: Turismo, Confección (textil y cuero), Productos Artesanales (artesanías), Agricultura (granos) y Pesca Artesanal El Ecuador tiene una tradición de producción artesanal en la actividad micro empresarial, la mayor parte del empleo artesanal se ubicó en la rama textil, vestuario y cuero; luego le siguió la madera, metales y alimentos.

INDICE

Contenido

1.	Diseño de la Investigación	9
1.1	Antecedente de la Investigación	9
1.2	Problema de la Investigación	10
1.2.1	Planteamiento del problema	10
1.2.2	Formulación del Problema de investigación	10
1.2.3	Sistematización del problema de investigación:	10
1.3	Objetivos de la investigación.	11
1.3.1	Objetivo general:	11
1.3.2	Objetivos específicos:	11
1.4	Justificación de la Investigación:	11
1.5	Marco de referencia de la investigación.	12
1.5.1	Marco teórico:	12
1.5.1.1	PLAN DE NEGOCIOS	23
1.5.1.2	LA ORGANIZACIÓN	34
1.5.1.3	EN CONCLUSION	37
1.5.2	MARCO CONCEPTUAL.-	41
1.6	Formulación de Hipótesis	43
1.6.1	Hipótesis general:	43
1.6.2	Hipótesis particulares:	43
1.6.3	VARIABLES	44
1.6.3.1	Variables Dependientes	44
1.6.3.2	Variables Independientes	44
1.7	Aspectos metodológicos de la investigación.	44
1.7.1	Tipo de estudio:	45
1.7.2	Población y Muestra	45
1.7.3	Métodos, Fuentes y Técnicas de recolección de información	45
1.7.3.1	Método Teórico:	45
1.7.3.2	Método Empírico:	46
1.7.3.3	La técnica de la entrevista:	47
1.7.3.4	La técnica de la lectura científica:	47
1.7.4	Tratamiento de la información:	48
1.8	Resultados e impactos esperados	48
1.9	Cronograma	49
2	Análisis de la Situación Actual	50

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

2.1	Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas	53
2.2	Análisis y test de Evaluación de los estudiantes Artesanales de los centros educativos	55
2.3	Test Evaluación del interés Empresarial Artesanal.....	55
2.3.1	Análisis del test de emprendimiento artesanal.....	57
2.3.2	Cuadro de análisis del Emprendimiento e interés de un negocio Artesanal.	58
2.3.3	Análisis de las preguntas más relevantes del test de emprendimiento artesanal.....	60
2.3.4	Promedio General de conocimiento de un plan de negocio en el test realizado.....	64
2.3.5	RESULTADOS de entrevistas	65
2.4	Verificación de Hipótesis	68
3	Implementación de un plan de negocio para estudiantes de centros artesanales de la ciudad de Guayaquil.....	69
3.1	Objetivos básicos de realización de un Plan de Negocio Artesanal	69
3.1.1	Como se desarrolla un Plan de Negocio Artesanal.....	70
3.1.2	La Idea Artesana en Manifiesto en el mercado.....	70
3.1.3	Elementos Técnicos y estratégicos en la elaboración de un plan de negocio para estudiantes en los centros artesanales.....	71
3.1.4	Objetivos específicos de un estudio técnico.....	72
3.1.5	Características de los estudios técnicos en un plan de negocio artesana....	72
3.1.6	Selección Y Determinación Del Proceso De Producción	74
3.1.7	Selección Y Especificación De Equipo Y Maquinarias	75
3.1.8	Distribución del interior de la planta o lay – out en un plan de negocio artesanal.....	77
3.1.9	Principios a considerar en un estudio de distribución de artesanías y servicios.....	78
3.2	PLANIFICACION ESTRATEGICAS DE LAS UNIDADES DE PRODUCCION EN LOS COLEGIOS ARTESANALES	78
3.2.1	MISIÓN DE LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN DE LOS COLEGIOS ARTESANALES.....	80
3.2.2	Visión de Las empresas artesanales	80
3.2.3	OBJETIVOS.....	81
3.2.4	ESTRATEGIAS COMPETITIVAS DE LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN	81
3.2.5	Análisis FODA de las Unidades de Producción a desarrollar en el plan de negocio	82
3.3	Productos a fabricar Unidades de Producción de los colegios artesanales	84
3.4	Proceso De Producción artesanal y de servicio.	90
3.4.1	COSTÓS DE ADMINISTRACIÓN.	92
3.4.2	COSTOS DE VENTA.	92

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

3.4.3	Localización y Organización de un plan de Negocio Artesanal	92
3.5	Diagrama estructura sobre la localización del negocio por parte del artesano	94
3.5.1	Objetivos Generales de la Localización y ubicación del local, industria o planta dentro del plan de negocio	94
3.5.2	Organización de la empresa Artesanal al aplicar un Plan de Negocio	95
3.5.3	Objetivos específicos de organización artesanal.....	96
3.5.4	Organización De La Empresa artesanal en base a un plan de negocios estratégico.....	96
3.6	Presupuesto de un Plan de negocio artesano	97
3.7	Cuadro de los principales temas a considerar en el presupuesto del artesano en un plan de negocio	98
3.7.1	Punto de equilibrio.	99
3.7.1.1	PRUEBA PUNTO DE EQUILIBRIO.....	100
3.7.2	TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR).	101
3.7.3	Proyecciones en un Plan de Negocio (Ejemplo).....	103
3.7.4	Indicadores de Análisis en un Plan de Negocio.....	104
3.7.5	CÓMO REALIZAREMOS NUESTRO PLAN DE NEGOCIO PASO A PASO 108	
3.7.6	Perfil Principal del Plan de Negocio a ejecutarse en los colegios artesanales 108	
4	Conclusiones y recomendaciones	112
5	BIBLIOGRAFIA.....	112

CAPITULO 1

1. Diseño de la Investigación

1.1 Antecedente de la Investigación

Actualmente los colegios artesanales ofrecen al mercado profesional a empleados sin cultura de emprendimiento, de esta forma extendiendo sus horizontes, opera en un mercado en constante crecimiento, una constante inversión en nuevas tecnologías y procesos aseguran productos de excelente calidad a precios realmente competitivos, ventajas fundamentales para los mercados actuales.

Es por esto que veo oportuno y rentable crear un plan estratégico de negocio en el cual se ofrezca: los servicios y productos y otros artículos para la comunidad que sean Elaborados por artesanos Profesionales que se irán incrementado día a día en el aparato productivo del país, Este impulso que da la Facultad de Marketing de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil a través de su departamento de Investigaciones CIU, la tutoría y los estudiantes creadores del presente proyecto, en conjunto con los diferentes colegios artesanales de la ciudad, tiende a ser pioneros del desarrollo del área artesanal en la ciudad y país,

EL incremento constante de desempleo, la falta de oferta laborales, el incremento de profesionales y estudiantes universitario crean indicadores negativos a la gran escasez de fuentes de trabajo y empleo que existe actualmente, LA idea del presente plan de negocio artesanal es ir incrementando en el futuro, portafolios de productos, todos ellos respaldado por una marca y servicio propio del artesano emprendedor, Que sirve a la comunidad en base a un desarrollo de un marketing social proactivo.

1.2 Problema de la Investigación

1.2.1 Planteamiento del problema

En los diferentes centros de estudios artesanales existentes en el Ecuador, sus estudiantes al graduarse con conocimiento en obras artesanales de productos y servicios, pasan a formar parte del indicador de desempleo y sub empleos existente, sin embargo, muchos optan por otra profesión o rama sin incursionar en lo que estudiaron en los colegios artesanales, creando un serio problema social por la falta de artesanos competentes y falta de fuentes de trabajo.

En la mayor parte de centros artesanales, no existe la cultura de motivar a sus estudiantes a emprender negocios con el arte en sus manos o en su conocimiento para que ellos puedan desenvolverse en base a crear y a formar nuevas fuentes de trabajos para ellos y para la comunidad. Por ello es necesario asesorar en determinados colegios artesanales para que implemente esta cultura basada en capacitar y recomendar las opciones o pasos a seguir para realizar un plan de negocio que beneficie al artesano y a la comunidad.

1.2.2 Formulación del Problema de investigación

El problema de investigación se formulará en base del siguiente cuestionamiento:

¿Cómo Crear el Emprendimiento en los estudiantes de colegios Artesanales para iniciar su propio Negocio?

1.2.3 Sistematización del problema de investigación:

La sistematización la realizaremos en base de las sub preguntas derivadas de la establecida en la formulación y que servirán de guía para nuestra investigación:

§ ¿Qué factores afectan al estudiante para no poner su taller artesanal en base a los conocimientos adquiridos?

§ ¿Cuál es la principal preocupación de los estudiantes artesanales al graduarse?

1.3 Objetivos de la investigación.

1.3.1 Objetivo general:

Dar la oportunidad a los estudiantes artesanos ecuatorianos de crear su propio negocio, obteniendo ganancias y alcanzando un desarrollo personal y profesional significativo, con el respaldo de sus productos y servicios de alta calidad. Generando un ambiente social y emprendedor a todo el Ecuador.

1.3.2 Objetivos específicos:

§ Identificar los factores internos y externos que posee el estudiante que podrían desanimar o deteriorar el interés de emprendimiento.

§ Evaluar el nivel de aprendizaje y calidad de los artesanos para que sean competitivos en el ámbito laboral y profesional.

§ Determinar procesos o estrategias, que puedan aplicar los estudiantes artesanos en el momento de implementar su taller o negocio, así como contribuir a su durabilidad como empresa.

§ Definir el nivel de conocimiento del artesano. Proponer programas de capacitación a través de los gremios.

1.4 Justificación de la Investigación:

El Ecuador, está hoy más expuesto a la competencia Internacional y los microempresarios son la fuerza impulsora de gran número de innovaciones que contribuyen al crecimiento de la economía nacional mediante la creación de empleo, las inversiones y las exportaciones.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

A pesar de la importancia que tienen los artesanos en el país, para la vida económica del país, estas no han sido atendidas como deberían, ocasionándoles ser cada día menos competitivas ante las exigencias de un mundo globalizado.

En muchos casos la falta de conocimiento y de preparación ocasiona este lento crecimiento, es por esta razón, que para poder ofrecerles una solución viable, consideramos necesario la creación de estrategias comerciales que sirvan de directrices para generar más microempresas conformados por talentosos Artesanos ecuatorianos.

Con los antecedentes expuestos aparecen varios justificativos para la presente investigación, en primer lugar es necesario la búsqueda de mecanismos y mejores técnicas que permitan generar un nivel competitivo en los microempresarios artesanales de Guayaquil, para facilitar su Finanzas, administración y dirección logrando identificar a través de un proceso metodológico, todos los problemas que los estudiantes poseen, al no tener las competencias necesarias, impulso y motivación para querer general ingresos como empresario y no como empleado, así daríamos trabajo y cultura de trabajo a las personas de una comunidad.

1.5 Marco de referencia de la investigación.

1.5.1 Marco teórico:

LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL

Los artesanos en la dinámica socio económica del Ecuador:

- 25% de la población vive vinculada a las actividades artesanales. JNDA, 2007.
- 1'500 000 artesanos y artesanas se desempeñan en 261000 talleres calificados por la JNDA y se integran en 980 organizaciones artesanales, regidos por la Ley de Defensa del Artesano. SENPLADES, Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2010.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

- 32 Cámara artesanales en el país integran a sobre los 50000 artesanos que se acogen a la Ley de Fomento Artesanal. FENACA – Cámara Artesanal de Pichincha, 2008.
- 13.5 % de la PEA se dedica a actividades manuales por cuenta propia, es decir artesanales. INEC, censo 2001.
- Se estima que los artesanos no registrados, localizados en la periferia urbana y rural, que combinan la artesanía con actividades agropecuarias y otras, son un número similar.
- Si la población económicamente activa constituye el 60 % de la población total, quiere decir que de 14'000 000 de habitantes (septiembre del 2009), 8'400000 personas están en edad y capacidad de trabajar.
- Si de la PEA, el 13,5 % se dedican a actividades artesanales declaradas, formalmente, en el país son aproximadamente 1'134 000 artesanos.
- Un estudio realizado por el Colegio de profesionales de Mercadotecnia del Ecuador en convenio con la Cámara Artesanal de Pichincha, señala que el 82% de las unidades artesanales son de subsistencia y que en promedio laboraban alrededor de 3 operarios.
- Actualmente, el 8,3 % de la PEA (697 200 personas) está desocupada y el 51, 7% (4'368 000 personas) subocupada, esto significa que el 60 % de la PEA, aproximadamente 5'065 200 personas en edad y capacidad de trabajar, no tienen seguridad de ganarse la vida.
- De la industria ecuatoriana, el 69,3 % constituyen pequeñas y microempresas industriales. Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO, Política Industrial del Ecuador, Registro Oficial No. 535, publicado el 26 de febrero del 2009.

Conclusión:

El aparato productivo en el Ecuador se asienta fundamentalmente en actividades primarias, pequeña y microempresas industriales y en el sector artesanal, con dificultades de competitividad en el mercado interno y externo, sin posibilidad con sus propios medios, de absorber la fuerza laboral disponible.

Características del sector artesanal:

Se desenvuelven en aproximadamente 393 actividades agrupadas en 18 sectores artesanales. Cámara Artesanal de Pichincha, 2009.

Según un estudio realizado por el Colegio de Profesionales de Mercadotecnia del Ecuador, abril del 2008, realizado en convenio con la Cámara Artesanal de Pichincha:

- El 81.16% de los artesanos tienen unidades económicas familiares de subsistencia, esto es, que su principal interés está centrado en asegurar su existencia y no en desarrollar su unidad económica. Esto quiere decir que los ingresos netos de muchas unidades económicas, no llegan al nivel de la canasta básica familiar, cuyo valor es de 519.3 dólares, determinada oficialmente (INEC, septiembre del 2009).
- El 82 % de artesanos no tienen marca para sus productos y servicios
- El 81 % de talleres artesanales tienen entre 1 y 5 operarios, generalmente son familiares.
- El 80 % de artesanos administran su unidad empíricamente, no manejan costos de producción, registros contables básicos, criterios de eficiencia y eficacia, variables mercadotécnicas.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

- El 54% de artesanos desean innovar sus equipos y herramientas; sin embargo no cuentan con capital ni opciones de crédito aceptables.
- El 25 % de artesanos requiere crédito para mejorar su actividad; sin embargo, su realidad les niega como sujetos de crédito, frente a las políticas del sistema financiero. Ejemplo: microcrédito orientado a las actividades económicas muy pequeñas, con las tasas de interés más altas, garantías personales obligadas en circunstancias en que nadie garantiza nada a nadie.
- El 77 % de artesanos suponen que la competencia son sus propios compañeros, constituyéndose dicha percepción en una limitante para la asociatividad.
- El 56 % de artesanos desean mejorar sus conocimientos mediante capacitación, es decir, están conscientes de la necesidad de la actualización.
- El 61 % de artesanos desean ser parte de estrategias de facilitamiento de comercialización, debido a que su propia naturaleza de actividad artesanal le niega la competitividad como individuo (uno frente al mercado).
- El 36 % de artesanos laboran sin permiso municipal, muchos asumen el carácter de ilegales otros suspenden su ilusión de emprender una actividad por su propia cuenta debido a la exigencia de muchos requisitos.
- Sobre el 90 % de artesanos no han logrado acceder al sistema de compras públicas, debido a que el modelo implementado, pese a la diferenciación de modalidades según montos y rubros, pone a todos a competir con los mismos requisitos y las mismas condiciones, a sabiendas de que los artesanos no tienen posibilidades de competir.

Sin embargo de las cifras y sus connotaciones, un sector importante de los artesanos vinculados a los sectores de alimenticia, cuero, madera, confecciones,

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

metales finos, cerámica, plástica y otros, mantienen viva la identidad cultural nacional.

Marco normativo e institucional:

- Constitución nueva en vigencia.
- Ley de Defensa del Artesano (en crisis por vigencia de nueva Constitución).
- Ley de Fomento Artesanal (en crisis por vigencia de nueva Constitución).
- Código de Trabajo (aspectos referidos a los artesanos en crisis por vigencia de nueva Constitución).
- Ley de Equidad Tributaria (aspectos referidos a los artesanos en crisis por vigencia de nueva Constitución).
- Ordenanzas Municipales (aspectos referidos a los artesanos en crisis por vigencia de nueva Constitución), exceso de reglamentación y ningún facilitamiento.
- Existencia de la Junta Nacional de Defensa del Artesano como administradora de la Ley de Defensa del Artesano, misma que orienta a todos los municipios del país, negar el derecho de exoneración del impuesto a la patente municipal, beneficio contemplado en la Ley de Fomento Artesanal. Organismo que persigue a los artesanos que no los ha calificado o que se han calificado en el Ministerio de Industrias y Productividad.
- Existencia del Comité Interinstitucional, como instancia que concede a los artesanos, los beneficios contemplados en la Ley de Fomento Artesanal. La institución administradora de la mencionada ley es el Ministerio de Industrias y productividad.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

- Existencia de gremios, asociaciones, federaciones y cámaras regidas por las dos leyes mencionadas, con carácter clasista tradicional, que trabajan aisladamente y al margen de las reales necesidades de las cotidianidades de los artesanos.

Conclusión:

La existencia de las dos leyes y sus institucionalidades conformadas por funcionarios de libre remoción en sus correspondientes instituciones, han restado capacidad para liderar procesos de desarrollo del sector artesanal; al contrario, los han dividido a los artesanos y han generado exclusiones, negadas hoy por la nueva constitución. Los beneficios contemplados en las dos leyes han sido desmantelados por la expedición y/o modificación de otras leyes. Las leyes en mención han sido concebidas en realidades de la década del 50 y 60 del siglo anterior, por lo que incluidas sus reformas, han caído en la obsolescencia.

Caracteres de la competitividad:

La competitividad entendida como –la capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten aprovechar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúanll.

La competitividad es una resultante de:

- ""Entorno socio económico en el que se inserta como sistema abierto que determina el cuanto y carácter de las necesidades de bienes y servicios.
- ""Marco jurídico – institucional – político, como componente de facilitación y/o restricción.
- ""Condiciones estructurales internas de la unidad económica, donde la tecnología y la capacidad de gestión son esenciales.

▮ ""Artesanía como forma de producción:

ARTESANIA: forma de producción manual de unidades completas: baja productividad.

MANUFACTURA: forma de producción manual en serie: mediana productividad

INDUSTRIA: forma de producción mecanizada en serie: alta productividad

Conclusiones:

- Estructuralmente, los artesanos no tienen posibilidad de competir frente a los productos provenientes de las formas de producción manufacturera e industrial y/o importados, debido a que su forma de producir, de suyo tiene baja productividad.
- Los artesanos, desde sus propias iniciativas y condiciones de desenvolvimiento, no tienen ninguna posibilidad de desarrollarse, debido a que en su mayoría no generan recursos para reinvertir en tecnología que les permita elevar su productividad y mejorar su competitividad; a esto se suma un sistema financiero que no considera la realidad artesanal y niega la posibilidad de crédito que apalanquen financieramente la actividad artesanal.
- El desarrollo de las actividades artesanales requieren de políticas públicas y programas orientados al sector y de la cooperación de la institucionalidad pública y privada.
- La participación y liderazgo artesanal en la gestión del desarrollo del sector, requiere del fortalecimiento de la organización artesanal institucional que apunte a la visibilización del sector como sujetos políticos.

Requerimientos para posibilitar el desarrollo de la competitividad del sector artesanal:

- Nueva legislación en el marco de la nueva constitución y exigencias actuales nacionales y globales.
- Ajustes al marco normativo e institucional de los gobiernos locales que permitan la participación incluyente del sector artesanal en el facilitamiento del desarrollo de las actividades artesanales y revisión de las regulaciones innecesarias.
- Elaboración de políticas públicas de facilitamiento de servicios artesanales respecto a desarrollo del conocimiento, acceso a capitales, gestión de mercados, incluye las compras públicas.
- Fortalecimiento de la organización y asociatividad de los artesanos para concretar la participación y corresponsabilidad en el desarrollo artesanal.
- Articulación interinstitucional e intersectorial productivo para facilitar la cooperación mutua respecto a la dinamización y desarrollo del aparato productivo y generación de empleo.

Acciones de la Cámara Artesanal:

- Cambios en la normativa e institucionalidad de la Cámara orientada a facilitar servicios artesanales que mejoren el desenvolvimiento de los artesanos de cara a las exigencias del presente y futuro, y a integrarse en una nueva dinámica de asociatividad.
- Proyecto de Ley de Desarrollo Artesanal, está ingresada a la asamblea Nacional. Dicho plan de negocio artesanal propone la creación del Consejo Nacional de Desarrollo Artesanal, orientado a unificar al sector artesanal del país en una sola institucionalidad y dinamizar los servicios artesanales.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

- Relacionamiento interinstitucional con el Municipio de Quito, Gobierno de Pichincha, Cámara de Comercio, fundaciones, centros de capacitación, Universidades, organizaciones artesanales, colegios de profesionales, otras, para crear redes institucionales, espacios y relaciones que permitan la participación del sector en la definición de políticas públicas y alianzas de cooperación.

Centros artesanales (Información Diario Hoy 17 Enero 2008)

En el país existen 466 centros artesanales

Un estudio realizado por el Ministerio de Comercio Exterior estableció que en el país existen 297 lugares destinados a la producción de artesanías en la Sierra, 132 en la Costa y 37 en la Amazonía.

Los centros de mayor actividad artesanal se encuentran ubicados en las provincias de Azuay, Cañar, Chimborazo, Tungurahua, Manabí, Guayas, Esmeraldas, Morona Santiago, Napo y Pastaza.

Los sectores productivos que más se desarrollan son fibras vegetales (37,75%), textiles (30,47%), cuero (9,26%), productos de barro (6,65%), madera (5,90%), joyas (4,56%) y el resto, en otras artesanías. (SA)

Artesanos celebran su día clásico

Jueves, 04 de Noviembre de 2010 20:29 Noticias - Ciudad



CREACIONES MANUALES expresa de esta manera sus felicitaciones a todos aquellos/as, ecuatorianos o no, que, principalmente, hacen cosas maravillosas con sus manos

Los talleres son creadores de fuentes de trabajo, porque desde el primer día el operario que entra como aprendiz está ganando dinero para la familia y también gana experiencia para en un futuro convertirse en el nuevo artesano con profesión.

(JRC).- Artesanos de diversas ramas celebran hoy su fecha clásica con el tradicional desfile y sesión solemne según dio a conocer Ángel Minuche Saldarriaga, Presidente de la Federación de Artesanos Profesionales de El Oro. El dirigente expresó que el desfile iniciará a las 09H30 desde la plazoleta Ismael Pérez Pazmiño y avanzará por la calle 25 de Junio para luego desviarse por la calle Bolívar, concretamente hasta las instalaciones de la Confederación Obrera de El Oro donde se efectuará la sesión solemne por el día clásico de los artesanos.

Ley Orgánica

Minuche acotó que a propósito de esta fecha, hoy en la Asamblea Nacional los dirigentes artesanales de todo el país presentarán el proyecto de Ley Orgánica del Artesano con la finalidad de que este cuerpo legal sea aprobado por el Legislativo y tenga preponderancia sobre las leyes ordinarias.

En el proyecto de Ley Orgánica del Artesano se mantiene las ventajas laborales para este importante segmento productivo conformado por mecánicos, peluqueros, sastres, modistas, fotógrafos, panificadores, cosmetólogas, según explicó Ángel Minuche.

Recuerde

En 1953 se publicó la Ley de Defensa del Artesano, desde entonces, han sido paulatinas las conquistas en este importante campo. Por ello en honor a la

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

publicación de esta Ley, los artesanos celebran su Día Clásico el 5 de noviembre de todos los años.

Capacitación artesanal

El 5 de noviembre se celebra el –Día del Artesano, cuyo impulsor fue el Dr. Baquero de la Calle, Diputado por Pichincha (1952), quien consideraba a la clase artesanal como –la más numerosa y la más olvidada de la Nación. Fue en la Sociedad de Maestros Sastres –Unión y Progreso de Quito donde ultimaron los detalles para presentar el proyecto ante la Cámara de Diputados. El 27 de octubre de 1953 el Congreso Nacional aprueba la ley, la misma que es publicada en el registro Oficial número 356 del 5 de noviembre de ese mismo año.

A lo largo de la historia los artesanos han ocupado un papel preponderante ya que gracias a ellos la identidad del Ecuador ha sido reconocida a nivel mundial.

El artesano trabaja sin horario, su meta es terminar su labor, porque el producto tiene que estar listo para el cliente en el tiempo acordado, no puede fallar en nada, tiene que estar hecho a la perfección para garantizar la producción en el futuro. Los artesanos se han convertido no solamente en productores sino también en maestros, en formadores de las nuevas generaciones.

El taller artesanal **CREACIONES MANUALES**, de nuestra ciudad, liderado por la Instructora Irma Rambay de Veintimilla, está escribiendo su historia desde hace ya varios años con su tradicional línea de diseño y confección de motivos manuales de diversos tipos así como su paciente y actualizados planes de capacitación artesanal, tanto para niños, como para señoritas, señoras, mediante cursos permanentes. También tiene programas de manualidades relax para damas de la tercera edad.

Como un homenaje al artesanado en su día clásico, Creaciones Manuales, hará una exposición especial de varios motivos de manualidades, en especial de reciclaje de papel, tapas de colas, cartón, botellas plásticas con motivos navideños y promoción de cursos.

1.5.1.1 PLAN DE NEGOCIOS

PROCESO DE PLANIFICACION

El plan de negocios es un documento que ayuda al empresario a analizar el mercado y planificar la estrategia de un negocio.

"El plan de negocios posibilita a través de un documento reunir toda la información necesaria para valorar un negocio y establecer los parámetros generales para ponerlo en marcha".

En el plan de negocios predominan los aspectos económicos y financieros, pero también es fundamental la información que está relacionada con los recursos humanos, las propuestas estratégicas, comerciales y operativas.

Los Propósitos

La planificación contribuye a resolver un número importante de problemas que tienen las pequeñas y medianas empresas, como por ejemplo:

- ▮ "Falta de capital de inversión y acceso a las fuentes de financiamiento.
- ▮ "Prever situaciones que afectan la rentabilidad.
- ▮ "Introducir en forma eficaz nuevos productos y servicios al mercado.
- ▮ "Establecer y aplicar normas de producción y control de calidad.
- ▮ "Falta de estrategias de marketing.
- ▮ "Las razones por las que se decide realizar un plan de negocios son:
- ▮ "Verificar que un negocio sea viable desde el punto de vista económico y financiero antes de su realización.
- ▮ "Detectar y prevenir problemas antes de que ocurran, ahorrando tiempo y dinero.
- ▮ "Determinar necesidades de recursos con anticipación.
- ▮ "Examinar el desempeño de un negocio en marcha.
- ▮ "Tasar una empresa para la venta.
- ▮ "Conducir y buscar la forma más eficiente de poner en marcha un emprendimiento.
- ▮ "Respaldar la solicitud de crédito a una entidad financiera.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Es importante organizar la información teniendo en cuenta a quién va dirigido y tratar que sea lo más completa posible para que cumpla el objetivo propuesto.

DEFINICION DEL NEGOCIO

¿Cuál es el negocio?

Cuando se ha seleccionado una idea como iniciativa para desarrollar un negocio, la misma debe responder a una necesidad o deseo actual o potencial de los consumidores. Ese es el objetivo fundamental.

En primer lugar, el empresario debe definir en qué negocio (sector industrial) se encuentra el producto o servicio que va a desarrollar.

Esto requiere tomar distancia entre lo que uno hace cotidianamente, para ver si "es" lo que realmente "parece que hace". No es un juego de palabras sino que se busca el mejor enfoque y el más creativo posible para direccionar los negocios.

Por ello hay un sinnúmero de interrogantes que un emprendedor debe encontrar las respuestas.

- ▮ ""¿En cuál segmento de mercado estoy?
- ▮ ""¿En cuál quiero estar?
- ▮ ""¿A qué clientes quiero atender?
- ▮ ""¿Con cuáles bienes o servicios?
- ▮ ""Mi vocación y mis aptitudes
- ▮ ""¿hacia cuál mercado me impulsan?
- ▮ ""¿Cómo va a crecer ese sector en los próximos años?
- ▮ ""¿Qué estoy haciendo para ingresar en él?

Un negocio es mucho más que un producto o servicio. Por eso es necesario contar con un Plan, que obligue a pensar, investigar y trabajar en forma estratégica sobre el negocio y no actuar solamente sobre la base de la intuición.

La Misión

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

La misión es el enunciado que hace el empresario de lo que va a hacer y para quién lo va a hacer.

La misión de una empresa queda definida por tres componentes:

¿Qué vendemos? (oferta).

¿A quién se lo vendemos? (demanda).

¿Por qué nos eligen a nosotros? (ventaja competitiva).

Los factores clave para el éxito

Hay muchos factores que inciden en el éxito o fracaso de un negocio. Existen algunos elementos que son claves y es necesario tomarlos en cuenta para que la empresa funcione y sea rentable:

§ Es primordial que el producto o servicio satisfaga una necesidad.

§ La calidad y el precio deben ser los adecuados.

§ Buscar de ser líder en el mercado.

§ Comprar a precios competitivos.

§ Saber hacer las cosas mejor que los otros.

§ Tener solvencia financiera.

§ Estar en una buena ubicación.

§ Ofrecer un producto/servicio innovador.

Hay dos preguntas fundamentales que se deben responder:

¿Cuál es el factor clave del negocio que pienso desarrollar?

¿Qué diferencia tengo con los demás y que sea significativa?

Es imprescindible distinguirse de los demás con ideas innovadoras, desarrollar una buena imagen a través de la calidad de los productos, los servicios al cliente, el diseño del envase, etc.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

El análisis estratégico abarca una serie de estudios basados en la información existente sobre el entorno competitivo donde se desempeña la empresa cuyo objetivo es formular una estrategia empresarial.

Se evalúa el ambiente interno de la empresa que comprende sus "fortalezas" y "debilidades", que incluyen los recursos humanos, técnicos, financieros, etc.

Podemos identificar a modo de ejemplo:

Fortalezas

- La experiencia que uno tenga en el ramo de la actividad
- Recursos humanos bien capacitados y motivados
- La accesibilidad a las materias primas a precios adecuados
- La calidad de los productos
- Ubicación apropiada

Oportunidades

- Mercado en crecimiento
- Deficiencia de la competencia en la producción y/o distribución de sus productos
- Posibilidades de exportar

Debilidades

- Falta de capital de trabajo
- Recursos humanos sin capacitación y totalmente desmotivados
- Conocimiento inadecuado del mercado
- Precio alto
- Calidad deficiente

Amenazas

- Competencia desleal
- Aparición de productos sustitutos
- Introducción de productos importados
- Escasez de materia prima

Los objetivos

El objetivo establece un resultado que permite cerrar la distancia entre la situación actual y un estado futuro deseado.

Los objetivos deben ser realistas y alcanzables. Se deben cuantificar y medir. Tienen que ser alcanzables y accesibles para quién se lo proponga.

La formulación de objetivos debe cumplir con algunos requisitos esenciales:

Establece un único resultado a lograr (aumentar la producción un 10 % el año próximo).

Comienza con un verbo de acción (lograr, aumentar, participar, desarrollar, etc.).

Tiene una fecha límite para su cumplimiento.

Debe ser lo más específico y cuantificable posible.

Es coherente con la misión de la empresa y con los demás objetivos que se establezcan.

Deber ser factible de alcanzar, para no provocar frustración y falta de motivación.

Las estrategias.- Estrategia es la adaptación de los recursos y habilidades de la empresa al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de objetivos y metas".

La estrategia es el camino que la empresa debe recorrer para alcanzar sus objetivos. Toda estrategia es básicamente estrategia competitiva.

Michael Porter ha resumido tres tipos generales de estrategias llamadas genéricas o básicas, que proporcionan un buen inicio para abordar luego diferentes estrategias de desarrollo y crecimiento.

a) Liderazgo general en costos

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Esta estrategia se basa fundamentalmente en mayor productividad y hace hincapié en la posibilidad de ofrecer productos y servicios a un precio bajo.

b) Estrategia de diferenciación

Esta estrategia consiste en adicionar a la función básica del producto algo que sea percibido en el mercado como único y que lo diferencie de la oferta de los competidores.

c) Concentración o enfoque de especialista

El objetivo de esta estrategia es concentrarse en la atención de las necesidades de un segmento o grupo particular de compradores, sin pretender abastecer el mercado entero, tratando de satisfacer este nicho mejor que los competidores.

ANÁLISIS DE MERCADO

Investigación de Mercado

La investigación de mercado es el instrumento que posibilita a la empresa conocer el mercado donde va a ofrecer sus productos y servicios, acercarse al mismo para comprenderlo y luego desarrollar su estrategia para satisfacerlo.

La investigación de mercado permite aproximarnos a la determinación de la demanda esperada y conocer los aspectos cuantitativos y cualitativos de la misma.

Esta información es valiosa para determinar por ejemplo: si los clientes potenciales son personas mayores de edad, entre 50 y 65 años con un determinado poder adquisitivo,

¿Qué tipo de publicidad es necesario realizar?

¿Qué política de precios?

¿Cuál va ser la ubicación del negocio?

¿Qué piensan los clientes potenciales de los productos o servicios?

¿Cómo perciben los atributos de los productos o servicios que se ofrecen?

¿Cuáles son los puntos débiles de esos productos o servicios? Esto permite mejorar los productos y hacerlos más atractivos para los potenciales clientes.

En cuanto a la perspectiva del negocio, basándose en la investigación de mercado,

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

¿Hay datos que indican que habrá suficientes clientes como para que el negocio genere ganancias?

La Competencia

Toda empresa enfrenta una serie de competidores. Para tener éxito, es necesario satisfacer las necesidades y los deseos de los consumidores mejor que como la hacen sus competidores.

Antes de iniciar un negocio es conveniente responder a preguntas como las siguientes:

¿Quiénes son mis competidores?

¿Qué productos o servicios ofrecen?

¿Qué forma de pago tienen?

¿Qué participación tienen los competidores en el mercado?

¿Qué política de precios tienen para sus productos o servicios?

¿Es un mercado muy competitivo, donde aparecen y desaparecen rápidamente empresas? ¿Por qué?

¿Qué productos sustitutos pueden aparecer?

¿Cuáles son las tendencias del sector en los próximos años?

¿Cómo cree que pueden reaccionar frente al ingreso de otro competidor?

Por ello es necesario incluir en el Plan de Negocios los siguientes temas:

§ Descripción de la competencia.

§ Tamaño de la competencia.

§ Estimación de ganancias de la competencia.

§ Como opera la competencia.

El Cliente

Hay distintas maneras de acercarse al cliente para conocerlo.

§ Encuestas periódicas.

§ Investigación de mercado.

§ Conversar con los empleados que están en contacto con el cliente.

§ Atender personalmente los reclamos y las quejas.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Las siguientes son algunas preguntas que pueden servir de guía para el análisis de los clientes:

- ¿A qué segmento/s de mercado se va dirigir con el producto o servicio?
- ¿Cuántas personas constituyen el mercado potencial?
- ¿Cómo se podrá ampliar la cantidad de clientes?
- ¿Quiénes y cuántos conocen los productos o servicios?
- ¿Por qué razones se acepta el producto/servicio que se va a ofrecer?
- ¿Con qué frecuencia se compra?
- ¿Es un producto estacional o de todo el año?
- ¿Cómo pagan los clientes (tarjeta, efectivo, cheque, etc.) ?
- ¿El precio del producto o servicio es aceptado por el mercado?
- ¿Cómo se desarrollará la demanda en los próximos años?
- ¿Qué causas pueden modificar la actitud de los posibles clientes?
- ¿Cuáles son los procedimientos para comprar que usan los clientes? (por teléfono, van al comercio, los visitan los vendedores, etc.)
- ¿Están sus clientes dispuestos a arriesgarse a comprar algo nuevo?

CÓMO REALIZAR EL MARKETING

–Marketing es el conjunto de actividades que facilitan el paso de los productos/servicios desde el lugar de origen o producción hasta el destino final: el consumidor.

El marketing debe tener en cuenta:

- ▮ "Lo que quiere el cliente.
- ▮ "Dónde y cuándo lo quiere.
- ▮ "Cómo quiere comprarlo.
- ▮ "Quién quiere realmente comprarlo.
- ▮ "Cuánto quiere comprar y cuánto está dispuesto a pagar por él.
- ▮ "Por qué puede querer comprarlo.
- ▮ "Qué estrategia utilizaremos para que finalmente se decida a comprarlo.

El Producto

¿Qué es un producto?

–Un producto es cualquier elemento que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas.

El producto tiene tres aspectos básicos que es necesario tener en cuenta:

Característica del producto; ¿qué es?

Funciones; ¿qué hace?

Beneficios; ¿qué necesidades satisface?

Desde el punto de vista funcional se pueden manejar las siguientes variables:

Modificar el producto para adecuarlo más a las necesidades del consumidor. Cambio en los colores, tamaño, etc.

Mejorar el producto para agregar valor intrínseco; por ejemplo, aumentar la calidad de los componentes de un equipo de música.

Cambiar el producto para adecuarlos al consumo; por ejemplo, leche en polvo en lugar de líquida.

Agregarle elementos para diferenciarlo de la competencia; por ejemplo, aceites lubricantes con aditivos para una mayor duración.

Agregar accesorios para darle más valor a la oferta; por ejemplo, chocolates con juguetes o figuritas para chicos.

Hacer más seguro el producto para disminuir sus riesgos; por ejemplo, válvulas de seguridad en los calefactores a gas.

Rediseño de producto para ahorrarle tiempo al consumidor; por ejemplo, el puré de papas instantáneo.

El Precio

Muchos empresarios utilizan un enfoque muy simple para determinar los precios, sin comprender que éstos son una variable estratégica del marketing. Es necesario considerar varios factores antes de establecer los precios.

Costos: Los precios deben cubrir los costos y permitir un margen de utilidad aceptable. Esto es aplicable tanto a empresas industriales, de servicios o que

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

comercializan productos fabricados por terceros. Se deben tomar en cuenta la suma de los costos fijos y variables más un margen de ganancia.

Precios de los competidores: El precio en relación a la competencia puede ser más alto o más bajo aún cuando se venda el mismo producto debido a una serie de factores. Puede ser que los costos sean mayores o menores que la competencia, porque los beneficios que se ofrecen al cliente (servicio, garantía, etc.) son distintos; los clientes pueden ser diferentes y estar dispuestos a pagar un mayor o menor precio según su poder adquisitivo.

Percepción de los clientes: Existen productos que a mayor precio genera mayores ventas, puesto que los clientes piensan que la calidad y los precios van de la mano. Muchas veces ocurre que para algunos productos o servicios el precio alto está asociado con la calidad y se pueden aumentar los precios, mejorando la rentabilidad del negocio, pero sin defraudar al cliente. Esto ocurre generalmente con la ropa de vestir de marcas reconocidas.

Es importante determinar lo que se desea alcanzar con la estructura de precios. Esto sirve para establecer los objetivos de precios como por ejemplo:

Alcanzar un monto determinado de ventas.

Lograr un nivel de utilidades como porcentaje de las ventas (10 % sobre ventas).

Captar una parte específica del mercado (8 % del mercado potencial total).

Igualar o atacar a la competencia.

La Distribución (Plaza)

El propósito fundamental de ésta variable de marketing es poner el producto o servicio lo más cerca posible del cliente para que éste pueda comprarlo con rapidez y simplicidad. Tiene que ver con el lugar donde se va a ofrecer el producto (ubicación) y la forma de llegar al cliente (distribución).

Ubicación

La ubicación para muchos emprendimientos representa un factor crítico para realizar la comercialización de los productos.

Los canales de distribución

Los objetivos que deben cumplir los canales de distribución se relacionan con la cobertura del mercado (masiva, selectiva o exclusiva), su penetración y los servicios que facilitan el acceso al producto por parte del consumidor.

Estos pueden ser:

Directos: son aquellos que vinculan la empresa con el mercado sin intermediarios y poseen un solo nivel. Por ejemplo los productos de cosmética AVON. Pueden desarrollar su actividad a través de locales propios de venta al público, o por medio de corredores, viajantes, agentes de venta o el servicio de correo.

Las ventajas de los canales directos son:

- "Mayor control.
- "Mayor posibilidad de promoción e información.
- "Mayor probabilidad de detectar los cambios del mercado.

La Comunicación (Promoción)

La comunicación comprende el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa, a sus distintos canales de comercialización y al público en general.

Para ello es necesario dar respuesta a lo siguiente:

¿Cómo se informa a la gente sobre la existencia del negocio?

¿Dónde se enteran los potenciales clientes sobre los productos o servicios que desean comprar?

¿Leen los diarios, miran TV, escuchan la radio, se enteran por comentarios de amigos o familiares, o se fijan en las vidrieras de los locales de venta?

¿Cuánto puede invertir en promoción y publicidad? ¿Las ventas que puede conseguir justifican la inversión?

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

La comunicación está integrada por las siguientes estrategias parciales:

Publicidad: El objetivo de la publicidad es brindar una información a los consumidores con el fin de estimular o crear demanda para un producto o servicio. A continuación se detallan los medios publicitarios más utilizados, donde cada uno de ellos tiene un cierto impacto.

- ▮ "DIARIOS
- ▮ "REVISTAS
- ▮ "RADIO, TELEVISIÓN Y CINE
- ▮ "VIA PÚBLICA Y TRANSPORTES

Promoción de Ventas: La promoción de ventas tiene como finalidad tomar contacto en forma personal con el mercado objetivo para comunicar sobre el producto o servicio de la empresa. Los objetivos específicos de la promoción de ventas son:

- Que el consumidor pruebe el producto o servicio.
- Que se aumente la cantidad y frecuencia de consumo.
- Fortalecer la imagen del producto o servicio.
- Lograr la fidelidad del producto o servicio.

Relaciones Públicas: Las relaciones públicas se desarrollan prácticamente en todas las organizaciones, con mayor o menor intensidad. Son parte del sistema de comunicación y se realizan en forma consciente o inconsciente en todos los contactos que la organización tiene con las personas, clientes o proveedores.

1.5.1.2 LA ORGANIZACIÓN

Todas las empresas, grandes o pequeñas, necesitan definir alguna forma de ordenamiento interno. Es necesario distribuir las tareas y responsabilidades entre los propietarios y empleados de la empresa.

En general las áreas principales de la empresa son: Producción, Ventas, Administración y Finanzas.

En los micros, pequeños o medianos emprendimientos es común que el propietario

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

esté a cargo de todas las áreas desempeñando todas las funciones. Se encarga de producir, vender, cobrar, realizar la administración y manejar las finanzas.

Cuando se redacta el plan de negocios, es necesario prestar mucha atención al área de personal, porque el éxito de un emprendimiento depende en gran medida de la gente que participa en la organización. Para ello se debe tomar en cuenta:

- ▮ "La descripción de los puestos de trabajo.
- ▮ "Cantidad de personal a incorporar
- ▮ "Cuáles son las aptitudes, formación y antecedentes que debe reunir el personal para cubrir la función a desempeñar.
- ▮ "Establecer el nivel de remuneraciones.
- ▮ "Elaborar un programa de trabajo y fijar la línea de autoridad y responsabilidad.
- ▮ "Tratar de conocer con la mayor amplitud posible los derechos y obligaciones de las partes en la relación laboral.
- ▮ "Desarrollar algún programa de incentivos.

INFORMACION ECONOMICA Y FINANCIERA

La Inversión necesaria

Existe un componente fundamental que muchas veces no se analiza con la debida atención cuando se quiere desarrollar un plan de negocio artesanal de negocio, y es el monto de dinero que se necesita para ponerlo en funcionamiento y mantenerlo. Para ello es imprescindible tomar en cuenta cuáles son los activos fijos (terrenos, inmuebles, maquinarias, equipos, etc.) y capital de trabajo (dinero en efectivo, sueldos, compra de materias primas y materiales, publicidad, etc.) que debe tener la empresa antes de que comience a generar ingresos. Si no se realiza esta previsión, se corre el riesgo de una asfixia financiera al poco tiempo de iniciado el negocio.

Análisis de rentabilidad

El objetivo de toda empresa es generar utilidades. Muchas empresas en determinados períodos pueden tener pérdidas o rentabilidad nula. Esta situación a largo plazo se hace insostenible y la empresa no sobrevive.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Para calcular la utilidad de un negocio es imprescindible considerar todos los componentes necesarios para determinar por un lado lo que se denomina el –costo ll para producir un bien o un servicio y por otro lado los –ingresos ll generados por la venta de los mismos.

La proyección de Ventas

Para obtener una proyección razonable, se pueden seguir algunos procedimientos básicos:

- ▮ **'''**Se puede realizar un estudio de la ubicación del negocio, analizando información sobre el tráfico de personas que transita por ese lugar, población de la zona y otros elementos importantes que hacen a una investigación de mercado.
- ▮ **'''**Obtener información sobre las ventas de la competencia o negocios similares en otras zonas.
- ▮ **'''**Tomar en cuenta la experiencia propia si uno ya está operando en un negocio y ver el comportamiento y rendimiento en el pasado.
- ▮ **'''**Se puede informar a través de publicaciones especializadas, censos económicos, cámaras empresariales, etc.; para verificar el comportamiento del sector en el cual la empresa va a desarrollar su actividad.

Análisis de Costos

Una vez determinado el nivel de ventas estimado, ahora se puede trabajar en los costos.

Debe establecerse una clasificación de los costos en fijos y variables.

Los costos fijos son los que permanecen constantes independientemente del nivel de producción. Son por ejemplo: Sueldos, alquileres, seguros, patentes, impuestos, servicios públicos, etc. Hay que pagarlos aún cuando no se venda nada.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Los costos variables son los que cambian, aumentando o disminuyendo de manera proporcional a la producción. Por ejemplo: la materia prima, los insumos directos, material de embalaje, la energía eléctrica (para la producción), etc.

El Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es un cálculo crítico para el mantenimiento de un negocio. Implica la determinación del volumen de ventas necesario para que la empresa no gane ni pierda. Por encima de ese volumen de ventas el negocio proporciona utilidades por debajo se producen pérdidas.

La fórmula es muy sencilla:

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo Variable}} = \text{Cantidades}$$

Supongamos que el dueño de un negocio que elabora tortas, quiere averiguar qué cantidad tiene que vender para no ganar ni perder.

LA CONFECCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

Cuando se ha reunido la información detallada en los capítulos anteriores, es necesario ordenarla para el armado del plan.

La confección de un Plan de Negocios puede tener muchas variantes, aquí se indica una a modo de ejemplo. La forma de presentar la información varía de acuerdo al tipo de empresa, sector industrial, productos, etc. No hay un solo método para preparar el plan de negocio.

1.5.1.3 EN CONCLUSION

1. Resumen Ejecutivo

Es un panorama global de todos los hechos más relevantes que contiene el plan de negocio artesanal. Aunque el resumen ejecutivo se coloca antes del plan de

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

negocio, se escribe después de tener todos los elementos que lo integran. No debe ocupar más de dos páginas.

2. Descripción de la empresa

Nombre o razón social

Fecha de iniciación de actividades

Ubicación

Nombre de los propietarios o integrantes de la sociedad

Personal ocupado

Breve historia del negocio, eventos de mayor importancia, logros del negocio y antecedentes más destacados, principalmente en ventas.

3. Descripción del producto o servicio

Especificaciones del producto o servicio. Utilidades y usos.

Características técnicas.

Diferenciación con otros productos de la competencia. Ventajas y desventajas.

Conclusiones.

Derechos de propiedad, patentes y licencias si han sido registrados.

Describir el proceso de elaboración: máquinas, herramientas, insumos, embalaje, etc.

Proveedores.

4. Definición del negocio

La misión y visión

Factores claves y ventaja competitiva.

Objetivos y estrategias

5. Análisis de mercado

Segmento de mercado. Tamaño. Tendencias.

Competencia.

6. Plan de Marketing

El producto.

El precio.

Ubicación y distribución.

La comunicación

7. La Organización

8. Información Económica y Financiera

La inversión necesaria.

Proyección de ventas.

Análisis de costos. Punto de Equilibrio.

Proyección de Resultados

Flujo de Fondos

9. Conclusiones

El plan debe ser presentado en forma clara y sencilla de entender. No debe ser demasiado extenso (no más de 50 hojas).

La información que se detalla debe ser coherente. Se puede incorporar información adicional, como planos, fotos, diagramas y folletos para respaldar la presentación del plan de negocio.

No se debe cometer el error de pensar que el Plan Empresarial contiene todos los detalles del negocio. El plan ayuda a entender lo que uno quiere hacer y muestra a las entidades financieras o inversionistas porqué merece que lo respalden.

El Plan de Negocio es la mejor herramienta con la que uno cuenta para saber hacia dónde va y lo que quiere lograr. No todo va a ocurrir como lo ha planeado, hay que estar preparado para resolver lo impredecible y aprender de los fracasos.

MICROEMPRESA, como *-un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción o servicio que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar”.*

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

La Microempresa en Ecuador trabajan por cuenta propia; su economía familiar depende de los ingresos generados por los bienes y servicios que ofrecen; en la mayoría de los casos pertenecen al sector informal; no forma parte del universo de contribuyentes al fisco; no lleva contabilidad; no tiene conocimiento amplio del marco laboral; y, no cuentan con salario estable.

La microempresa en el Ecuador se puede definir como una pequeña unidad económica, con no más de 20 trabajadores cuyos activos fijos, excluidos el valor de los terrenos y edificios, no superen USD 20.000. Se caracteriza por el uso intensivo de la mano de obra, escaso desarrollo tecnológico, baja división del trabajo, pequeño capital, baja productividad e ingreso, reducida capacidad de ahorro y limitado acceso a los servicios financieros y no financieros existentes.

Las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador. Más de un tercio (33.5 %) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa. Las proyecciones de la población en conjunto de microempresarios indican un total de 646,084 microempresarios en Ecuador en áreas urbanas (definidas en este caso como pueblos de 2,000 o más habitantes). Estos microempresarios operan un total de 684,850 empresas distintas.

Los principales problemas que enfrenta la Microempresa en el país son:

- Trabas a la formalización, trámites largos y engorrosos
- Política tributaria: El promedio de ventas de la microempresa son \$ 500 mensuales. Las leyes tributarias y el reglamento de facturación para el sector formal no son aplicables al sector de la microempresa.
- Compras estatales a la microempresa: Las normas legales para el acceso al mercado del sector público no son aplicables a la realidad de la microempresa.
- Presencia de contrabando, producto extranjero no regulado por ende es más económico que el producto nacional

1.5.2 MARCO CONCEPTUAL.-

En este marco incluiremos los conceptos en los que nuestra investigación se basará y que sustentarán nuestra investigación. Los conceptos y definiciones que se utilizarán son los establecidos por los diferentes autores y teóricos que son parte de nuestra bibliografía de referencia.

ADMINISTRACION

Consiste en la unión eficiente, lógica e inteligente de los procesos de planificación, organización, ejecución, dirección, control y evolución de los recursos que destinados para un mismo objetivo u empresa, que se emplean bajo un mismo liderazgo.

ALIANZA ESTRATEGICA

Unión formal o informal entre empresas o instituciones que busca una mejor y mayor capacidad competitiva.

ASOCIATIVIDAD

Alianza entre un grupo de empresarios que buscan potenciar su competitividad trabajando en conjunto

CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Es el desarrollo sostenible de una organización.

CONVENIO MARCO

Acuerdo entre dos a más instituciones que establece pautas generales de trabajo conjunto o apoyos mutuos.

CAPIG

Cámara de la Pequeña Industria del Guayas.

DIAGNOSTICO

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Descripción de la situación actual de una empresa que indica los problemas y las causas que lo originan.

EFICIENCIA

Capacidad para lograr un fin empleando los mejores medios posibles. Aplicable preferiblemente, salvo contadas excepciones, a personas y de allí el término eficiente.

EFICACIA

Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera, sin que priven para ello los recursos o los medios empleados.

FENAPI

Federación Nacional de Cámaras de la Pequeña Industria del Ecuador.

ISO

Sigla en inglés de Organización Internacional de Normalización.

MICROEMPRESA

Las microempresas son consideradas pequeñas unidades económicas-sociales, producto de los procesos de organización y experimentación social relacionadas con las actividades económicas a pequeña escala. Estas unidades presentan un modo coherente y racional de organizar la actividad económica y se pueden comparar a empresas o negocios de pequeño tamaño que se presentan en algunos casos como: empresas familiares, cooperativas, empresas de servicios, talleres artesanales y comercio.

MIPYME

Micro, Pequeña y Mediana empresa.

MYPE

Micro y Pequeña Empresa.

PYME

Pequeña y Mediana Empresa

SUBVENCION

Apoyo económico del estado para financiar una parte de un plan de negocio artesanal

TRABAJO

El trabajo puede definirse como la ejecución de tareas que implican un gasto de esfuerzo mental y físico y que tiene como objetivo la producción de bienes y servicios para atender las necesidades humanas.

1.6 Formulación de Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general:

Con la aplicación referente a un plan de negocio a todos los estudiantes artesanos sería viable la creación de microempresas basados en los productos o servicios de eficiente calidad que generaría rentabilidad a los artesanos y servirían al fortalecimiento de problemas sociales como empleo, pobreza, delincuencia, etc. En la ciudad de Guayaquil.

1.6.2 Hipótesis particulares:

§ La creación estratégica en un plan de negocio provoca la oportunidad de nuevas perspectivas de emprendimiento y motivación a crear nuevos productos y servicios que beneficien a la comunidad y al artesano.

§ La informalidad que posee el artesano impide al desarrollo organizativo y a la aplicación de un plan de negocio.

§ El artesano estará en la capacidad con un plan de negocio de implementar un taller o negocio que sea competitivo y genere rentabilidad u servicio a la comunidad.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

§ Con capacitación organizada y sistemática el artesano se forjara como emprendedor y motivado a formas ideas significativas de negocios emprendedores y eficiente utilizando su conocimiento y profesión en la elaboración de artesanías y servicios.

1.6.3 VARIABLES

1.6.3.1 Variables Dependientes

- "La calidad de las capacitaciones a realizar para inculcar el aprovechamiento de los conocimientos y su aporte con el proceso de respaldo de los estudiantes de marketing de la universidad laica.
- "La calidad de los conocimientos a difundir en el que se distribuirá motivación, emprendimiento, perseverancia y aplicación.
- "La poca cultura por organizar y emprender

1.6.3.2 Variables Independientes

- "Personal no capacitado en el proceso de creación de un centro artesanal
- "Falta de personal motivador y políticas de gobiernos.
- "Falta de conocimientos necesarios para el proceso inicialización de un negocio.
- "Mala administración, control y organización
- "Falta de inversión o políticas de créditos que benefician su emprendimiento y éxito del mismo

1.7 Aspectos metodológicos de la investigación.

1.7.1 Tipo de estudio:

Según su finalidad esta tesis será de tipo aplicada y según su objetivo será descriptivo y explicativo, según su diseño será de corte no experimental, de campo y transversal, desde una perspectiva cuantitativa

1.7.2 Población y Muestra

Este estudio tiene como finalidad definir las entidades y colegios artesanos de la ciudad de Guayaquil dentro del nuevo contexto regional y global, conociendo a cabalidad como se desarrollan los estudiantes en los colegios artesanales y evaluar sus expectativas, necesidades y requerimientos para fomentar su desarrollo y emprendimiento en el tiempo.

El tamaño de muestra se relaciona con los estudiantes que se encuentra cursando los últimos años en los colegios artesanales, requerido para estimar este parámetro p , con un límite para el error de estimación B , basados en un muestreo aleatorio simple, que se determinará por la siguiente ecuación.

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

1.7.3 Métodos, Fuentes y Técnicas de recolección de información

El método, constituye el camino que el investigador sigue para encontrar verdades científicas. En esta investigación podemos interpretar como método prácticamente a todo el accionar que aplicaremos para conseguir de las fuentes de información todos los datos requeridos para cumplir con los objetivos que nos proponemos.

1.7.3.1 Método Teórico:

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Deductivo – Inductivo: Este método nos servirá para evaluar los aspectos particulares que está afectando a la competitividad y el nivel de rentabilidad y establecer la incidencia que trae en el funcionamiento empresarial. Su aplicación nos permitirá establecer las mejores estrategias de negocio que se deban aplicar.

Analítico - Sintético: Con el análisis de la información recolectada permitirá llegar a la explicación de cuál es la causalidad relevante de las ineficiencias de las microempresas. El análisis consistente en la descripción pormenorizada de cada uno de los componentes de un todo, jugará un papel importantísimo puesto que permitirá descubrir cosas, hechos y elementos que no se encontraban a la luz del día, ni que se podrán apreciar a primera vista; nos permite pensar que detrás de las cosas visibles existen otras que forman parte del todo y que necesitan conocerse para saber cuál es su relación con el problema que investigamos. Este método permitirá someter cada uno de los factores que componen el modelo de Porter a un proceso de análisis y luego sintetizarlos, para determinar de mejor manera las probables causas y las soluciones más convenientes.

1.7.3.2 Método Empírico:

Los métodos empíricos que utilizaremos en nuestra investigación se detallan a continuación.

Técnicas de la observación:

Desde siempre la observación ha constituido una de las formas más usuales de obtener información y de explicarse lo que ocurre en el mundo exterior de los individuos, esta técnica nos permitirá registrar información en base de la percepción de la realidad del entorno y definir cuáles son las necesidades no satisfechas de los clientes de la empresa coadyuvando a jerarquizarlos de mejor manera.

Observación indirecta:

Este tipo de observación documental realizaremos mediante la obtención de información a través de la lectura de libros de tipo informativo, reportes

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

gubernamentales, estadísticas, etc... Mediante este tipo de observación, nos permitirá ponernos en contacto con hechos del pasado. La tecnología moderna nos favorecerá enormemente, teléfono, Internet.

Observación científica:

Este tipo de observación la efectuaremos en el lugar donde el fenómeno o problema se presenta es decir en los colegios artesanales de la ciudad de Guayaquil; lo que nos permitirá describir tal y como sucede en la realidad las actividades y procedimientos que efectúa el Artesano.

La técnica de la encuesta:

La encuesta constituye una técnica de investigación empírica que consiste en recoger información de lo que las personas: son, conocen, saben, tienen, opinan o sienten; a través de ella recogeremos información, en forma escrita, por medio de un cuestionario aplicado a la muestra poblacional sobre aspectos relacionados con las actividades del artesano ecuatoriano.

1.7.3.3 La técnica de la entrevista:

La entrevista es una técnica de investigación que consiste en recoger información oral, en una forma personal y directa; nos permitirá obtener información, de parte de los artesanos emprendedores existentes y los artesanos desempleado sobre aspectos relacionados con el servicio y la atención que ofrecen.

1.7.3.4 La técnica de la lectura científica:

Es la técnica de investigación secundaria que nos permitirá recoger información de tipo bibliográfico, la que encontramos en abundancia, información que nos permitirá recopilar y fundamentar nuestras ideas y teorías sobre el diseño de las mejores estrategias comerciales para aplicar al emprendimiento del artesano

1.7.4 Tratamiento de la información:

La información recopilada, para la presente investigación, será ordenada por separatas de tal manera, que pueda estar disponible para estructurar el documento. Respecto a la información estadística, ésta será filtrada hasta obtener las informaciones pertinentes a la investigación la cual será presentada en forma de tablas y cuadros que permitirán enunciar comparaciones y porcentajes. De las entrevistas y observaciones que se efectuaran se procederá a recopilar la información y a elaborar cuadros estadísticos que resuman la información a través de tablas y gráficas, se utilizara diferentes técnicas paramétricas o no paramétricas con el uso de estadísticos de Excel.

1.8 Resultados e impactos esperados.

Esperamos como resultado del presente trabajo contribuir al desarrollo de los artesanos en la ciudad de Guayaquil, en el manejo básico de negocios, el conocimiento de preferencias y requerimientos del mercado nacional e internacional, comercialización y mercadeo de productos artesanos y servicios artesanales con el fin de elevar su nivel de ingreso, mejorando su competitividad y acceso a nuevos mercados.

Además crear y tener la oportunidad de crear nuevas plazas de trabajo que genera el desarrollo de la industria artesanal en el país y su completo impulso a través de una adecuada implementación de capacitación de planes de negocios en los colegios de artesanos.

Es prioridad del presente trabajo enrumbar a un desarrollo social en beneficio de los obreros del cambio y belleza para que se beneficien y detallen mejoras en la economía nacional, generando trabajo y ampliando mejores ingresos por eficiencia y productividad.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

1.9 Cronograma.

No.	ACTIVIDAD	OCT				NOV				DIC				ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN				JUL				AGO				SEP				OCT																																																												
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																																																																					
1	BUSQUEDA DE INFORMACION	X																																																																																																												
2	REVISION TEORICA DE REFERENCIA	X	X																																																																																																											
3	ELABORACION DEL DISEÑO	X	X	X																																																																																																										
4	APROBACION D EL DISEÑO			X																																																																																																										
5	REVISION TEORICA BIBLIOGRAFICA					X	X	X																																																																																																						
6	REVISION MARCO CONCEPTUAL					X	X	X	X	X	X	X	X																																																																																																	
7	DIAGNOSTICO EMPRESARIAL										X	X	X	X	X	X	X																																																																																													
8	REVISION Y APROBACION													X	X																																																																																															
9	ELABORACION DEL SEGUNDO CAPITULO															X	X	X	X	X	X	X																																																																																								
10	REVISION Y APROBACION																				X	X																																																																																								
11	ELABORACION DEL TERCER CAPITULO																						X	X	X	X	X	X																																																																																		
12	REVISION Y APROBACION																									X																																																																																				
13	ELABORACION CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																									X	X	X																																																																																		
14	REVISION Y APROBACION																										X																																																																																			
15	VERIFICACION DE PROPUESTA																											X																																																																																		
16	REVISION GENERAL																											X	X																																																																																	
17	CORRECCIONES																											X	X																																																																																	
18	VALIDACION DE PROPUESTA																											X																																																																																		
19	IMPRESIÓN																																																																																																													
20	PREDEFENZA																																																																																																													
21	CORRECCIONES																																																																																																													
22	IMPRESIÓN																																																																																																													
23	DEFENZA FINAL																																																																																																													

Capítulo 2

Análisis, Presentación de Resultados y Diagnostico

2 Análisis de la Situación Actual

CONVENCION NACIONAL DE ARTESANOS Y ARTESANAS DEL ECUADOR



FECHA: 28 DE AGOSTO DEL 2010

NUMERO DE ASISTENTES: MAS DE 700 ARTESANOS A NIVEL NACIONAL

OBJETIVO GENERAL: Realizar una Convención Nacional para tratar temas de Interés de la clase artesanal a fin de llegar a consensos y/o acuerdos.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. La Institucionalidad de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, y;
2. Presentación del Borrador del Proyecto de Ley Orgánica de Desarrollo Artesanal.

Medios de Verificación:

- Determinar consensos, acuerdos y/o resoluciones con la participación de todos los artesanos asistentes, al marco de los temas tratados.

Saludo de bienvenida a la clase artesanal del Ecuador presente en la Convención, así como las respectivas felicitaciones por la gran acogida e importancia que le han dado a la Convocatoria, ocasión que permitirá en unión de acto, plasmar los destinos del artesanado nacional a través del análisis y acuerdos consensuados para la presentación del **Borrador de la Ley Orgánica de Desarrollo Artesanal** y la Institucionalidad de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

La Asamblea Resuelve:

Art. 1 Ratificar la Institucionalidad de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, la permanencia de su Directorio y Presidenta; y, de los Directorios de las Juntas Provinciales y Cantonales del país, en funciones, hasta que sean legal y debidamente reemplazados conforme dispone los Artículos 22 y 35 del Reglamento de Elecciones de Vocales Artesanos de las Juntas de Defensa del Artesano, publicado en el R.O. No.- 153 del 22 de agosto de 2003.

Un llamado al sector artesanal a la unidad e integración y consolidación de la clase y el apoyo al Directorio de la JNDA actual, hasta que se den las elecciones y en forma democrática cumplir con la norma legal en lo que determina del Reglamento de Elecciones, para Vocales principales y suplentes y por ende a nivel nacional, hacer un buen equipo de trabajo para el análisis y sistematización de la propuesta del Borrador del Proyecto de Ley.

Art. 2 Solicitar y conminar al Tribunal de Disciplina Nacional, para que resuelva las apelaciones de Delegados para elección de Grandes Electores de vocales del

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

directorio de la Junta Nacional de Defensa del Artesano y culminar con el proceso eleccionario convocado el 15 de enero de 2010, a la brevedad posible.

Más de 700 artesanos asistieron a la Convención Nacional, compuesto por Presidentes de la Juntas Provinciales, Cantonales, Presidentes de las Federaciones Nacionales, Provinciales y Cantonales, así como Gremios de Base, quienes apoyaron en forma masiva las propuestas discernidas por los compañeros artesanos del país, en busca del bienestar nacional artesanal y respeto a la Ley de Defensa del Artesano.

Más de 700 artesanos asistieron a la Convención Nacional, compuesto por Presidentes de la



Juntas Provinciales, Cantonales, Presidentes de las Federaciones Nacionales, Provinciales y Cantonales, así como Gremios de Base, quienes apoyaron en forma masiva las propuestas discernidas por los compañeros artesanos del país, en busca del bienestar nacional artesanal y respeto a la Ley de Defensa del Artesano.

Art. 3 Rechazar las actuaciones de la Lic. Myriam Baldeón Batallas, Lic. Luis Quishpi Vélez, Lic. Carlos Luna, y declararlos personas no gratas, por actuar en representación de Sector Artesanal ante Instituciones el sector Público, sin estar facultados para aquello.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Compañeros artesanos hoy más que nunca, tenemos que estar unidos, para no dejar y permitir que personas ajenas traten de dañar el buen nombre de la JNDA y por ende el mal nombre de nuestra Ley, apoyemos para que el Directorio de la JNDA, continúe con sus responsabilidades y sigan trabajando en beneficio de los artesanos y en la buena marcha de la nueva propuesta de Ley.

Art. 4 Disponer al Directorio de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, y su Presidenta , para que en nuestra representación, sea la única interlocutora ante los Organismos del Estado, y entidades públicas y privadas, especialmente en lo referente a la construcción de la Ley Orgánica de Desarrollo y Fomento Artesanal.

Mientras no haya una integración nacional no se podrá consensuar la nueva Ley Orgánica de Desarrollo Artesanal, por lo que pedimos a las Federaciones y Gremios de Base al diálogo para responder positivamente el anhelo de contar con una nueva Ley, la misma que con justa

Razón debe ser estudiada y analizada sin egoísmos más bien pensando en el desarrollo y progreso para todos los artesanos.

En esta asamblea se consideraron todas las ponencias, de las cuales se dictaron 9 resoluciones, de los que hemos citado 4, dados en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, a los 28 días del mes de agosto de 2010.

2.1 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas

El presente trabajo tiene como objetivo contribuir al fortalecimiento de la economía de la Zona Centro, a través del incremento de los ingresos de los artesanos que trabajan en beneficio del país. Para ello, se planteó la realización de una investigación que compromete el estudio histórico de estas actividades productivas - proceso de producción, técnicas artesanales, tipos de productos-, así como su situación actual y productos -calidad, innovación productiva, organización del trabajo, financiamiento, situación y estado del local, clientes actuales, comercialización y otros.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

El artesano en la ciudad de Guayaquil exige mayor atención. Entregaron propuesta a la Asamblea Constituyente. Los artesanos esperan una respuesta de la Asamblea Constituyente, en torno a la propuesta que presentaron. El documento recoge los puntos más importantes que deben integrar una nueva ley.

¿Cuál es la situación actual de la Artesano?

La situación artesanal es preocupante en los ámbitos económico y social, porque no hay créditos favorables, la materia prima se encarece cada día y nos vemos abocados a una competencia desleal con países extranjeros.

En definitiva hemos perdido mercado y estamos al borde de la quiebra.

¿Que contempla la propuesta planteada a la Asamblea?

El cambio que necesitamos, que haya crédito y comercio para el artesano; que se concientice al empresario sobre el pago de aranceles por sus importaciones para evitar la competencia desleal; que nuestro sector sea reconocido y atendido como política de Estado; y que se exonere al artesano en la adquisición de materia prima y maquinaria.

¿Que opina ante la arremetida de productos chinos y la intención de ampliar el mercado en nuestro medio, situación que tiene el visto bueno de dirigentes nacionales?

Conversamos con el Embajador de ese país, en nuestra sede y fuimos muy concretos al indicar que el artesano ecuatoriano hará convenios con China en tanto, ellos tengan la intención de capacitarnos en el manejo de la tecnología que poseen, porque nosotros tenemos artesanos hábiles y de mucha práctica. Lamentablemente esa tecnología de punta que posee china resulta escasa en nuestro país por factores económicos y sociales.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

2.2 Análisis y test de Evaluación de los estudiantes Artesanales de los centros educativos

Es necesario medir el grado de emprendimiento de los estudiantes que estudian en los principales centros de formación de artesanales de Guayaquil en las distintas áreas a su haber, para de tal manera analizar en interés de emprendimiento de su propio negocio.

Este test abarca a todo un curso del Colegio Artesanal e Industrial Benjamín Franklin Ubicado en Maldonado y Coronel, la cual con la autorización de su principal Abg. Alexandra Ruano, se procedió a la evaluación y análisis del siguiente test

2.3 Test Evaluación del interés Empresarial Artesanal

A continuación encontrarán 12 afirmaciones que tienen que ver con sus conocimientos en el área Artesana y sus habilidades como artesano-administrador. Cada una tiene una escala del 1 al 10. Evalúe con base en esa escala su propio estilo y —perfil—. Marque —con toda sinceridad— la casilla que usted crea que más calza con la verdad. Su respuesta es del 1 al 10

Nunca			A veces					Siempre	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

1. En los últimos meses me he involucrado activamente en la realización de trabajos para el mejoramiento de una empresa.

Respuesta ()

2. Tengo en mente una idea sobre un negocio artesanal y comienzo a conseguir las cosas, día tras día.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Repuesta ()

3. Me preocupé por leer, al menos un libro de emprendimiento o desarrollo de una empresa artesanal.

Repuesta ()

4. Me he encargado de conocer herramientas de creación, permisos, requisitos para la creación de una empresa.

Repuesta ()

5. Trato de conseguir un crédito para que mi idea o proyecto se realice a través del tiempo.

Repuesta ()

6. Siempre aplico conocimientos de estudios de artesanales para realizar trabajos por mi propia cuenta.

Repuesta ()

7. Conozco sobre cómo realizar trabajos artesanales por mi propia cuenta. .

Repuesta ()

8. Siempre me porto como una persona emprendedora en todas las actividades que hay que realizar.

Repuesta ()

9. Poseo conocimientos y experiencia en el campo artesanal que estudio en la actualidad.

Repuesta ()

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

10. Aplico lo que aprendo y deseo trabajar en ello...

Repuesta ()

11. Llevo a cabo periódicamente todas mis ideas al éxito y consecución de la misma.

Repuesta ()

12. He montado un taller poco apoco con herramienta del área artesanal a la que pertenezco .

Repuesta ()

Mi puntaje fue de _____

2.3.1 Análisis del test de emprendimiento artesanal

Acorde al estudio realizado a los estudiantes del colegio Artesanal industrial Benjamín Franklin dio como resultado un interés por el desarrollo de estrategias de negocios básicas que le permita poner en forma segura un micro o pequeña empresa artesanal.

El test fue realizado a 30 estudiantes del colegio Artesanal industrial Benjamín Franklin, obteniendo como resultado el siguiente análisis:

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

2.3.2 Cuadro de análisis del Emprendimiento e interés de un negocio Artesanal

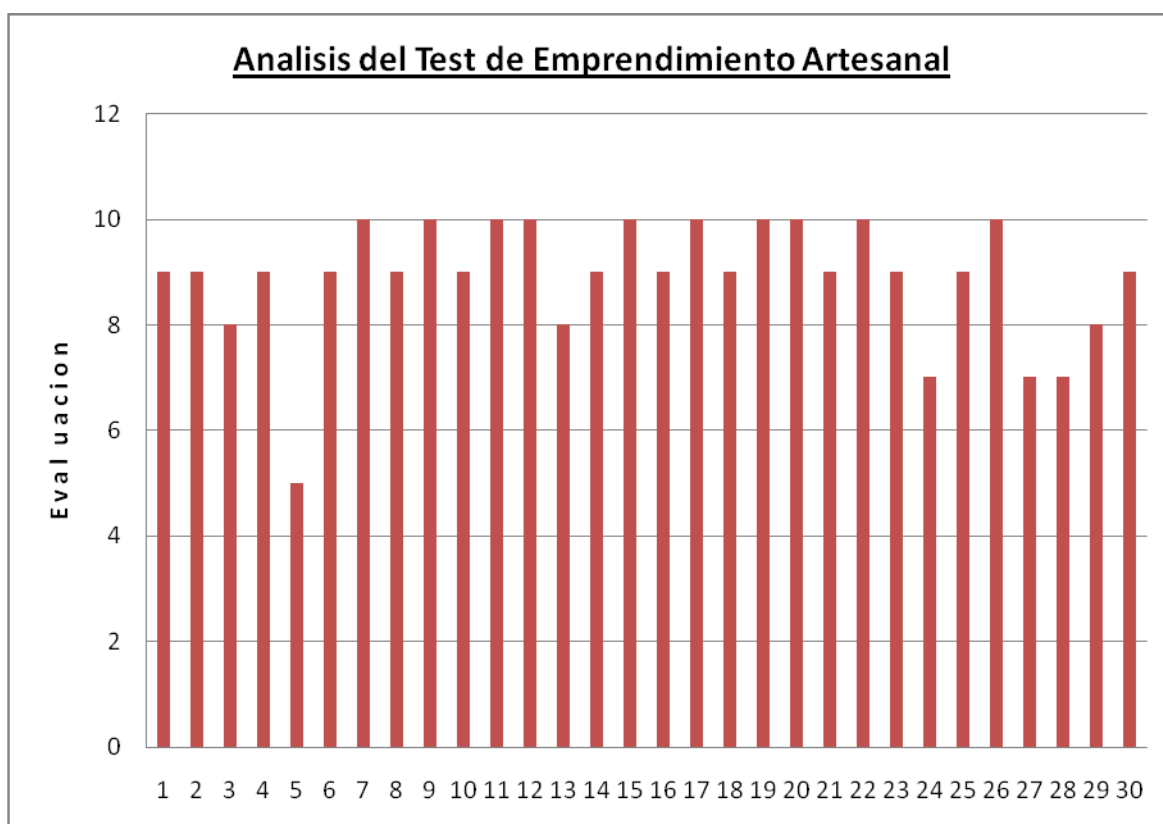
Alumno / Pregunta	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P10	P 11	P 12	TOTAL
1	2	9	5	3	1	9	9	9	9	10	9	9	7,00
2	3	9	6	4	2	9	8	9	8	8	10	10	7,17
3	5	8	7	4	1	8	8	9	10	9	8	8	7,08
4	4	9	4	3	2	9	9	10	9	9	10	9	7,25
5	5	5	2	2	2	5	8	5	8	7	5	7	5,08
6	4	9	1	4	2	9	7	8	7	7	9	9	6,33
7	6	10	7	5	2	10	10	10	10	10	8	10	8,17
8	7	9	7	2	2	9	9	9	10	9	9	9	7,58
9	2	10	5	3	2	10	8	10	10	9	8	8	7,08
10	3	9	4	4	1	9	9	9	9	9	8	9	6,92
11	4	10	7	3	2	10	10	8	8	10	9	7	7,33
12	8	10	7	4	1	10	9	10	9	9	8	9	7,83
13	3	8	8	3	3	8	8	8	8	10	8	9	7,00
14	2	9	7	3	2	9	9	9	9	9	8	9	7,08
15	4	10	3	2	3	10	10	10	10	10	9	10	7,58
16	3	9	2	3	4	9	9	9	9	9	8	9	6,92
17	2	10	3	4	5	10	8	10	10	8	7	9	7,17
18	6	9	6	3	2	9	9	9	9	9	10	9	7,50
19	7	10	6	2	1	10	10	10	10	10	10	10	8,00
20	6	10	6	1	2	10	8	10	8	8	7	9	7,08
21	4	9	9	1	3	9	9	9	10	9	9	9	7,50
22	3	10	9	1	2	10	8	10	8	8	10	10	7,42
23	4	9	8	2	1	9	9	9	9	9	8	9	7,17
24	5	7	6	3	2	7	7	7	7	9	10	9	6,58
25	6	9	6	4	1	9	9	9	9	9	10	9	7,50

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

26														
27														
28	6	7	9	6	2	7	7	8	10	7	7	10	7,17	
29														
30														
	4,8	8,9	6	3	2	9	9	9	9	8,9	8,6	8,9		

Grafico No 1

Evaluación del Emprendimiento de estudiantes artesanales



Conclusiones: Existe un amplio interés por parte de los estudiantes de este colegio artesanal el tener una visión de un negocio propio para su futuro, en donde su trabajo está garantizado en forma de micro o pequeña empresa, cabe destacar que este análisis recibe una puntuación elevada por el emprendimiento y el deseo pero existe una gran deficiencia en el desarrollo de un plan de negocio o de políticas

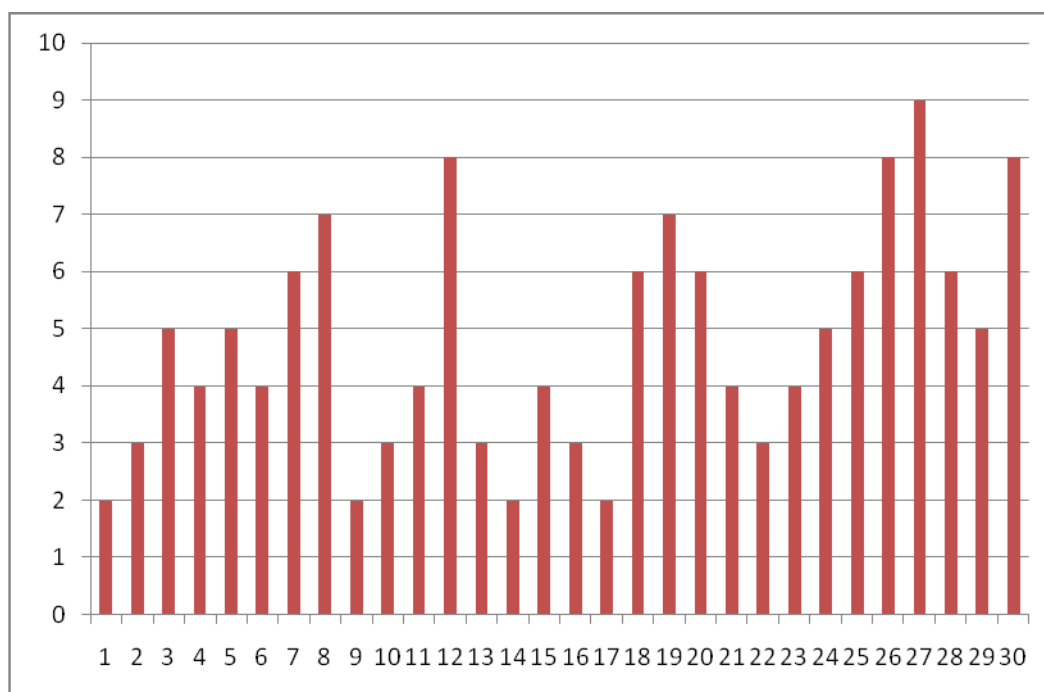
Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

de crédito o documentación que beneficie al desarrollo de la idea innovadora y servicio por parte de los estudiantes, además pudimos constatar que no se desarrolla un estudio técnico referente a crear una empresa o plan de negocio significativo para el estudiantes, para que este inicie su propia fuente de ingreso y no dependa de un empleador.

2.3.3 Análisis de las preguntas más relevantes del test de emprendimiento artesanal

En los últimos meses me he involucrado activamente en la realización de trabajos para el mejoramiento de una empresa.

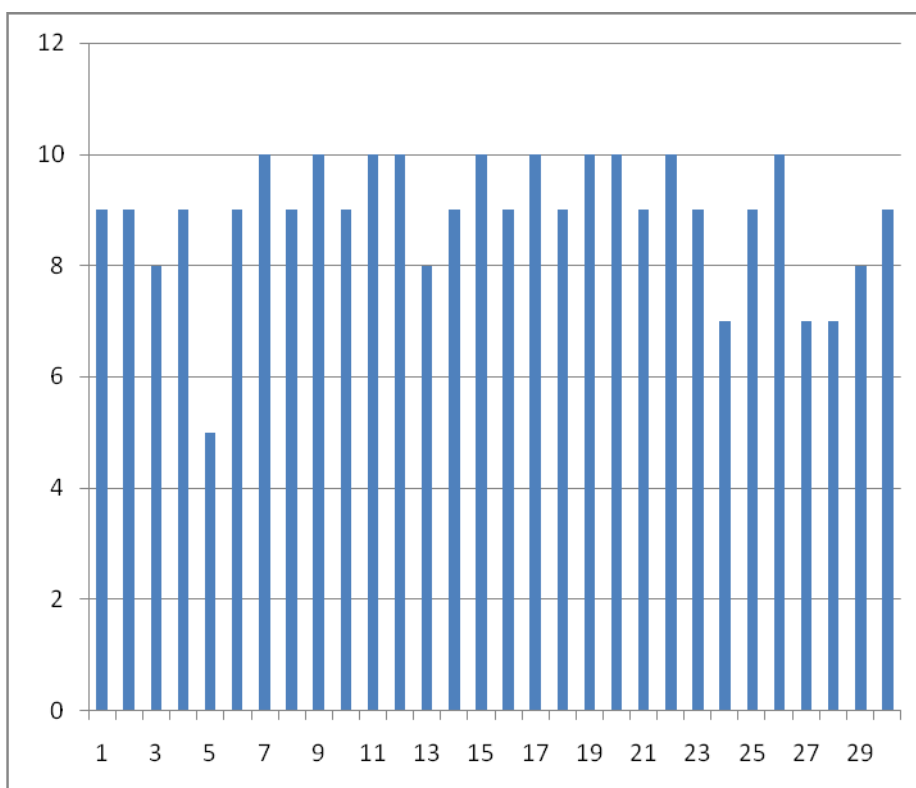
Recibiendo u promedio global de 4.8 lo que implica de que NUNCA realizan los chicos prácticas en instituciones directas, indirectas, gremios, talleres etc., por parte de los centros de estudios artesanales, generando un conflicto en el desarrollo profesional del artesano para conocer con la practica el desarrollo de una carrera profesional



Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Tengo en mente una idea sobre un negocio artesanal y comienzo a conseguir las cosas, día tras día.

El promedio de esta pregunta es de 8.9 que equivale a SIEMPRE

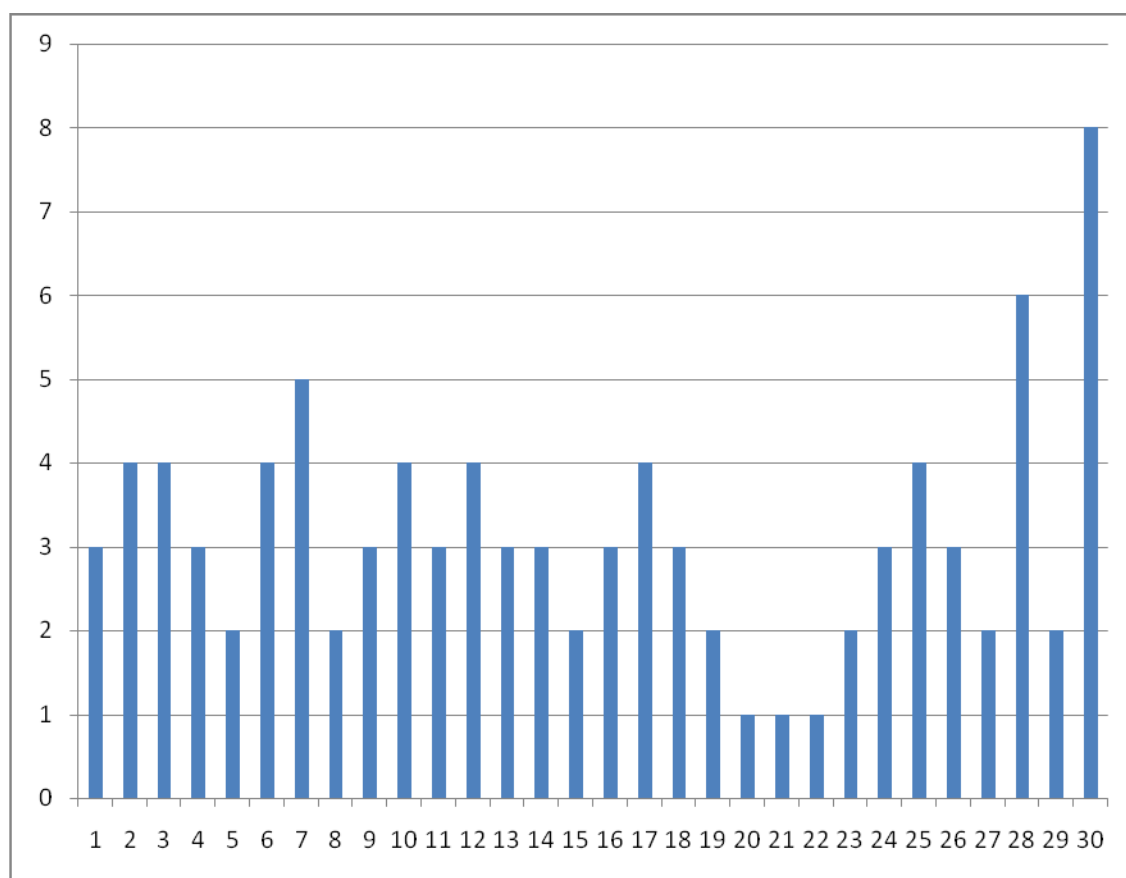


Esta pregunta fue acertada por la mayor parte de los estudiantes artesanos del colegio, en donde todos tienen el deseo e interés por tener su propio negocio y además involucrarse con el desarrollo de la industria. Además el deseo de ir adquiriendo sus cosas pasó a paso hasta lograrlo.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Me he encargado de conocer herramientas de creación, permisos, requisitos para la creación de una empresa.

El promedio de esta pregunta tuvo un déficit de 3 que da como resultado NUNCA



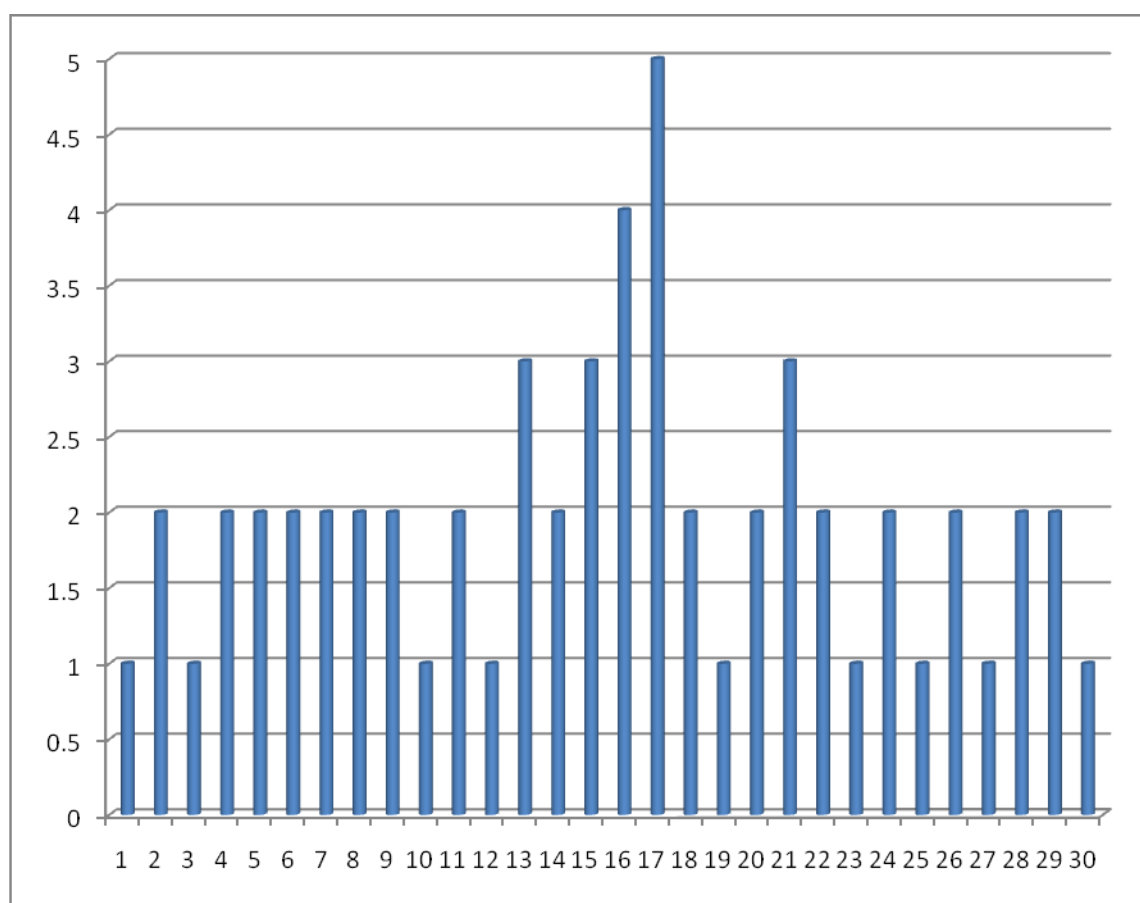
La mayor parte de los estudiantes no tienen el mínimo conocimiento de cómo crear un negocio mucho menos de los trámites, reglamento, permisos y requisitos que necesita para establecer un negocio, local empresa, por lo que genera una desmotivación social y poco interés de creación.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

El conocimiento del área artesana no solamente es el indispensable necesitamos desarrollar en el estudiante el conocimiento de creación de un negocio con todos los señalamiento de ley que rige en nuestro país.

Trato de conseguir un crédito para que mi idea o plan de negocio artesanal se realice a través del tiempo.

El resultado a esta pregunta promediada fue de 2 lo que equivale a NUNCA.



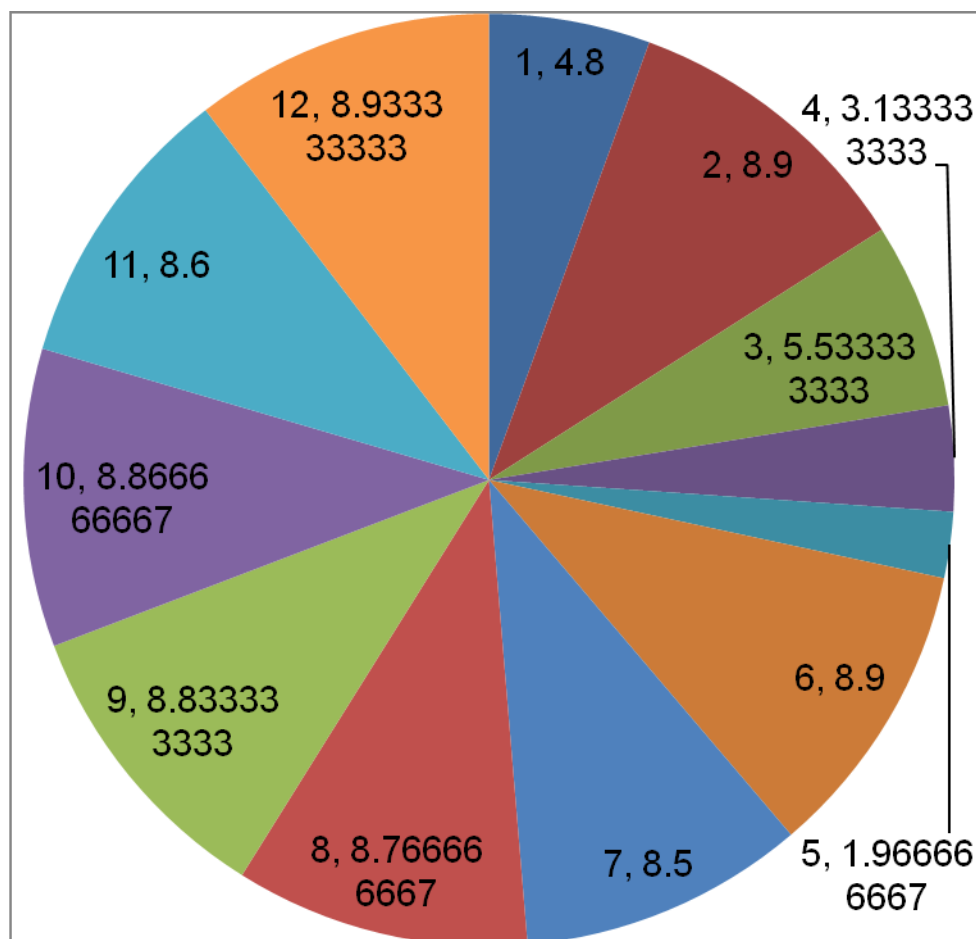
Esta Pregunta es la que tiene un desconocimiento total por parte de los estudiantes, es en ella donde ven truncado sus sueños de emprendimiento y desarrollo personal, porque no tienen una cultura de obtener crédito y trabajarlo en su profesión, además

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

de un desconocimiento total de matemática financiera y créditos que desfavorece al desarrollo de sus metas.

El crédito es el factor más importante para el desarrollo de la industria artesanal, al carecer de crédito el desarrollo de las microempresa no tiene fundamento, ni desarrollo.

2.3.4 Promedio General de conocimiento de un plan de negocio en el test realizado



Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

En el presenta grafico observamos el poco conocimiento desarrollado en la pregunta 3, pregunta 4 y pregunta 5 que nos da un criterio comunitario sobre la labor a desarrollar en todos los centros artesanos de la ciudad de Guayaquil para alcanzar los objetivos producto de esta tesis.

2.3.5 RESULTADOS de entrevistas

Entrevista a realizar a funcionarios de las unidades de producción del municipio de Guayaquil y entidades educativas secundarias:

Econ. Luis Torres

Financiero de la dirección de Educación DASE
Centros artesanales del municipio de Guayaquil

¿Cuál es el objetivo de desarrollar la producción de una industria Artesanal en la ciudad de Guayaquil?

EL Objetivo del Señor Alcalde Abg. Jaime Nebot es el brindar en todos los centros artesanales la oportunidad para que todos los estudiantes realicen un micro empresa en el área que ellos manejan y por la cual se han educado.

La artesanía es el eje de una económica en países desarrollados, sin embargo acá en nuestro medio le damos prioridad a las importaciones y exportaciones cuando el artesano solo requiere del conocimiento y el respaldo financiero para sacar adelante su servicio artesanal.

¿Conoce Actualmente a Artesanos que tenga su Propio Negocio?

Si en la actualidad en los CAMI se ofrece capacitación y adiestramiento en áreas como Corte y Confección, Belleza, Pastillaje que genera oportunidades para las señoras y señoritas, y en algunos casos en forma domestica trabajan desde su

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

propia casa o realizan servicios exprés o a domicilio en el caso de las artesanas en áreas de belleza.

¿Cuál es el Objetivo prioritario para generar esta base de conocimiento a las señoras?

Darles la oportunidad de que se puedan desarrollar en una profesión artesanal significativa para el aporte de la economía familiar, generando ingresos adicionales y por qué no principales para el desarrollo de la familia

¿Considera conveniente crear más centros de Educación artesanal en el País?

Es indispensable desarrollar más institutos o colegios artesanos en donde capaciten la labor de fomentar al artesano, por lo que las universidades están copadas de profesiones con poca oferta y una a amplia demanda en el sector laboral.

¿Los colegios particulares debería implementar el área artesanal para el desarrollo de áreas como el desempleo y delincuencia?

Creando fuentes de trabajo generamos participación ciudadana y mejoramos la economía de las familias, disminuimos la tasa de desempleo y los índices delictivos, señores estudiantes de la Laica, actualmente la comunidad de emprendimiento no desarrolla más que empresas importadoras y generadoras de comodidades, sin embargo el artesano genera trabajo y con muy poca inversión.

¿Considera usted Economista que los artesanos no mantienen el respaldo en términos económicos y en capacitación?

Estamos aun generando, a motivación necesaria para que ellos se instruya en talleres de emprendimiento y generación de empleo en base a crear una micro empresa que permita el buen desenvolvimiento le artesano.

Sin Embargo existe la comodidad de algunos sectores de nuestra gente por cuestiones mucha veces de cultura, que degenera las oportunidades de crear y emprender, poca posibilidades de línea de créditos por parte de entidades

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

financieras privadas y públicas en no creer en los artesanos y derivar recursos a todos aquellos que generan un producto interesante para el mercado nacional e internacional.

¿Que tipo de artesanía Ecuatoriana consume usted?

Bueno en realidad me gusta los sombreros de Paja toquilla además delito constantemente de guitarras hechas por manos ecuatorianas, me agrada mucho el trabajo de señoritas que realizan muy ricas tortas y por qué no también aquellas que hace maravilla con la elegancia de hombres y mujeres.

Abg. Martha Ruano

Rectora de colegio Benjamín Franklin

Unidades de producción artesanales

¿Cuál es el objetivo de desarrollar la producción de una industria Artesanal en la ciudad de Guayaquil?

¿Conoce Actualmente a Artesanos que tenga su Propio Negocio?

¿Cuál es el Objetivo prioritario para generar esta base de conocimiento a las señoras?

¿Considera conveniente crear más centros de Educación artesanal en el País?

¿Los colegios particulares debería implementar el área artesanal para el desarrollo de áreas como el desempleo y delincuencia?

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

¿Considera usted Economista que los artesanos no mantienen el respaldo en términos económicos y en capacitación?

¿Que tipo de artesanía Ecuatoriana consume usted?

2.4 Verificación de Hipótesis

Una vez analizados los métodos de investigación podremos verificar la hipótesis planteada que tiene que ver directamente con el grado de conocimiento que poseen los estudiantes en el área artesanal, conocimiento que van ligado a la necesidad de crear un negocio buscando políticas crediticias y el interés de acción por parte de cada artesano para que se encuentren motivado a poner su propia micro o pequeña empresa. El desarrollo de este interés de capacitación en estrategia de creación de negocio artesanales dará un desarrollo a la comunidad y disminuirá los índices de desempleo y delictivos existente en nuestra ciudad d Guayaquil.

Capítulo 3

3 Implementación de un plan de negocio para estudiantes de centros artesanales de la ciudad de Guayaquil

Toda área es generadora de un plan de negocio o estrategia o Proyectos y, por lo tanto cada una demanda fondos; si no se satisfacen esas demandas de fondos no podrán llevarse a cabo los programas y así los artesanos empresarios descargarán parte de su responsabilidad en el área que debió proporcionar los fondos y qué por no hacerlo, –entorpecióll el logro de los objetivos.

También se prevé mostrar la fase de conocimientos básicos sobre un plan de negocio sencillo y efectivo que permita al artesano de la ciudad de Guayaquil a planificar sus conocimientos en base a estudios y procesos sistemáticos, revisándose sus objetivos, indicadores y fuentes de verificación.

3.1 Objetivos básicos de realización de un Plan de Negocio Artesanal

- Definir la idea de crecer en un negocio artesanal acondicionado de conocimientoestudios y análisis en la creación y ejecución
- Determinar los lineamientos de leyes, permisos, viabilidad, requisitos y papeleos en general de la legalización del taller o industria artesanal a desarrollar
- Aplicar un adecuado plan de negocio que beneficie a todos los estudiantes artesanos de la ciudad de Guayaquil.
- Identificar los cuatro estudios principales que se realizan para un adecuado plan de negocio.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

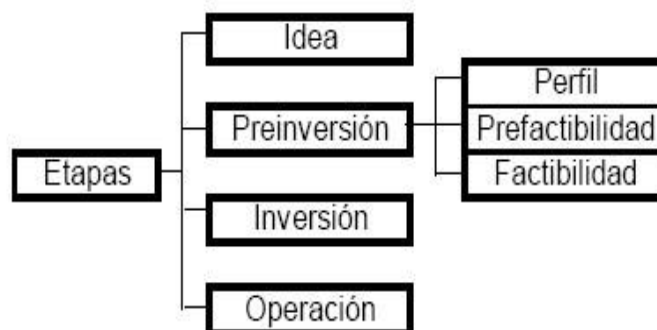
3.1.1 Como se desarrolla un Plan de Negocio Artesanal

Un plan de Negocio se refiere directamente a una propuesta de acción técnico económica, para resolver una necesidad que tienen el artesano de querer poner y crear su propia fuente de trabajo e ingreso, utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser humanos, materiales y tecnológicos, entre otros.

Es un documento por escrito formado por una serie de estudios, que permiten al emprendedor artesanal que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan, saber si la idea es viable, se puede realizar y dar ganancias, o caso contrario, no es viable.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener, o mejorar la producción artesanal a realizar o afines.

Las etapas de un plan de negocio artesanal se detallan en el siguiente cuadro:



Fuente: Chain 2001

3.1.2 La Idea Artesana en Manifiesto en el mercado

En una época de globalización y de alta competitividad de existente en el mercado, además de los conflicto macroeconómico como el Atpdea y la no relación de tratados de libre comercio, paraliza y detienen el crecimiento de las industrias de

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

producto y servicios en el Ecuador, sin embargo el incremento del área artesanal trae consigo nuevos productos o servicios, y además el cambiante mundo del marketing es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado artesanal existente o por crearse, para ello es de vital importancia para asegurar el éxito de los artesanos uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son, competencia, los canales de distribución, lugares de venta del producto, que tanta publicidad existe en el mercado, precios, etc.

Es muy frecuente que los artesanos no tengan claro que es lo que venden. Muchas veces parece irrelevante preguntarse qué vendemos. Evidentemente, todos los vendedores conocen los productos que ofrecen a los consumidores, pero no necesariamente conocen qué buscan los consumidores en nuestros productos.

La frase clave para el artesano ecuatoriano es conocer el mercado. Las necesidades del mercado, es decir, de los consumidores son las que dan la pauta para poder definir mejor qué es lo que vamos a vender y a quiénes, además de cómo y a donde lo vamos a lo vender.

3.1.3 Elementos Técnicos y estratégicos en la elaboración de un plan de negocio para estudiantes en los centros artesanales

El estudio técnico abarca el análisis juicioso de los procedimientos a realizarse en cada centro de estudio artesanal, tiempo, personal, efectividad con que contamos para la realización del desarrollo del plan de negocio que motive a los futuros artesanos de la ciudad de Guayaquil.

Todo estudio Técnicos y estrategias generan efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de un desarrollo más eficaz de los centros artesanales de estudios, privados y municipales que existe en la ciudad, en belleza, cosmetología,

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

pastillaje, corte y confección, mecánica, electricidad, carpintería, etc., por lo que representan en los estados de ánimo y definitiva satisfacción de la población beneficiaria.

Es el estudio perseverante de las decisiones entre plan de negocio, precios estratégicos y competitivos, publicidad de lo nuestro es mejor, ventas de productos artesanales ecuatoriano al mercado interno e internacional, promociones, descuento y demás factores que contribuirán como herramienta en los procesos de cálculos, para la aceptación del negocio, idea o plan de negocio artesanal.

3.1.4 Objetivos específicos de un estudio técnico

- Discriminar los criterios de selección para recursos a utilizar en la elaboración de la micro empresa artesanal
- Determinar las características de los procesos de enseñanza, capacitación y aprendizaje en serie y en conferencia generales.
- Priorizar los elementos artesanales de mayor eficacia y de competencia para el desarrollo de la línea artesanal a elegir.
- Fijar el tiempo en la elaboración del proceso artesana y la distribución y embalaje de los productos o servicios a comercializar.
- Facilitar flexibilidad y expansiones futuras.
- Lograr armonía con la organización general de la empresa artesanal.

3.1.5 Características de los estudios técnicos en un plan de negocio artesana

Las investigaciones técnicas para la realización de un plan de negocio por parte del artesano, se refieren a la participación de un estudio de mercado, para las fases de planeación, instalación e inicio del proceso de capacitación en un plan de negocio base para el desarrollo.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Si la investigación de mercado es la base de todo negocio, el estudio técnico es el núcleo, ya que todos los estudios derivados dependen de él, de si es técnicamente factible y en forma se pondrá en funcionamiento el proceso

El estudio técnico de un plan de negocio en sí, es un proceso interactivo al cual las demás investigaciones se refieren varias veces hasta que, finalmente, se determina el concepto en el estudio de factibilidad en el área artesanal a ejecutar.

Los estudio técnicos determinan el concepto entero en el estudio de factibilidad, cualquier tipo de actividad industrial o artesanal se define con el empleo de la mano de obra, de materias primas, materiales auxiliares y de energía, con el objeto de lograr fines productivos.

Según lo analizado el estudio técnico puede desglosarse en los siguientes rubros:

- Ensayos y pruebas preliminares en el desarrollo artesanal de productos y servicios
- Selección del proceso de producción de materiales artesanales o servicios
- Especificaciones de los recursos físicos y humanos para la operación y de la calidad a emplearse por manos ecuatorianas.
- Lay out del loca, taller o terreno donde se va a realizar el plan de negocio.
- Lay out de la planta a trabajar artesanalmente, es decir el aseo, belleza, seguridad, calidad, imagen y comodidad.
- Rendimientos del proceso de trabajo artesanal a ejecutar sea servicio o producto.
- Flexibilidad en la capacidad de productos artesanales manuales y mecánicos, con miras a implementar tecnología y creatividad.
- Programas de trabajo a desarrollar por cada centro artesanal basado en la responsabilidad y el cumplimiento puntual de las obras o servicios prestados

El estudio técnico se concentra en unidades físicas que utiliza el artesano en un plan de negocio organizado, maquinarias y equipos, procesos de producción artesanal, etc. Sin embargo estas informaciones técnicas deben de transformarse en

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

unidades monetarias, para luego realizar el cálculo de las inversiones por parte de cada artesano en las tareas realizadas.

3.1.6 Selección Y Determinación Del Proceso De Producción

Para evaluar un plan de negocio por parte del artesano, este se enfrenta al problema de encontrar soluciones tecnológicas alternas, es evidente que los evaluadores de un plan de negocio o el mismo artesano no siempre reúnen conocimientos técnicos detallados y especializados, como para decidir sobre un proceso de fabricación del mueble, cerámico o producto final diverso e incluso un servicio...

Los procesos tecnológicos están sujetos a cambios que se deben al desarrollo técnico. Un determinado nivel de tecnología puede definirse como el dominio de procesos de fabricación en cada rama artesanal técnica.

En la determinación del proceso de producción se distinguen tres clases básicas de tecnologías:

a) Proceso de mano de obra intensiva

- Disponibilidad de la mano de obra barata y eficiente.
- Cantidades pequeñas de producción artesanal.
- Disponibilidad de poco capital y buena rentabilidad.
- Producción sobre pedidos de fabricación artesanal y no stock
- Producción sin necesidad de tener inventarios.
- Necesidad de mano de obra calificada y de experiencia en el proceso de fabricación y servicio.

b) Proceso mecanizado artesanal

- Costo relativamente alto de mano de obra.
- Escasez de mano de obra calificada en el ámbito artesanal e industrial
- Necesidad de cumplir normas de calidad y exigencia artesanales en el mercado internacional y nacional

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

- Necesidad de calidad uniforme de los productos artesanales que se fabriquen en el país.
- Incremento rápido de demanda si el producto final elaborado es llamativo para la demanda del mercado de Guayaquil.
- Mayor requerimiento de capital para la inversión de procesos industrializado de fabricación e intervención y respaldo del estado ecuatoriano a través de la CFN, Banco del Fomento o del Estado...

c) Procesos altamente mecanizado, uso de tecnología avanzada

- Producción en series grandes con maquinaria tecnológica que mejora la elaboración d producto detallistas de exportación artesanal
- Demanda muy amplia en el mercado nacional e internacional de manos de obras artesanales ecuatoriana.
- Necesidad de reducir elevados costos de mano y artesanos empíricos
- Necesidad de un análisis contable, financiero, administrativo y de producción.
- Necesidad de inversiones considerables. En un proceso artesanal permanente
- Recuperación a corto plazo de la inversión realizada solo a pedidos
- Poca flexibilidad en selección de ampliaciones futuras.

La investigación relacionada con los procesos de producción artesanal se dirige con frecuencia, al desarrollo de métodos de fabricación que se adaptan a la naturaleza y necesidades del plan de negocio. La importancia de seleccionar de manera adecuada el proceso se manifiesta en el momento de disponer el Lay-out de la planta artesanal.

3.1.7 Selección Y Especificación De Equipo Y Maquinarias

Resulta conveniente proporcionar al artesano en el plan de negocio a desarrollar, una orientación para la selección de maquinarias y equipos,

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

incluyendo cotizaciones, especificaciones, las evaluaciones de las propuestas de los proveedores y preparativos para la instalación.

A) EXIGENCIAS	FORZOSAS	B) CALIDADES	DESEABLES
☐ ""Determinación de cargas de trabajo		☐ ""Costo Relativos	
☐ ""Compatibilidad		☐ ""Capacidad de Expansión	
☐ ""Confiabilidad		☐ ""Característica Técnicas	
☐ ""Requisitos de espacios		☐ ""Adaptabilidad	
☐ ""Atención del proveedor			
☐ ""Garantías y respaldos			
☐ ""Demostración			

Los criterios de evaluación de equipo estarán determinados por:

- **Características Técnicas.**
 - Acondicionamiento del artesano en el árealaboral
 - Accionamiento en los proceso artesanales a realizarse
 - Capacidad y velocidad en la elaboración de las artesanías
 - Característica de operación de procesos detallados y ordenados
 - Simultaneidad en la consecución de metas y obligaciones
 - Confiabilidad en los productos artesanales con garantías
 - Modularidad, control y pruebas
 - Rasgos Especiales y detalles innovadores en la artesanías
- **Costos.**
 - Adquisición
 - Personal
 - Materiales
 - Instalación

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

- Extensión
- Operación
- **Atención de proveedores**
 - Adiestramiento
 - Mantenimiento
 - Simulación
 - Demostración
 - Pruebas
 - Garantía
- **Comportamiento**
 - Vida útil
 - Carga de trabajo
 - Capacidad instalada
 - Modularidad
 - Requisitos especiales

3.1.8 Distribución del interior de la planta o lay – out en un plan de negocio artesanal

Para determinar la distribución del interior de una fábrica de artesanías o local comercial de servicios artesanales existente es necesario diseñar un plan para colocar las maquinarias y demás equipos de manera que permitan a los materiales avanzar con mayor facilidad y costo más bajo y con el mínimo manipuleo, desde que se recibe la materia prima, hasta que se despachen las artesanías terminadas

Una mala disposición aumenta la duración total del trabajo, ya que puede ocasionar el movimiento innecesario de materiales y trabajadores o porque el material sufre una complicada trayectoria en el curso de elaboración artesanal.

3.1.9 Principios a considerar en un estudio de distribución de artesanías y servicios

- Principio de integración de conjuntos
 - Materia prima
 - Mano de obra artesanal
 - Maquinarias
- Principio de mínima distancia.
- Principio de flujo de materia
- Principio de flexibilidad
- Empleo de la distribución de línea

3.2 PLANIFICACION ESTRATEGICAS DE LAS UNIDADES DE PRODUCCION EN LOS COLEGIOS ARTESANALES

Las unidades de producción de los colegios artesanales a través de sus unidades belleza, corte y confección, mecánica, electricidad, industrial y pastillaje ponen en consideración la aplicación de las competencias y destrezas para crear e impulsar beneficios mutuos con la producción y comercialización de variedades de chocolates light (unidad de pastillaje) y manteles sobre mesas e individuales, sabanas, almohadas, unidad de corte y confección.

Este plan de negocio de beneficio a la sociedad y a las familias de artesanos ecuatorianas. El artesano en sus distintas ramas representa el sostén de la economía familiar y la gran oportunidad de ser competitivos y administrador de sus propias fuentes de trabajo. Por tal motivo en los colegios artesanales respaldará la completa producción y comercialización de un portafolio de productos al mercado de la ciudad de Guayaquil proyectándonos al nivel nacional e internacional

Actualmente la industria textil está extendiendo sus horizontes, opera en un mercado en constante crecimiento, una constante inversión en nuevas tecnologías y procesos

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

aseguran productos de excelente calidad a precios realmente competitivos, ventajas fundamentales para los mercados actuales.

Es por esto que veo oportuno y rentable crear un plan estratégico de negocio en el cual se ofrezca: sábanas, edredones, toallas, manteles, almohadas y otros artículos para el hogar que sean elaborados por estudiantes artesanales de los colegios artesanales existente en la ciudad. Que se irán incrementados día a día en el aparato productivo del país, Este impulso nuestro a través la universidad Laica Vicente Rocafuerte y los colegios artesanales tienden a ser pioneros del desarrollo del área artesanal en la ciudad y país,

EL incremento constante de desempleo, la falta de oferta laborales, el incremento de profesionales y estudiantes universitario crean indicadores negativos a la gran escasez de fuentes de trabajo y empleo que existe actualmente,

Es necesario que los consumidores utilicen el marketing de boca en boca para de esta manera y mediante otros anuncios poder incrementar poco a poco la clientela de los artesanos de Guayaquil.

Otro punto importante es incrementar en el futuro la idea de vender sus servicios y productos artesanos a través de la venta por catálogo, crear una revista mensual especializada en decoración, electricidad, mecánica, corte y confección con el fin de que nuestras lectoras encuentren todo lo necesario para mantener sus espacios en orden, decorados de manera práctica y sencilla con un "look" muy acorde a nuestros días y al mismo tiempo ofrecer los productos necesarios para realizar estas propuestas para la decoración y mantenimiento de artefacto electrónicos y mecánicos en general.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

3.2.1 MISIÓN DE LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN DE LOS COLEGIOS ARTESANALES

Entregar al mercado exclusivo de la ciudad de Guayaquil y otras regiones del Ecuador productos de calidad, enriquecido con el esfuerzo de manos ecuatorianas.

Solventar de iniciativa y optimismo a los consumidores ecuatorianos para que nuestro producto de industria nacional sea admirado en todas las plazas de Ecuador.

Nuestra misión es proveer la mejor variedad de productos de marca y calidad a precios altamente competitivos.

3.2.2 Visión de Las empresas artesanales

A 3 meses. Formar raíces sólidas y enriquecimiento de actitudes en la elaboración de productos y servicios que de forma organizada beneficiara a las personas artesanas y al mercado de Guayaquil

A 1 año: Obtener una sólida infraestructura organizacional que respaldada en un flujo de eficientes artesanas que están motivadas por el trabajo y éxito del mismo.

A 3 años: cada unidad de producción será independiente con un sistema de autogestión y de constante retroalimentación, dando empleo y beneficiando a la economía nacional.

La visión de este plan de negocio a cinco años es hacer de cada estudiante artesano una empresa sólida de producción y fuentes de trabajo, con amplia cartera de productos, reconocida y competitiva en el mercado, con total cobertura a nivel nacional.

3.2.3 OBJETIVOS

La venta por catálogo es uno de nuestros principales objetivos, al vender por catálogo daremos la oportunidad a las sociedad ecuatorianas de crear su propio negocio, obteniendo ganancias y alcanzando un desarrollo personal y profesional, con el respaldo de productos artesanos de alta calidad. Y al mismo tiempo mediante este sistema extenderemos a todo el Ecuador.

3.2.4 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS DE LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN

Las unidades de producción están conformadas en su gran mayoría por persona emprendedoras de escasos recursos económicos lo que orienta a la preparación gratuita y respaldo constante la universidad Laica y colegio artesanal. El deseo de superación y las habilidades de cada uno representa la principal estrategia del presente plan de negocios.

En los países desarrollados la tendencia por los productos artesanales crece de forma geométrica es decir la acogida de una excelente cultura organizacional nos dará como objetivo exportar nuestro trabajo y globalizar nuestra industria

Sin embargo hay otras ventajas competitivas que se podrían citar como estrategias en la negociación, entre las principales tenemos:

- El Aval, la iniciativa y apoyo constante de universidad Laica Vicente Rocafuerte.
- La asesoría, control y respaldo de la escuela de marketing de la universidad Laica Vicente Rocafuerte.
- La motivación y capacitación constantes en las unidades de producción de los colegios artesanales dela ciudad de Guayaquil.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

- La aplicación sistemática de un plan de marketing ejecutado y controlado con resultados
- La compra al por mayor de materias primas
- Mano de obra calificada y preparada profesionalmente en la elaboración de diversos productos relacionados a Belleza, Pastillaje, mecánica, electricidad, Corte y Confección, entre otras.
- Un área de venta conformada por personal experimentado.
- Utilización de los medios de difusión y la ecuación correcta de las relaciones publicas y el plan de marketing

3.2.5 Análisis FODA de las Unidades de Producción a desarrollar en el plan de negocio

Fortalezas

- Aval de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte.
- Infraestructura de equipos y maquinarias.
- Proveedores exclusivos y garantizados.
- Imagen corporativa de cada centro artesanal de estudio.
- Imagen corporativa otorgada en el plan de marketing.
- Plan estratégico demarketing.
- Desarrollo y análisis técnica de esferas mentales en el cliente.
- Segmentación directa en el mercado.
- Portal web del artesano gremial.
- Asesoría de los colegios artesanales de la ciudad Guayaquil.
- Encuestas optimista del plan de negocio.
- -Alta Calidad en la artesanías ecuatorianas
- -Precios Bajos a la economía de todos
- -Innovación y gran variedad de productos artesanales

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Oportunidades

- Respaldo a los estudiantes de los colegios artesanales de la ciudad de Guayaquil
- Motivar a los ecuatoriano a consumir productos ecuatoriano de calidad
- Brindar respaldo y confianza a empresas nacionales y extranjeras para que soliciten nuestros portafolios de producto artesanales
- Disminuir el desempleos
- Elevar el auto estima de los estudiantes artesanos.
- Dirigirnos y cautivar la confianza de esferas mentales del cliente
- Ser ejemplo de desarrollo para empresa en la utilización de un marketing social
- -Aumento de la demanda.
- -Crecimiento de la industria textil.
- -Incrementar venta por catálogo.

Debilidades

- Crecimiento de los costos
- Precios competitivos (productos chinos, peruanos)
- Actitud de los estudiantes artesanos
- Cambiar el estilo de vida
- Coordinar valores y respeto a las mujeres adulta
- Motivación constante y capacitación
- Seguridad laboral y beneficios
- Sostenimiento económico acorde al trabajo y calidad del mismo
- Entre otras más a detallar en el plan de marketing

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Amenazas

- Elecciones gubernamentales y de cabildos
- Inflación geométrica y escala de riesgo elevada
- Crisis internacional
- Emigrantes artesanos entrantes
- Otras detalladas en el plan de marketing
- Competidores potenciales
- Cambios en los factores económicos

3.3 Productos a fabricar Unidades de Producción de los colegios artesanales

Edredones

Ofrecer una gran variedad de edredones para la familia en el hogar, y clientes de los hoteles de la ciudad de Guayaquil (Bebés, clásicos, coloniales, infantil, junior, sport, adultos), etc.



Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales



Detalles en el plan de Marketing

Sábanas

Ofrecer una gran variedad de sábanas hechas por artesanos Ecuatorianos, en todos los tamaños y colores. El juego de sábana consiste en una sábana bajera elástica, una sábana superior y dos fundas de almohada Standard también para diferentes gustos en el hogar y para clientes exclusivos en los diferentes hoteles de la ciudad de Guayaquil

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Este producto tiene variedad dependiendo del estatus, edad, género y precio detallados adecuadamente en un estudio otorgado por el plan de marketing a realizar,



Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales



Toallas

Las toallas fabricadas por nuestros artesanos, vienen en cuatro medidas; las de mano miden 0.45 x 0.65cms; las de cuerpo miden 0.70 x 1.40 cms; y las extra baño miden 0.90 x 1.70 cms.

La mayor parte de este producto artesanal es exclusivo en los hoteles y turistas de la ciudad por tal motivo es importante su elaboración por parte de las unidades de producción de los diferentes colegios.

La toalla en la investigación realizados en diferentes empresas y hogares guayaquileño es uno de lo productomás exclusivo en diseño artesanal, detalles de impresión.



Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Considero un producto preliminar a desarrollar por nuestras unidades de producción comercializado con detalles aplicados en el plan de marketing.



Manteles

Una gran variedad de diseños de manteles de la artesanía ecuatoriana para comedor y ante-comedor, rectangulares, cuadrados, ovalados y redondos.

La investigación realizada nos da la seguridad de éxito en el desarrollo de este ítems de producción, el mercado objetivo directo son los hoteles y restaurantes de la ciudad de Guayaquil

El plan de marketing detalla que los planteles van a ser uno de los productos más comercializados y elaborados por nuestras unidades de producción.

Su importancia se enfrascaa las estrategias de comercialización y aceptación de este producto en distintos target y sus frecuentes cambios por tiempo de moda o fechas resaltantes.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Su comercialización se detalla en un plan de marketing exclusivo por fecha, ocasión, edades. Ambiente, estatus, edad entre otros



Almohadas

Almohadas con Micro fibra, también forman parte los artesanos ecuatorianos que produce suavidad al tacto, plumón y las propiedades antialérgicas de la fibra de la más alta calidad. Con un atractivo acabado con ribete es perfectamente adaptable y respeta la postura natural de descanso manteniendo su aspecto inalterable.

En el plan de marketing se detalla las principales P a utilizar en cada uno de los productos y las esferas mentales y grupo objetivo al que está dirigido

Las almohadas también estará dirigidas a los hoteles de primera clase y a los hogares ecuatorianos y este producto es factible comercializarlo en isla y lugares de consumo masivo por ser un producto nutriente de salud y comodidad, respaldada por le val de la alcaldía y por las manos de artesanas ecuatoriana

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Este producto tendrá un repunte interesante y será exclusivo su distribución a todo lo hogares ecuatorianos con estrategias implementada en diferenciación y detalladas en un plan de marketing social



Este plan de negocio tiene un líder indiscutible que es el Espíritu y entusiasmo de todos quienes conformamos este plan de negocio artesanal porque servimos a la comunidad en su gran mayoría y hacemos que la economía y amor de las familias ecuatorianas se mantenga por un mejor Ecuador.

3.4 Proceso De Producción artesanal y de servicio.

El proceso de producción artesanal o de servicio es el procedimiento técnico que se utiliza en el plan del negocio para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en artesanías eficientes y de calidad

Cuando llega el momento de realizar la compra se deben tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Proveedor, presentación de cotizaciones.

Precio, se utiliza en el cálculo de la inversión inicial.

Dimensiones, dato que se usa al determinar la distribución de la planta.

Capacidad, es un aspecto muy importante, ya que de él depende el número de máquinas que se adquiera.

Flexibilidad, se refiere a que algunos equipos son capaces de realizar operaciones y procesos unitarios en ciertos rangos y provocan en el material, cambios físicos, químicos, o mecánicos en distintos niveles.

Mano de Obra necesaria. Es útil calcular el costo de la mano de obra directa y el nivel de capacitación que requiere.

Costo de Mantenimiento. Se emplea para calcular el costo anual del mantenimiento. Este dato lo puede proporcionar el fabricante como un porcentaje del costo de adquisición.

Consumo de energía eléctrica. Para esto las maquinas traen placas para poder observar el consumo de corriente en vatios.

Equipos Auxiliares. Hay máquinas que requieren aire a presión, agua fría o caliente, esto aumenta la inversión.

Costo de instalación y puesta en marcha, se debe cargar en el precio original y a cuánto asciende.

Costo Primo, es la suma de la materia prima, más mano de obra directa y materiales indirectos.

Costo de los insumos (agua, luz, energía, combustibles) todos estos dependerán del tipo de proceso que se requiera para producir determinados bien o servicio.

Costos de mantenimiento. Es un servicio que se contabiliza por separado, en virtud de las características especiales que pueden presentar. Se puede dar un mantenimiento preventivo o correctivo a la planta.

Cargos por depreciación y amortización. Se tratan y tienen el efecto de un costo sin serlo; para realizar esto se deben utilizar los porcentajes autorizados por la ley tributaria; en algunos casos se carga al costo del producto terminado. Pero no es recomendable, ya que no da el verdadero margen de contribución.

3.4.1 COSTÓS DE ADMINISTRACIÓN.

Son los costos provenientes de realizar la función de administración dentro de la empresa, (sueldos de los G.G., contadores, secretarias, auxiliares, gerentes, así como los gastos de oficina general. De acuerdo a la envergadura de la empresa se puede costear por áreas (Desarrollo Humano, Finanzas, Reingeniería etc.) también deben incluirse los cargos por depreciación y amortización.

3.4.2 COSTOS DE VENTA.

En muchas ocasiones el departamento de ventas es llamado también de mercadotecnia, la misma que abarca la investigación y desarrollo de nuevos productos o de nuevos mercados, adaptando los gustos y necesidad de los consumidores. Es el que determina la estratificación del mercado, el porcentaje de participación en el mercado, adecuada publicidad, tendencia de las ventas; la magnitud del costo de ventas dependerá tanto del tamaño de la empresa como del tipo de actividad.

“Escuchar a los clientes tiene que llegar a ser la meta de todos. Con una competencia que avanza cada vez con mayor rapidez, el éxito será para aquellos que escuchen y respondan más resueltamente”.¹

3.4.3 Localización y Organización de un plan de Negocio Artesanal

Existen variables consideradas como factores de localización, las que determinarán el lugar donde el artesano desarrollara un plan de negocio eficiente y conveniente para así que logre la máxima utilidad o el mínimo costo unitario. Este problema de localización se relaciona con el desarrollo regional, debido a que decisiones acerca

¹ Frase Tom Peters en Marketing estratégico.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

de la localización de la industria o artesanías influyen en el crecimiento de las diferentes regiones de un país.

Muchas veces las decisiones de donde poner una planta, local o comercial dentro de un plan de negocio desarrollado suele ser determinante para optar en continuar un desarrollo artesanal en la ciudad de Guayaquil.

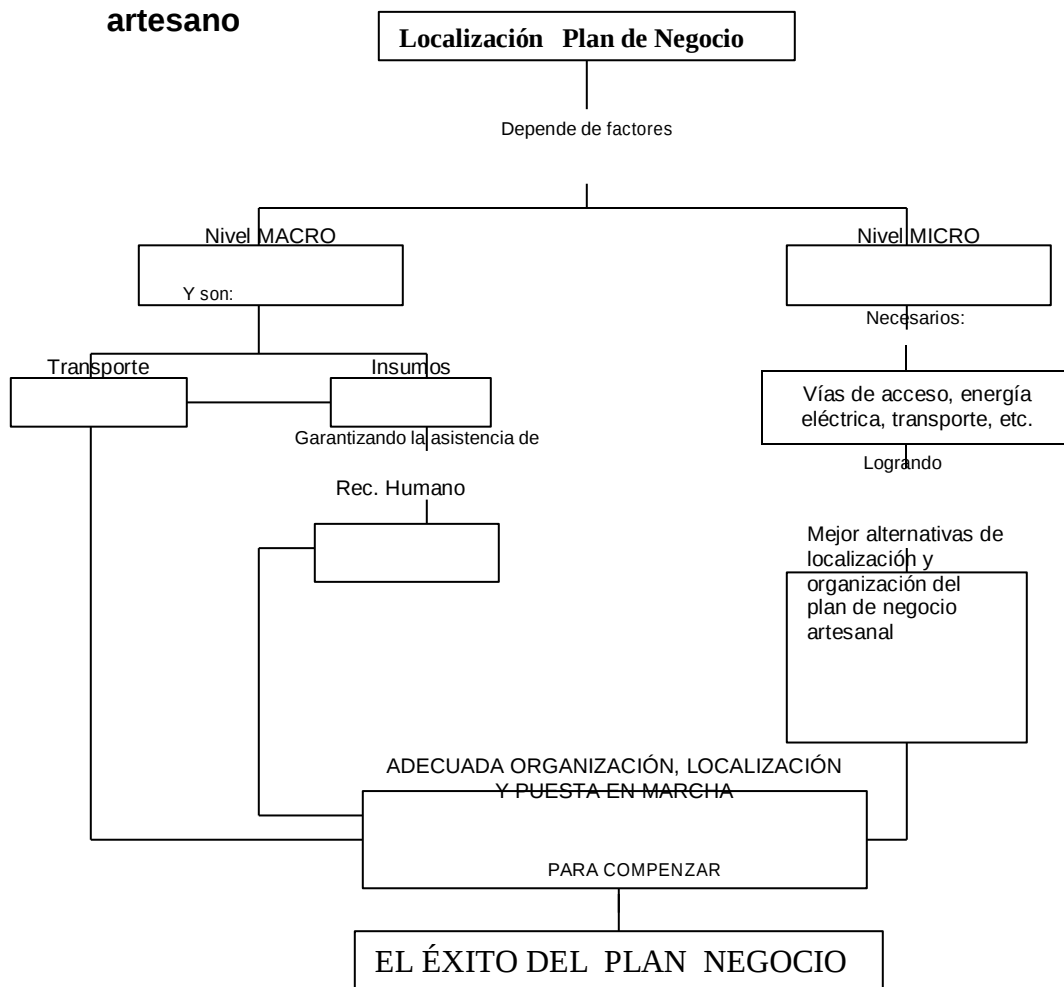
La organización del plan de negocio artesanal tiende a relacionar cómo distribuir el ambiente macro y cómo sincronizar el micro dentro de la empresa, utilizando los mejores espacios en donde ahorramos dinero, maquinaria, artesanos, etc.

La organización lleva consigo la distribución de los equipos y la creación de políticas a implantarse en la utilización de los mismos.

“La localización óptima de un plan de negocio es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social²).

² Comentario de G. Baca Urbina sobre la localización de un Proyecto

3.5 Diagrama estructura sobre la localización del negocio por parte del artesano



3.5.1 Objetivos Generales de la Localización y ubicación del local, industria o planta dentro del plan de negocio

- ▮ "Jerarquizar las etapas del análisis de localización.
- ▮ "Identificar los elementos de macro y micro localización.
- ▮ "Organizar lógicamente las maquinarias y departamentos dentro de la organización.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

- ▮ **'''**Priorizar el orden y el tiempo de ahorro de maquinaria, energía, hombres, y otros elementos importantes en la localización de un negocio.
- ▮ **'''**Buscar las mejores zonas geográficas para la realización del plan de negocio
- ▮ **'''**Analizar las zonas viables para el plan d negocio artesanal
- ▮ **'''**Medir la capacidad de obtener un buen terreno o local, mano de obra y capital de trabajo.
- ▮ **'''**Mejorar las condiciones generales de vida, mediante la localización del de un eficiente plan de negocio artesanal

3.5.2 Organización de la empresa Artesanal al aplicar un Plan de Negocio

En toda empresa es necesario desde que el proyecto o plan de negocio estratégico está en marcha, tener una clara idea de dónde van a estar situadas todas las maquinarias, escritorios, tarjeteros, etc. dentro de la empresa artesanal, es por ello que constituye un tema de análisis el resolver la mejor forma de instalar los equipos, además los diferentes métodos de aplicaciones de manuales de funciones y de procedimientos, todos ellos enlazados para el ahorro de tiempo y costos.

Además la mano de obra artesanal involucrada en el proceso de creación e innovación debe sentirse cómoda al organizar la empresa, por lo que existen políticas que influyen para el buen desenvolvimiento de cada uno de los artesanos, caso contrario existirá una desorganización que afecta la rentabilidad de los futuros empresarios artesanales.

Es necesarios saber cómo ubicar los equipos adecuadamente y, por ello se gana tiempo y se ahorra desgaste físico; un correcto control del tiempo en realizar las actividades del trabajo tiene que ver con la ubicación de las áreas y de los

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

muebles; no podemos tener una recepcionista que constantemente se levante a contestar el teléfono que está en otro escritorio, es por ello que el orden y los procedimientos influyen siempre en el bienestar para la empresa.

3.5.3 Objetivos específicos de organización artesanal

- Garantizar una correcta distribución de los recursos materiales, económicos, físicos, artesanos, y varios.
- Ubicar a los artesanos y operadores correctamente de acuerdo con la posición de los materiales dentro de la organización para su trabajo.
- Implementar adecuada y prácticamente manuales políticas y reglamentos basados en funciones, liderazgo y procedimientos como en cualquier institución comercial e industria existente.

3.5.4 Organización De La Empresa artesanal en base a un plan de negocios estratégico

Cuando el plan de negocio artesanal es nuevo, será necesario establecer una estructura organizativa acorde a las necesidades propias del artesano ejecutor o administrador, en donde deberá investigarse los aspectos legales en relación con el tipo de empresa a constituir, ya sea una Sociedad Anónima o limitada, Cooperativa, etc., y establecer las implicaciones legales de cada una de estas figuras.

Ahora bien, otros aspectos que deben irse detallando y definiendo en ésta etapa del ámbito organizativo del plan de negocio artesanal son:

- ""Manual de Organización
- ""Manual de Procedimientos Administrativos
- ""Manual de Descripción de Puestos
- ""Instrumentos y mecanismos de control (contable-financieros, de producción, etc.)

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

□ ""Para establecer las necesidades del recurso humano se deben tomar en cuenta:

- Plan orgánico de la empresa
- Especializaciones artesanales y competencias requeridas
- Disponibilidad de artesanías para el mercado nacional y extranjero

3.6 Presupuesto de un Plan de negocio artesano

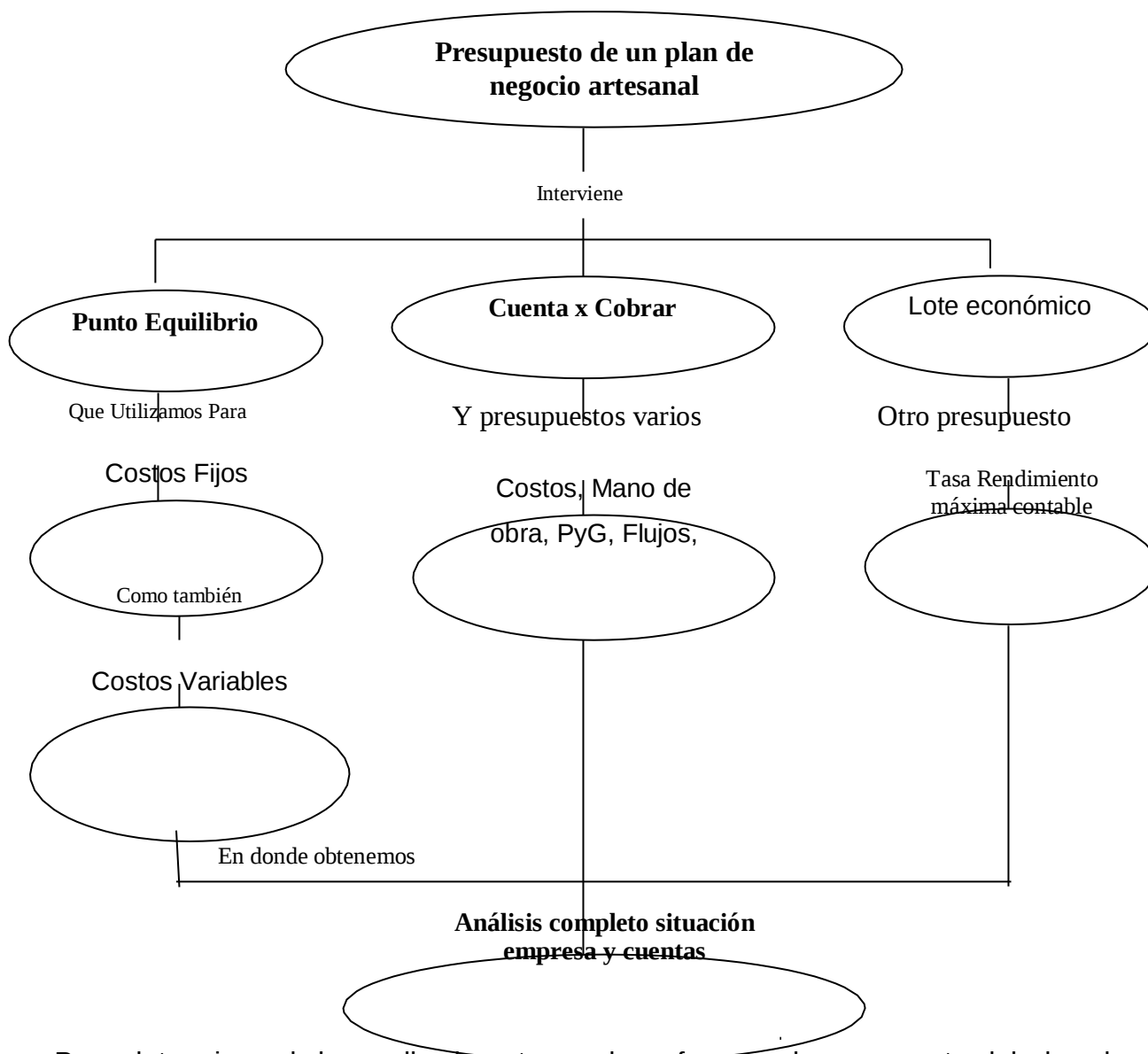
Es importante señalar que la evaluación de un plan de negocio es una técnica de planeación contable no tan rigurosa, esto se demuestra cuando se trabajan en miles de dólares, por lo que no se trata de controlar las cifras del plan de negocio artesanal, pues sería tanto como querer controlar con esa rigurosidad el futuro del artesano ecuatoriano.

Es ahí donde interviene la parte financiera del plan de negocio artesanal a desarrollar en donde debemos de ver los recursos económicos con que contamos para la realización del mismo, si poseemos el capital propio lo hacemos en su totalidad, caso contrario tendría que prorrogar el plan de negocio artesanal en varios años o simplemente buscar dinero en una entidad financiera.

Todo lo realizado en el estudio de mercado y en el técnico abrirá las puertas para invertir en el plan de negocio por parte del artesano, considerando estudios serios y evaluados con el objetivo de hacer viable el plan estratégico a elaborar...

Es necesario que el artesano garantice el cumplimiento de todos los costos y gasto que se incurren en el proceso operativo de la empresa, es por ello que es indispensable evaluar los términos económicos y uno de los principales es fijar el equilibrio que existe entre los ingresos y egresos que ocasionaría el plan de negocio, de ahí se establece en cuantas unidades o valor debemos de negociar para cubrir todo el presupuesto trazado y el margen de rentabilidad alcanzado, para poder tomar la decisión de aceptar o no, esta nueva idea que el artesano desea implementar.

3.7 Cuadro de los principales temas a considerar en el presupuesto del artesano en un plan de negocio



Para determinar el desarrollo de este cuadro referente al presupuesto del plan de negocio hay que considerar los siguientes elementos o estrategias financieras:

- § Determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del plan de negocio artesanal, el costo total operativo de la planta o industria artesanal-

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

3.7.1 Punto de equilibrio.

Permite conocer lo mínimo que se va a producir y vender para no tener pérdida. En este nivel se igualan los costos de la materia prima para fabricar las artesanías o servicios con los ingresos. Desarrollados por las ventas artesanales.

Es un elemento que facilita la toma de decisiones respecto a: fijación de precios, aumentos o supresiones en la línea de productos, introducción de mejoras al producto, estrategias de ventas, entre otros.

- $\text{Ganancias} = \text{Ingresos} - \text{Egresos} = 0$
- $\text{Ingresos} = \text{Unidades vendidas} \times \text{Precio}$
- $\text{Egresos} = \text{Costos fijos} + \text{Unidades vendidas} \times \text{Costo variable unitario}$
- $\text{Unidades vendidas} = \text{Costos fijos} / (\text{Precio} - \text{Costo variable unitario})$
- $Q = CF / (P - CV)$

3.7.1.1 PRUEBA PUNTO DE EQUILIBRIO

COMPAÑIA "N.N." S.A.

ESTADO DE GANANCIAS & PERDIDAS
A Diciembre 31 del 2.00X
(Expresado en Dólares)

VENTAS, Netas	34.258
----------------------	---------------

Costo de Producción

Costos Vari	<u># unidds.</u>	<u>C/vrble.unit.</u>	<u>Tot.C/Varbls.</u>
-------------	------------------	----------------------	----------------------

A	1.637	\$3,50	5.730
----------	-------	--------	-------

B	1.310	\$5,20	6.811
----------	-------	--------	-------

C	1.023	\$2,00	<u>2.046</u>
----------	-------	--------	--------------

Total de C/s Variables	14.587
------------------------------	---------------

Costos Fijos	3.200
---------------------------	--------------

Total de Costos de Producción	<u>17.787</u>
-------------------------------------	----------------------

Utilidad Bruta antes del 15% R.U.T. y del Impsto. Renta	16.471
---	---------------

15% R.U.T.	<u>2.471</u>
-----------------	--------------

Utilidad gravable	14.000
-------------------------	--------

25% Impuesto a la Renta	<u>3.500</u>
-------------------------------	--------------

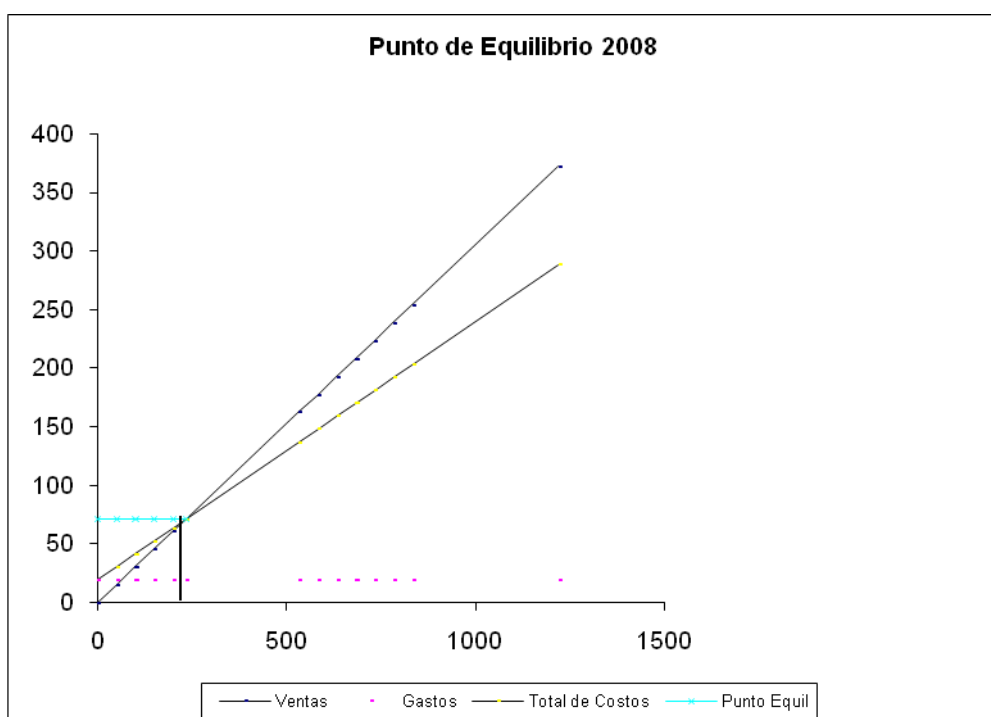
UTILIDAD NETA (Igual a la Utilidad deseada por la Empresa)	<u>10.500</u>
---	----------------------

OTRO EJEMPLO

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Gráfico año 2008

Volumen	Ventas	Gastos	Total de Cos	Punto Equil
0	0	19,84065941	19,8406594	71,2247614
50	15,2574172	19,84065941	30,8479084	71,2247614
100	30,5148344	19,84065941	41,8551573	71,2247614
150	45,7722515	19,84065941	52,8624063	71,2247614
200	61,0296687	19,84065941	63,8696552	71,2247614
233,410284	71,2247614	19,84065941	71,2247614	71,2247614
233,410284	71,2247614	19,84065941	71,2247614	71,2247614
533,410284	162,769264	19,84065941	137,268255	71,2247614
583,410284	178,026682	19,84065941	148,275504	71,2247614
633,410284	193,284099	19,84065941	159,282753	71,2247614
683,410284	208,541516	19,84065941	170,290002	71,2247614
733,410284	223,798933	19,84065941	181,297251	71,2247614
783,410284	239,05635	19,84065941	192,3045	71,2247614
833,410284	254,313768	19,84065941	203,311749	71,2247614
1220,8768	372,548533	19,84065941	288,610557	71,2247614



3.7.2 TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR).

Para formar toda empresa debe realizar una inversión inicial, El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: Inversionistas, otras empresas, bancos, leasing, proveedores, etc. Cada uno de ellos tendrá un costo asociado al

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

capital que aporta, y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio.

Supóngase en el caso más simple, cuando el capital necesario para llevar a cabo un plan de negocio artesanal es aportado totalmente por una persona física. Antes de invertir, una persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, conocido como TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR). La pregunta sería ¿En qué debe basarse un individuo para fijar su propio TMAR?

Es una creencia común que el TMAR, de referencia debe ser la tasa máxima que ofrecen los bancos (tasa pasiva) por una inversión a plazo fijo. Por lo que realizando un balance neto entre el costo bancario y la inflación siempre habrá una pérdida neta del poder adquisitivo.

La fórmula del TMAR = $i + f + if$

i = premio al riesgo

f = inflación

Ejemplo:

La tasa pasiva del Banco Bolivariano: 4.25% (riesgo seguro tasa que el banco paga por Ahorro).

La Inflación es actualmente de un 0,60% mensual lo que implica un aumento de la inflación y pérdida del valor adquisitivo de la moneda de un 7.2% anual.

$TMAR = i + f + if$

$i = 4.25\%$ anual (premio al riesgo)

$f = 7.2\%$ anual (Inflación)

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

$$\text{TMAR} = 4.25\% + 7.2\% + (4.25\%) (7.2\%)$$

$$\text{TMAR} = 11.45\% + 30.6\%$$

$$\text{TMAR} = 42.05\%$$

3.7.3 Proyecciones en un Plan de Negocio (Ejemplo)

DOUGLAS JOSÉ S.A.
Empresa productora y comercializadora
PROYECCIONES 2007

<u>AÑOS</u>	<u>VENTA</u>	<u>X</u>	<u>XY</u>	<u>X²</u>
2003	6500	-1,5	-9750	2,25
2004	7200	-0,5	-3600	0,25
2005	8100	0,5	4050	0,25
2006	9000	1,5	13500	2,25
SUMAN	30800	0	4200	5

$$\begin{array}{lcl} \text{A} & 30800 & \\ & 4 & 7700 \end{array}$$

$$\begin{array}{lcl} \text{B} & 4200 & \\ & 10 & 840 \end{array}$$

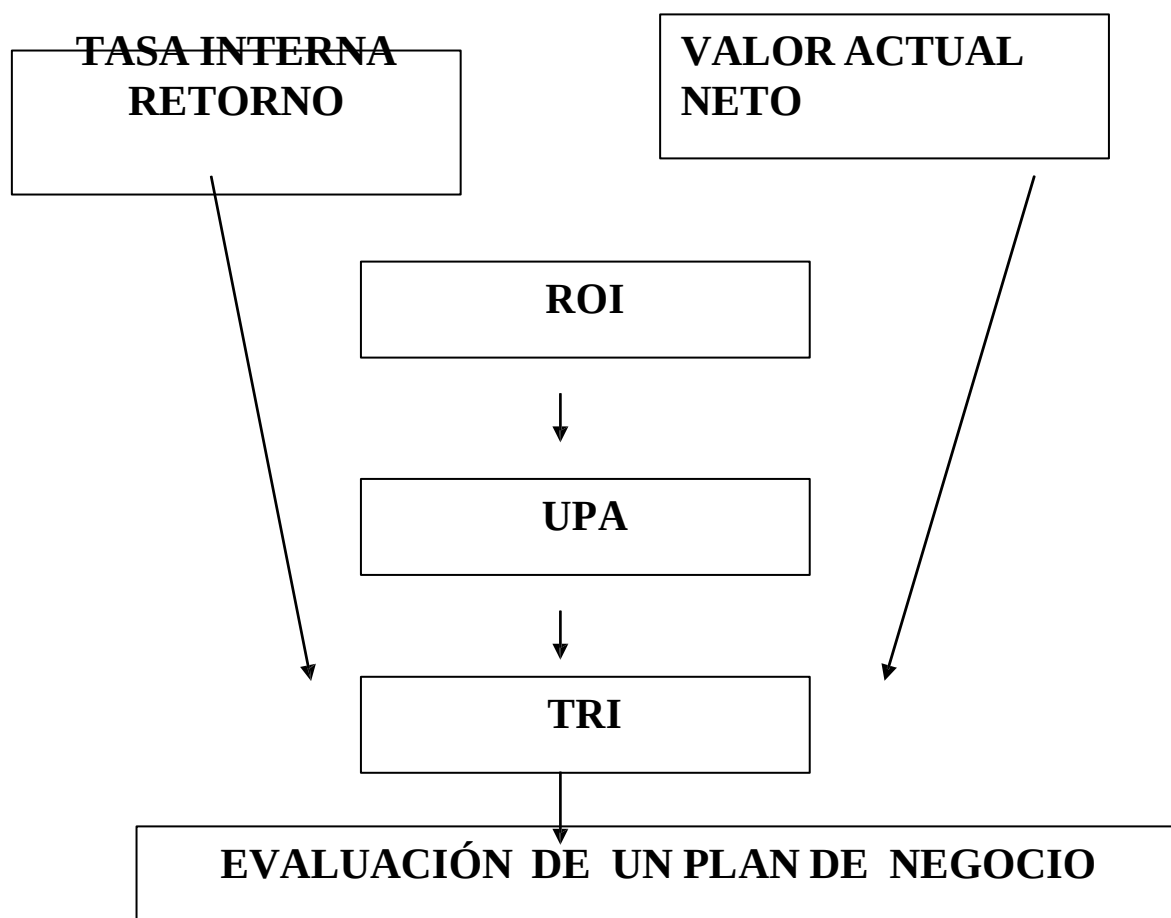
$$Y = A + BX$$

$$= 7700 + 840 (2,5)$$

KILOS A PRODUCIR

9800 Kilos a Producir

3.7.4 Indicadores de Análisis en un Plan de Negocio



Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

EJEMPLO DE ANÁLISIS Y EVALUACION DE UN PLAN DE NEGOCIO

Datos Generales

Inversión Inicial	300.000	Dólares
Período de Análisis	5	Años
Impuestos sobre Ingresos Brutos	12%	Anual
Tasa Activa de Interés	15%	Anual

Datos del Primer Año

Precio de Venta por Unidad	120	Dólares
Costo de Producción por Unidad	60	Dólares
Costos Fijos	2.000	Dólares
Ventas Anuales	6.250	Unidades

Tasas Estimadas de Incremento Anual

Tasa de Incremento en Precio de Venta	1,0%	Por Año
Tasa de Crecimiento en Ventas	1,0%	Por Año
Tasa de Crecimiento Costo Producción	9,0%	Por Año
Tasa de Crecimiento en Costos Fijos	16,0%	Por Año

MODELO CUANTITATIVO

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTALES
Precio de Venta por Unidad		120	121	122	124	125	
Unidades Vendidas por Año		6250	6813	7427	8096	8825	37411
INGRESOS BRUTOS		750000	825736	909154	1000958	1102000	4587847
Impuestos Causados		112500	123860	136373	150144	165300	688177
INGRESOS NETOS	0	637500	701875	772781	850814	936700	3899670

Costo de Producción por Unidad		60	70	81	94	109	
Costos Variables		375000	474185	599626	758221	958734	3165765
Costos Fijos		2000	2000	2000	2000	2000	10000
TOTAL COSTOS	300.000	377000	476185	601626	760221	960734	3475765

INDICADORES FINANCIEROS

Valor Neto Actual	217010	Dólares	=VNA(C7;B35:G35)
Valor Neto Anual Ingresos	2213342	Dólares	=VNA(C7;B27:G27)
Valor Neto Actual Costos	1996332	Dólares	=VNA(C7;B33:G33)
Relación Beneficio / Costo	1,11		=C39/C40
TIR	61,4%		=TIR(B35:G35)
Índice de Rentabilidad	1,72		=(C4+C38)/C4
ROI	14,5%	Anual	=C38/(C4*C5)

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales



Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

§ Analizar la importancia de la realización del plan de negocio artesanal paso a paso y medir las operaciones de negocios que realizara la empresa y la relación de la información presupuestaria.

§ Desarrollar un formato base que hay que seguir para realizar distintos proyectos y la toma de decisiones en la gestión del negocio artesanal emprendedor.

La aplicación del plan de negocio artesanal en sus distintas ideas se sujeta a un formato que puede ser un tanto irrisorio y sin un formato específico para vender la realización del mismo. En el presente tema establecemos un formato científico y practico de cómo presentar un informe completo y detallado de cada uno de sus planes de negocios artesanales.

El formato establecerá investigaciones necesarias y con prioridad de importancia en los estudios principales del plan de negocio artesanal descrito en este trabajo de tesis social.

Además implantaremos matrices que se involucraran, como el FODA, la misión y visión, con sus principales objetivos, el cliente en su mercado meta, la organización de su personal y su adiestramiento, en conclusión todo el proceso operativo descrito bajo el presente formato.

La parte financiera y de evaluación es la que debemos encarar desde un principio en los distintos escenarios que se presente para de tal forma fijar un completo entendimiento sobre la viabilidad que su plan de negocio artesanal.

Deseamos que los pasos que hay que seguir, sean lo más eficientemente desarrollados y que no sean simple proceso a seguir, y se agreguen más observaciones, dependiendo del producto y servicio que vayamos a aplicar para una excelente presentación del plan de negocio artesanal.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Para tal presentación es necesario agregar los complementos como CD. Afiches, WEB, correos, proyectos escrito y digitalizados, etc. Que enaltezcan el aprendizaje en los artesanos de la ciudad de Guayaquil

3.7.5 CÓMO REALIZAREMOS NUESTRO PLAN DE NEGOCIO PASO A PASO

Con este material todos los ARTESANOS se guiarán paso a paso de la realidad de la situación de su Idea, sea cual fuese este, y considere un texto-guía necesario para que realicen una excelente tesis, y lo fundamental, la aplicación de su plan de negocio artesanal en la realización de una PYME que garantice el trabajo de nueva mano de obra y genere mejores índices en la balanza comercial para desarrollo económico del país, ya que cada estudiante artesanal tendrá una herramienta sencilla y estratégicas para incrementar o mantener los principales indicadores económico del Ecuador.

Este formato del plan de negocio, beneficiará a los estudiantes artesanos a buscar paso a paso cada tema fundamental del plan, y harán un cronograma teórico y práctico de los requerimientos para obtener los objetivos elementales de nuestra idea.

3.7.6 Perfil Principal del Plan de Negocio a ejecutarse en los colegios artesanales

Descripción de mi empresa.- aquí describa el productor artesanal a ofrecer

Mercado y clientes meta.- Describa el perfil de sus clientes y la razón por la que necesitan el producto o servicio que usted Ofrece.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Tendencias de crecimiento del negocio.- El mercado Para el Producto o servicio que usted ofrece está creciendo o disminuyendo.

Dominio sobre el precio de Venta.- Explique las cualidades o circunstancia únicas del producto o servicio que ofrece y que le permitirá mantener precios reales y competitivos en el ambiente artesanal de la ciudad de Guayaquil.

La Misión, Visión y las personas.- Explique en este ítems en forma convincente que tiene un compromiso entusiasta con su nueva empresa y que es lo suficientemente realista para tomar decisiones difíciles inevitables.

Las personas.- Experiencia laboral relacionada con la empresa que se pretende incoar en el ambiente artesanal. Describa su experiencia laboral en la empresa que pretende iniciar incluida una lista de las habilidades y conocimiento que usted posee y será necesario en su micro empresa artesanal.

Antecedente personales y credenciales.- Descríbase a si mismo sus funciones y el arte en sus manos, de los productos que se realizan.

Herramientas de computación y comunicación.- Haga una lista de los equipos que pretende utilizar, incluida una descripción de los mismo y sus costos. Puede utilizar lo siguiente a manera de pauta.

Requisitos de los recursos:

Comunicaciones: Describa todos los equipos de comunicación
Prepare un presupuesto para todos los equipos de comunicación

Teléfono: Describa todos los equipos telefónicos
Prepare un presupuesto para todos los equipos telefónicos

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Localizadores: Prepare el presupuesto para todos los localizadores

- Computadoras, describa los proveedores de Internet necesarios
- Prepare un presupuesto para el acceso a internet y mostrar sus artesanías
- Organización Comercial Explique la forma de organización comercial que pretende utilizar y porque es la mejor para su empresa

Consultores profesionales.- Enumere los nombres de su abogados, asesores, contador, agente de seguros y otros profesionales

Consultores de licencia.- Enumere las licencias que necesitara para iniciar las actividades comerciales

Ubicación.- se basa en el criterio de ubicación, describa los criterios de ubicación que utilizara:

- necesidades de espacio
- necesidades futuras
- análisis de emplazamiento si es necesario
- lista de verificación del arrendamiento
- Costo estimado del espacio como porcentaje de las ventas
- Autorizaciones de zonificación y uso

Contabilidad y Flujo de Caja.- Es un anexo separado a realizar, confeccione un balance inicial y los estados de resultados proyectados de los primeros seis a doce meses.

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

Planificación del flujo de Caja.- en un anexo separado proporcione un análisis del flujo de caja de un año, que incluya las ventas estimadas, todos los costos y las inversiones del capital

Proporcione un alista de comprobación de todos los conceptos de gasto para incluidos en un proyección del flujo de caja.

Análisis de Costo.- Cuales serán todos los costos en el área del artesano guayaquileño

Estrategias de Financiamiento Proporcione un grafico u hoja de cálculo que muestre todas las fuentes de su capital inicia. Explique las alternativas gubernamentales de asistencia o programas de garantía de préstamo a los que pretenda postular

Si su negocio requiere utilizar potenciales prestamista, incluya una proyección de flujo de caja y de estado de resultado. Realice los pronósticos.

Planes para el comercio electrónico Describa detalladamente cómo piensa utilizar internet para comercializar su producto o servicio.

Marketing: Describa su plan general de Marketing

Describa sus planes de presupuesto y planes d publicidad y promociones

Compra y control de inventario:

- Capacitación y políticas a impartir
- Análisis de la competencia y sus competidores
- Como piensa competir con sus competidores
- Enumere los puntos débiles de sus competidores

4 Conclusiones y recomendaciones

5 BIBLIOGRAFIA

- Arellano, Rolando C. Marketing, Enfoque América Latina. Editorial McGRAW HILL, I edición, México, 2001.
- Banco Central del Ecuador (BCE), Boletines, Informe Estadísticas Mensuales.
- Grande, Ildefonso Esteban, Marketing de los Servicios, McGRAW HILL, III edición, España, 2000.
- Grupo Editorial Océano. Diccionario Enciclopédico Compact Océano, edición 1998.
- Global. Editorial McGRAW HILL, XI edición, México, 1998.
- Instituto Italo Latinoamericano, -Guía Metodológica de Marketing para Empresas Artesanasll, Roma, 1999.
- Jany, J. Investigación Integral de Mercados (Segunda Edición), Colombia, McGraw Hill, 2000
- Kinnear, T. Investigación de Mercados (Segunda Edición), Colombia, McGraw Hill, 1998

Creación de un Plan de Negocio Para estudiantes de los Colegios Artesanales

- Mendoza, Marlene. Manual Básico de Planificación Estratégica para Microempresarios. C.I.E. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2002.
- Nassir Sapag Chain, Criterios de Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, 1.995
- Peña, Gianell. Teoría y Diseño Organizacional. Grupo Sol Meliá. Santo Domingo, R.D. 2002.
- Porter, M. Competitive Strategy, Techniques for analyzing Industries and Competitors. New York. Free Press, 1980
- Saporosi Gerardo, Clínica Empresaria, Ediciones Macchi, 1.997