

DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Alex Paul Albán Martínez

C.D.172287078-7

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHO PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por parte, el estudiante **Alex Paul Albán Martínez**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera Administración Turística y Hotelera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado: LAS ARTESANÍAS EN LA CULTURA ANCESTRAL DEL NOROCCIDENTE DE PICHINCHA. DISEÑO DE UN CENTRO DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS EN NANEGALITO, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de un centro de promoción y comercialización de artesanías, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminando es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la creación de un centro de promoción y comercialización de

artesanías, descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar la producción de artesanías para el desarrollo cognitivo por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual.

TERCERA: OBLIGACIÓN DE CEDENTE.- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la producción de artesanías para el desarrollo cognitivo del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de este, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitara la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las

partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral. La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 28 días del mes de Octubre del dos mil trece.

f) _____

f) _____

C.C. N° 172287078-7

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Quiero Agradecer a Dios Por darme su Bendición y Guiar mis pasos por el camino del Bien por haberme Bendecido para llegar hasta donde hoy he llegado porque hiciste realidad este sueño anhelado

AL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A los profesores que durante mi carrera han aportado con un granito de arena para mi formación profesional con sus enseñanzas y sus consejos han hecho de mí una buena persona.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a a las que encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida

A todos ustedes va este agradecimientos Gracias y que DIOS LOS BENDIGA

Alex Albán

DEDICATORIA

Este proyecto dedico a mis padres quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios ya que ellos siempre han estado presentes en todo momento de mi vida con una palabra de aliento y su apoyo incondicional,

A mi madre Georgina

Por haberme apoyado siempre, por sus consejos, sus valores, por la motivación que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su paciencia y amor.

A mi padre Marco

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan, por su ayuda económica, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mis hermanos María y Marco

A mi hermano Marco por ser el ejemplo de un hermano mayor, por apoyarme en cada momento de mi vida y al cual amo mucho; mi hermana María por su ayuda y gran apoyo y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

A una persona muy especial que con su apoyo incondicional siempre está a mi lado alentándome.

A todos ustedes va dedicado este trabajo.

Alex Albán

ÍNDICE GENERAL

DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE	i
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHO PROPIEDAD INTELECTUAL	ii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
CAPÍTULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 JUSTIFICACIÓN	2
1.2 ANTECEDENTES	2
CAPÍTULO II	4



2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	4
2.1. AMBIENTE EXTERNO FACTOR ECONÓMICO	4
2.2 ENTORNO LOCAL	7
2.3 ANALISIS INTERNO PROPUESTA ESTRATEGICA.....	7
2.4 ANALISIS FODA	9
CAPITULO III.....	10
3.1MUESTREO ESTADÍSTICO	10
3.2 OFERTA	18
3.3 Productos sustitutos	21
3.4DEMANDA	21
3.4.1 Demanda histórica.....	21
3.4.2 Demanda actual	22
3.4.3 Demanda proyectada	22
3.5BALANCE OFERTA DEMANDA.....	23
3.5.1 DEMANDA ACTUAL	23
3.5.2 Demanda proyectada	24
CAPITULO IV.....	25
4.1 Tamaño del proyecto.....	25
4.2 LOCALIZACIÓN	25
4.3INGENIERIA DEL PRODUCTO	27
CAPITULO V	28
5 Estudios Financieros	28
5.1 Detalle de la Inversión	28
5.2Detalles de costos de ingresos.....	29
5.2.1 Presupuesto de costos anuales.....	29
5.2.2. Presupuesto de ingresos anuales.....	29
5.2.3 Utilidad anual	30
5.3Balance de situación inicial de la inversión	30
5.4 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	32
5.4.1Flujo de Caja Neto Del Inversionista	33
CAPITULO VI.....	35
6.1 Cronograma.....	35



6.2 ANALISIS DE IMPACTOS	36
CAPITULO VII	38
7.1 CONCLUSIONES	38
7.2 RECOMENDACIONES	38
BIBLIOGRAFIA	38
REFERENCIAS ELECTRONICAS	41
ANEXOS	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ANALISIS FODA	
9 Tabla 2 MUESTREO	
11 Tabla 3 PORCENTAJES	
12 Tabla 4 Tabla de inversión	
29 Tabla 5 Tabla de presupuesto anual	
30 Tabla 6 Estado de pérdidas y ganancias	
33	
Tabla 7 Flujo de caja neto del inversionista	34
Tabla 8 Cronograma	
35	



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ANALISIS DE LOS ITEMS	14
Figura 2	15
Figura 3	15
Figura 4	16
Figura 5	17
Figura 6	17
Figura 7	18
Figura 8	19
Figura 9 Ecuador y la provincia de pichincha	26
Figura 10 Pichincha y la parroquia de Nanegalito	26
Figura 11 Parroquia de Nanegalito	27
Figura	12
.....	42
Figura 13	43
Figura 14	44
Figura 15	45
Figura 16	46
Figura 17	47
Figura 18	48

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

Se ha visto la necesidad de incrementar las producciones de artesanías de la cultura ancestral de los pueblos del noroccidente de Pichincha Nanegalito y el diseño de un centro de promoción para la comercialización de las artesanías creando fuentes de trabajo y divisas generando un bien mutuo tanto como para el producto como para la comunidad de Nanegalito.

Por medio de la presente propuesta se determinara si es factible la venta y producción de las mismas.

Las artesanías son actividades, destrezas o técnicas empíricas, practicadas tradicionalmente por el pueblo, mediante las cuales con intención o elementos artísticos, se crean o producen objetos destinados a cumplir una función utilitaria cualquiera, o bien se las adorna o decora con el mismo o distinto material realizando una labor manual individualmente o en grupos reducidos, por lo común familiares e infundiendo en los Caracteres o estilos típicos, generalmente concordes con los predominantes en la cultura tradicional de la comunidad.

Los diferentes tipos de artesanía indígena se manifiestan como verdaderas obras de arte. Las formas ancestrales tradicionales no se han perdido y se han venido manteniendo vivas entre estos pueblos. Entre los tipos de artesanía indígena u objetos etnográficos se encuentran; la cestería o tejidos duros, los tejidos blandos (chinchorros, hamacas, bolsos, bandas porta-bebé, vestidos y guayucos) y sus telares, la alfarería o cerámica, las tallas en madera, los adornos corporales, los instrumentos de caza y pesca, los instrumentos musicales, etc.

1.1 JUSTIFICACIÓN

La propuesta es la Creación de un centro de ventas y comercialización de artesanías en Nanegalito, por cuanto se prevé mejorar la situación económica y social de los artesanos y del propietario del proyecto.

Difundir la venta de productos de la misma zona que involucren costumbres y antiguas técnicas de elaboración, permitiendo cada vez más tecnificar e instrumentalizar la producción de artesanías

Los resultados esperados del proyecto serán la existencia y operación de una unidad especializada de comercialización de artesanías; el uso de un sistema de denominación de origen que garantice la autenticidad de las artesanías que a su vez de soporte al posicionamiento de la producción ;la equipamiento y mejora de los talleres de fabricación de artesanías en la comunidad de Nanegalito ;el establecimiento de vínculos comerciales como nichos especializados de nichos de artesanías de indígenas y producción cultural local; y procesos de innovación, investigación y desarrollos en ejecución para la generación de nuevos productos, manteniendo y revalorizando la identidad cultural de los pueblos del noroccidente de pichincha Nanegalito

1.2 ANTECEDENTES

TEMA: Modelo de comercialización de artesanías Ecuatorianas

AUTOR. Silva Salazar Omar

AÑO jul-2011

INSTITUCION IAEN

CONCLUSIONES La globalización de la economía se produce sin que se hayan eliminado las formas productivas más rezagadas y tradicionales, como son las artesanías

TEMA: recuperación de la cultura por medio de las artesanías para el beneficio de la comunidad

AUTOR varios autores

AÑO. 2012

INSTITUCION. Instituto educativo agroambiental la concepción

CONCLUSIONES. Contribuirá de manera importante para llevar la elaboración de las artesanías

TEMA: centro de difusión de artesanías tradicionales

AUTOR. Paulina Alvarado Castro

AÑO. 2011

INSTITUCION. Universidad de Chile

CONCLUSIONES. Con esto se lograra el rescate de la cultura de los pueblos y el lucro de las familias de lugar

TEMA. Centro nacional para la promoción de artesanías: aspectos de abstracción y figuración

AUTOR. Jácome Isabel

AÑO may-2011

INSTITUCIÓN Centros de Arte - Arquitectura - Quito (Ecuador)



CONCLUSIONES El Centro Nacional Para La Promoción De Artesanías es una nueva propuesta del Mercado Artesanal de la Marisca, trata de ser un proyecto que complementa el sector de La Mariscal.

TEMA: Exportación de artesanías de mazapán desde Quito a Madrid-España vía aérea

AUTOR. Legarda Ramiro

AÑO. 2011 INSTITUCION.

ESPE CONCLUSIONES.

Este proyecto se ha desarrollado en base a un problema localizado en Ecuador, luego de la investigación presentada.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1. AMBIENTE EXTERNO FACTOR ECONÓMICO

La artesanía, su valor cultural, así como su integración con otros sectores del crecimiento necesitan de espacios de discusión y debate. Para llevar a un precio establecido que convenga al artesano.

SOCIAL.

El trabajo artesanal es compartido por hombres y mujeres. La estratificación por género se ha debido a factores como el tipo de actividad que cada uno desempeña, es decir que existen tareas específicas para cada sexo, así por ejemplo en la rama textil mientras los hombres se encargan del tejido y tinturado, las mujeres son responsables del lavado, escarmenado e hilado.

Cabe resaltar además que los talleres artesanales son de carácter familiar, en donde pueden llegar a intervenir todos los integrantes hasta la cuarta generación, dependiendo del producto y volumen a realizar. Los niños inician su aprendizaje desde muy temprana edad, esto es desde los seis a ocho años, realizando actividades acorde a su pequeña fuerza y capacidad.

LEGAL.

Art. 76.- De la promoción.-Con el objeto de consolidar la identidad imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico. La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el Sector Privado. Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos,

- Exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc.
- La ejecución de la promoción turística del Ecuador ser
- Realizará con estricta sujeción al Plan Estratégico de
- Desarrollo Sectorial, Políticas Sectoriales, Plan de Competitividad
- Turística y Plan Nacional de Mercadeo, los mismos que serán utilizados como herramientas fundamentales y el Sistema de Inteligencia de Mercados.

Art. 77.-

El patrimonio autónomo contará con los ingresos previstos en el artículo 40 de la Ley.

Art. 78.- Las recaudaciones de contribuciones para el patrimonio autónomo.-

Los procedimientos de recaudación de algunos de los recursos señalados en la Ley serán los siguientes:

1. La contribución del 1 por mil sobre Activos fijos, determinada en el literal

a) del artículo 40 de la Ley de Turismo, pagarán todos los establecimientos Prestadores de servicios turísticos

Para el cálculo de dicha Contribución se exigirá lo siguiente:

a. Personas jurídicas: Los balances presentados a la Superintendencia de Compañías, debidamente aprobados, correspondientes al año inmediato anterior. Requisito que se exigirá a los establecimientos que se encuentran registrados en el Ministerio, previo a la renovación de la Licencia Anual de Funcionamiento.

b. Personas naturales: Al momento de obtener el registro, deberán hacer una declaración juramentada, en el formulario preparado por el Ministerio de Turismo para tal efecto, sobre el monto de los activos fijos que posee el establecimiento.

c. Para establecimientos registrados y de propiedad de personas naturales: Igualmente declararán bajo juramento sus activos fijos, como al momento de la renovación de la Licencia Única Anual de Funcionamiento.

El pago de esta contribución se efectuará hasta el 31 de Julio de cada año. Vencido este plazo, el contribuyente pagará un interés calculado de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 20 del Código.

TECNOLÓGICO.

Se utilizara para su elaboración taladros, sierras, brocas para diseñar y tallar, también se verá la necesidad de la utilización del computador para observar nuevos diseños y poderse guiar.

2.2 ENTORNO LOCAL

CLIENTES.

El centro de promoción de artesanías estará dirigido a los turistas extranjeros y nacionales pero más se enfocara en los extranjeros ya que ellos son los que adquieren con mayor flexibilidad las artesanías ya que el lugar es muy visitado turísticamente y se aprovechara para la promoción y ventas de las mismas.

PROVEEDORES.

Los proveedores directos de material son los vecinos aledaños al lugar dueños de propiedades y agricultores de la zona que puedan facilitar la adquisición de semillas y productos para la elaboración de las artesanías. Ellos serán lo que abastezcan de materia prima para el desarrollo del negocio propuesto.

COMPETIDORES.

Primero debemos estudiar la competencia saber los beneficios que esta ofrece saber a quién nos estamos enfrentando como una amenaza para la empresa realizando un previo estudio de mercado para analizar la situación actual de la competencia para conocer las necesidades y demandas del cliente y así podernos posicionarnos en el mercado .

2.3 ANALISIS INTERNO PROPUESTA ESTRATEGICA

Lo que se propone para vender las artesanías seria observar los gustos y exigencias del cliente para mejorar el diseño de las artesanías lo que se busca una artesanía de calidad, y original para que turista se sienta conforme con lo adquirido y sea de su agrado.

OBJETIVOS

- Incrementar y fortalecer la cultura en el noroccidente de pichincha Nanegalito

- Identificar las necesidades y preferencias del turista tanto nacional como extranjero
- Determinar los requerimientos físicos para el diseño del proyecto,

PRINCIPIOS.

Responsabilidad

Respeto

Puntualidad

Honradez

Seriedad

GESTION ADMINISTRATIVA.

El negocio empezaría con tres empleados por el hecho de ser un negocio que se está indicando y no es un negocio muy grande por lo que no se verá la necesidad de más personal para la producción y ventas de las artesanías

OPERATIVA.

Se utilizara un sistema de inventario para registrar la compra de materiales y la venta de las artesanías para de esta manera llevar un control más real de los ingresos y los egresos del negocio y poder conocer la utilidad o pérdida del mismo.

COMERCIAL.

Se dará a conocer las artesanías por medio de publicidad que se ponga fuera del local de esa manera se atraerá a la mayoría de turistas y se captara su atención y los mismos clientes darán buenas referencias del producto adquirido, también se aplicara estrategias de marketing que permitan difundir el negocio.

2.4 ANALISIS FODA

Tabla 1 ANALISIS FODA

FORTALEZA.	OPORTUNIDAD	DEBILIDAD	AMENAZA.
• Que es negocio con artesanías originales • Se lograra el rescate de la cultura del pueblo ancestral de Nanegalito • Interés del municipio .en apoyar acciones en favor de la producción	• Se generaría trabajo a las personas aledañas al lugar • Se daría una capacitación en las escuelas, colegios del sector y las comunidades • Accesible a cualquier Mercado geográfico	• Ausencia de estudio de mercado y escases del producto • Los resultados no serían los esperados porque recién se está iniciando el negocio y se tendría que esperar para	• La competencia sería un factor amenazante para el negocio • La competitividad de la calidad y costos de los productos
artesanal. • Buena calidad de la mercadería a ofrecer		observar resultados. • La aceptación en el mercado tardaría en dar ganancias hasta ser conocidos por los turistas.	• Imitación de las artesanías por los vecinos aledaños al lugar

Elaborado por: Alex Albán

CAPITULO III

3.1 MUESTREO ESTADÍSTICO

Población

También llamada universo o colectivo, es el conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan unas de las observaciones. Población es el conjunto sobre el que estamos interesados en obtener conclusiones (hacer inferencia). Normalmente es demasiado grande para poder abarcarlo.

La presente investigación está formada por los habitantes de Nanegalito donde está dirigido este proyecto.

MUESTREO

Tabla 2 MUESTREO

Población a estudiarse	Número
------------------------	--------

Pichincha	2.576
Total	2.576

Nanegalito: 123

Elaborado por: Alex Albán

MUESTRA

Una muestra estadística (también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra) es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística.

Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo.

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula mediante el muestreo probabilístico o Aleatorio a continuación se detallará la siguiente fórmula.

FÓRMULA

$$n = \dots N \dots$$

$(N-1)E^2+1$ Dónde:

N = tamaño del universo o población n = Muestra

E^2 = error (0.81)

2.576

PORCENTAJES

Tabla 3 PORCENTAJES

	Universo	Muestra	Porcentaje
Habitantes	2.576	123	9%
Total	2.576	123	9%

Nanegalito: 123

Elaborado por: Alex Albán

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Es el procedimiento por el cual se pasa de variables generales a indicadores, es el proceso de medición en las ciencias sociales y está compuesto por una serie de fases:

Búsqueda de las dimensiones de la variable general.

ENCUESTA

1. Que tanto le llama la atención las artesanías en la actualidad:

Mucho..... Poco..... Nada.....

2. Para que ocasión especial te gustaría comprar una artesanía:

Regalo..... Recuerdo..... Otros.....

3. Cuanto estaría dispuesto a pagar por una artesanía:

\$.3..... \$.5..... \$.8..... Otros.....



4. Que materiales le gustaría que utilicen para la fabricación de artesanías:

Fibras..... Hilos..... Alambre..... Madera.... Metal.....

5. Cuando sale de viaje Ud. Suele comprar artesanías:

Siempre..... Frecuentemente..... Rara vez..... Nunca.....

6. Qué tipo de instrumentos te gustaría se utilice en la elaboración de las mismas?

Las manos..... El taladro..... El cautín..... Otros.....

7. Que tipos de artesanía te llama la atención:

Aretes..... Pulseras..... Collares..... Otros.....

8. Le gustaría adquirir artesanías de Nanegalito cada vez que le sea posible?

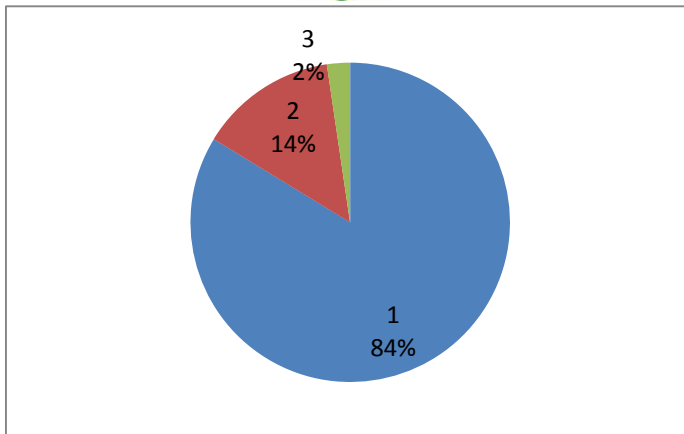
Si..... No.....

Elaborado por: AlexAlbán

1. Que tanto le llama la atención las artesanías en la actualidad:

1. Mucho.84% 2.Poco.14% 3.Nada.2%

Figura 1 ANALISIS DE LOS ITEMS



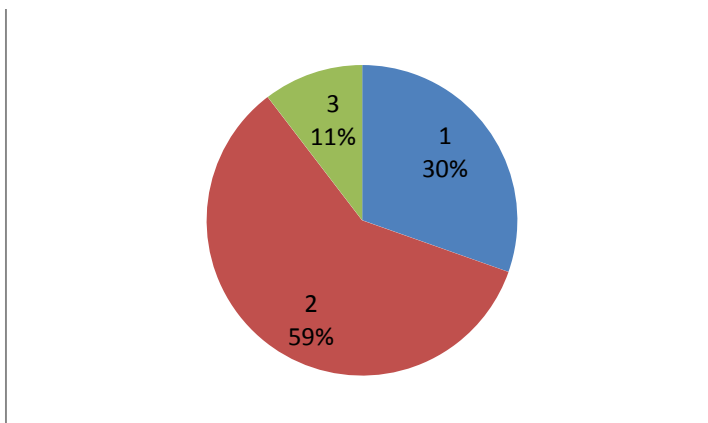
Elaborado por. Alex Albán

Como vemos en la gráfica las artesanías le llaman mucho la atención el 84% siendo la más alta y nada siendo la menor. Así que le llaman mucho las artesanías en la actualidad.

2. Para que ocasión especial te gustaría comprar una artesanía:

1. Regalo. 30% 2. Recuerdos. 59% 3. Otros 11%

Figura 2



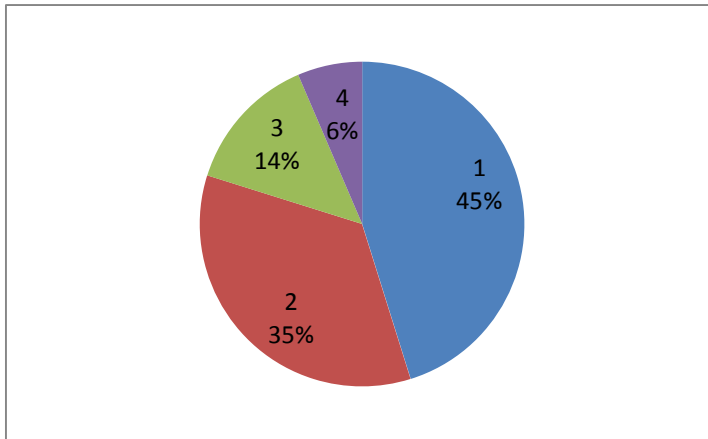
Elaborado por. Alex Albán

Como vemos en la gráfica los recuerdos con 59% siendo la más alta y otros el 11% siendo la más baja. Así que le gusta comprar artesanías para recuerdos.

3. Cuanto estaría dispuesto a pagar por una artesanía:

1. \$.3.45% 2.\$5.35% 3.\$8.14% 4.Otros.6%

Figura 3

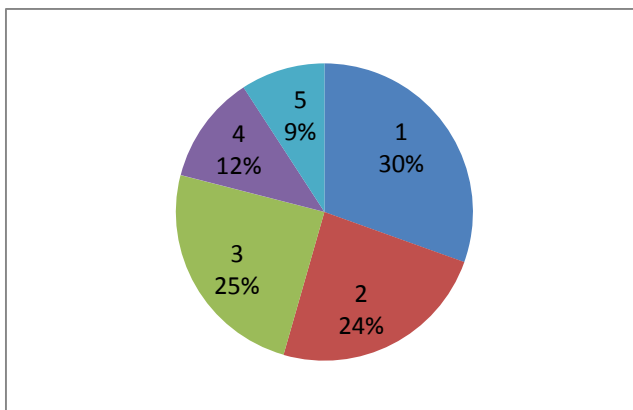


En la gráfica vemos que les gustaría pagar \$3 por una artesanía siendo la mayor y otros el 6% siendo el menor .Así que \$3 dólares le gustaría pagar por una artesanía.

4. Que materiales le gustaría que utilicen para la fabricación de artesanías:

1. Fibras.30%2.Hilos.24% 3.Alambre.25%4.Madera.12%5.Metal.9%

Figura 4



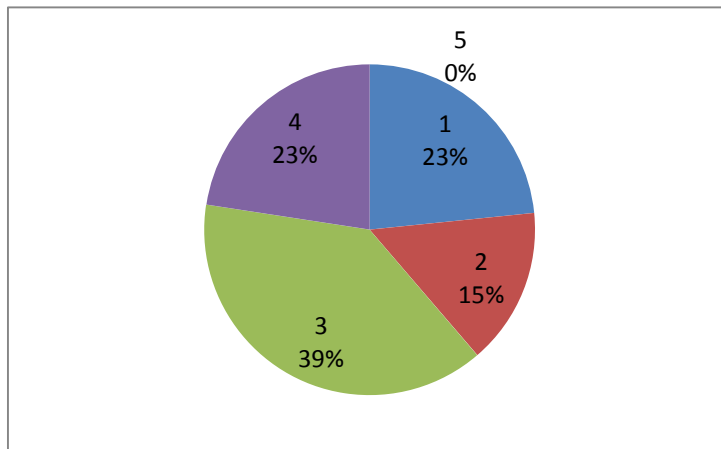
Elaborado por. Alex Albán

En la gráfica observamos que un 30% les gustaría que utiliza fibra en la elaboración de artesanías siendo esta la mayor y metal 9% siendo el menor Así que al 30%les gustaría que utiliza fibra en la elaboración de artesanía

5. Cuando sale de viaje Ud. Suele comprar artesanías:

1. Siempre.23% 2.Frecuentemente.15% 3.Rara vez.39% 4.Nunca.23%

Figura 5



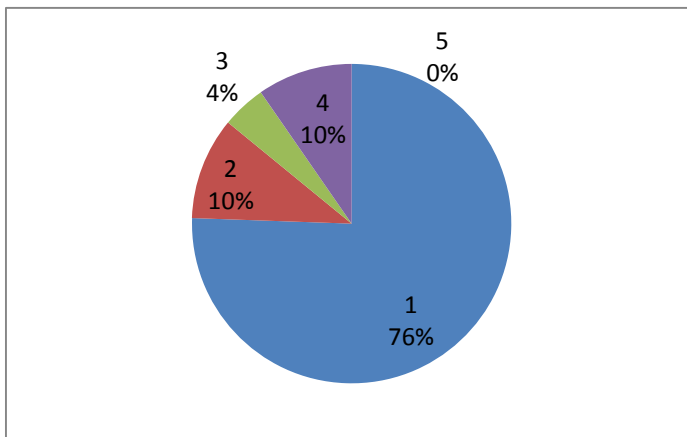
Elaborado por. Alex Albán

Como se observa en grafica anterior el 23% suele comprar artesanías siendo esta la más mayor y frecuentemente 15% siendo la menor Así que un 23% indica que siempre suele comprar artesanías cuando sale de viaje.

6. ¿Qué tipo de instrumentos te gustaría se utilice en la elaboración de las mismas?

1. Las manos.76% 2.El taladro.10% 3.El cautín.4% 4.Otros.10%

Figura 6



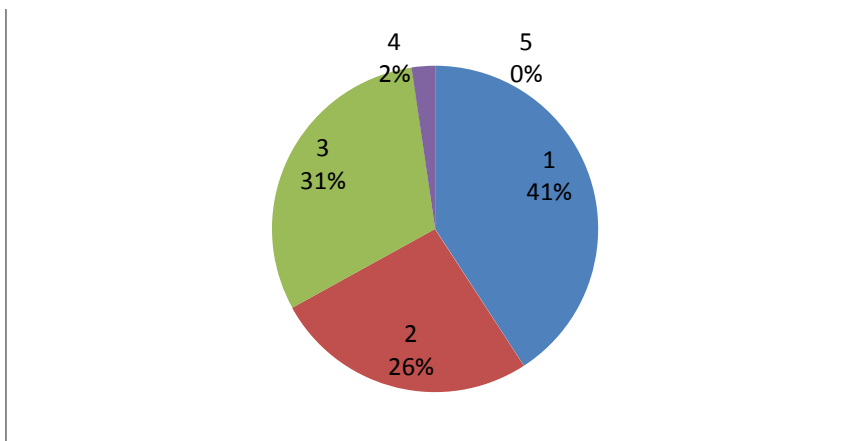
Elaborado por. Alex Albán

Como se observa en la gráfica anterior un 76% les gustaría que use las manos para la elaboración de artesanías siendo la más mayor mientras que el 4% le gustaría que use el cautín siendo esta la menor Así que a un 76% le gustaría que use las manos al momento de elaborar las artesanías.

7. Que tipos de artesanía te llama la atención:

1. Aretes.41% 2.Pulseras.26% 3.Collares.31% 4.Otros.2%

Figura 7



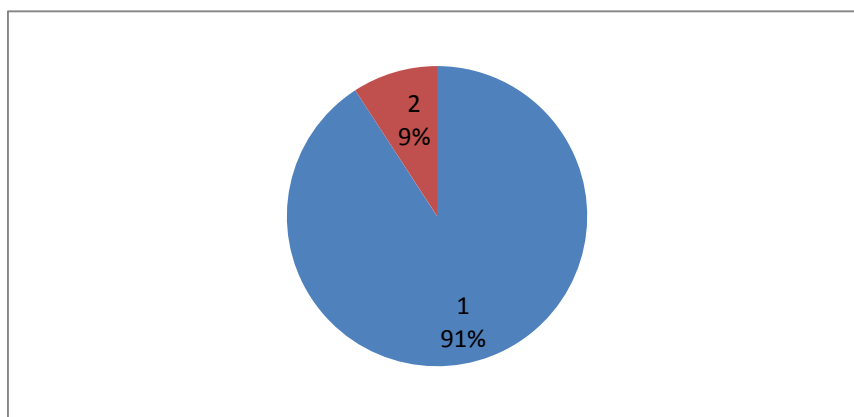
Elaborado por. Alex Albán

Como se observa en la gráfica anterior un 41% le llama la atención los aretes siendo esta la mayor mientras que otros un 2% le llama la atención siendo esta la menor Así que a un 41% les llama mucho la atención los aretes.

8. ¿Le gustaría adquirir artesanías de Nanegalito cada vez que le sea posible?

1. Sí.91%2.No.9%

Figura 8



Elaborado por. Alex Albán

Como se observa en la gráfica anterior un 91% les gustaría adquirir artesanías de Manejadito cada vez que le sea posible siendo así está la mayor y un 9% no le gustaría adquirir artesanías siendo así está la menor Así que un 91% si desea adquirir las artesanías de Nanegalito.

3.2 OFERTA

Oferta histórica

Para hacer el análisis de la oferta se tiene encuentra algunos factores como líneas de productos ofrecidas, calidad de productos, el tipo de contratación con los promovedores, margen de utilidad sobre las ventas, políticas para la fijación de precios.

Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte. Para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es también importante.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo coste, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad.

En general, la artesanía se realiza en todos los pueblos de cada país.

Las artesanías han formado parte de la cultura colombiana, como lo era la época PREcolombina, con sus obras hechas en barro y oro, materiales que hoy en día y con el paso del tiempo han venido evolucionando.

Remontándose a épocas pasadas en cuanto a la decoración se encuentra la orfebrería, cuyos orígenes son muy antiguos y se remonta a la época en que el hombre descubrió la maleabilidad del bronce la evolución de la demanda es un comportamiento en épocas pasadas positivo pues ha ido creciendo poco a poco logrando introducir en las personas que cada vez se interesan más por adquirir una artesanías no solo por sus diseños y prestaciones que una artesanías puede brindar sino también por los precios que aunque en ocasiones no son los justos pero el calor de la calidad no tiene precio. se observa que la demanda ha evolucionado a gran escala y puede seguir haciéndolo si se logra satisfacer cada vez más al cliente

Oferta actual

La oferta a al igual que la demanda no ha mejorado pues la competencia actual está muy orientada a exportar las artesanías descuidando un poco lo que se le mercado nacional dejando así un espacio libre el cual se desea ingresar la oferta a nivel local no es un factor tan preocupante, pues está dejando inconforme a la demanda por la poca capacidad

innovadora de la competencia a demás no ajustan los precios y no se preocupan por darse a conocer todo lo anterior da a entender es que la oferta futura no generara la suficiente competencia dando paso al surgimiento de la nueva empresa de ofertas innovadoras

Oferta proyectada

El Trabajo que se va a hacer a futuro es brindar un producto de calidad al cliente para que el regrese y así se ampliara el negocio

La cantidad ofrecida de un bien es la cantidad que los productores esta dispuestos a vender en un periodo dado a un precio en particular.

Se ofrecerá un producto de calidad elaborado con materia prima de primera y excelente calidad brindando un así una artesanía de primera así se lograra un buena captación de clientes que cuando visiten compren las artesanías a futuro este negocio se proyectara muy bien

Lo que se quiere lograr es posicionarnos como una empresa líder en el mercado de las artesanías colombianas, que nuestros consumidores se sientan identificados y cómodos con nuestros productos, queremos que las artesanías tengan una gran aceptación en el mercado, que el cliente a la hora de adquirir los productos se sienta a gusto satisfecho, con lo que ha adquirido, que se puedan lucir los artículos con orgullo. Dar a conocer los beneficios que se obtiene comparando artesanías, y lo mejor que contribuyen en cuanto a la pasión por la tierra, que se sienta un sentido de pertenencia con los productos adquiridos.

Evolución histórica de los precios

La evolución histórica de los precios de las artesanías ha ido variando al pasar del tiempo ya que los productos al pasar los años se van perfeccionando y esto ha generado el aumento en los precios de algunos productos ,ya que hay productos en el mercado



encontramos productos de precios altos y bajos , pero esto depende de acuerdo ala calidad del producto y los materiales en que son elaborados .las artesanías por tener un alto valor cultural ha generado un valor agregado a sus productos ya que estos pueden venir de distintos regiones, municipios , y de la gran variedad de cultura que dejaron nuestros antepasados .

3.3 Productos sustitutos

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta sacar al producto original del mercado.

No existe productos sustitutos para la elaboración de artesanías sino alternativas para la fabricación de artesanías como usar productos reciclados como el siguiente: vidrios, cartones, papel,plástico, tapas metálicas de soda, piedras del mar, hojas secas entre otros productos.

Actualmente existe baja cantidad de productos sustitos ya que la variedad ofrecida permite satisfacer las necesidades del grupo objetivo, los grupos complementarios podrían ser objetos fabricados industrialmente

3.4DEMANDA

3.4.1 Demanda histórica

La realización de las artesanías es relativamente de fácil manejo, pues su materiales son sencillos esto hace que sus precios estén al alcance del productor haciéndolos así asequibles al cliente.

A medida que el tiempo pasa, la tecnología evoluciona, generando maquinaria de punta, dejando atrás los trabajos artesanales o manuales, provocando el olvido de las artesanías lo que se quiere es levantar el interés por las artesanías.

Son llamadas artesanías porque son un arte manual o manufacturero.

Las artesanías han formado parte de la cultura colombiana, como lo era la época PREcolombina, con sus obras hechas en barro y oro, materiales que hoy en día y con el paso del tiempo han venido evolucionando.

En el noroccidente de Pichicha hay 2.576.287 unos habitantes aproximadamente de los cuales al 90% le gustan las artesanías que sería un total de 1890.287 a quienes les interesan las artesanías y un buen porcentaje de ellas podrían adquirir las artesanías.

3.4.2 Demanda actual

Hablar de los determinantes de la demanda o de la cantidad demandada en hablar de los elementos de que dependen esos deseos que pueden ser satisfechos. O dicho en términos más propiamente económicos la cuestión es: ¿De qué variables depende la cantidad demandada de una cosa? Pues bien, basta que pensemos como decidimos, cada uno de nosotros, la compra de un artículo o de un servicio para que hallemos la respuesta. Seguramente decidiremos la compra de una cosa dependiendo del precio del propio bien (es el que marca la diferencia entre Rolls-Royce y la bicicleta en el ejemplo anterior). Pues está claro que si el precio es excesivamente elevado, el deseo no será susceptible de ser satisfecho.

3.4.3 Demanda proyectada

La función del ingreso es la de aprovechar al máximo las oportunidades del mercado que se dan por medio de la demanda la cual permite de manera clara y directa la

proporcionalidad y la curvatura de la demanda. La cual está ligada a las ventas y a las ventajas existentes por encima de la competencia

El pronóstico de la demanda futura es de un mercado objetivo el cual su mayor requerimiento es la calidad el buen servicio el valor agregado y sobretodo el buen precio. En el que su mayor característica será mantener la mayor calidad posible.

Buscando satisfacer los clientes.

3.5 BALANCE OFERTA DEMANDA

3.5.1 DEMANDA ACTUAL

Función

Función que expresa la relación existente entre la cantidad demandada de un bien y cualquier otra variable de la que depende dicha demanda (precio del bien, nivel de renta, precio de los bienes sustitutivos, etc).

la estrategia de precios a utilizar para vender las artesanías sería el precio psicológico que es que el cliente percibe que está pagando un precio más bajo .que el que en realidad se está pagando .también se podrían utilizar un valor agregado, un descuento, una promoción y así ir variando la metodología de venta .en nuestro punto de venta.

La evolución histórica de los precios de las artesanías ha ido variando al pasar del tiempo ya que los productos al pasar los años se van perfeccionando y esto ha generado el aumento en los precios de algunos productos, ya que hay productos en el mercado encontramos productos de precios altos y bajos, pero esto depende de acuerdo a la calidad del producto y los materiales en que son elaborados .las artesanías por tener un alto valor cultural ha generado un valor agregado a sus productos ya que estos pueden venir de



distintos regiones, municipios, y de la gran variedad de cultura que dejaron nuestros antepasados .

Si presento una buena oferta tendré una excelente demanda creciendo así el negocio y fijándose así en el grupo objetivo al cual está dirigido este trabajo.

3.5.2 Demanda proyectada

La proyección de precios del producto será de acuerdo a los factores de justificación del proveedor según el valor de la materia prima, la cual no se mantendrá constante y es de esperar un elevación en el producto desde la comercialización hasta el consumidor final, en cual también se tendrán en cuenta factores tan comunes como son el incremento todos los años del salario mínimo y la economía del país que serán determinantes directos en la proyección de los precios.

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del proyecto

Se estima atender un total de 200 personas cabe recalcar que en temporadas altas este número estimado puede variar ya que es un sitio turístico muy visitado

Voy a estar equipado con todo lo necesario para la realización de artesanías y así poder satisfacer la demanda que se presente ante la oferta dada a las artesanías

Si presento una buena oferta tendré una excelente demanda con los clientes que visiten el negocio.

4.2 LOCALIZACIÓN

Figura 9 Ecuador y la provincia de pichincha



Elaborado por: Alex Albán

Figura 10 Pichincha y la parroquia de Nanegalito



Elaborado por: Alex Albán

Figura 11 Parroquia de Nanegalito



Elaborado por: Alex Albán



La ubicación del proyecto estará en la vía principal de Nanegalito frente a la entrada a Nanegal en el kilómetro 56

4.3INGENIERIA DEL PRODUCTO

Materiales

Fibras

Semilla

Hilos

Piedras preciosas

Taguas

Pepas de madera de colores

Alambre de alpaca

Maquinarias

Taladro

Tallador

Sierras

Alicates

Tijeras

CAPITULO V

5 Estudios Financieros

5.1 Detalle de la Inversión

Tabla 4 Tabla de inversión

Tipo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	subtotal
maquinaria del taller				
	taladro	2	100	200
	sierras	2	10	20
	cautín	2	5	10
	alicates	2	7	14
	tijeras	2	2	4
materiales de elaboración				
	hilos normales	4	4	16
	hilos encerados	4	5	20
	fibras vegetales	5	5	25
	alambra	3	3	9
	semillas	4	4	16
	mullos	3	3	9
	azas	5	1	5
	piedras preciosas	5	4	20
	resina	3	3	9
	nailon	2	2	4
	semillas de madera	5	2	10
	conchas	3	4	12
	silicón	2	5	10
muebles y enseres				
	mesas de madera	2	90	180
	estanterías	2	30	60
	escritorio	1	100	200
	vitricas	2	80	160
	sillas	4	5	20
equipos del local				
	computadora	1	500	500
	impresora	1	80	80
	teléfono	1	30	30
	caja registradora	1	100	100



Gastos pre operativos				
	Garantía			300
	Arriendo			150
	Publicidad			40
Capital de trabajo (3 meses)				3.444
	TOTAL INVERSIÓN			5.677

Para que este proyecto se ponga en ejecución se necesitara 5.677 lo cual estará autofinanciado de la siguiente manera

Por aporte capital accionista =5.677

.

5.2 Detalles de costos de ingresos

5.2.1 Presupuesto de costos anuales

Tabla 5 Tabla de presupuesto anual

TIPO	CONCEPTO	CANTIDAD
Costos fijos		
	gerente propietario	5.400
	empleado	3.816
	Servicios básicos	480
	arriendo	1.800
	publicidad	480
	total	11.976
costos variables	materiales de elaboración(calculado con 500 aretes *mes	1.800
	TOTAL EGRESOS	13.776

5.2.2. Presupuesto de ingresos anuales

Pronostico de ventas mensuales=500 aretes

Precio de venta al público= \$3

Pronostico de venta mensual=500*3=\$1500

Pronostico de ventas por año=1.500*12=\$18.000

5.2.3 Utilidad anual

U=ingresos-egresos

U=18.000-13776 U=\$ 4.224

5.3 Balance de situación inicial de la inversión

ACTIVOS

Activos corrientes

Capital de trabajo 3.444

Total activos corrientes 3.444

Activos fijos

Maquinaria del taller 248

Muebles y enseres 620

Equipos del local 710

Total activos fijos: 1.578

PASIVOS

No tiene préstamo
bancario

PATRIMONIO

Capital: 5.677

Otros

Materiales de

Elaboración 165

Total otros 165

Activos diferidos

Gastos preoperativos 490

Total activos diferidos 490

Total activos 5.677

Total pasivo y patrimonio 5.677

5.4 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 6 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS											
	ANO0	ANO1	ANO2	ANO3	ANO4	ANO5	ANO6	ANO7	ANO8	ANO9	ANO10
INGRESOS POR SERVICIOS		18.000	19.800	21.780	23.958	26.3538	28.988	31.886	35.074	38.581	42.439
COSTOS VARIABLES		1.800	1.980	2.178	2.395	2.635	2.898	3.187	3.187	3.855	4.240
UTILIDAD BRUTA		16.200	17.820	19.602	21.562	23.718	26.090	28.699	31.569	34.726	38.199
COSTOS FIJOS		11.976	11.976	11.976	11.976	11.976	11.976	11.976	11.976	11.976	11.976
UTILIDAD OPERATIVA		4224	5844	7626	9586	11742	14114	16723	19593	22750	26223
INTERECES FINANCIEROS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD DEL EJERCICIO		4224	5844	7626	9586	11742	14114	16723	19593	22750	26223
PARTICIPACION TRABAJADORES15%		633.60	876.60	1143.90	1437.90	1761.30	2117.10	2508.45	2938.95	3412.50	393345
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		3590.40	4967.40	6482.10	8148.10	9980.70	11996.90	14214.55	16654.05	19337.50	22289.55
IMPUESTO A LA RENTA25%		897.60	1241.85	1620.52	203702.50	249517.50	299922.50	355363.75	416351.25	483437.50	557238.75
UTILIDAD NETA		269.280	372.555	486.158	19555.440	23953.680	28792.560	34114.920	39969.720	46410	534949.20
FLUJO DE CAJA BRUTA		269.280	372.555	486.158	19555.440	23953.680	28792.560	34114.920	39969.720	46410	534949.20



INSERION TOTAL	-5677										
FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA	-5677	269.280	372.555	486.158	19555.440	23953.680	28792.560	34114.920	39969.720	46410	534949.20

34

5.4.1 Flujo de Caja Neto Del Inversionista

Tabla 7 Flujo de caja neto del inversionista

FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA											
	ANO0	ANO1	ANO2	ANO3	ANO4	ANO5	ANO6	ANO7	ANO8	ANO9	ANO10
INGRESOS POR SERVICIOS		18,000	19,800	21,780	23,958	263,538	28,988	31,886	35,074	38,581	42,439
COSTOS VARIABLES		1,800	1,980	2,178	2,395	2,635	2,898	3,187	3,187	3,855	4,240
UTILIDAD BRUTA		16,200	17,820	19,602	21,562	23,718	26,090	28,699	31,569	34,726	38,199
COSTOS FIJOS		11,976	11,976	11,976	11,976	11,976	11,976	11,976	11,976	11,976	11,976
UTILIDAD OPERATIVA		4224	5844	7,626	9586	11742	14114	16723	19593	22750	26223
INTERECES FINANCIEROS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
UTILIDAD DEL EJERCICIO		4224	5844	7626	9586	11742	14114	16723	19593	22750	26223
PARTICIPACION TRABAJADORES 15%		633.60	876.60	1143.90	1437.90	1761.30	2117.10	2508.45	2938.95	3412.50	3933.45

UTILIDAD ANTES DEL INPUESTO		3590.40	4967.40	6482.10	8148.10	9980.70	11996.90	14214.55	16654.05	19337.50	22289.55
INPUESTO A LA RENTA25%		897.60	1241.85	1620.53	2037.03	2495.18	2999.23	3553.64	4163.51	4834.38	5572.39
UTILIDAD NETA		2692.80	3725.55	4861.57	6111.07	7485.52	8997.67	10660.91	12490.54	14503.12	16717.16
FLUJO DE CAJA BRUTA		2692.80	3725.55	4861.57	6111.07	7485.52	8997.67	10660.91	12490.54	14503.12	16717.16
INSERION TOTAL	-5677										
FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA	-5677	2692.80	3725.55	4861.57	6111.07	7485.52	8997.67	10660.91	12490.54	14503.12	16717.16

6.1 Cronograma

[illegible]



Actividades	Septiembre				Octubre			
Desarrollo del capítulo V y VI	x							
Presentación para corrección		x						
Presentación de borrador para tutor				X				
Presentación completa tesis (lector)					x			

Elaborado por: Alex Albán

6.2 ANALISIS DE IMPACTOS

Si ocurre impacto ambiental en el noroccidente de pichincha al momento de realizar la fabricación de artesanías en Nanegalito el impacto ocurre al momento de recoger semillas de los árboles que generan la producción de artesanías en la zona ya que estas semillas pueden ser recursos naturales al futuro, esto sería el impacto ambiental que causaría la recolección de semillas en exceso.

Se refiere a procesos complejos en donde diversos recursos naturales son utilizados como materia prima y/o insumos y que estos deben utilizarse de una forma adecuada para evitar su degradación y para evitar efectos negativos en el medio ambiente

Con el fin de detallar los posibles efectos de la producción artesanal en el medio ambiente se puede identificar dos tipos de impacto de la producción artesanal sobre el medio ambiente como por ejemplo se van a detallar a continuación

Contaminación del suelo

Se produce este tipo de contaminación porque al momento de elaborar las artesanías hechas a base de fibra se suele calentar la fibra para que la misma se ablande o adquiera color con colorantes y esta agua puede derramarse en el suelo causando así una contaminación

Emisión de gases

Por la emanación de gases al momento de la preparación de los materiales que necesitan ser calentados para la elaboración de artesanías por ejemplo semillas duras, pepas o la tagua.

Se pondrá un emanador de gases para que no ocurra ningún impacto al momento de la elaboración de trabajos con semillas duras y a si no poniendo en peligro a las demás personas del lugar

CAPITULO VII

7.1 CONCLUSIONES

- Al incrementar y fortalecer la cultura de las artesanías en el noroccidente de pichincha y en particular en la parroquia de Nanegalito también se incrementa la creación de plazas de trabajo para la comunidad.
- Se encuentra que las necesidades y preferencias del turista tanto nacional como extranjero está en la adquisición de artesanías como son: collares, pulseras, aretes, llaveros.
- Se encuentra el lugar más adecuado para la implementación de un sitio de fabricación de artesanías en la parroquia de Nanegalito, por tratarse de un lugar de paso entre sierra y costa, lo cual permite que el turista adquiera dichos objetos.

7.2 RECOMENDACIONES

- Al incrementar y fortalecer la cultura de las artesanías en el noroccidente de pichincha y en particular en la parroquia de Nanegalito también se incrementa la creación de plazas de trabajo para la comunidad.
- Se encuentra que las necesidades y preferencias del turista tanto nacional como extranjero está en la adquisición de artesanías como son: collares, pulseras, aretes, llaveros.
- Se encuentra el lugar más adecuado para la implementación de un lugar de fabricación de artesanías en la parroquia de Nanegalito, por tratarse de un lugar de paso entre sierra y costa, lo cual permite que el turista adquiera dichos objetos

BIBLIOGRAFIA

TEMA: Modelo de comercialización de artesanías Ecuatorianas



AUTOR. Silva Salazar Omar

AÑO jul-2011

INSTITUCION IAEN

CONCLUSIONES La globalización de la economía se produce sin que se hayan eliminado las formas productivas más rezagadas y tradicionales, como son las artesanías

TEMA: recuperación de la cultura por medio de las artesanías para el beneficio de la comunidad

AUTOR varios autores

AÑO. 2012

INSTITUCION. Instituto educativo agroambiental la concepción

CONCLUSIONES. Contribuirá de manera importante para llevar la elaboración de las artesanías

TEMA: centro de difusión de artesanías tradicionales

AUTOR. Paulina Alvarado Castro

AÑO. 2011

INSTITUCION. Universidad de Chile

CONCLUSIONES. Con esto se lograra el rescate de la cultura de los pueblos y el lucro de las familias de lugar



TEMA. Centro nacional para la promoción de artesanías: aspectos de abstracción y figuración

AUTOR. Jácome Isabel

AÑO may-2011

INSTITUCIÓN Centros de Arte - Arquitectura - Quito (Ecuador)

CONCLUSIONES El Centro Nacional Para La Promoción De Artesanías es una nueva propuesta del Mercado Artesanal de la Marisca, trata de ser un proyecto que complementa el sector de La Mariscal.

TEMA: Exportación de artesanías de mazapán desde Quito a Madrid-España vía aérea

AUTOR. Legarda Ramiro

AÑO. 2011

INSTITUCION. ESPE

REFERENCIAS ELECTRONICAS

www.slideshare.net/.../exportacion-de-artesantias-con-destino-a-eeuu-440.

www.slideshare.net/DiegoGutierrez8/plan-de-exportacion-artesantias

repositorio.espe.edu.ec ›...

es.scribd.com/doc/.../PLAN-DE-EXPORTACION-DE-ARTESANIA

www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1533/1/3088.pdf

www.proecuador.gob.ec › [Exportadores](#) › [Sectores](#)

catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/...c.../capitulo5.pdf

www.buenastareas.com/materias/tesis-sobre-artesantias/0

ww.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10279/2/TESIS.

repositorio.iaen.edu.ec/handle/24000/363

bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/989 www.promexico.gob.mx/.../las-

tradicionales-artesantias-mexicanas.html

ANEXOS

Figura 12





Figura

13



14

Figura





Figura





Figura





Figura



Figura 18

