

REPÚBLICA DEL ECUADOR



INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ADMINISTRACIÓN

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE
IMPLEMENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO ARTESANÍAS “TREE
GLASS” EN LA CIUDAD DE TENA.**

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior de en Administración.

AUTOR: Samantha Mishel Jiménez García
DIRECTOR: Mgs. Oswaldo Patricio Bonifaz Vallejo

Tena - Ecuador

2022

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

ING. OSWALDO PATRICIO BONIFAZ VALLEJO, MGS.

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de director del Proyecto Integrador denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO ARTESANÍAS “TREE GLASS” EN LA CIUDAD DE TENA”, de autoría de la señorita **SAMANTHA MISHEL JIMÉNEZ GARCÍA**, con CC. 1501105678 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena, 11 de octubre del 2021.

Ing. Oswaldo Patricio Bonifaz vallejo, Mgs

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (TIC)

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 11 de enero del 2022.

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO ARTESANÍAS “TREE GLASS” EN LA CIUDAD DE TENA**, presentado por la señorita: **SAMANTHA MISHEL JIMÉNEZ GARCÍA**, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración, del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;

Mg. Jorge Iván Barahona Bonifaz
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Mg. Wilson Ramiro Borja Realpe
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lcda. Tania Angelica Alvarado Shiguango
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, SAMANTHA MISHIEL JIMÉNEZ GARCÍA, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO ARTESANÍAS “TREE GLASS” EN LA CIUDAD DE TENA, y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTOR:

SAMANTHA MISHIEL JIMÉNEZ GARCÍA

CÉDULA: 1501105678

FECHA: 07/ 12/ 2021

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR

Yo, SAMANTHA MISHEL JIMÉNEZ GARCÍA, declaro ser autora del Trabajo de Titulación titulado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO ARTESANÍAS “TREE GLASS” EN LA CIUDAD DE TENA, como requisito para la obtención del Título de: TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena para que, con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto.

El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 07 de diciembre del 2021, firma el tutor.

AUTOR: Samantha Mishel Jiménez García

FIRMA: 

CÉDULA: 1501105678

DIRECCIÓN: Barrio Tereré, Calle Colonso

CORREO ELECTRÓNICO: jimenezsamantha152@gmail.com

TELÉFONO: 062888148 **CELULAR:** 0958892060

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR: Ing. Oswaldo Patricio Bonifaz vallejo, Mgs.

TRIBUNAL DEL GRADO:

Mg. Jorge Iván Barahona Bonifaz

Mg. Wilson Ramiro Borja Realpe

Lcda. Tania Angelica Alvarado Shiguango

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón mi trabajo de titulación a mi madre y a mí padre por todo su amor y comprensión, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, mucho de mis rendimientos se los debo a ustedes, por cada día creer en mí. Me formaron con amor, sabiduría y suavidad; sin olvidar que la vida se trata de “querer hacer”, y a mi novio que, en el día a día con su presencia, respaldo y cariño me impulsó para salir adelante, además que mis logros también serán los suyos.

Gracias fueron mi motivación más grande para concluir con éxito este proyecto

AGRADECIMIENTO

Al desarrollo de este proyecto quiero extender mi más sincero agradecimiento a mis queridos padres ya que sin su soporte, sabiduría y amor no pudiera llegar a lo que soy en la actualidad, ya que estuvieron y están todos los días pendientes con su incondicional apoyo. Puedo concluir agradeciendo profundamente a mi tutor Mg. Oswaldo Patricio Bonifaz Vallejo. Y a los demás docentes que gracias a sus conocimientos y acompañamiento pude concluir con éxito otra meta más

ÍNDICE

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iii
AUTORÍA	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE	viii
A. TÍTULO	1
RESUMEN	2
ABSTRAC	3
B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA	4
2.1 Necesidad	4
2.2 Actualidad.....	4
2.3 Importancia.....	5
2.4 Presentación del problema profesional a responder	5
C. OBJETIVOS	8
3.1 Objetivo General	8
3.2 Objetivos Específicos	8
D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS	9
E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10
5.1 Estudio de mercado	10
a) Análisis del ambiente externo.....	10
b) Macroambiente	10
c) Micro ambiente.....	11
d) Las 5 fuerzas de Porter.....	11
e) Análisis del ambiente interno	12
f) Análisis FODA	12
5.1.1 Análisis e interpretación de los datos	12

5.1.2	Investigación cualitativa	12
5.1.3	Investigación cuantitativa	13
5.2	Propuesta para la apertura de un negocio	13
5.2.1	MATRIZ CANVAS.....	13
5.2.2	Punto de Equilibrio.....	14
5.2.3	La TIR o Taza Interna de Retorno.....	14
5.3	Marco Legal.....	15
5.4	Marco Conceptual	17
F.	METODOLOGÍA.....	18
6.1	Materiales	18
6.2	Ubicación del Área de estudio.....	18
6.3	Población	19
6.4	Muestra poblacional	19
6.5	Tipo de investigación / estudio.....	21
6.5.1	Investigación exploratoria	21
6.5.2	Investigación descriptiva	21
6.6	Metodología para recolección de datos	21
6.6.1	Documental.....	22
6.6.2	De campo	22
6.7	Metodología para cada objetivo	22
G.	RESULTADOS	28
7.1	Análisis de la situación actual	28
7.1.1	Ambiente Externo.....	28
7.1.2	Microambiente.....	35
7.1.3	Análisis del Ambiente Interno.....	39
7.1.4	FODA	42
7.2	Estimación de la viabilidad comercial.....	43
7.2.1	Análisis encuestas	43

7.2.2	Análisis de entrevistas.....	56
7.2.3	Análisis de viabilidad.....	60
7.3	Propuesta para la creación y apertura del local de artesanías en el Barrio Tereré Ciudad de Tena la Matriz Canvas	61
7.2.1	Aliados Claves	61
7.2.2	Propuesta De Valor	62
7.2.3	Segmento Del Mercado	63
7.2.4	Canales De Distribución	63
7.2.5	Relación con el cliente	63
7.2.6	Fuentes De Ingreso	64
7.2.7	Recursos Claves.....	65
7.2.8	Actividades Claves	70
7.2.9	Estructura De Costos	70
H.	CONCLUSIONES	80
I.	RECOMENDACIONES	81
J.	BIBLIOGRAFÍA	82
K.	ANEXOS.....	88

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Identifique cuál es su sexo – pregunta 1	43
Tabla 2 Rango de edad – pregunta 2	44
Tabla 3 Artesanías hechas de madera reciclada – pregunta 3	45
Tabla 4 ¿Estaría dispuesto a adquirir artesanías hechas a base de madera reciclada? - pregunta 4.....	46
Tabla 5 ¿Cuál es el factor más importante que considera usted para la compra de estas artesanías? – pregunta 5	47
Tabla 6 Le gustaría que la artesanía en madera reciclada sea comercializada en: – pregunta 6.....	48
Tabla 7 ¿Le gustaría que el diseño de las artesanías sea 100% personalizado? – pregunta 7.....	49
Tabla 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por artesanía? -pregunta 8.	50
Tabla 9 De los productos mencionados ¿cuál desearía adquirir? 9.	51
Tabla 10 MPD - Llaveros.....	63
Tabla 11MPD – Cuadro en glass.....	63
Tabla 12 MPD – Porta aretes.....	64
Tabla 13 MPD – Porta llaves.....	64
Tabla 14 MPD – Maceteros.....	65
Tabla 15 MPD – Estructura de costos-llaveros	66
Tabla 16 MPD – Estructura de costos- Cuadros en glass	67
Tabla 17 MPD – Estructura de costos-Porta aretes	68
Tabla 18 MPD – Estructura de costos-Porta llaves	69

Tabla 19 MPD – Estructura de costos-Maceteros	70
Tabla 20 MPD – Punto de Equilibrio de llaveros	71
Tabla 21 MPD – Punto de Equilibrio de cuadros en glass	72
Tabla 22 MPD – Punto de Equilibrio de llaveros	73
Tabla 23 MPD – Punto de Equilibrio de porta aretes.....	74
Tabla 24 MPD – Punto de Equilibrio de porta llaves.....	75
Tabla 25 Punto de Equilibrio	76
Tabla 26 Caja de inversión.....	78
Tabla 27 Flujo de caja proyectada.....	78
Tabla 28 Calculo de la TIR	79

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1 Asignaturas Integradoras	9
Cuadro 2 Ubicación del área	19
Cuadro 3 Datos del entrevistado.....	25
Cuadro 4 La amenaza de entrada de nuevos competidores	36
Cuadro 5 El poder de negociación de los proveedores.....	37
Cuadro 6 El poder de negociación de los consumidores	38
Cuadro 7 La amenaza de ingreso de productos sustitutos	38
Cuadro 8 La rivalidad entre competidores.....	39
Cuadro 9 Análisis del Ambiente interno	40
Cuadro 10 FODA	42
Cuadro 11 Entrevista.....	56
Cuadro 12 Matriz Canvas.....	61

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Árbol de problemas.....	7
Gráfico 2 Ubicación del Barrio Tereré.....	18
Gráfico 3 Entorno de la empresa.....	24
Gráfico 4 Población en el Cantón Tena 2010.....	30
Gráfico 5 Composición de la Población Provincial de Napo respecto al Empleo.....	31
Gráfico 6 Composición de la Población Nacional respecto al Empleo.	32
Gráfico 7 Composición PEA 2020.....	32
Gráfico 8 Beneficios del RISE.....	33
Gráfico 9 Tendencia de redes sociales a nivel nacional	35
Gráfico 10 Las 5 Fuerzas de Porter.....	36
Gráfico 11 Identifique cuál es su sexo-pregunta 1	43
Gráfico 12 Rango de edades - pregunta 2.	44
Gráfico 13 ¿Conoce sobre artesanías a base de madera? – pregunta 3.	45
Gráfico 14 Estaría dispuesto a adquirir artesanías hechas a base de madera – pregunta 4.....	46
Gráfico 15 ¿Cuál es el factor más importante que considera usted para la compra de estas artesanías? – pregunta 5.....	47
Gráfico 16 Le gustaría que la artesanía en madera reciclada sea comercializada en: – pregunta 6.....	48
Gráfico 17 ¿Le gustaría que el diseño de las artesanías sea 100% personalizado? – pregunta 7.....	49
Gráfico 18 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por artesanía? –pregunta 8.	50

Gráfico 19 De los productos mencionados ¿cuál desearía adquirir? –pregunta 9.....	51
Gráfico 20 Cartilla de los productos a ofrecer	57
Gráfico 21 Logotipo.....	58
Gráfico 22 Micro localización	60
Gráfico 23 Organigrama estructura simple.....	61
Gráfico 24 Celular Huawei pro 20.....	62
Gráfico 25 Punto deEquilibrio llaveros.....	77
Gráfico 26 Punto de Equilibrio Cuadros en glass	77
Gráfico 27 Punto de Equilibrio porta aretes.....	78
Gráfico 28 Punto de Equilibrio porta llaves.....	78
Gráfico 29 Punto de Equilibrio maceteros	79

A. TÍTULO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN
DEL EMPRENDIMIENTO ARTESANÍAS “TREE GLASS” EN LA CIUDAD
DE TENA.

RESUMEN

El trabajo de titulación estima la factibilidad para la utilización de un microemprendimiento de artesanías acabados en madera y en material reciclado en la localidad de Tena. Para eso se hace un análisis de mercado, la oferta de artesanías en esta región es inexistente y hay una demanda representativa del producto que se pretende ofertar, el 55% de la Población Económicamente Activa de Napo y existe más del 70% de colaboración en las redes sociales de Facebook y WhatsApp del área urbana; el emprendedor dispone capacidades como: funcionamiento de interacciones públicas con las entidades del área, dominio de conocimientos administrativos, apto perfil emprendedor y estratégica segmentación del mercado. Se confirma la utilización del emprendimiento de artesanías en el barrio Tereré ciudad de Tena, ya que el 93% de la población estaría dispuesto a conseguir artesanías desarrolladas a base de madera reciclada, otro elemento es que el 90% de la población encuestada le agradaría que el diseño de las artesanías sea 100% personalizado. Para la iniciativa del emprendimiento de artesanías se hace en la matriz Canvas que está formado de 4 superficies: comprador, oferta, infraestructura y factibilidad económica.

Palabras claves: PEA (Población económicamente activa), oferta, factibilidad, Matriz Canvas.

ABSTRACT

The research work estimates the feasibility for the use of a micro-enterprise of handicrafts in wood and recycled material in Tena city. For this, is carried out a market analysis, the offer of handicrafts in this region is non-existent and there is a representative demand for the product that is intended to be offered, 55% of the Economically Active Population of Napo and there is more than 70% of collaboration in the social networks of Facebook and WhatsApp of the urban area; The entrepreneur has capacities such as: operation of public interactions with the entities of the area, mastery of administrative knowledge, suitable entrepreneurial profile and strategic market segmentation. It is confirmed the use of the crafts enterprise in the Tereré neighborhood of the city of Tena, since 93% of the population would be willing to obtain crafts made from recycled wood, another element is that 90% of the population surveyed would like the design of the crafts is 100% personalized. For the craft entrepreneurship initiative, it is making a Canvas matrix, which is made up of 4 surfaces: buyer, supply, infrastructure and economic feasibility.

Keywords: EAP (economically active population), supply, feasibility, Canvas Matrix.

Reviewed by:



JENNIFFER
VALERIA
VARGAS
SERRANO

BA. Jenniffer Valeria Vargas
Coordinator of Language Center ISTT

B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

2.1 Necesidad

En el barrio Tereré en la ciudad de Tena se ha visualizado la necesidad de abordar el reciclaje como una opción factible para innovar y emprender nuevas formas de producción alternativas, con el propósito de incentivar a la ciudadanía que se puede obtener buenos artículos en madera que se deja de utilizar

Ante esta necesidad el estudio de factibilidad del emprendimiento Tree Glass con su respectiva propuesta, permitirá concienciar a la reflexión para un mejor cuidado del ecosistema.

2.2 Actualidad

A nivel mundial en la actualidad el tema ambiental ha ocupado un lugar central en los debates, foros, plenarios y mesas de diálogo, ante la situación el emprendimiento artesanías Tree Glass se suma a contribuir con el desarrollo social; elaborando productos con objetos que en lugar de ser usados no fueron desechados sino pasarán a ser parte de una alternativa de negocio.

En la actualidad, en el Tereré no existe un local destinado a las artesanías, a pesar de que la zona está a unos minutos del Malecón de Tena y en la noche se observa un aumento de turismo.

2.3 Importancia

Considerando que en el cantón Tena existe pequeños negocios que ofertan adornos típicos. Se ha visto la importancia de conformar una microempresa de artesanías denominada Tree Glass la cual ofrece la elaboración de cuadros en trípex y llaveros de material reciclado entre otros productos realizables.

Dado que las empresas están presentes en las principales actividades económicas de nuestro país, el (INEC, 2017) menciona que, de acuerdo al tamaño de las empresas registradas en 2016, el 90.5% son microempresas, la pequeña empresa con el 7.5%, aportando al país un mayor número de ingreso económico.

2.4 Presentación del problema profesional a responder

Al tener la intención de contribuir a la sociedad por medio de un microemprendimiento en el barrio Tereré de la ciudad de Tena, el emprender se enfrenta a una gran incertidumbre de si es apropiado continuar con el proyecto o suspenderlo, y en caso de ser apropiado, cuál debería ser las características de los productos a ofertar, qué es lo que realmente desea el cliente, cómo debe ser el servicio y un sinnúmero de interrogantes que desestabilizan al emprendedor.

Ante escenario cambiante del mercado por factores externo como por ejemplo la Pandemia COVID-19 incrementa la incertidumbre, por tal motivo se pretende estimar la factibilidad del proyecto, en base a estos resultados se estructurará la propuesta.

Por lo cual, se plantea los lineamientos a utilizar en el estudio de mercado de la apertura del emprendimiento de artesanías “Tree Glass”

Campo: Administración.

Área: Investigación de Mercado.

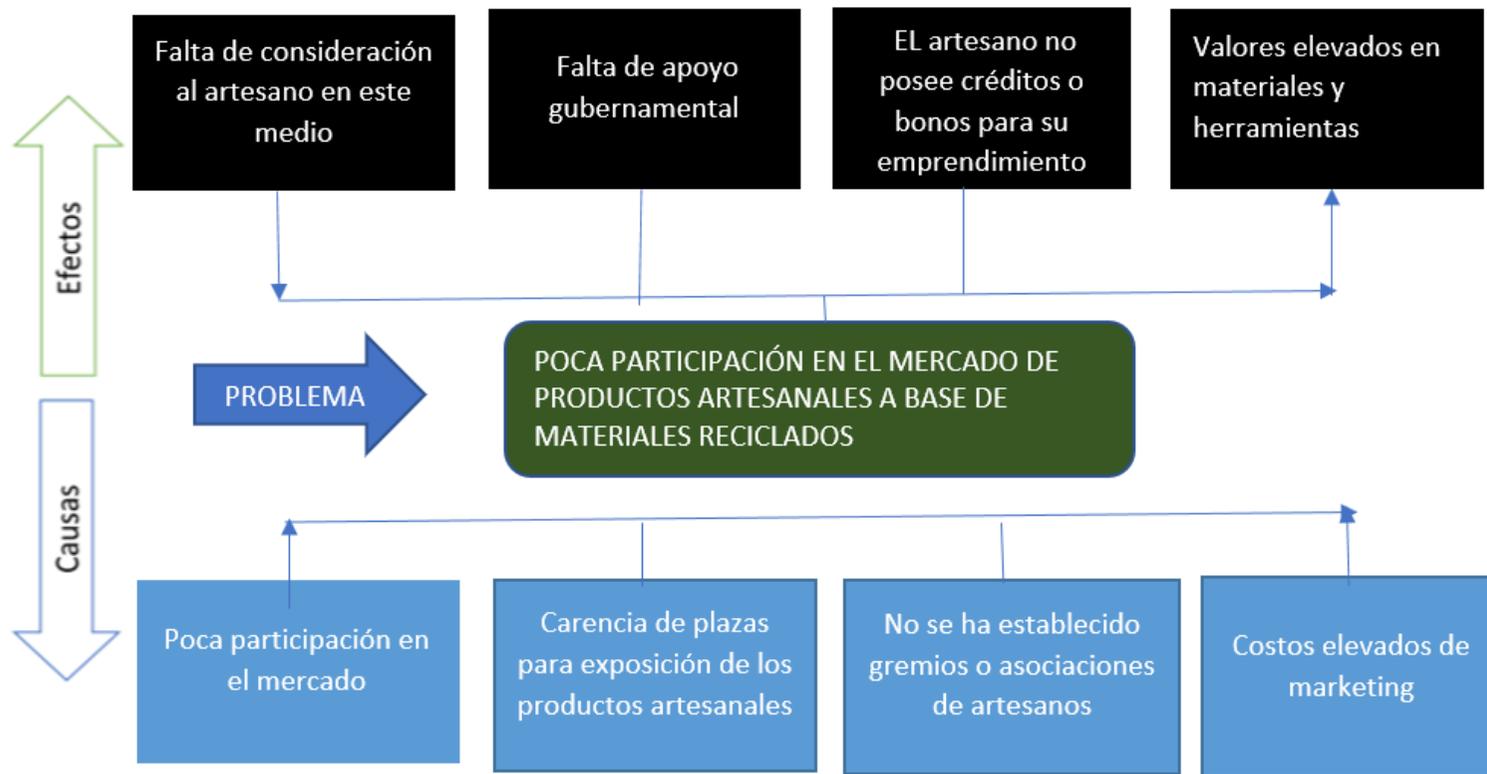
Aspecto: Negocio

Sector: Comercial

Seguidamente se presenta el árbol de problemas, con la finalidad de identificar el problema central, el mismo que se intenta solucionar analizando relaciones de tipo causa-efecto.

Gráfico 1 Árbol de problemas

ARBOL DE PROBLEMAS - PROYECTO ARTESANÍAS “TREE GLASS”



Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Nota: La ilustración muestra el árbol de problemas relacionando causas y efectos que se pueden presentar.

C. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad y propuesta de implementación del emprendimiento artesanías “Tree Glass”, ubicado en la ciudad de Tena.

3.2 Objetivos Específicos

- Conocer el estado actual de la comercialización de productos artesanales en la ciudad de Tena.
- Diagnosticar el nivel de aceptación de clientes locales y extranjeros de los productos artesanales hechos en material tríplex y madera
- Determinar la factibilidad técnica y propuesta para la implementación del emprendimiento de artesanías denominado “Tree Glass”

D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

Cuadro 1 Asignaturas Integradoras

Asignatura	Aplicación Directa	Aplicación Indirecta	Resultados de Aprendizaje
Metodología de Investigación	X		Formular la solución de problemas de índole administrativo aplicando metodologías y técnicas de investigación.
Investigación de Mercado	X		Identificar el contexto de la organización utilizando herramientas administrativas, para el correcto desempeño del área departamental de la empresa.
Planificación Estratégica	X		Diseñar la estructura de la organización mediante el análisis de los factores del entorno empresarial que influyen en la formulación de estrategias.
Métodos Estadísticos		X	Aplicar métodos analíticos y estadísticos e interpretar sus resultados para una eficaz toma de decisiones en el contexto de la empresa.

Fuente: Sílabos carrera de Administración ISTT 2020

Nota: El cuadro representa la conexión y vínculo entre la investigación y las materias a las cuales se hace referencia siguiendo la línea de investigación y contrastándolos con los resultados de aprendizaje de cada asignatura.

E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

5.1 Estudio de mercado

Este análisis posibilita recopilar, contar, clasificar y examinar los datos a cifras tomadas de alguna muestra específica donde se desea proyectar.

Conjunto de acciones sistematizadas para aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda de los consumidores. (Rguez, 2016)

a) Análisis del ambiente externo

Es el conjunto de condiciones ambientales o fuerzas sociales, culturales, de costumbre, legales, políticas, tecnológicas, económicas, etc., que modifica una empresa u organización, o que influyen en ellas.” (Muñoz, 2014)

En otras palabras, la organización tiene relación con su ámbito o sea es un sistema abierto, de esa relación es dependiente plenamente el mantenimiento e incremento dentro del mercado de esta.

b) Macroambiente

El Macroambiente se define como el ámbito que tiene interacción directa o indirecta con la que funciona la organización, hace referencia a varios componentes además de tener propiedades bastantes interesantes que todo emprendedor con planes de extensión debería conocer. (Pacheco, 2020)

c) **Micro ambiente**

Son todos esos componentes que ejercen un cierto control a la organización o al sector del cual se realiza su actividad. Son fuerzas que una organización puede intentar mantener el control y por medio de los cuales se pretende conseguir el cambio deseado. (Jaramillo, 2017)

d) **Las 5 fuerzas de Porter:**

Este modelo investiga si es producir una organización en un definido sector, su más grande objetivo es decidir las oportunidades y detectar las amenazas para las organizaciones que aspiran comenzar. (Ucha, 2015).

- **La rivalidad entre competidores:** “Generalmente la fuerza más poderosa de todas, hace referencia a la rivalidad que existe entre empresas que compiten directamente en una misma industria ofreciendo el mismo tipo de producto” (K. Arturo, 2020).
- **La amenaza de entrada de nuevos competidores:** “Hace referencia a la entrada potencial a la industria de empresas que producen o venden el mismo tipo de producto” (K. Arturo, 2020).
- **La amenaza de ingreso de productos sustitutos:** “Son todo el ingreso potencial de empresas que producen o venden productos alternativos a los de la industria” (K. Arturo, 2020).
- **El poder de negociación de los proveedores:** “Son todos los posibles proveedores para el poder de negociación como empresa” (K. Arturo, 2020).
- **El poder de negociación de los consumidores:** “Permite formular estrategias para captar más clientes” (K. Arturo, 2020).

e) Análisis del ambiente interno

La exploración interna de una organización se basa en evaluar los recursos, capacidades y competencias de esa organización para lograr adoptar los instrumentos estratégicos pertinentes y poder conseguir de esta forma un grado de resultados óptimos. (Maroto, 2007).

f) Análisis FODA

Se presenta el análisis FODA matricial de la microempresa con el objeto de interrelacionar los elementos externos (oportunidades y amenazas) con los elementos internos (fortalezas y debilidades) de la organización y formular estrategias adecuadas para aumentar las posibilidades de éxito del emprendimiento “Artesanías Tree Glass”.

5.1.1 Análisis e interpretación de los datos

El análisis es el proceso donde se verifican que los datos obtenidos de los estudios cualitativos y cuantitativos del estudio de mercado “Encuestas y entrevistas” sean válidos, para luego ser transcritos y analizados de manera individual y grupal.

El análisis e interpretación de los resultados de datos es una de las etapas esenciales en el procedimiento de datos, puesto que la información se deriva de este estudio se refleja en las conclusiones finales, (Hurtado de Barrera, 2010),

5.1.2 Investigación cualitativa

Según (Malhotra, 2016) las investigaciones cualitativas son pequeñas y proporcionan conocimientos y comprensión del entorno del problema.

Es un procedimiento para recoger y evaluar datos no estandarizados, acostumbrar a integrar entrevistas, debates en conjunto o procedimiento de observación cuantitativa.

5.1.3 Investigación cuantitativa

Esta investigación permite caracterizar numéricamente tanto la oferta y demanda del producto o servicio de estudio. Dan a conocer la población actual, tanto por edad, sexo, nivel educativo, ingresos, grupo familiar entre otros. Las técnicas cuantitativas son por:

- Encuestas
- Paneles.

5.2 Propuesta para la apertura de un negocio.

Se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. (Garcia, 2010)

La apertura de comercio es la mayor relevancia pues son los cimientos sobre los que crecerá la organización

5.2.1 MATRIZ CANVAS

El modelo Canvas se utiliza para pasar de iniciativa a plan y plasmar la decisión en un modelo empresarial. Muestra de forma lógica la interconexión entre los 9 puntos básicos de un modelo de comercio. (A., 2019)

Es un elemento ideal para entender un modelo de comercio de manera más directa y organizada, Se utiliza no solo para entender su propio modelo comercial sino también de sus participantes.

5.2.2 Punto de Equilibrio:

Se trata del punto en el que el valor de las ventas es igual al valor del costo de producción. Es un recurso muy útil que te permite visualizar la solvencia de un negocio y su nivel de rentabilidad, para así realizar mejores proyecciones. (Douglas da Silva,

Web Content & SEO Associate, LATAM, 2020)

Punto de equilibrio es un criterio de las finanzas que se refiere al grado de ventas donde los precios fijos y cambiantes se hallan cubiertos. Esto implica que la compañía, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, empero tampoco pierde).

Al aumentar sus ventas, logrará ubicarse por arriba del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo.

La estimación del punto de equilibrio dejará que una organización, todavía previo a empezar sus operaciones, sepa qué grado de ventas requerirá para recobrar la inversión.

5.2.3 La TIR o Taza Interna de Retorno:

“La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión.” (Torres, 2020) “Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de mercado, entonces, la inversión es rentable, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa periódica de mercado, entonces, la inversión no es conveniente.” (Herrera Aráuz, 2015)

La tasa interna de retorno (TIR) nos da una medida relativa de la productividad, o sea, va a pasar expresada en tanto por ciento. El primordial problema radica en su cálculo, debido a que el número de periodos dará el orden de la ecuación a solucionar

5.3 Marco Legal

La Constitución de la Republica del Ecuador

La Asamblea Constituyente reunida en Montecristi redactó una nueva constitución, aprobada mediante referéndum y expedida en octubre 2008, esta carta Magna fue la primera del mundo en destacar la importancia del sector de la economía popular y solidario como actor de primer orden para emprender una nueva forma de hacer economía, según se puede apreciar en los textos que se transcriben a continuación.

Además, en el reglamento de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (2008) menciona que: el artículo 147 de la carta de magna dispone; “Que es atribución y deber del presidente constitucional de la Republica el expedir los reglamentos necesarios para la aplicación de las leyes, sin contravenirlas ni alterarlas; de acuerdo con la disposición transitoria Décimo séptima de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario el presidente de la Republica debe dictar el reglamento a la ley;

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos: Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Art. 277.- Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado: Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley. 6.

Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como

sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

Art. 2.- Actividad Productiva. - Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Código orgánico de la producción, comercio e inversiones

Título preliminar-Del objeto y ámbito de aplicación

Art. 2.- Actividad Productiva. - Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES. La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento. (COPCI, 2010)

5.4 Marco Conceptual

A continuación, los términos que se emplearan a lo largo de este proyecto:

Benchmarking: Se refiere a un punto de referencia, un parámetro o comparación de una medida de calidad o estándar para el éxito de un negocio.

Demográfico: Es el análisis de las comunidades humanas a partir de la estadística. El concepto procede de un vocablo griego compuesto que puede traducirse como “descripción del pueblo”.

Estudio: Es un análisis en la etapa preliminar de un proyecto potencial, que se realiza para determinar si valdría la pena proceder a la etapa de estudio de factibilidad. Esto se hace en proyectos grandes, y generalmente de empresas conjuntas o multinacionales.

Encuesta: Consiste en una interrogación escrita, se la realiza a las personas para obtener determinada información necesaria para una investigación.

Marketing: Es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro.

Mercado: Es el sector de la población al que está dirigido un bien. Las variables más habituales para determinar un mercado metan son la edad, el género y las condiciones socioeconómicas.

Muestreo: Es un proceso que consiste en tomar un subgrupo de sujetos que sea representativo de toda la población. La muestra debe tener un tamaño suficiente como para garantizar un análisis estadístico.

Competencia: Son aquellas cualidades necesarias para iniciar y liderar cambios tanto en su entorno profesional como personal.

F. METODOLOGÍA

6.1 Materiales

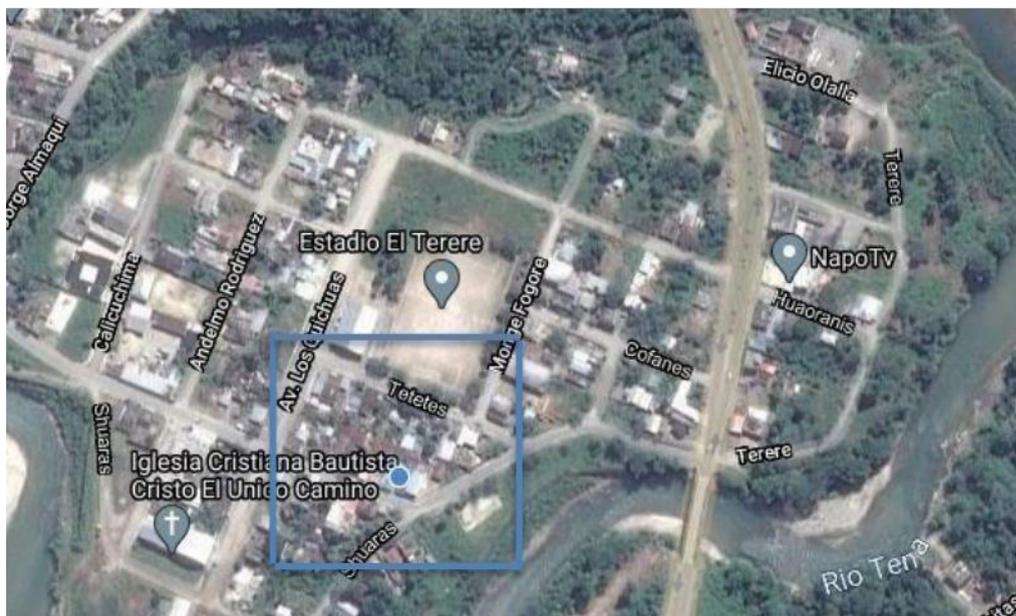
Los materiales necesarios para el desarrollo de la investigación son:

- Material bibliográfico
- Internet
- Computadora Portátil Sony Vaio
- Impresora L3110 Epson
- Teléfono celular Huawei P20 Lite

6.2 Ubicación del Área de estudio.

El Barrio Tereré, está ubicado en la ciudad de Tena, capital de la provincia de Napo en el barrio tereré, calle Colonso y tereré a 150 metros del puente vía perimetral.

Gráfico 2 Ubicación del Barrio Tereré



Fuente: Google Maps 2021

Aspectos físicos y ambientales:

Ubicación de la zona de estudio

La ciudad de San Juan de los dos ríos de Tena, es la capital de la provincia de Napo, llamada así porque el río Pano y tena que pasan por el centro de la misma uniéndose al río Misahualli, se encuentra a 500 m.s.n.m. Fue aprobada “la ciudad de la canela”, en la época de la colonia por los españoles. Se encuentra al suroriente a una distancia de 200 km de la ciudad de Quito, en la provincia de Napo (Espín, 2017)

Aspectos Económicos

Existen varios programas que se han implementado en la ciudad de Tena, donde el barrio Tereré es uno de los activos por la población a través de la práctica de actividades físicas.

Aspecto Cultural

En los últimos tiempos la ciudad de Tena se ha estado concientizando un poco más sobre el tema del uso del reciclaje. Con el presente proyecto, se pretende elaborar adornos y recuerdos para el hogar enfocados en clientes nacionales y extranjeros que puedan apreciar las fotografías de la amazonia,

como también sus propias fotografías personalizados de acuerdo a sus gustos, plasmadas en llaveros y cuadros con un acabado que reluce el producto final elaborado.

Confeccionar adornos para el hogar en madera reciclada, con el propósito de dar conocer a la ciudadanía que se puede obtener buenos artículos de madera que se deja de utilizar, además con la finalidad de conocer el ámbito empresarial y obtener créditos económicos y así también crecimiento empresarial.

6.3 Población

La población total de la encuesta tomada del INEC en el cantón Tena de la provincia de Napo es de 60.880 habitantes, la población que se tomó en cuenta es la zona urbana de la ciudad que conforma con un total de 23.037 habitantes, esta será la cantidad tomada como población.

La población hace referencia habitualmente al conjunto de seres humanos que hacen vida en un determinado espacio geográfico territorio. (Hernandez, 2014)

6.4 Muestra poblacional

Al ser una población de gran tamaño (23.307) se realizó el muestreo respectivo, ya que esto permitirá ahorrar tiempo y recursos, la población a estudiar es finita cuando el universo o población es inferior a 100.000, por lo que se cita la siguiente fórmula.

de la muestra se hizo utilizando un nivel de confianza del 95% y un error máximo admisible de 5%.

$$n = \frac{Nz^2p(1-p)}{(N-1)e^2 + z^2p(1-p)}$$

Donde:

n= Tamaño muestral

N= Universo o población

z= Coeficiente de nivel

p= Probabilidad de éxito

(1-p)= Probabilidad de fracaso

e=Error de estimación

Parámetros estadísticos:

Datos:

N= 23.307

Z= 95%: 1,96

P=0,5

(1-p)= 0,5

e=0,05

$$n = \frac{(23.307)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(23.307-1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{22.384,0428}{58.265 + 0.9604}$$

$$n = 377,9466$$

$$n = 378$$

6.5 Tipo de investigación / estudio

6.5.1 Investigación exploratoria

Los estudios exploratorios nos sirven para incrementar el nivel de familiaridad con fenómenos subjetivamente desconocidos, obtener datos sobre la probabilidad de realizar una averiguación más completa sobre un entorno especial de la vida real, hallar inconvenientes del comportamiento humano que tomen en cuenta cruciales los expertos de cierta área, detectar conceptos cambiantes promisorias, entablar prioridades para indagaciones posteriores o sugerir afirmaciones verificables

Esta investigación como su palabra lo dice exploratoria permitió sondear sobre el problema planteado, descubriendo nuevas ideas, posibilidades y ampliando el conocimiento sobre la realidad con un mínimo de costo y tiempo. Recopilando los datos mediante chats digitales y entrevistas.

6.5.2 Investigación descriptiva:

Este tipo de indagación nos ayuda a explicar fenómenos en la realidad, desde la recolección de información y datos, analizándolos e interpretándolos, esta clase de indagación puede anteceder a una toma de elecciones dependiendo del problema en cuestión que haya sido. Se toma la decisión de tener presente en esta clase de estudio debido a que ha sido primordial obtener datos poblacionales para comprender.

6.6 Metodología para recolección de datos

Aplicar un estudio de mercado en la determinación de la implementación de la unidad de negocio en la ciudad del Tena.

Se aplicó encuestas digitales mediante la herramienta “Formularios Google” debido al estado de emergencia por el COVID 19, evitando el contacto directo mediante el uso de las herramientas digitales

6.6.1 Documental

Mediante el análisis documental se recolectan datos de fuentes primarias y secundarias de las variables de interés, a continuación, se presentan las fuentes de estudio representativas:

- Libros
- Revistas
- Páginas web
 - GAD Municipal Tena
 - INEC
 - Gestión Digital Nacional
 - Banco Central del Ecuador

6.6.2 De campo

Para la recolección de datos primarios se realizó una investigación de campo, donde se extraen información de forma directa a partir de las técnicas de recolección (entrevistas) a fin de dar respuesta al problema planteado. Recopilación de datos del GAD Municipal de Tena para comprender e interactuar con las personas del entorno de la investigación.

6.7 Metodología para cada objetivo

- **Objetivo 1:** Emplear un estudio de mercado que determine la factibilidad para la apertura del emprendimiento “artesanías Tree Glass”

Para la determinación de la factibilidad del emprendimiento “artesanías Tree Glass” se estudia por segmentos el ambiente externo y el ambiente interno; el ambiente externo se lo segmenta en macroambiente y microambiente, en el macroambiente se midió el impacto del entorno: económico, demográfico, legal, socio/cultural y tecnológico; seguidamente se procedió a estudiar el microambiente a través de las 5 fuerzas de Porter: al cliente, proveedor y competencia, donde también se midió el impacto tanto

de las Amenazas como de las Oportunidades; después se analizó el ambiente interno a través de siete preguntas claves que permitieron definir el impacto de las fortalezas y debilidades existentes.

Y para finalizar se unificó todos los análisis obtenidos en el macroambiente, microambiente y ambiente interno por medio de la matriz FODA.

Gráfico 3 Entorno de la empresa



Luego se procedió a contabilizar las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas según el nivel de impacto, insumo que permitió analizar y definir la factibilidad comercial.

Al analizar los resultados del estudio, se evidencia el impacto alto en cada escenario: en el ambiente interno se obtuvo cuatro fortalezas frente a dos debilidades, mientras que, el ambiente externo presenta cinco oportunidades frente a tres amenazas; por lo que se concluye que es factible la implementación del emprendimiento “Artesanías Tree Glass” en el barrio tereré en la ciudad de Tena.

- **Objetivo 2:** Estimar la factibilidad para la implementación del emprendimiento “Artesanías Tree Glass” en el barrio tereré en la ciudad de Tena

Para la estimación de la factibilidad, se analizó detalladamente cada una de las preguntas propuestas en las encuestas, caracterizando así el mercado y sus necesidades; seguido a ello se analiza las entrevistas realizadas a los locales artesanales en la ciudad del Tena

- **Encuestas**

La encuesta se desarrolló con preguntas de forma personal y cerradas mismas que se aplicaron. Para ello se realiza el respectivo muestreo sobre la población de la zona urbana con una población de 23.307 habitantes dando como muestra 378 personas a encuestar. Encuesta que fue validada por el director y el docente de asignatura.

Por motivo de la pandemia de la COVID 19, se realiza vía on-line aplicando formularios Google, la misma que se distribuye mediante las redes sociales se diseñaron 9 preguntas, una vez que se obtuvieron los resultados se tabularon los datos logrados y su respectivo estudio según los resultados

- **Entrevista**

Se realiza una entrevista a un artesano muy reconocido en la provincia de Napo el señor Dimas Jiménez, que trabaja desde su juventud en el arte de la madera ha dejado un legado a muchos jóvenes de nuestro medio, compartiendo sus conocimientos lo cual ayudó a que muchos jóvenes crearan sus propias microempresas

Para el respectivo estudio se realizó las entrevistas a una de los talleres con mayor trayectoria, “Artes y madera” ubicado en el cantón Archidona, Provincia de Napo la cual fue dirigida al dueño y gerente de la empresa.

Cuadro 3 Datos de los locales Entrevistados

Datos de los locales Entrevistados	
Datos	Entrevista
Nombre del representante:	Sr. Dimas Jiménez
Cargo:	Gerente y dueño de la Empresa
Nombre del negocio:	“Artes y madera”
Ubicación:	Calle Misahualli y calle Tena

Fuente: Samantha Jiménez (2021)

Finalmente se identifica las oportunidades en el mercado no explorados o insatisfechos por los clientes, haciendo la comparación entre encuestas y entrevistas, deduciendo así las oportunidades que hacen factibles la propuesta de la implementación del emprendimiento “Artesanías Tree Glass”.

- **Objetivo 3:** Elaborar una propuesta para la implementación del emprendimiento “Artesanías Tree Glass” en el barrio tereré

Mediante los resultados del estudio de mercado y la estimación; en los objetivos 1 y 2, se desarrolló una propuesta para la implementación del emprendimiento “Artesanías Tree Glass” en el barrio tereré, en Modelo Canvas.

Modelo Canvas: Se aplicó a esta propuesta ya que es una herramienta de gran utilidad para comprender de una forma más didáctica y estructurada el modelo de negocio a proponer desarrollándola segmento por segmento.

Previamente cabe resaltar, que la matriz canvas cuenta con 9 segmentos que lo identifican:

- **Socios Claves:** Identificar a la red de proveedores y asociados necesarios para llevar adelante el modelo del negocio, que beneficia y ayuda al éxito del emprendimiento “Artesanías Tree Glass”.
- **Clientes-segmento del mercado:** El rango de edad de nuestros clientes va de 18 a 50, logrando así identificar las características, comportamientos y necesidades de nuestros futuros clientes potenciales.
- **Propuesta de valor:** se enfoca en satisfacer las solicitudes actuales del mercado. Proyecta precio de venta al público tiene un rango de \$ 2,00 a \$ 20,00 dependiendo el producto a elegir.
- **Canales de distribución:** de acuerdo a los resultados obtenidos del estudio de mercado, se determinan los medios de distribución más eficaces y eficientes para la venta directa e indirecta del producto. Siempre teniendo en cuenta las preferencias del cliente.
- **Relación con el cliente:** Representa el tipo de relación con los potenciados clientes se planteó estrategias, siempre teniendo en cuenta “conectar el producto a ofrecer con el cliente” definiendo estas estrategias en tres etapas: antes, durante y después de su compra.
- **Fuentes de Ingreso:** Esta información es clave para la rentabilidad y sostenibilidad de la propuesta de valor. Se detalló las fuentes de ingreso para el emprendimiento de artesanías, estableciendo los precios de valor al público tanto de las variedades de productos en madera reciclada como también productos hechos con glass, los cuales sostendrán el funcionamiento del puesto de artesanías.
- **Recursos claves:** Abarca los activos estratégicos que una empresa debe tener para crear y mantener su modelo de negocio. Se resalta la “Misión y Visión”, localización, instalaciones y equipos necesarios.
- **Actividades claves:** Son actividades estratégicas esenciales para llevar de forma fluida la propuesta de valor al mercado. Se establecen actividades que

son imprescindibles para el éxito de la implementación del emprendimiento “Artesanías Tree Glass”, con el objetivo de cumplir con la misión planteada.

- **Estructura del costo:** Implica los costos que tendrá la empresa para hacer funcional el modelo de negocio.

G. RESULTADOS

Objetivo 1: Emplear un estudio de mercado que determine la factibilidad para la implementación del emprendimiento “Artesanías Tree Glass” barrio en el barrio tereré en el cantón Tena.

7.1 Análisis de la situación actual

Para conocer la Factibilidad se desarrolla el estudio del ambiente externo e interno.

7.1.1 Ambiente Externo

En el ambiente externo se analiza el comportamiento del mercado por medio del estudio del Macroambiente y microambiente.

7.1.1.1 Macroambiente

El estudio del Macroambiente se basa en los siguientes cinco entornos:

a) Entorno Económico.

- **Población**

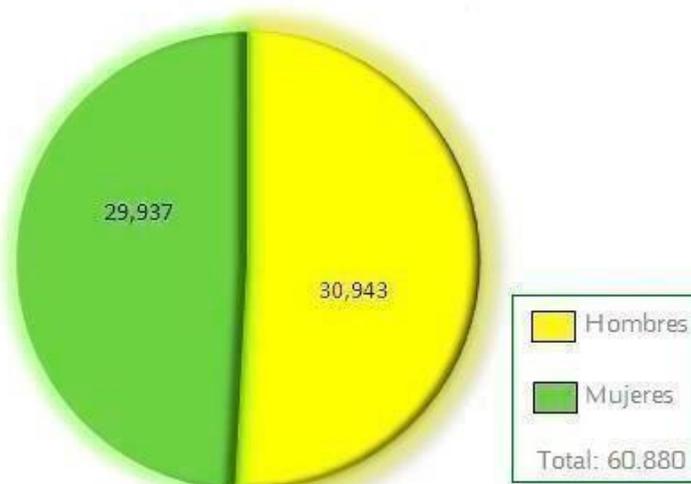
La población se refiere a un conjunto de elementos que se requiere investigar, estos elementos pueden ser objetos, acontecimientos, situaciones o grupos de personas. (Pérez Porto & Merino, 2012).

De acuerdo con la proyección de la población por provincias del INEC, al año 2020, la provincia de Napo alberga cerca de 133.705 habitantes, la población se concentra en edades jóvenes, con una media de 26 años

El cantón Tena ha aumentado su población en un 24.4%, es decir, que de 46.007 hab. en el 2001 pasa a tener 60.880 hab. en el 2010, sin embargo, su tasa de crecimiento se reduce en un 3.10%; concentrándose en la zona rural el 61,7% y en la urbana el 38,3%, en la tendencia de crecimiento de la población al 2020 será mayor en el Tena urbano que en el resto de las parroquias. (GAD Municipal Tena, 2020).

Gráfico 4 Población en el Cantón Tena 2010.

POBLACIÓN EN EL CANTÓN TENA



Nota: GAD Municipal del Tena. *Datos Estadístico 2020.* (párr.1). por GAD Municipal Tena.2020. Recuperado de: <https://tena.gob.ec/index.php/tena/datos-estadisticos>.

Impacto: Al analizar que la población nápense se concentra en edades jóvenes y que en el cantón Tena en la zona urbana existe mayor población, se considera como una **oportunidad de alto impacto**, dado que el barrio Tereré se encuentra dentro de la zona urbana de Tena y el emprendimiento se enfoca a todo público.

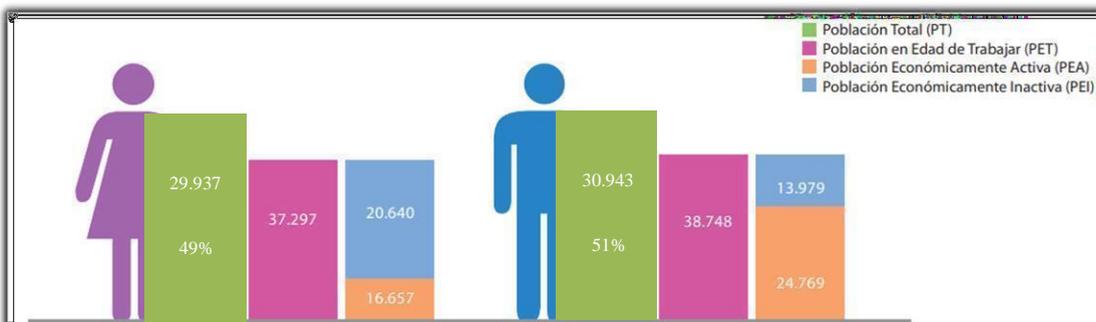
- **Población Económicamente Activa**

“Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o, aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)” (INEC, 2016).

En base al Censo realizado en el 2010, se tiene que, de la población total de la provincia de Napo, el 73,4% está en edad de trabajar de la cual el 63,92% se encuentra

económicamente activa, el 55% de la población económicamente de la Provincia de Napo.

Gráfico 5 . Composición de la Población Provincial de Napo respecto al Empleo.



El cantón TENA cuenta con 7 parroquias	
Representa el 31,3% del territorio de la provincia de NAPO (aproximadamente 3,9 mil km2)	
Población:	60.9 mil hab. (58.7% respecto a la provincia de Napo)
Urbana:	38.3%
Rural:	61.7%
Mujeres:	49%
Hombres:	51%
PEA:	55.0% (59.0% de la PAE de la provincia de NAPO)

Nota. La Población en Edad de Trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años y más. Tomado de *Resultados del Censo 2010 de la población y vivienda en el Ecuador.* (p.4). por INEC.2010. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/napo.pdf>

Impacto: Se observa que el 55% de la Población Económicamente Activa de la provincia de Napo por lo cual, a este facto se le denomina **oportunidad de alto impacto**, dado que, el público de la zona geográfica a la que se enfoca el emprendimiento dispone de las capacidades suficientes para trabajar y generar ingresos.

- **Empleo**

“Generación de valor a partir de la actividad producida por una persona” (Gil, 2010).

En base a la encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU, 2020), se presenta los siguientes indicadores laborales. En septiembre 2020 a nivel nacional se tiene que, de la población total, el 71,1% está en edad de trabajar; el 62,8% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa; de la población económicamente activa, el 93,4% son personas con empleo.

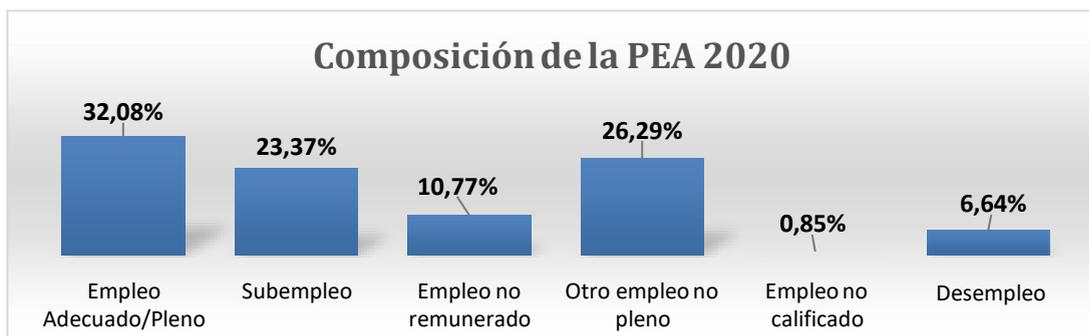
Gráfico 6 Composición de la Población Nacional respecto al Empleo.



Nota. PET= Población en edad de trabajar, PEA= Población económicamente activa, PEI= Población económicamente inactiva. *La categoría de empleo incluye a todas las personas ocupadas: asalariados, independientes y no remunerados. Tomado de *Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENUMDU)*. (p.9). por INEC.2020. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/Septiembre-2020/202009_Mercado_Laboral.pdf

La composición PEA en el 2020 es de 7.8 millones de personas, con un 23.37% de subempleo, un 38.91% entre empleo no remunerado, nopleno y no calificado; y un 6.64% desempleado (INEC,2020).

Gráfico 7 Composición PEA 2020.



Nota. Tomado de *Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENUMDU)*. (p.10). por INEC.2020. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/Septiembre-2020/202009_Mercado_Laboral.pdf

Impacto: Como se muestra en el gráfico 7, tan solo el 32,08% de PEA disponen de empleo adecuado. Para la investigación este factor es una **amenazade alto impacto**, ya que al disminuir los ingresos de la población por desempleo o empleos no adecuados se reduce la adquisición de productos artesanales, por ende, disminuye la demanda.

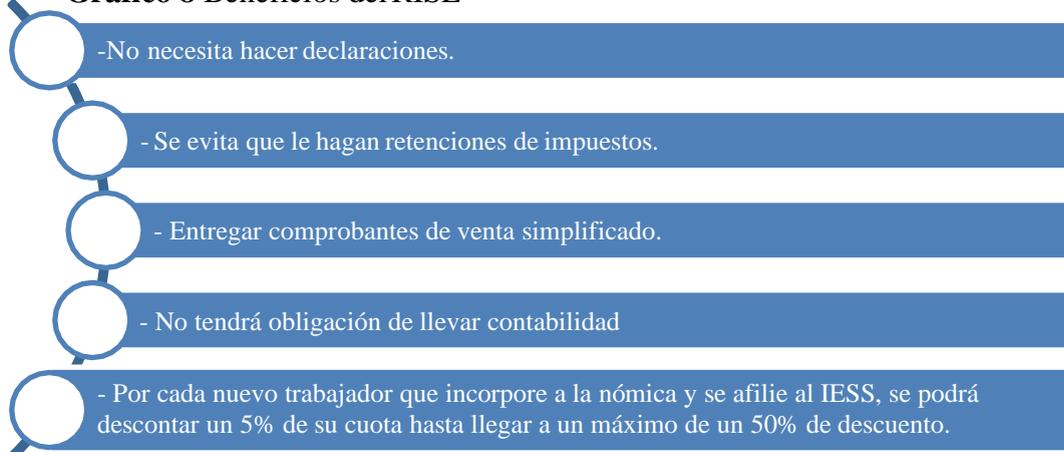
b) Entorno Legal

- **RISE**

El 29 de diciembre del 2007 se publica la Ley Reformativa para la Equidad Tributaria del Ecuador, mediante la cual surge el RISE (Régimen Impositivo Simplificado del Ecuador, “sistema impositivo cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyentes” (Cóndor, 2017).

Este régimen está dirigido a pequeños negocios y a personas que realizan actividades económicas informales, a continuación, se enumera los beneficios que garantiza:

Gráfico 8 Beneficios del RISE



Nota. Tomado de *Análisis del Impacto Económico que genera el RISE en el sector popular del área urbana en la ciudad de Cuenca en el periodo 2007-2011.* (p.20). por Quituisaca y Sinchi, 2011, Recuperado de: https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2957/1/UPSCT002490.pdf2020/202009_Mercado_Laboral.pdf

“El SRI da esta facilidad para pago de impuestos sin mayor trámite a personas naturales que generan ventas inferiores a los 60 mil dólares al año y que tienen menos de 10 empleados” (Hernández, 2015).

Impacto: A este factor se le considera una **oportunidad de mediano impacto**, ya que el emprendimiento corresponde a una persona natural que no superará los 60 mil dólares al año por ende es RISE.

c) Entorno Social/Cultural

- **Adquisición de artesanías**

A Los 100 días de cuarentena han dejado pérdidas económicas de \$5.807 millones de dólares en Ecuador, según datos aportados por la Federación de Cámaras del Comercio (Gustavo Ortega, 2020)

El tema de la artesanía en el Ecuador es, sin lugar a dudas, uno de los más vinculados a la posibilidad de un manejo social adecuado de la crisis económica que vive el país. Ello debido a múltiples razones. La principal es que existen más de 300 mil talleres artesanales en el país, lo que da un número considerable de población económicamente activa y de población total vinculada al sector. (María Cuvi,2020)

Al mismo tiempo la artesanía es una actividad con alta intensidad en mano de obra, por lo que cualquier fomento del sector se transforma rápidamente en una estrategia de empleo.

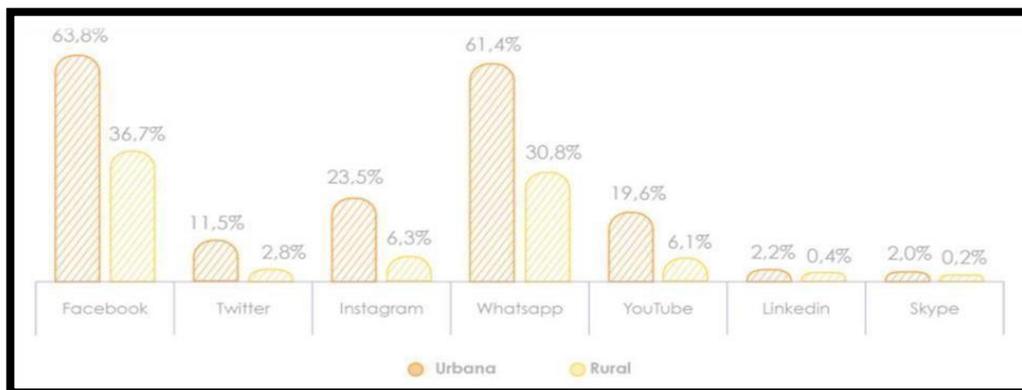
Impacto: Al conocer que la adquisición de los productos artesanales, por otra parte, la demanda artesanal se incrementa o disminuye debido a una serie de factores tales como: precio, calidad, preferencias del consumidor, épocas del año. Se denomina a este factor como una **oportunidad de alto impacto**.

d) Entorno Tecnológico

- **Redes Sociales**

En 2019, las redes sociales que principalmente tiene la población del área urbana y rural son: Facebook y WhatsApp. El 63,8% de la población del área urbana y el 36,7% del área rural tienen Facebook, mientras que, el 61,4% de personas del área urbana y 30,8% del área rural tiene WhatsApp (Gestión Digital, 2020). Los principales usuarios de la red social Facebook y WhatsApp se encuentran en el quintil 5 con el 71,4% y 75,8%, respectivamente (Gestión Digital, 2020). Mientras que, los usuarios que menos redes sociales tienen son los del quintil 1.

Gráfico 9 Tendencia de redes sociales a nivel nacional



Nota: Tomado de INEC. *Tecnología de la Información y Comunicación, Encuesta Multipropósito-TIC 20* (p.36). por INEC.2020. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/winec/Estadisticas_Sociales/TIC/2019/201912_Principales_resultados_Multiproposito_TIC.pdf

Impacto: Al conocer la demanda de Facebook con un 63.8% y WhatsApp 61.4% en la zona urbana, se acepta este factor como una **oportunidad de impacto alto**, dado que se puede llegar a utilizar Facebook y WhatsApp para darse a conocer, publicar su portafolio de productos, promociones, instalaciones, etc.; como también realizar transacciones en línea.

7.1.2 Microambiente

a) Las 5 Fuerzas de Porter

“Las cinco fuerzas de Porter son un marco de análisis del nivel de competencia dentro de una determinada industria.” (Equipo Pensemos, 2020).

Gráfico 10 Las 5 Fuerzas de Porter



Nota: Tomado de *las 5 fuerzas de Porter*, de Equipo Pensem 2020. Pensem. Recuperado de: <https://www.iebschool.com/blog/15-fuerzas-porter-marketing-digital/>

- **Amenaza de los nuevos competidores**

“Hace referencia a la entrada potencial a la industria de empresas que producen o venden el mismo tipo de producto” (Koch, 2020).

Se evaluará las barreras de entrada para los nuevos participantes en la industria mediante la siguiente matriz:

Cuadro 4 La amenaza de entrada de nuevos competidores

Barreras de entrada	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Necesidad de lograr rápidamente economías de escala		X	
Necesidad de obtener tecnología y conocimiento especializado.		X	
Falta de experiencia			X
Fuerte lealtad de los consumidores hacia determinadas marcas			X
Grandes necesidades de capital.		X	
Falta de canales adecuados de distribución			X
Políticas reguladoras gubernamentales			X
Posesión de patentes.			X

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Impacto: Se considera una **amenaza de alto impacto**, dado que los competidores tienden a proliferar al existir barreras de entrada débiles. En el análisis se puede observar que es posible establecerse fácilmente en el mercado, donde el riesgo financiero es bajo

- **Poder de negociación de los proveedores**

“Hace referencia al poder con que cuentan los proveedores de la industria para aumentar sus precios y ser menos concesivos” (Koch, 2020).

En la siguiente tabla se analiza el impacto del poder de negociación que disponen los proveedores:

Cuadro 5 El poder de negociación de los proveedores

Barreras Proveedores	Impacto		
	<i>Alto</i>	<i>Medio</i>	<i>Bajo</i>
Menor cantidad de proveedores existentes en la industria			X
Poca oferta de materias primas o insumos			X
Altos Costos al cambiar de materias primas o insumos			X
Bajo volumen de compra			X

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Impacto: Se considera una **oportunidad de alto impacto**, por lo que disponer o sustituir la materia prima es sencillo ya que la materia prima es lo que nuestra madre naturaleza nos brinda y así darle una segunda oportunidad de reutilización y el cambiar de proveedor no invierte costos; por ende, el poder de negociación de los proveedores es bajo para aumentar sus precios y ser menos concesivos.

- **Poder de negociación de los compradores**

“Hace referencia al poder con que cuentan los consumidores o compradores de la industria para obtener buenos precios y condiciones” (Koch, 2020).

Cuadro 6 El poder de negociación de los consumidores

Barreras Compradores	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Compran en volumen		X	
Pueden cambiarse fácilmente a marcas competidoras o a productos sustitutos		X	
Están bien informados acerca de los productos, precios y costos de los vendedores		X	
No hay diferenciación en los productos		X	
Los vendedores enfrentan una reducción en la demanda de productos.		X	

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Impacto: El poder de negociación de los compradores es medio, ya que el cliente tiende a comparar el diseño de las artesanías ya que las artesanías son algo innovadoras no es el modelo común que se puede encontrar en las plazas; el cliente domina los precios de la materia prima como también del producto final. Ante este escenario se le denomina una **oportunidad de mediano impacto**.

- **Amenaza de productos o servicios sustitutos**

“Hace referencia al ingreso potencial de empresas que producen o venden productos alternativos a los de la industria” (Koch, 2020).

Cuadro 7 La amenaza de ingreso de productos sustitutos

Barreras de Productos sustitutos	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Los precios de los productos artesanales sustitutos son bajos o menores que los de los productos existentes.	X		
Existe poca publicidad de los productos existentes.	X		
Hay poca lealtad en los consumidores.	X		
El costo de cambiar de un producto a otro sustituto es bajo para los consumidores.	X		

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Impacto: El ingreso de productos artesanales sustitutos es alto, ya que existe varios tipos de artesanías hecho en distintos materiales, como puede ser en cerámica, mazapán, cabuya.

la publicidad de las artesanías es casi nula, y la fidelidad de los consumidores es inexistente. Ante esta realidad se le considera como una **amenaza de alto impacto**.

- **Rivalidad existente entre competidores de la industria**

“... hace referencia a la rivalidad que existe entre empresas que compiten directamente en una misma industria ofreciendo el mismo tipo de producto” (Koch, 2020).

Cuadro 8 La rivalidad entre competidores

Barreras de rivalidad entre competidores	Impacto		
	<i>Alto</i>	<i>Medio</i>	<i>Bajo</i>
La demanda por los productos de la industria disminuye.	X		
Existe poca diferenciación en los productos.	X		
Las reducciones de precios se hacen comunes.		X	
Los consumidores tienen la posibilidad de cambiar fácilmente marcas.	X		
Los costos fijos son altos.	X		
Las fusiones y adquisiciones en la industria son comunes.		X	

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Impacto: La fuerza de la rivalidad entre competidores es alta, dado que existe bastante diferenciación entre el producto que se oferta, es sencillo para los clientes cambiar de productos; sin embargo, la presencia de competidores directos es leve, ya que existe pocos puestos de artesanías el cantón Tena y en el barrio tereré ninguno. Por tal motivo a este factor se le considera como una **amenaza de mediano impacto**.

7.1.3 Análisis del Ambiente Interno

“En teoría, toda persona podría emprender un proyecto; sin embargo, el éxito requiere de ciertas características personales y profesionales. Ser emprendedor significa tener una motivación y contar con los recursos que ello implica” (Abambari, 2019).

El emprendedor para la implementación del emprendimiento de artesanías en el barrio en el barrio tereré ciudad de Tena, cuenta con factores de éxito considerados fortalezas y factores críticos como debilidades. A continuación, se presenta una matriz que define el impacto de las fortalezas y debilidades del emprendedor frente a la situación actual:

Cuadro 9 Análisis del Ambiente interno

FACTORES DE ÉXITOS	¿Qué capacidades y recursos únicos dispone?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formación académica de tercer nivel en Administración. ✓ Estudio de mercado. ✓ Propuesta del emprendimiento. 	<p>Fortaleza de alto impacto, dado que el emprendedor dispone de conocimientos administrativos, puede defender de mejor manera su proyecto.</p> <p>Fortaleza de mediano impacto, al hacer un estudio de mercado ayudará a la toma de decisiones para el emprendimiento.</p>
	¿Qué cualidades posee el emprendedor?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creatividad e innovación ✓ Flexibilidad y capacidad para adaptarse a las circunstancias. 	<p>Fortaleza de alto impacto, el emprendedor es creativo, innovador, tiene la facilidad de adaptarse a los cambios y cualidades que le permiten ser competitivo.</p>
	¿Qué le diferencia de su competencia?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La innovación de los productos hecho a base de reciclaje y la durabilidad del componente glass. ✓ Se dispone de un nuevo segmento de mercado (se enfoca en el turismo). 	<p>Fortaleza de alto impacto, se enfoca en un segmento de mercado diferente a la competencia.</p>
	¿Qué ventajas dispone frente a la competencia?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ubicación geográfica estratégica. 	<p>Fortaleza de alto impacto, el emprendimiento de artesanías está lejos de posibles competencias y cuenta con su propio taller para facilitar la elaboración de los productos.</p>

FACTORES CRÍTICOS	¿Qué hacen los competidores mejor que el emprendedor?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplican mejores estrategias de marketing ✓ Ejecutan estrategias para fidelizar al cliente. 	Debilidad de mediano impacto , al momento no se cuenta con estrategias de marketing y de fidelización del cliente.
	¿Qué debe mejorar el emprendedor dada la situación actual?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Apalancamiento financiero. ✓ Ampliar el portafolio de productos. 	<p>Debilidad de alto impacto, no se cuenta con el suficiente capital para implementar todas las estrategias y tecnología que se desea ya que la maquinaria tiene costos elevados.</p> <p>Debilidad de mediano impacto, al contar con un portafolio de productos reducido no se llega a satisfacer todas las necesidades de los clientes.</p>
	¿Qué desventaja dispone frente a la competencia?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de personal. ✓ Falta de apoyo gubernamental. 	<p>Debilidad de mediano impacto, no se dispone de mucho personal, por lo que le dificulta al emprendedor realizar una gran cantidad de productos.</p> <p>Debilidad de alto impacto, al no disponer de apoyo gubernamental no hay un reconocimiento al valor del trabajo individual y colectivo, y hay mayor riesgo en lo que es emprender desde cero</p>

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

7.14 FODA

Cuadro 10 FODA

FORTALEZAS		DEBILIDADES		
1. Creatividad innovadora.	2. Conocimientos propios.	3. Artículos novedosos.	4. Productos de calidad.	5. Tecnología de punta.
OPORTUNIDADES		AMENAZAS		
1. Oportunidad de aprovechar los recursos naturales.	2. Recursos tecnológicos a disposición.	3. Disponibilidad de materia prima en la región.	4. Precio y ofertas accesibles.	5. Elaboración de la marca personal.
1. Inexistencia de marketing.	2. Falta de fidelidad de clientes.	3. Dificultad de accesos a financiamientos.	4. Falta de un plan estratégico.	
1. Crecimiento dentro del mercado.	2. Aumento de precio de maquinarias.	3. Entorno laboral inestable.	4. Desarrollo de nuevos productos sustitutos.	5. Inestabilidad política.

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Objetivo 2: Estimar la factibilidad para la implementación del emprendimiento de artesanías “Tree Glass”

7.2 Estimación de la Factibilidad

7.2.1 Análisis encuestas

Se analizó las encuestas realizadas a la población muestral (378 personas). En total se realizan 9 preguntas de selección

Pregunta 1 Identifique ¿cuál es su sexo?

Tabla 1 Sexo de las personas que fueron encuestadas

Alternativa	Frecuencia	Encuestados
Masculino	43.7%	165
Femenino	56.3%	213
Total	100%	378

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Gráfico 11.



Interpretación 1: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 11, el 56 % de la población encuestada pertenecen al sexo femenino y el 44% de la población encuestada pertenecen al sexo masculino. De la información anterior se desprende que la mayoría de la población encuestada pertenece al sexo femenino.

Pregunta 2 Rango de edades

Tabla 2 ¿A que rango de edad pertenece?

Alternativa	Frecuencia	Encuestados
Menor de 18 años	11.4%	43
de 18 a 30 años	43.4%	164
de 31 a 40 años	34.9%	132
de 41 a 50 años	10.3%	39
Total	100%	378

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Gráfico 12.



Interpretación pregunta 2: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 12, de las 378 personas que fueron encuestadas se ha podido determinar que el 35% de los encuestados se encuentran en edades comprendidas de 31-40 años, lo que determina que el 11% de los encuestados tiene edades menor a 30 años. Tan solo el 10% de los encuestados supera los 41 años de edad. Esta población entre 18-30 del 44% se tomó como la población objetivo para la propuesta de la implementación del emprendimiento de artesanías.

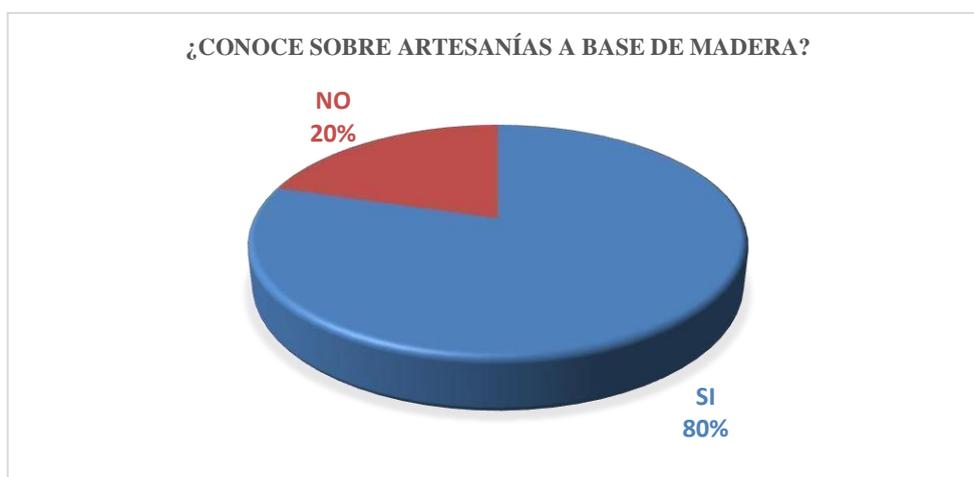
Pregunta 3 ¿Conoce sobre artesanías a base de madera?

Tabla 3 Artesanías a base de madera

Alternativa	Frecuencia	Encuestados
SÍ	79.6%	301
NO	20.4%	77
Total	100%	378

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Gráfico 13.



Interpretación pregunta 3: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 13, de los 378 encuestados, se observa que el 80 % tiene conocimiento sobre artesanías hechas en base de madera reciclada. Mientras que, el 20% de los encuestados no tiene conocimiento del tema.

Pregunta 4 : ¿Estaría dispuesto a adquirir artesanías hechas a base de madera reciclada?

Tabla 4 ¿Estaría dispuesto a adquirir artesanías hechas a base de madera reciclada?

Alternativa	Frecuencia	Encuestados
SI	93%	350
NO	7%	28
Total	100%	378

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Gráfico 14.



Interpretación pregunta 4 : De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 14, de los 378 encuestados, se observa que el 93% si está dispuesto a adquirir artesanías a base de madera reciclada. Sin embargo, el 7% de los encuestados no está dispuesto a adquirir artesanías a base de madera reciclada.

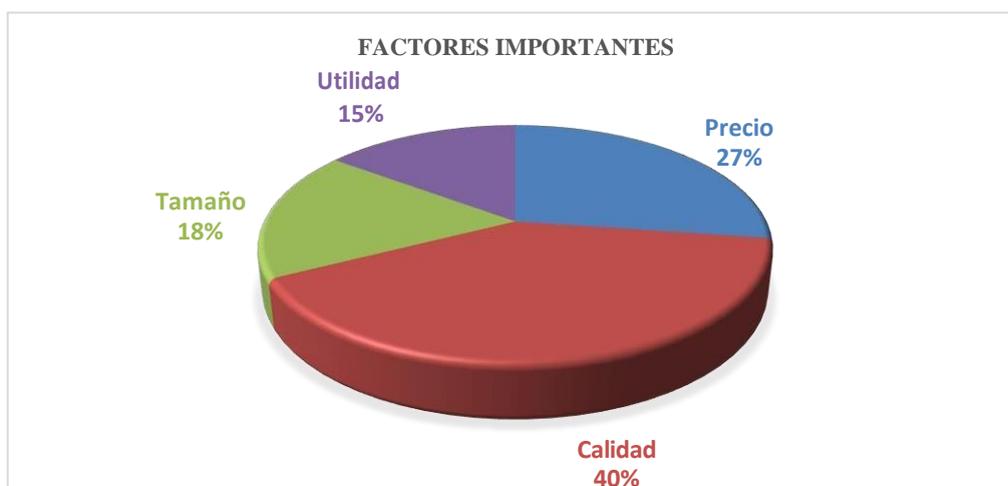
Pregunta 5: ¿Cuál es el factor más importante que considera usted para la compra de estas artesanías?

Tabla 5 Factores importantes

Factores	Frecuencia	Encuestados
Precio	27.2%	103
Calidad	40.2%	152
Tamaño	17.7%	67
Utilidad	14.8%	56
Total	100%	378

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Gráfico 15.



Interpretación pregunta 5: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 15, se evidencia a partir de las 378 personas encuestadas que el 40% ha preferido la calidad del producto, el 27% eligió el precio del producto. Mientras que el 18% ha elegido el tamaño, y por último el 15% ha elegido su utilidad.

Pregunta 6: Le gustaría que la artesanía en madera reciclada sea comercializada en:

Tabla 6 Sitios de preferencia para la comercialización

Plazas	Frecuencia	Encuestados
Catálogos digitales (página web, redes sociales)	51.3%	194
Por una tienda física (local comercial)	25.7%	97
Participación en ferias artesanales	23%	87
Total	100%	378

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Gráfico 16.



Interpretación pregunta 6: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 16, la opinión de los 378 encuestados en cuanto a los tipos de lugares con mayor preferencia es, catálogos digitales (página web, redes sociales), acumulando un porcentaje de 51% y el 26% ha elegido que prefiere una tienda física (local comercial). Es importante destacar que tan solo el 23% de los encuestados declaró que le gustaría que los productos se exhibieran en participación en ferias artesanales.

Pregunta 7: ¿Le gustaría que el diseño de las artesanías sea 100% personalizado?

Tabla 7 Diseño personalizado

Alternativa	Frecuencia	Encuestados
SÍ	90.5%	342
NO	9.5%	36
Total	100%	378

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Gráfico 17.



Interpretación pregunta 7: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 17, indica que el 90 % está dispuesto a adquirir un diseño de artesanía personalizado, mientras que el 10% ha elegido que no, Estos resultados representan un porcentaje mayoritario de respuestas positivas en los diseños 100% personalizados.

Pregunta 8: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una artesanía?

Tabla 8 Rango de precios

Alternativa	Frecuencia	Encuestados
\$1,00_-\$1,50	12.2%	46
\$1,50_-\$5,00	25.7%	97
\$5,00_-\$20,00	62.2%	235
Total	100	378

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Gráfico 18.



Interpretación pregunta 8: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 18, los 378 encuestados el 62% está dispuesto a pagar entre \$5,00_-\$20,00 por una artesanía, mientras que el 26% está dispuesto a pagar entre \$1,50_-\$5,00 y sólo el 12% está dispuesto a pagar entre \$1,00_-\$1,50.

Pregunta 9: De los productos mencionados ¿cuál desearía adquirir?

Tabla 9 ¿Cuál producto desearía adquirir?

Alternativa	Frecuencia	Encuestados
Llaveros en glass	24.3%	92
Cuadros en glass	39.7%	150
Porta aretes	13.5%	51
Porta llaves	11.6%	44
Maceteros	10.8%	41
Total	100	378

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Gráfico 19.



Interpretación pregunta 9: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 19, de los 5 productos ofrecidos el que lleva mejor acogida son los cuadros de glass con un porcentaje de 40%, en segundo lugar, los llaveros en glass con un 24%, mientras que el porcentaje más bajo son los maceteros con un porcentaje de 11%

7.2.2 Análisis de entrevistas

Estas entrevistas se enfocan a uno de los primeros artesanos en llegar a la Amazonía Ecuatoriana “Artes y Maderas” Dimas Jiménez

Cuadro 11 Entrevistas a un taller artesanal.

ENTREVISTA A TALLER ARTESANAL	
Preguntas	Entrevista
Nombre:	Dimas Jiménez
Nombre de negocio:	“Artes y maderas”
¿Desde cuándo usted trabaja en la artesanía?	A los 17 años me incliné por la artesanía de la madera lo cual en mi vida ha sido un éxito
¿Usted trabaja en otra actividad?	No trabajo en otra actividad, más que en las maderas nobles, con diseños y mi creatividad ha sido un éxito y eso ha fortalecido mi economía
¿En qué condiciones trabajaba anteriormente?	En condiciones precarias, ya que lo primero que no había era la materia prima tenía que hacer un viaje largo a Santa Clara y eso me tomaba un día entero, luego de llegar al Río Napo tenía que cruzar en la gabarra, tampoco contaba con energía eléctrica hacíamos uso de un apertor movido por agua y solamente con esa movilidad de agua se trabajaba ya que movía la canteadora, la sierra, la cepilladora y así se elaboraba y preparaba la madera

¿Usted para empezar como artesano utilizó algún tipo de crédito?	Muchos créditos uno de los primeros en darme la mano fue el Banco Nacional de Fomento sucursal Tena la cuál saqué mis trabajos a exposición en el gobierno de Otto Arosemena Gómez, en lo cual me fue muy bien y con las ganancias incrementé más mi industria, luego me condecoraron por esa exposición tan preciosa que hice y así me hice conocer más que todo en la ciudad del Tena fue un verdadero éxito a ver participado en la exposición
¿Existe alguna organización artesanal?	Si existe la asociación de “Artesanos Unidos” de la cual por el motivo de la pandemia nos hemos alejado y espero que finalizando la pandemia podamos organizarnos lo que tenemos un patrimonio

Elaborado por: Samantha Jimenez, (2021)

Nota: En el cuadro se aprecia la entrevista realizada

7.2.3 Análisis de factibilidad

De acuerdo a los datos obtenidos a partir de las encuestas y en las entrevistas se estimó la factibilidad para la implementación del emprendimiento artesanías Tree Glass en el barrio tereré ciudad de Tena. Encontrando las siguientes oportunidades dentro del mercado estudiado.

- La principal causa de éxito del taller artesanal entrevistado es la dedicación y constancia a pesar de que el taller artesanal carecía de electricidad y era algo dificultoso encontrar la materia prima disponible, sin embargo, para la implementación del emprendimiento “Artesanías Tree Glass” en el Barrio Tereré, lugar de estudio hay la disponibilidad de un lugar con buen ambiente de trabajo contando con la maquinaria necesaria para la elaboración de artesanías en madera. Esta causa abre una oportunidad para el proyecto, sustentada a partir de la pregunta Numero 4 “¿Estaría dispuesto a adquirir artesanías hechas a base de madera reciclada?”, el cual tuvo una aprobación del 93% de los encuestados.

Objetivo 3: Elaborar una propuesta para la factibilidad de la implementación del emprendimiento de artesanías

7.3 Propuesta para la factibilidad de la implementación del emprendimiento de artesanías en la ciudad de Tena mediante la Matriz Canvas:

Cuadro 12 Matriz Canvas

ALIADOS CLAVES:	ACTIVIDADES CLAVES:	PROPUESTA DE VALOR:	RELACIÓN CON EL CLIENTE:	SEGMENTOS DE CLIENTES:
-Proveedores	-Selección y alianzas entre proveedores. -Capacitación continua en innovación.	-Calidad y precio -Producto accesible para llevar. -Un ambiente agradable.	-Difusión mediante en redes sociales.	Nuestro producto está enfocado tanto en clientes extranjeros y locales, también al público que desee artesanías personalizadas se lo maneja bajo pedido
	RECURSOS CLAVES: -Financiamiento propio -Celular Huawei 20 pro -Computadora Vaio		CANALES: -Taller artesanal -WhatsApp-Facebook	
ESTRUCTURA DE COSTES: -Costos por unidades -Precio de venta al público y % de utilidad. -Estimación de gastos y costos, para la posible ganancia.		FUENTES DE INGRESOS: -Precios estimados.		

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

7.2.1 Aliados Claves

Nuestros proveedores son otros aliados estratégicos de la empresa como: ya misma ciudadanía de los cantones, la principal fuente es la naturaleza que nos provee madera, y se reproduzcan más semillas para posteriormente elaborar nuestros adornos a base de madera rechaza que no se utiliza.

7.2.2 Propuesta De Valor

Después del desarrollo del estudio de mercado se obtuvo información para implementación del emprendimiento de artesanías creando varios ambientes. Elaborar adornos para el hogar en madera reciclada, con el propósito de incentivar a la

ciudadanía que se puede obtener buenos artículos de madera que se deja de utilizar, además con la finalidad de conocer el ámbito empresarial y obtener réditos económicos y crecimiento empresarial

Adicional a esto, un precio accesible a nuestro cliente desde \$2,00 hasta \$20,00 que sea al alcance de su bolsillo. Esto diferencia de la competencia ya que sus costos son accesibles y su calidad es más duradera.

7.2.3 Segmento Del Mercado

Con el presente proyecto, se pretende elaborar adornos y recuerdos para el hogar enfocados en clientes nacionales y extranjeros que puedan apreciar las fotografías de la amazonia, como también sus propias fotografías personalizadas de acuerdo a sus gustos, plasmadas en llaveros y cuadros con un acabado que reluce el producto final elaborado.

7.2.4 Canales De Distribución

Para la implementación del emprendimiento de artesanías, se propone el canal de distribución directo, a través de redes sociales (Whatsapp-Facebook); el cliente desde la comodidad de su trabajo u hogar pueda visualizar ofertas, promociones de los distintos productos.

7.2.5 Relación con el cliente

Para la propuesta del emprendimiento de artesanías el cliente es la razón de ser de la misma, para ello es muy importante satisfacerlo durante las tres etapas (antes, durante y después) de la compra, que el cliente se sienta importante. Para ello se desarrollan cadauna de las etapas:

- Antes: Con la publicidad y mediante un diseño innovador
- Durante: Con buena atención del personal. Explicar al cliente sobre los productos disponibles o sugerirle según su preferencia si desea personalizado.

- Después: Mediante el uso de las redes sociales dar a conocer nuestras ofertas y promociones, entre otras novedades.

7.2.6 Fuentes De Ingreso

Las principales fuentes de ingreso serían las que se detallan a continuación:

Gráfico 20 Cartilla de los productos a ofrecer

ARTESANÍAS “TREE GLASS”		
Barrio tereré calle Colonso		
PRODUCTO A OFRECER:	PRECIO UNITARIO	
Llaveros	\$	2,76
Cuadro en Glass	\$	5,71
Porta aretes	\$	4,73
Porta llaves	\$	5,71
Maceteros	\$	3,00

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

La lista de productos muestra los precios de venta al público que el local de artesanías propone con un precio accesible al cliente.

7.2.7 Recursos Claves

La financiación del establecimiento:

Se arrancan con el ahorro de \$ 3290,3 de la Srta. Samantha Jiménez futura dueña del local.

Nombre y Razón Social del negocio:

Nombre:

El emprendimiento “ARTESANÍAS TREE GLASS”, nombre por la que será reconocida, diferenciándose de la competencia, “TREE” que significa árbol y “GLASS” que es el componente que hace que luzca como vidrio de verdad y que hace a los productos innovadores y duraderos.

- **Logotipo de la micro empresa**

El logo es la identificación visual más importante de la empresa, debe ser llamativa para el cliente.

Gráfico 21 Logotipo



Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Razón social del negocio

La misma que se conformara como microempresa, es fundamental que cuente con los requisitos de acuerdo a la normativa municipal, la microempresa productiva será como persona natural, especializada en crear arte con madera

a) Misión:

La misión de esta propuesta de implementación es dar a conocer un producto innovador ofreciendo al cliente el mejor servicio y calidad, y a la vez incentivar a la ciudadanía la importancia del uso del reciclaje en los elementos que la madre naturaleza nos brinda analizando que el precio de venta sea accesible para el consumidor.

b) Visión:

Llegar a ser una microempresa distinguida y ser reconocida por los consumidores locales, regionales y nacionales con el fin de demostrar a la ciudadanía que en nuestra localidad hay talentos como elaboración de adornos para el hogar ideas innovadoras para satisfacer nuevas expectativas de los clientes.

c) Principios y valores:

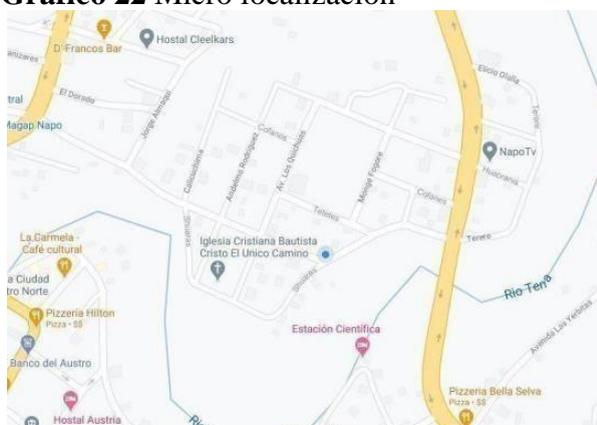
- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Confianza
- Transparencia

Las instalaciones del local de artesanías:

Está ubicada en el barrio Tereré, calle Colonso en la ciudad de Tena Provincia de Napo

Micro localización

Gráfico 22 Micro localización



Fuente: Google Maps 2021.

Nota: Ubicada en la provincia de Napo, cantón Tena, entre las Calles Colonso y Tereré

El personal humano capacitado:

La propietaria del emprendimiento de artesanías conoce la creación de productos en madera ya que por tradición sus parientes tanto como padre y abuelo han aprendido lo básico en manejo de maquinaria y en aplicar la administración.

La organización:

Para la apertura del emprendimiento de artesanías se propone una estructura simple, constituida por el gerente dueño de la empresa quien va a estar a cargo de lo administrativo.

1) Estructura simple

Gráfico 23 Organigrama estructura simple



Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Nota: organigrama estructura simple.

Principales elementos

Gráfico 24 Celular Huawei pro 20



Se propone este elemento fundamental para uso de las redes sociales (Whatsapp-Facebook) con publicidad y elemento para la comunicación.

7.2.8 Actividades Claves:

Se necesita situar y utilizar las leyes primordiales de la gestión en la compañía, como el código de trabajo, el código tributario y el derecho mercantil.

Requisitos para constituir una microempresa que se encuentran inscritas en el código orgánico de producción, comercio e inversiones, y son: POLÍTICAS REGULATORIAS GUBERNAMENTALES.

- Emisión del Registro Único del Contribuyente.
- Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.
- Obtención de patente municipal de comerciante.
- Permiso de Funcionamiento o Tasa de habilitación.

7.2.9 Estructura De Costos

a) Costo de producción:

Se realiza la estimación de costos de la implementación del emprendimiento, el precio del producto; para lo cual se toma referencia del precio de venta al público de la competencia y el precio de preferencia de los clientes (\$5.00 - \$20.00).

- **Costos por cada producto**

- **:Tabla 10 MPD – Llaveros**

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDAD	COSTOS POR UNIDAD	TOTAL	UTILIDAD (%)
papel fotográfico	1	hoja	\$ 0,50	\$ 0,50	30%
Pega	1	botella	\$ 1,00	\$ 1,00	
Lija	1	unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	
Brillantina	1	tarrito	\$ 0,10	\$ 0,10	
ramas recicladas	1	N/A	\$ -	\$ -	
vidrio liquido(ml)	0,01	lt	\$ 13,00	\$ 0,13	
total				\$ 1,93	
PVP.				\$ 2,76	

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 11 MPD – Cuadros en glass

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDAD	COSTOS POR UNIDAD	TOTAL	UTILIDAD (%)
papel fotográfico	1	hoja	\$ 0,10	\$ 0,10	30%
Pega	1	botella	\$ 1,00	\$ 1,00	
Lija	1	unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	
Triple	1	metro	\$ 1,40	\$ 1,40	
vidrio liquido(ml)	0,1	lt	\$ 13,00	\$ 1,30	
				\$ -	
total				\$ 4,00	
PVP.				\$ 5,71	

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 12 MPD – Porta aretes

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDAD	COSTOS POR UNIDAD	TOTAL	UTILIDAD (%)
TABLA TRIPE	1	m	\$ 1,40	\$ 1,40	45%
LIJA	1	UNIDAD	\$ 0,20	\$ 0,20	
PEGA	1	BOTELLA	\$ 1,00	\$ 1,00	
				\$ -	
				\$ -	
				\$ -	
				\$ 2,60	
			PVP.	\$ 4,73	

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 13 MPD – Porta llaves

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDAD	COSTOS POR UNIDAD	TOTAL	UTILIDAD (%)
TABLA TRIPE	1	m	\$ 1,40	\$ 1,40	30%
LIJA	1	UNIDAD	\$ 0,20	\$ 0,20	
PEGA	1	BOTELLA	\$ 1,00	\$ 1,00	
PAPEL FOTOGRÁFICO	1	HOJA	\$ 0,10	\$ 0,10	
VIDRIO LÍQUIDO	0,1	Lt	\$ 13,00	\$ 1,30	
				\$ -	
				\$ 4,00	
			PVP.	\$ 5,71	

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 14 MPD – Maceteros

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDAD	COSTOS POR UNIDAD	TOTAL	UTILIDAD (%)
RAMAS RECICLADAS	1	N/A	\$ -	\$ -	50%
LIJA	1	UNIDAD	\$ 0,20	\$ 0,20	
VIDRIO LÍQUIDO	0,1	Lt	\$ 13,00	\$ 1,30	
				\$ -	
				\$ -	
				\$ -	
				\$ 1,50	
			PVP.	\$ 3,00	

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

b) Punto de equilibrio

Tabla 15 Estructura de costos de los llaveros

COSTO FIJO			\$ 64,00
DESCRIPCIÓN			VALOR
Luz			\$ 28,00
Agua			\$ 6,00
Internet			\$ 30,00
PRODUCTO			llaveros
PRECIO UNITARIO			\$ 2,76
COSTO VARIABLE			\$ 1,93
DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
papel fotográfico	\$ 0,50	1	\$ 0,50
Pega	\$ 1,00	1	\$ 1,00
Lija	\$ 0,20	1	\$ 0,20
brillantina	\$ 0,10	1	\$ 0,10
ramas recicladas			
vidrio líquido	\$ 13,00	0,01	\$ 0,13
PUNTO DE EQUILIBRIO		77,11	Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 16 Estructura de costos - cuadros en glass

COSTO FIJO			\$ 64,00
DESCRIPCIÓN			VALOR
Luz			\$ 28,00
Agua			\$ 6,00
Internet			\$ 30,00
PRODUCTO			CUADRO EN GLASS
PRECIO UNITARIO			\$ 5,71
COSTO VARIABLE			\$ 4,00
DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
papel fotográfico	\$ 0,10	1	\$ 0,10
pega	\$ 1,00	1	\$ 1,00
lija	\$ 0,20	1	\$ 0,20
triple	\$ 1,40	1	\$ 1,40
vidrio liquido(ml)	\$ 13,00	0,1	\$ 1,30
PUNTO DE EQUILIBRIO		37,33	Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 17 Estructura de costos de porta aretes

COSTO FIJO			\$ 64,00
DESCRIPCIÓN			VALOR
Luz			\$ 28,00
Agua			\$ 6,00
Internet			\$ 30,00
PRODUCTO			PORTA ARETES
PRECIO UNITARIO			\$ 4,73
COSTO VARIABLE			\$ 2,60
DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
TABLA TRIPE	\$ 1,40	1	\$ 1,40
LIJA	\$ 0,20	1	\$ 0,20
PEGA	\$ 1,00	1	\$ 1,00
PUNTO DE EQUILIBRIO		30,09	Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 18. Estructura de costos de porta llaves

COSTO FIJO			\$ 64,00
DESCRIPCIÓN			VALOR
Luz			\$ 28,00
Agua			\$ 6,00
Internet			\$ 30,00
PRODUCTO			PORTA LLAVES
PRECIO UNITARIO			\$ 5,71
COSTO VARIABLE			\$ 4,00
DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
TABLA TRIPE	\$ 1,40	1	\$ 1,40
LIJA	\$ 0,20	1	\$ 0,20
PEGA	\$ 1,00	1	\$ 1,00
PAPEL FOTOGRÁFICO	\$ 0,10	1	\$ 0,10
VIDRIO LÍQUIDO	\$ 13,00	0,1	\$ 1,30
PUNTO DE EQUILIBRIO		37,33	Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 19. Estructura de costos de maceteros

COSTO FIJO			\$ 64,00
DESCRIPCIÓN			VALOR
Luz			\$ 28,00
Agua			\$ 6,00
Internet			\$ 30,00
PRODUCTO			MACETEROS
PRECIO UNITARIO			\$ 3,00
COSTO VARIABLE			\$ 1,50
DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
RAMAS RECICLADAS		1	
LIJA	\$ 0,20	1	\$ 0,20
VIDRIO LÍQUIDO	\$ 13,00	0,1	\$ 1,30
PUNTO DE EQUILIBRIO		42,67	Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 20 Punto de Equilibrio de llaveros

UNIDADES A PRODUCIR		100,00	
VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES	UTILIDAD TOTAL	
\$ 276,00	\$ 257,00	\$ 19,00	
<i>Punto de equilibrio</i>			
UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
20,00	\$ 55,20	\$ 102,60	-\$ 47,40
100,00	\$ 276,00	\$ 257,00	\$ 19,00
150,00	\$ 414,00	\$ 353,50	\$ 60,50

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 21. Punto de Equilibrio de Cuadros en glass

UNIDADES A PRODUCIR		50,00	
VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES	UTILIDAD TOTAL	
\$ 285,71	\$ 264,00	\$ 21,70	
<i>Punto de equilibrio</i>			
UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
10,00	\$ 57,14	\$ 104,00	-\$ 46,86
50,00	\$ 285,71	\$ 264,00	\$ 21,70
75,00	\$ 428,57	\$ 364,00	\$ 64,57

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 22. Punto de Equilibrio de Porta aretes

UNIDADES A PRODUCIR		20,00	
VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES	UTILIDAD TOTAL	
\$ 94,55	\$ 116,00	\$ -21,50	
<i>Punto de equilibrio</i>			
UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
4,00	\$ 18,91	\$ 74,40	-\$ 55,49
20,00	\$ 94,55	\$ 116,00	-\$ 21,50
30,00	\$ 141,82	\$ 142,00	-\$ 0,18

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 23. Punto de Equilibrio de Porta llaves

UNIDADES A PRODUCIR		50,00	
VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES	UTILIDAD TOTAL	
\$ 285,71	\$ 264,00	\$ 21,70	
<i>Punto de equilibrio</i>			
UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
10,00	\$ 57,14	\$ 104,00	-\$ 46,86
50,00	\$ 285,71	\$ 264,00	\$ 21,70
75,00	\$ 428,57	\$ 364,00	\$ 64,57

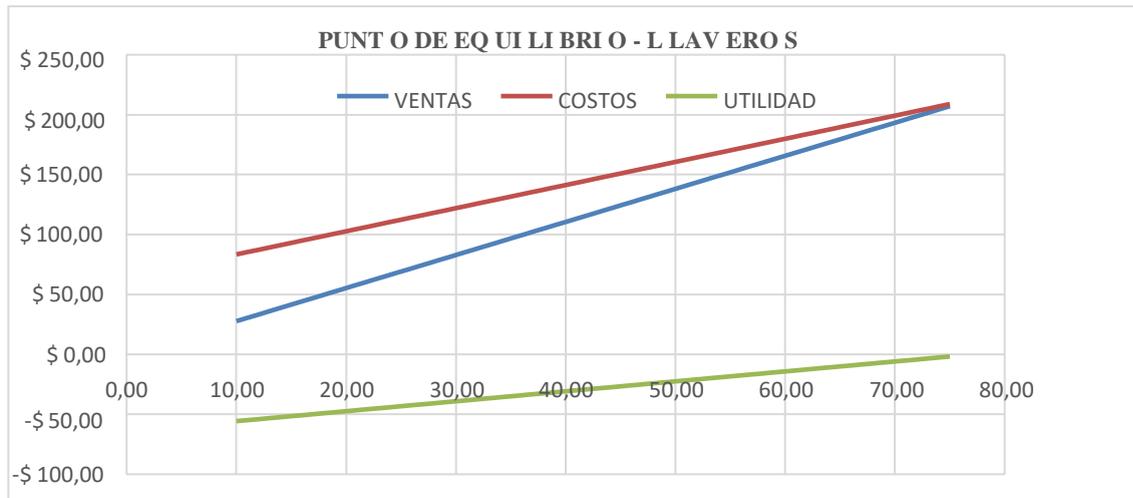
Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Tabla 24. Punto de equilibrio de maceteros

UNIDADES A PRODUCIR		50,00	
VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES		UTILIDAD TOTAL
\$ 150,00	\$ 139,00		\$ 11,00
<i>Punto de equilibrio</i>			
UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
10,00	\$ 30,00	\$ 79,00	-\$ 49,00
50,00	\$ 150,00	\$ 139,00	\$ 11,00
75,00	\$ 225,00	\$ 176,50	\$ 48,50

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

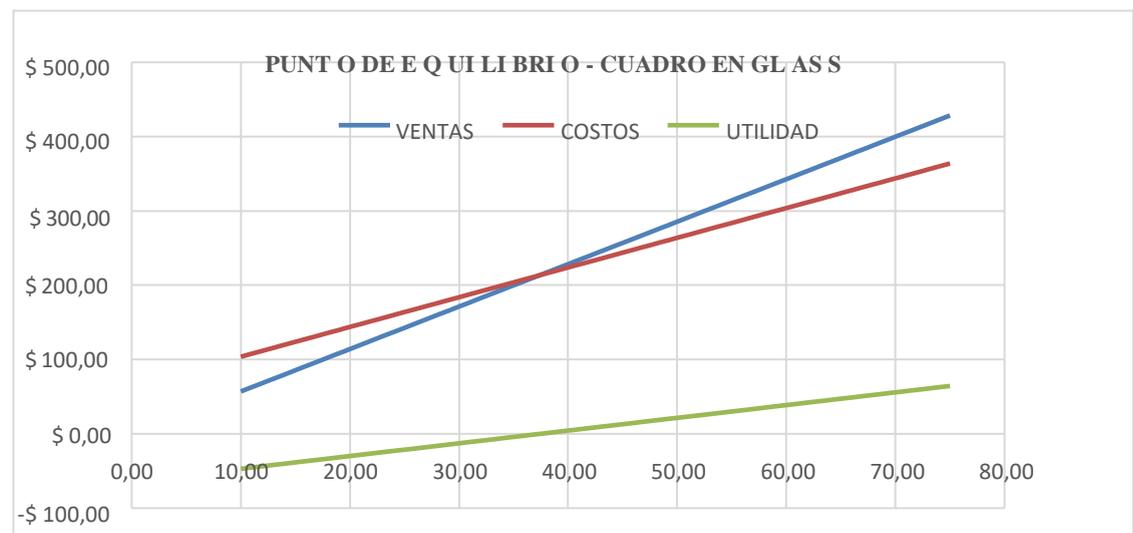
Gráfico 25 Punto de equilibrio llaveros



Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 25, para que se logre cubrir los costos fijos y variables se debe llegar a vender como mínimo 77 llaveros en glass es la cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos, mientras que su costo unitario es de \$ 2,76 y su utilidad es del 30%.

Gráfico 26 Punto de equilibrio Cuadro en glass



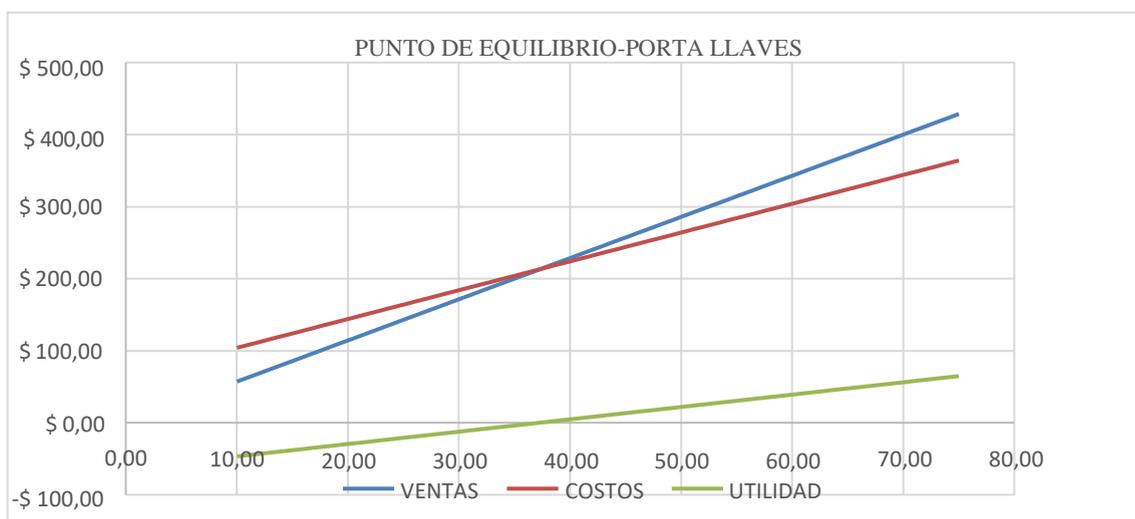
Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 26, para que se logre cubrir los costos fijos y variables se debe llegar a vender mínimo 37 Cuadros en glass es la cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos, su costo unitario es de \$ 5,71 y su utilidad es del 30%

Gráfico 27 Punto de equilibrio Porta aretes

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 27, para que se logre cubrir los costos fijos y variables se debe llegar a vender mínimo de 30 porta aretes es la cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos, su costo unitario es de \$ 4,73 y su utilidad es del 45%.

Gráfico 28 Punto de equilibrio Porta llaves



Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos que se presentan en el gráfico 28, para que se logre cubrir los costos fijos y variables se debe llegar a vender mínimo de 37 porta llaves es la cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos, su costo unitario es de \$ 5,71 y su utilidad es del 30%.

Gráfico 29 Punto de equilibrio Maceteros



Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Interpretación: Para que se logre cubrir los costos fijos y variables se debe llegar a vender mínimo de 42 porta llaves es la cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos, su costo unitario es de \$ 3,00 y su utilidad es del 50%.

Tabla 25. Punto de equilibrio

Elementos de los costos	Costo total	Variable	Fijo
Materia Prima	\$ 260,60	\$ 260,60	\$ -
Mano de obra	\$ 72,97	\$ 72,95	\$ -
Costos indirectos de fabricación	\$ 96,24	\$ 10,95	\$ 85,31
Gastos ventas	\$ 264,87	\$ -	\$ 264,87
Gastos de administración	\$ 97,88	\$ -	\$ 97,88
Otros gastos	\$ 172,73	\$ -	\$ 172,73
Total (400 unidades)	\$ 965,29	\$ 344,50	\$ 620,79
Total, unitario	\$ 2,41	\$ 0,86	\$ 1,55

Unidades producidas	400,54	\$ 1.125,52
Precio de venta por unidad	\$ 2,81	
Costo variable unitario	\$ 0,86	

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Interpretación: se promedió los costos de producción (MPD variables) por los cinco tipos de productos finales, que al mes se proyecta producir 400 manualidades, al igual que el precio de venta al público que nos da como \$2,81, la inversión total es de \$965,29 que proyecta unas ventas dan valor de \$1125,52 al mes.

DATOS	\$	-	N° UNDS.	Y=Cvu+CF	COSTO V.T.	COSTO FIJO	COSTO TOTAL	Y=2,81	INGRESO	UTILIDAD	% UTIL.		
Precio de venta unitario	\$	2,81	0	0,86(0)+620,79	\$	-	\$ 620,79	\$ 620,79	2,81(0)	\$	-	\$ -620,79	
Unidades proyeccion ventas	\$	400,54	50	0,86(50)+620,79	\$	43,06	\$ 620,79	\$ 663,85	2,81(50)	\$	140,50	\$ -523,35	
Ingreso Total	\$	1.125,50	100	0,86(100)+620,79	\$	86,13	\$ 620,79	\$ 706,92	2,81(100)	\$	281,00	\$ -425,92	
Costo fijo total	\$	620,79	150	0,86(150)+620,79	\$	129,19	\$ 620,79	\$ 749,98	2,81(150)	\$	421,50	\$ -328,48	
Costo variable total	\$	344,50	200	0,86(200)+620,79	\$	172,25	\$ 620,79	\$ 793,04	2,81(200)	\$	562,00	\$ -231,04	
Costo variable unitario	\$	0,86	250	0,86(250)+620,79	\$	215,31	\$ 620,79	\$ 836,10	2,81(250)	\$	702,50	\$ -133,60	
			300	0,86(300)+620,79	\$	258,38	\$ 620,79	\$ 879,17	2,81(300)	\$	843,00	\$ -36,17	
			350	0,86(350)+620,79	\$	301,44	\$ 620,79	\$ 922,23	2,81(350)	\$	983,50	\$ -61,27	6,23%
			400	0,86(400)+620,79	\$	344,50	\$ 620,79	\$ 965,29	2,81(400)	\$	1.124,00	\$ -158,71	14,12%

Cantidad de
PE=CFT/(P-CVU)

Valor monetario de punto de
equilibrio

318	0,86(318)+620,79	\$ 273,78	620,79	\$ 894,57	2,81(318)	894,57
-----	------------------	-----------	--------	-----------	-----------	--------

Utilidad \$ 158,71

Costo T. \$ 965,29

c) Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión.” (Torres, 2020)

Tabla 26 Capital de inversión

Capital de inversión	\$	3290,3
-----------------------------	----	--------

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

El flujo de caja proyectado

Tabla 27. Flujo de Caja Proyectado

Período	Desembolsos	Ingresos	Flujo de caja
0	\$ 3290,3		\$ -3290,3
1		\$ 255,66	\$ 255,66
2		\$ 1.551,58	\$ 1.551,58
3		\$ 2.287,27	\$ 2.287,27
4		\$ 9.384,52	\$ 9.384,52
5		\$ 15.060,51	\$ 15.060,51

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

Al disponer los datos, se calcula la TIR de cada año, donde se observa que desde el año 2 la inversión comienza a hacer rentable y a medida que pasa el tiempo con la aplicación de nuevas estrategias de crecimiento, la rentabilidad es directamente proporcional.

Formula aplicar del TIR:

$$TIR = -Inversión + \sum_{k=1}^n FNC_k (1+i)^{-k} = 0$$

Tabla 28. Cálculo de la TIR

Años	Número de períodos (n):	TIR
Año 1	1	-92,23%
Año 2	2	83,52%
Año 3	3	47,42%
Año 4	4	75,63%
Año 5	5	60,48%

Elaborado por: Samantha Jiménez, (2021)

H. CONCLUSIONES

- Como Napo cuenta con la enorme cantidad de atractivos naturales y culturales, y existe ya una gran afluencia de visitantes, se ha decidido a nivel estratégico de fomentar al sector turismo e invertir en él, por su gran potencial que representa como fuente de ingresos para la población de Napo. En vista de la importancia de seguir apoyando con la comercialización de productos, servicios y artesanías producidos en Napo, el GAD Provincial de Napo decide fortalecer este punto estratégico en la Ciudad de Tena, para ayudar a la comercialización de productos autóctonos de Napo, ya que es una de las funciones del GADPN de apoyar a la comercialización de propios productos con el afán de mejorar los ingresos de las personas de Napo que viven de emprendimientos y la producción de artesanías. Se determina que es factible la implementación de las “Artesanías Tree Glass” ubicado en el barrio Tereré Ciudad de Tena, ya que tiene ventajas estratégicas dentro del Malecón Escénico de la Ciudad de Tena, donde es la principal puerta de entrada a la Amazonía y eso abre puertas para que nuestros productos y servicios sean promocionados y vendidos.
- Para determinar el grado de aceptación se aplicó encuestas a ciudadanos locales y extranjeros, dando como muestra 378 personas a encuestar, en las que se evidenció que el 93% estaría dispuesto a adquirir artesanías hechas a base de madera reciclada tiene un 93 % de aceptación y que el 90 % le gustaría que el diseño de las artesanías sea 100% personalizado.
- Luego de a ver realizado el presente proyecto de estudio de factibilidad y propuesta de implementación del emprendimiento “artesanías Tree Glass” se determina una factibilidad económica, con un punto de equilibrio que cubre los costos fijos y variables, vendiendo como mínimo 77 llaveros al mes a un PVP es de \$2.76 a medida que se supere la utilidad se incrementa, si se logra alcanzar vender al mes los 100 llaveros, la utilidad es del 30%. El proyecto es factible económicamente con una inversión inicial de \$ 3290,3.

I. RECOMENDACIONES

- Se tomará en cuenta las estrategias que se utilizarán para que el consumidor adquiera el producto y conseguir la satisfacción de cliente, ya que serán de vital importancia para el desarrollo de cualquier estudio de mercado.
- Que se realice tests que permitan conocer los gustos y preferencias de los consumidores en cuanto al aspecto físico (diseño, tamaño, utilidad, etc.), ya que de esto dependerá el consumo de los productos artesanales en la zona donde se pretende comercializar.
- Que se lleve a cabo el proyecto, planteado como parte del presente Trabajo de Integración Curricular, para implementar el emprendimiento de artesanías “Tree Glass” en el mercado de la ciudad de Tena con el apoyo de herramientas de marketing digital que promuevan su crecimiento y captación de nuevos segmentos de mercado.

J. BIBLIOGRAFÍA

- A., J. C. (29 de 10 de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Modelo Canvas:
<https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- Abambari, M. (2019). *El emprendimiento y el perfil del emprendedor*. Obtenido de
<https://marioabambari.files.wordpress.com/2015/01/el-emprendimiento-y-el-perfil-del-emprendedor.pdf>
- Arias. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica.
En A. F. 6ta.
- Bragg, S. M. (2012). *Business ratios and formulas*. Jhon Wiley & Sons.
- BurbanoRuiz, J. E. (2011). *Presupuestos un enfoque de direccionamiento estrategico, gestion, y control de recursos*. Bogota, Colombia: Mc Graw Hill Education.
- Cóndor, W. (2017). *TODO SOBRE EL RISE* . Obtenido de Boletin Contable:
<https://boletincontable.com/wp-content/uploads/2017/11/Curso-RISE-Junio-2017.pdf>
- Conexionesan. (9 de agosto de 2017). *Conexionesan*. Obtenido de Emprender sin investigar el mercado es como caminar a ciegas:
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/08/emprender-sin-investigar-el-mercado-es-como-caminar-a-ciegas/>
- Corvo, H. S. (2019). *lifeder.com*. Obtenido de Administración y finanzas:
<https://www.lifeder.com/estudio-de-prefactibilidad/>
- Darwin, A. (2011). *La teoria de la organizacion*. Peru: Universidad Nacional.
- Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM. (17 de 09 de 2020). *Zendesk*. Obtenido de ¿Qué es el “punto de equilibrio” de una empresa y cómo calcularlo?: Aprende qué es el punto de equilibrio de una empresa

Ecuador, C. d. (2008). *Registro Oficial 449 de 20-oct-2008*. Quito.

Equipo Pensemos. (27 de Noviembre de 2020). *Pensemos*. Obtenido de 5 fuerzas de Porter: ¿qué son y cómo usarlas a partir de ejemplos?: <https://gestion.pensemos.com/5-fuerzas-de-porter-que-son-como-usarlas-ejemplos>

Fisher de la Vega, L. E., & Espejo Callado, J. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico: McGraw Hill.

GAD Municipal Tena. (2020). *Datos Estadísticos*. Obtenido de <https://tena.gob.ec/index.php/tena/datos-estadisticos>

García, I. d. (2001). *Plan de Negocio*. Obtenido de Instituto de Empresas-Escuela de negocios de España: www.ie.edu

Gardey, J. P. (2012). *Definición de*. Obtenido de <https://definicion.de/demografia/>

Gardey, J. P. (2014). *Definición de* . Obtenido de <https://definicion.de/comparacion/>

Gestión Digital. (Octubre de 2020). *Gestión Digital*. Obtenido de Multiplica Ediciones: <https://www.revistagestion.ec/sociedad-analisis/la-pobreza-el-saldo-mas-tragico-que-dejara-el-covid-en-el-pais#:~:text=La%20pobreza%20por%20ingresos%20se,%2C6%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n>.

Gil, S. (2010). *Empleo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/empleo.html>

Guide, S. (26 de 04 de 2019). *Starpus Guide*. Obtenido de Starpus Guide: <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/que-es-el-analisis-de-mercado/>

Hernández, L. (2015). *El emprendedor se beneficia con el RISE*. Obtenido de Tus Finanzas: <https://tusfinanzas.ec/el-emprendedor-se-beneficia-con-el-rise/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1lles%20son%20los%20beneficios%20del,nuevo%20que%20afilie%20al%20IESS>.

Herrera Aráuz, D. (2015). *Matemática Financiera*. Quito.

- Hurtado de Barrera, J. (2010). *Metodologia de la Investigacion Holistica*. Venezuela: Sypal.
- INEC. (2016). *Encuesta Nacional de Empleo, Subempleo y Desempleo*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- Jaramillo, C. A. (19 de 02 de 2017). *Analisis de la empresa y su entorno*. Obtenido de Macro y Microambiente: <http://werobe01.blogspot.com/2013/02/macro-y-microambiente.html>
- K. Arturo. (24 de 06 de 2020). *CreceNegocios*. Obtenido de Las 5 fuerzas de Porter: <https://www.crecenegocios.com/fuerzas-de-porter/>
- Koch, A. (24 de Junio de 2020). *Las 5 fuerzas de Porter: definición, características y estrategias*. Obtenido de Crece Negocios: <https://www.crecenegocios.com/fuerzas-de-porter/>
- Lamas, V. (2010). ELABORACIÓN DE UN ARTÍCULO CIENTÍFICO DE INVESTIGACIÓN. *SCIELO*, 17-21.
- Malhotra, N. K. (2016). *Investigacion de Mercados*. Mexico: Pearson Education, Quinta.
- management, R. e. (05 de noviembre de 2017). *Recursos en projec management*. Obtenido de Metodología, proceso y herramientas: <https://www.recursosenprojectmanagement.com/metodologia-proceso-y-herramientas/>
- Marcial, C. P. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota, D.C., Colombia: Ecoe ediciones.

Maroto, J. C. (2007). *ESTRATEGIA: DE LA VISION A LA ACCION*. En J. C.

Maroto, *ESTRATEGIA: DE LA VISION A LA ACCION*. 2da Ed.

Muñoz, A. (13 de 05 de 2014). *Gestiopolis*. Obtenido de Analisis del ambiente interno:

<https://www.gestiopolis.com/analisis-del-ambiente-externo-de-una-organizacion/>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2012). *Concepto de Población*. Obtenido de

Definición.de:

<https://definicion.de/poblacion/#:~:text=En%20su%20uso%20m%C3%A1s%20habitual,y%20las%20consecuencias%20de%20poblar.>

Quiroa, M. (s.f.). *Conomipedia*. Obtenido de Estudio de factibilidad

K. ANEXOS

Anexo 1.-Encuesta Validada

ENCUESTA PARA EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO “ARTESANÍAS TREE GLASS”

La presente encuesta está enfocada recopilar información para desarrollar sobre el emprendimiento “TREE GLASS” en la ciudad del Tena.

1. SEXO

- Hombre
- Mujer

2. EDAD

- Menos de 18 años
- Entre 18-30 años
- Entre 31-40 años
- Entre 41-50 años

3. ¿Conoce sobre artesanías hechas en base a madera reciclada?

- Sí
- No

4. ¿Estaría dispuesto a adquirir artesanías hechas a base de madera reciclada?

- Sí
- NO

5. ¿Cuál es el factor más importante que considera para la compra de estas artesanías?

- Precio
- Calidad
- Tamaño
- Utilidad
- Promociones

6. De qué manera le gustaría conocer el catálogo de artesanías enmadera reciclada:

- Catálogos digitales (página web, redessociales)
- Por una tienda física (local comercial)
- Participación en ferias artesanales

7. ¿Le gustaría que el diseño de las artesanías sea 100% personalizado?

- Sí
- NO

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una artesanía?

- \$1,00-\$1,50
- \$1,50-\$5,00
- \$5,00-\$20,00

9. De los productos mencionados ¿Cuál desearía adquirir? marque con una X

- 1. Cuadros en glass
- 2. Porta aretes
- 3. Porta llaves
- 4. Llaveros en glass
- 5. Maceteros

Gracias por su colaboración

VALIDADO POR:

OSWALDO
PATRICIO

Firmado digitalmente por
OSWALDO PATRICIO
BONIFAZ VALLEJO



BONIFAZ VALLEJO Fecha: 2021.08.02 18:27:31
-05'00'

Ing. Oswaldo Patricio Bonifaz Vallejo Mgs.
DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (TIC)

APROBADO POR:

Ing. Betty Jaramillo., Mgs.
**DOCENTE DE LA ASIGNATURA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR (TIC)**

Anexo 2.- Instantáneas de las artesanías “Tree Glass”



Ilustración 1 Elaboración de cofres y porta aretes de las artesanías "Tree Glass"



Ilustración 2 Elaboración de cuadros y figuras caladas de las artesanías "Tree Glass"



Ilustración 4 Elaboración de cuadros personalizados y llaveros en las artesanías "Tree Glass"



Tabla 30. TIR d

Ilustración 3 Elaboración de cuadros de la fauna Amazónica en las artesanías "Tree Glass"

Anexo 3. TIR de las artesanías “TREE GLASS”

	X	Artesanías							
	N° UNDS.	Y=Cvu+CF	COSTO V.	COSTO FIJ	COSTO TOT	Y=2,81	INGRESO	UTILIDAD	% UTIL.
	0	0,86(0)+620,79	\$ -	\$ 620,79	\$ 620,79	2,81(0)	\$ -	\$ -620,79	
	50	0,86(50)+620,79	\$ 43,06	\$ 620,79	\$ 663,85	2,81(50)	\$ 140,50	\$ -523,35	
	100	0,86(100)+620,79	\$ 86,13	\$ 620,79	\$ 706,92	2,81(100)	\$ 281,00	\$ -425,92	
	150	0,86(150)+620,79	\$ 129,19	\$ 620,79	\$ 749,98	2,81(150)	\$ 421,50	\$ -328,48	
	200	0,86(200)+620,79	\$ 172,25	\$ 620,79	\$ 793,04	2,81(200)	\$ 562,00	\$ -231,04	
2022	250	0,86(250)+620,79	\$ 215,31	\$ 620,79	\$ 836,10	2,81(250)	\$ 702,50	\$ -133,60	
	300	0,86(300)+620,79	\$ 258,38	\$ 620,79	\$ 879,17	2,81(300)	\$ 843,00	\$ -36,17	
	350	0,86(350)+620,79	\$ 301,44	\$ 620,79	\$ 922,23	2,81(350)	\$ 983,50	\$ 61,27	6,23%
	400	0,86(400)+620,79	\$ 344,50	\$ 620,79	\$ 965,29	2,81(400)	\$ 1.124,00	\$ 158,71	14,12%
2023	450	0,86(450)+620,79	\$ 387,56	\$ 620,79	\$ 1.008,35	2,81(450)	\$ 1.264,50	\$ 256,15	20,26%
	500	0,86(500)+620,79	\$ 430,63	\$ 620,79	\$ 1.051,42	2,81(500)	\$ 1.405,00	\$ 353,59	25,17%
	550	0,86(550)+620,79	\$ 473,69	\$ 620,79	\$ 1.094,48	2,81(550)	\$ 1.545,50	\$ 451,02	29,18%
2024	600	0,86(600)+620,79	\$ 516,75	\$ 620,79	\$ 1.137,54	2,81(600)	\$ 1.686,00	\$ 548,46	32,53%
2025	650	0,86(650)+620,79	\$ 559,81	\$ 620,79	\$ 1.180,60	2,81(650)	\$ 1.826,50	\$ 645,90	35,36%
2026	700	0,86(700)+620,79	\$ 602,88	\$ 620,79	\$ 1.223,67	2,81(700)	\$ 1.967,00	\$ 743,34	37,79%

Anexo 4. Registro de ingresos y egresos

REGISTROS DE INGRESOS Y EGRESOS				
Mes	Año	Ingresos	Gastos	Ingreso Neto
ene-22	Año 1	\$ 1.158,35	\$ 1.351,41	\$ -193,06
feb-22	Año 1	\$ 1.158,35	\$ 1.351,41	\$ -193,06
mar-22	Año 1	\$ 1.351,45	\$ 1.425,06	\$ -73,61
abr-22	Año 1	\$ 1.576,73	\$ 1.502,73	\$ 74,01
may-22	Año 1	\$ 1.576,73	\$ 1.502,73	\$ 74,01
jun-22	Año 1	\$ 1.576,73	\$ 1.502,73	\$ 74,01
jul-22	Año 1	\$ 1.576,73	\$ 1.502,73	\$ 74,01
ago-22	Año 1	\$ 1.576,73	\$ 1.502,73	\$ 74,01
sep-22	Año 1	\$ 1.839,57	\$ 1.753,23	\$ 86,34
oct-22	Año 1	\$ 1.839,57	\$ 1.753,23	\$ 86,34
nov-22	Año 1	\$ 1.839,57	\$ 1.753,23	\$ 86,34
dic-22	Año 1	\$ 1.839,57	\$ 1.753,23	\$ 86,34
ene-23	Año 2	\$ 1.839,57	\$ 1.753,23	\$ 86,34
feb-23	Año 2	\$ 2.146,23	\$ 2.027,96	\$ 118,27
mar-23	Año 2	\$ 2.146,23	\$ 2.027,96	\$ 118,27
abr-23	Año 2	\$ 2.146,23	\$ 2.027,96	\$ 118,27
may-23	Año 2	\$ 2.146,23	\$ 2.027,96	\$ 118,27
jun-23	Año 2	\$ 2.146,23	\$ 2.027,96	\$ 118,27
jul-23	Año 2	\$ 2.504,01	\$ 2.366,03	\$ 137,98
ago-23	Año 2	\$ 2.504,01	\$ 2.366,03	\$ 137,98

sep-23	Año 2	\$	2.504,01	\$2.366,03	\$	137,98
oct-23	Año 2	\$	2.504,01	\$2.366,03	\$	137,98
nov-23	Año 2	\$	2.921,43	\$2.760,44	\$	160,98
dic-23	Año 2	\$	2.921,43	\$2.760,44	\$	160,98
ene-24	Año 3	\$	2.921,43	\$2.760,44	\$	160,98
feb-24	Año 3	\$	2.921,43	\$2.760,44	\$	160,98
mar-24	Año 3	\$	2.921,43	\$2.760,44	\$	160,98
abr-24	Año 3	\$	2.921,43	\$2.760,44	\$	160,98
may-24	Año 3	\$	3.388,85	\$3.202,11	\$	186,74
jun-24	Año 3	\$	3.388,85	\$3.202,11	\$	186,74
jul-24	Año 3	\$	3.388,85	\$3.202,11	\$	186,74
ago-24	Año 3	\$	3.388,85	\$3.202,11	\$	186,74
sep-24	Año 3	\$	4.066,63	\$3.842,54	\$	224,09
oct-24	Año 3	\$	4.066,63	\$3.842,54	\$	224,09
nov-24	Año 3	\$	4.066,63	\$3.842,54	\$	224,09
dic-24	Año 3	\$	4.066,63	\$3.842,54	\$	224,09
ene-25	Año 4	\$	4.879,95	\$4.226,79	\$	653,16
feb-25	Año 4	\$	4.879,95	\$4.226,79	\$	653,16
mar-25	Año 4	\$	4.879,95	\$4.226,79	\$	653,16
abr-25	Año 4	\$	4.879,95	\$4.226,79	\$	653,16
may-25	Año 4	\$	4.879,95	\$4.226,79	\$	653,16
jun-25	Año 4	\$	4.879,95	\$4.226,79	\$	653,16
jul-25	Año 4	\$	4.879,95	\$4.226,79	\$	653,16
ago-25	Año 4	\$	5.611,94	\$4.649,47	\$	962,48
sep-25	Año 4	\$	5.611,94	\$4.649,47	\$	962,48
oct-25	Año 4	\$	5.611,94	\$4.649,47	\$	962,48
nov-25	Año 4	\$	5.611,94	\$4.649,47	\$	962,48
dic-25	Año 4	\$	5.611,94	\$4.649,47	\$	962,48
ene-26	Año 5	\$	5.611,94	\$4.649,47	\$	962,48
feb-26	Año 5	\$	5.611,94	\$4.649,47	\$	962,48
mar-26	Año 5	\$	5.611,94	\$4.649,47	\$	962,48
abr-26	Año 5	\$	6.453,74	\$5.207,40	\$	1.246,33
may-26	Año 5	\$	6.453,74	\$5.207,40	\$	1.246,33
jun-26	Año 5	\$	6.453,74	\$5.207,40	\$	1.246,33
jul-26	Año 5	\$	6.453,74	\$5.207,40	\$	1.246,33
ago-26	Año 5	\$	6.453,74	\$5.207,40	\$	1.246,33
sep-26	Año 5	\$	7.421,80	\$5.936,44	\$	1.485,36
oct-26	Año 5	\$	7.421,80	\$5.936,44	\$	1.485,36
nov-26	Año 5	\$	7.421,80	\$5.936,44	\$	1.485,36
dic-26	Año 5	\$	7.421,80	\$5.936,44	\$	1.485,36
	Desde	Hasta	Ingreso Neto			
Año 1	ene-22	dic-22	\$	255,66		
Año 2	ene-23	dic-23	\$	1.551,58		
Año 3	ene-24	dic-24	\$	2.287,27		

Año 4
Año 5

ene-25	dic-25	\$	9.384,52
ene-26	dic-26	\$	15.060,51
Total		\$	28.539,54