



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i2.1170>

Ciencias económicas y empresariales
Artículo de investigación

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Business plan for a gold jewelry outsourcing under the Qori Soul brand

Plano de negócios para terceirização de joias de ouro sob a marca Qori Soul

Viviana Lucia Farfán-Quezada ^I

vivifarfanq@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1964-6509>

Jorge Edwin Ormaza-Andrade ^{II}

jormaza@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5449-1042>

Jorge Oswaldo Quevedo-Vázquez ^{III}

joquevedov@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-1303-4835>

Angélica María Torres-Sánchez ^{IV}

angietorres_s@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5658-6651>

Correspondencia: vivifarfanq@hotmail.com

***Recibido:** 29 de enero de 2020 ***Aceptado:** 25 de febrero de 2020 * **Publicado:** 26 de abril de 2020

- I. Magíster en Administración de Empresas, Ingeniera Química, Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- II. Especialista en Docencia Universitaria, Magister en Administración de Empresas Mención en Recursos Humanos y Marketing, Contador Público, Ingeniero Empresarial, Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- III. Magíster en Administración de Negocios, Licenciado en Economía y Finanzas, Economista, Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- IV. Magíster en Administración de Empresas, Licenciada en Administración Turística, Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Resumen

El objetivo de este documento investigativo es crear un plan de negocios y definición de la propuesta de valor para un emprendimiento de un outsourcing de joyería de oro en la ciudad de Cuenca con una nueva idea de orfebrería, creaciones elaboradas con tecnología de última generación que permite la fabricación de piezas livianas, ricas en diseños vanguardistas de calidad suprema, perfectas para asistir a los individuos en sus necesidades de cuidado físico, el mismo que se encuentra íntimamente ligado al deseo de afianzar y acrecentar sus niveles de confianza y autoestima. Se planteó realizar una investigación con un enfoque cuantitativo. Como técnica para recolectar información se utilizó la encuesta. Para esta investigación se estableció como unidad de análisis a la ciudad de Cuenca, que se encuentra ubicada en la provincia del Azuay. En este estudio se designó como población al número de personas que conforman la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Cuenca. Los resultados dan cuenta que la investigación visualiza que los potenciales clientes de este emprendimiento son en su mayoría mujeres económicamente activas pertenecientes al estrato social de clase media y alta, asimismo, un factor muy influyente a tener en cuenta es el diseño de la joya seguido de la calidad, por lo que es necesario que el producto que este emprendimiento ofrezca esté enriquecido con un cambio tecnológico en su elaboración. Como conclusión se evidenció que el sector joyero de la ciudad de Cuenca se caracteriza por una gran cantidad de orfebres informales, y se encuentra detenido debido al uso de tecnología obsoleta, pues esto imposibilita la elaboración de joyas livianas con diseños modernos.

Palabras claves: Emprendimiento; plan de negocios; inversión; outsourcing.

Abstract

The objective of this research document is to create a business plan and definition of the value proposition for a gold jewelry outsourcing venture in the city of Cuenca with a new idea of goldsmithing, creations made with the latest technology that allows the manufacture of light pieces, rich in avant-garde designs of supreme quality, perfect to assist individuals in their physical care needs, the same that is intimately linked to the desire to strengthen and increase their levels of confidence and self-esteem. It was proposed to carry out an investigation with a quantitative

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

approach. The survey was used as a technique to collect information. For this research, the city of Cuenca, which is located in the province of Azuay, was established as the unit of analysis. In this study, the number of people that make up the economically active population (EAP) of the city of Cuenca was designated as population. The results show that the research visualizes that the potential clients of this venture are mostly economically active women belonging to the middle and upper class social stratum. Likewise, a very influential factor to consider is the design of the jewel followed by quality, so it is necessary that the product that this undertaking offers is enriched with a technological change in its production. In conclusion, it was evident that the jewelery sector in the city of Cuenca is characterized by a large number of informal goldsmiths, and is detained due to the use of obsolete technology, as this makes it impossible to make light jewelry with modern designs.

Keywords: Entrepreneurship; business plan; investment; outsourcing.

Resumo

O objetivo deste documento de pesquisa é criar um plano de negócios e definir a proposta de valor para um empreendimento de terceirização de joias de ouro na cidade de Cuenca com uma nova idéia de ourives, criações feitas com a mais recente tecnologia que permite a fabricação de peças leves, ricas em desenhos vanguardistas de qualidade suprema, perfeitas para auxiliar os indivíduos em suas necessidades de cuidados físicos, o mesmo que está intimamente ligado ao desejo de fortalecer e aumentar seus níveis de confiança e auto-estima. Foi proposto realizar uma investigação com abordagem quantitativa. A pesquisa foi usada como uma técnica para coletar informações. Para esta pesquisa, a cidade de Cuenca, localizada na província de Azuay, foi estabelecida como a unidade de análise. Neste estudo, o número de pessoas que compõem a população economicamente ativa (PAE) da cidade de Cuenca foi designado como população. Os resultados mostram que a pesquisa visualiza que os clientes em potencial desse empreendimento são na maioria mulheres economicamente ativas pertencentes ao estrato social da classe média e alta. Também, um fator muito influente a considerar é o design da joia, seguido por qualidade, por isso é necessário que o produto que esse empreendimento ofereça seja enriquecido com uma mudança tecnológica em sua produção. Como conclusão, ficou evidente que o setor de joalheria na cidade de Cuenca é caracterizado por um grande número de ourives informais e é detido devido

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

ao uso de tecnologia obsoleta, pois isso torna impossível a fabricação de joias leves com designs modernos.

Palavras-Chave: Empreendedorismo; plano de negócios; investimento; terceirização.

Introducción

En los últimos años, según datos de la Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a nivel de Latinoamérica, Ecuador es el país con más alto índice de emprendimientos, situación significativa que forja efectos positivos en la generación de empleos y en el crecimiento de la economía del país; sin embargo, la continuidad de estos en el tiempo no se muestra favorable, en la gran mayoría de casos los emprendimientos no tienen un análisis previo de aspectos claves, por lo que al momento que se presenta un impase en el negocio el emprendedor no se encuentra preparado para afrontarlo y mucho peor para superarlo.

Asimismo, en el Ecuador y en general a nivel global en la actualidad se ha incrementado la cultura del emprendimiento, esta tendencia está influenciada por diversos factores, entre los más importantes el porcentaje de desempleo existente a nivel nacional, el deseo de independencia laboral, aspiración de mayores ingresos, entre otros. Lo que propició la formación de nuevas unidades económicas que en su mayoría son de tamaño micro, pequeñas y medianas empresas conforme a la clasificación manifestada por la Superintendencia de Compañías del Ecuador.

En la provincia del Azuay siempre se destacó por su experticia en el arte de la joyería, es desde antaño que esta actividad se encuentra inmersa en las raíces de algunas familias cuencanas que generación tras generación heredan la habilidad de plasmar con sus manos la sensibilidad de la belleza, convirtiendo lo intangible en fascinantes objetos de metal y piedras preciosas. Las joyas siempre estuvieron formando parte de la cultura de la humanidad, dando forma a una expresión no verbal, que podía ser religiosa o inclusive exponiendo un nivel social, por lo tanto y sin duda alguna se podría afirmar que la joyería permanecerá para siempre en todas y cada una de las generaciones venideras.

En la ciudad de Cuenca existen numerosas familias en donde el oficio de la orfebrería se viene heredando de generación en generación, convirtiéndose en una de las actividades artesanales más características de la ciudad, las piezas creadas han sido apreciadas por locales y sobre todo por

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

extranjeros, quienes atraídos por la belleza de las piezas creadas han manifestado deseo por iniciar vínculos comerciales.

Sin embargo, se observa que la elaboración de joyas ha tenido un comportamiento estacionario con tendencia hacia la baja, debido a que el público adquisidor ha cambiado, la evolución del mercado ha contribuido para que el público joven oriente sus gustos y preferencias hacia la adquisición de joyas, por asuntos suntuosos, por ego o simplemente por satisfacción personal.

Se visualiza también que la preferencia de los adquirentes ha cambiado ya no apetecen una joya clásica artesanal, sino más bien piezas con diseños sofisticados, inspirados en las tendencias de vanguardia a nivel mundial, lo que genera una necesidad de adquirir nuevas herramientas tecnológicas para su fabricación, los talleres de joyería existentes en la ciudad tienen un común denominador, que es el uso de tecnología obsoleta.

Asimismo, se evidencia que un gran porcentaje del capital humano de las empresas joyeras existentes en la ciudad no ha expandido sus conocimientos, se han quedado estancados con el conocimiento empírico que hoy en día resulta indispensable debido al entorno globalizado y cambiante del mundo. Con estos antecedentes, resulta necesario investigar los costos implicados en la comercialización de joyas elaboradas con tecnología de última generación que permitirá definir el futuro del proyecto.

Con el transcurso del tiempo se ha observado que el uso de joyas no solamente satisface una necesidad de pertenencia a un grupo social, sino va más allá de un aspecto psicológico, una necesidad íntimamente relacionada con el cuidado físico del ser humano afianzando su seguridad en la forma en la que es observado por el resto de las personas.

Con el afán de poner en marcha la idea de negocio de una PYME de comercialización de joyas de oro que perdure en el tiempo, este trabajo de investigación exhibirá el desarrollo de un plan de negocios en donde se establecerá los pasos a seguir para su desarrollo y elaboración, haciendo referencia desde lo esencial, al revisar algunos conceptos que estudiosos del tema han brindado para luego reconocer la situación de las PYMES en el Ecuador su comportamiento y aporte a la economía, el entorno en el que se desenvuelven los emprendedores y las principales dificultades por las que atraviesan.

Este plan de negocios tiene como finalidad esclarecer las metas que se desea alcanzar, estudiar a la competencia que se va a afrontar, analizar minuciosamente el mercado objetivo mediante la técnica

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

de encuesta para recolección de información usando un cuestionario como instrumento, para luego considerar las debilidades y fortalezas que este emprendimiento puede tener, y en base a esa información plantear estrategias mercadológicas, realizar una proyección de ventas y por último elaborar un estudio económico y financiero que permita evaluar la viabilidad de la puesta en marcha del negocio. Bajo las consideraciones antes descritas, se ha planteado el siguiente objetivo para el artículo investigativo: crear un plan de negocios y definición de la propuesta de valor para un emprendimiento de un outsourcing de joyería de oro en la ciudad de Cuenca con una nueva idea de orfebrería.

Marco Teórico

El ejercicio de planear dentro de cualquier ámbito es una actividad que pronostica finales positivos, más aún si se lo desarrolla en un marco comercial en donde la planeación de un negocio ayudará a observar el panorama que se dispone, proyectar hacia donde se desea llegar, permitiendo concretar la visión del negocio y a su vez facilitando herramientas para evaluar los avances que se pueden ir logrando al aprovechar de forma efectiva los recursos.

De acuerdo con Bermejo y de la Vega (2003) el plan de negocio es el documento que identifica, detalla y estudia una oportunidad de negocio, explora la posibilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarios para cambiar la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial preciso.

Desde el punto de vista de Weinberguer (2009) esbozar un plan de negocios es la problemática crucial a la que se enfrentan los empresarios ya que su rutina diaria le impide dedicar el tiempo para realizar un escrito a detalle, el empresario generalmente está dedicado a proyectar, establecer, regir las actividades de su empresa en donde es necesario que tome decisiones, a pesar de eso, recomienda gastar tiempo en desarrollar un plan que le ayudará a disminuir riesgos de inversión a través del análisis de posibles situaciones que impedirán el óptimo desempeño de la empresa que lidera.

De igual manera el estudio de la factibilidad de un proyecto resulta importante debido a que su finalidad es el de atender una necesidad manifestada en el medio, ya sean estas económicas, políticas, tecnológicas, o necesidades sociales. El manual de la UPEL (2016) define que un proyecto factible es un estudio investigativo que necesita ser elaborado y desarrollado a través de

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

una propuesta de un posible modelo operativo, cuyo propósito sea el de corregir problemas o atender necesidades de las organizaciones o cualquier grupo social.

Santos (2008), expresa que el estudio de factibilidad es un proceso de aproximaciones sucesivas, que está compuesto por cuatro etapas importantes: idea, pre-inversión, inversión y operación, en las que se puntualiza el problema por resolver partiendo de supuestos, pronósticos y estimaciones, siendo necesario para esto que los datos de la información usada hayan sido colectados escrupulosamente ya que de esto dependerá la confiabilidad del estudio comercial, técnico, operativo y económico.

Con las consideraciones anotadas es posible visualizar la importancia crucial de realizar una investigación que ayude a conocer el estudio de estas herramientas para analizar la creación de la empresa de comercialización de joyas de oro en Cuenca, reflejando la necesidad de realizar una investigación que permita tener una idea de los recursos materiales y procedimentales a seguir, las acciones a tomar para sortear dificultades y así obtener los resultados deseados, además es necesario hacer una evaluación financiera para comprobar si el proyecto es viable en todas las áreas estudiadas (Weimberguer, 2009).

Dentro de la fundamentación teórica se considera necesario citar las definiciones de plan de negocios emitidas por diferentes autores a lo largo del tiempo.

Tabla 1. Definiciones de Plan de negocios

Autor y Año	Concepto
Borello (1994)	Consiste en la descripción escrita de un proceso real y lógico que será realizado por todos los miembros de una organización, en el cual se debe detallar las tácticas con las que una entidad intentará alcanzar las metas planeadas, así como también deberá puntualizar la manera en la que se realizará el monitoreo de los avances obtenidos durante el proceso.
Stutely (2000)	El plan estratégico de negocios es aquel plan que expone el método para llevar a cabo cierta actividad en cierto periodo en el futuro.
Gonzales (2007)	El plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le ayude a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Balanko-Dickson (2008)	Es un escrito de tipo formal o informal, que detalla las estrategias de actividades que permitirán cumplir los objetivos de un proyecto, y que sirve de instrumento para obtener créditos empresariales y a su vez atraer a socios inversionistas.
Weimberguer (2009)	El plan de negocios es un instrumento que describe información relevante para aprovechar una situación del entorno en la que es posible ganar dinero, detallando un estudio financiero y de mercado, además, considera que es una herramienta que indica paso a paso las actividades a ejecutar para alcanzar los objetivos planteados por el emprendedor de manera que este escrito ayude a direccionar el negocio y que con el pasar del tiempo pueda ser retroalimentado con las correcciones y ajustes necesarios de acuerdo al progreso de la empresa.
Neira (2012)	Considerado como una hoja de ruta que promueve una iniciativa empresarial, que evidencia el mercado, la solidez y rentabilidad que el negocio, el mismo que es presentado por un emprendedor o un directivo de una organización ya conformada.
Zorita & Huarte (2013)	El plan de negocios resulta ser un documento, que mediante un escrito se relata, identifica y estudia la existencia de una posibilidad de negocio, encerrando la concepción del proyecto hasta la manera de llevarla a cabo de forma precisa según su viabilidad y que permita el seguimiento de su progreso.
Moyano (2015)	Un plan de negocios es un documento que describe actividades para generar ganancia. En concreto es eso. También se le puede agregar a esto último a través de la satisfacción de necesidades mediante el ofrecimiento de bienes o servicios.

Ahora bien; después de analizar las definiciones anotadas en la tabla anterior, se colige que existe una concordancia entre las definiciones estudiadas, coincidiendo los autores que el plan de negocios es un manual que detalla íntegramente las estrategias para poner en marcha un emprendimiento, de manera que estas ayuden a cumplir los objetivos de la idea de negocio. Por otro lado, manifiesta que el plan de negocios que debe realizar un empresario convendrá ser seleccionado de acuerdo con el tipo de organización en la que se va a aplicar.

Del mismo modo concuerda con Weimberguer que es necesario considerar el estado de la empresa; es decir, si ésta ya se encuentra en funcionamiento o si recién se la va a crear, además considera

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

que el criterio de Thomsen plantea un importante enfoque al destacar el dinamismo que debe poseer un plan de negocios. La autora tomará como referencia para la presente investigación las directrices propuestas por Weimberguer para proyectar el éxito del emprendimiento.

A lo largo de los planeamientos hechos; con el pasar de los años se ha evidenciado que las pequeñas y medianas empresas juegan un rol fundamental para la economía de los países, cuando se habla de PYMES tácitamente se abordando temas sobre los emprendedores, quienes en su mayoría impulsados por una realidad familiar son generadores de desarrollo intentando día a día tomar una posición sólida a nivel nacional y con mucha expectativa para acceder al internacional. Otra notoriedad de las PYMES es la fuerte creación de empleo mientras que grandes consorcios reducen sus nóminas de personal o intentan una reingeniería de su estructura conformando conjuntos de pequeñas empresas.

Pues bien, a pesar de la marcada relevancia que tienen las PYMES en el desarrollo del país denotan varias desventajas de competitividad debido a la incapacidad de satisfacer inmediatamente a mercados cada vez menos homogéneos, con consumidores más educados en donde el perfil de este se encuentra en constante cambio. Es indispensable cambiar el comportamiento reactivo a proactivo, estableciendo una fina sensibilidad a la demanda del consumidor, en lo posible adelantándose a la misma sorteando los retos que toda circunstancia de cambio implica.

Son por estas razones que resulta importante que toda PYME cuente con un plan de negocios dinámico, su importancia se basa en la gran información que este proporciona empezando desde la clarificación de la idea de negocio, detectar oportunidades, fundamentar objetivos, establecer metas, identificar niveles de riesgo, demanda existente, definición del mercado al cual se va a enfocar, establecer los recursos técnicos y humanos necesarios, saber los costos que va generar el nuevo producto o servicio.

Además, uno de los puntos notables de la importancia del plan de negocios es que será un documento con el cual se podrá conquistar a futuros socios o inversionistas, permitiendo un adecuado financiamiento del proyecto siendo considerada esta etapa la que proporciona mayores desafíos para alcanzar la persistencia de las PYMES de manera sostenible.

Como ya se ha mencionado a lo largo de este documento las MIPYMES se encuentran afrontando una atmósfera competitiva muy fuerte, por lo que las organizaciones poco a poco se han dado cuenta que es indispensable integrar a su estructura un departamento que genere ideas novedosas

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

para los productos o servicios ofrecidos, asimilando que “la destreza creativa general deberían adquirirla todas las personas integrantes de cualquier organización, sin excepción alguna, esto no significa que en todos los niveles se requiera el mismo grado de creatividad” (De Bono, 1994)

Para innovar los empresarios deberán infundir maneras organizadas y sistémicas de trabajo a sus colaboradores, dejar en el olvido las formas erróneas con las que estaban orientadas las actividades de creación de los productos y con las que se habían familiarizado, cambiar su enfoque lineal del horizonte creativo y propiciar una visión de 360 grados al momento de instaurar los cambios, adoptar nuevas tácticas saludables de trabajo que impliquen consultar y observar las necesidades de los futuros clientes (Drucker, 2002).

Es por esto que los nuevos emprendimientos deben establecerse desde su nacimiento con la convicción de que su creatividad empresarial juega un papel crucial dentro de los objetivos de la organización, incorporando desde un inicio personal con energía y actitudes movilizadoras, con mayor potencial en ideas dinámicas para conformar áreas de innovación, que se inmiscuyan en la creación de productos o servicios con mejoras competitivas que sean el plus que impulse a la empresa un escalón adelante de su competencia, trascendiendo así que “La creatividad sería entonces condición y a la vez efecto del éxito” (Vera, 2013)

El plan de negocio y su estructura.

No existe una fórmula única para hacer un plan de negocios, únicamente se debe tener presente que al momento de construirlo se lo debe elaborar de la manera más corta y concisa posible. Viniegra (2007) indica que debe contener la descripción de los planes individuales que lo conforman, iniciando por la definición del producto o servicio que se va a ofertar, para luego pasar a hacer una reseña de la naturaleza del negocio en el cual se desea incursionar, elaborando una descripción informativa y un análisis que permita conocer el estado del entorno en el que se va a desenvolver la empresa y hacia dónde va.

Es el empresario o el emprendedor quien debe decidir cómo debe estar estructurado el plan de negocios en base a una reflexión de las personas a las que estará dirigido el documento, Weimberguer (2009) hace una propuesta bastante comprensiva y concisa de la estructura del plan de negocios para emprendimientos y negocios existentes en el que constan desde la revelación de la insuficiencia encontrada en el mercado existente, hasta el paso final que involucra el estudio

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

financiero, análisis de los impactos ambientales, estudios técnicos, entre otros; que serán representados a través del siguiente esquema.



Figura 1. Esquema de la estructura del plan de negocios
Fuente: Adaptado de (Weimberguer, 2009, p.34).

Metodología

A partir del objetivo del presente artículo se planteó realizar una investigación con un enfoque cuantitativo, se va a utilizar formulas estadísticas, analizar la causa y el efecto y a medir fenómenos; es una investigación descriptiva, porque está encaminada a caracterizar cómo es y cómo se manifiesta la factibilidad de la creación de la empresa y una investigación deductiva ya a que a partir de los datos obtenidos se tomarán las mejores decisiones para el proyecto. En esta investigación se empleó una conjunción de métodos, los cuales permitieron recabar información

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

de diferentes ámbitos y profundizar la indagación; el método analítico sintético, el método inductivo deductivo que admitió conocer las preferencias y gustos más ponderados del mercado objetivo, así como los componentes que rigen al momento de ejecutar una compra de joyas de oro, el método histórico lógico; y, el método sistémico. En el presente trabajo se empleó la encuesta como técnica para esta investigación, con el fin de recopilar datos de una muestra representativa de trecientas ochenta y cuatro personas pertenecientes al segmento del colectivo económicamente activo de la ciudad, que conforman los estratos de clase media y clase alta.

Resultados

Las MIPYMES en el Ecuador constituyen un eslabón fundamental para el crecimiento económico, componen aproximadamente el 42% del total de las empresas registradas, las mismas que ejecutan un aporte de alrededor del 26% del PIB, su mayor participación se encuentra concentrada en el sector del comercio y por ende generan un alto impacto en la creación de empleos favoreciendo al movimiento económico del país.

Para que una MIPYME funcione correctamente se ha considerado importante organizar todos los recursos implicados antes de que empiece con su operación, para este propósito se ha planteado la elaboración del plan de negocios para la creación de la empresa de comercialización de joyas Qori Soul a través del estudio de las siguientes etapas propuestas a continuación.

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul



Figura 2. Esquema de la propuesta de investigación
Fuente: Elaboración Propia.

Descripción de la empresa

Se puede conjeturar que el uso de joyas se ubica en un espacio entre las necesidades sociales y de estima, refiriéndose el ámbito social a la necesidad de pertenecer a un grupo de individuos y las necesidades de estima a los deseos de reconocimiento y estatus. Visiblemente en las personas el uso de joyas es una necesidad mediana; sin embargo, son artículos que actúan como un agente de la personalidad, generando un toque singular en cada individuo, volviéndolos animistas, las gemas que llevan engastadas las joyas pueden representar diversos estados como por ejemplo pasión, sobriedad, felicidad, complacencia, éxito.

Brandig

Con el propósito de asistir a la sociedad cuencana en solventar este ámbito de necesidades se creará Qori Soul, una MIPYME conformada como compañía limitada, lugar donde todo lo que la mente puede imaginar para adornar el cuerpo se volverán realidad, otorgando la posibilidad de que las personas puedan sentirse únicos al lucir diversas opciones de joyas de oro de 18 quilates, exclusivas, confortables y con diseños de vanguardia elaborados con herramientas de última generación por selectos artesanos privilegiados, cuyas raíces orfebres se remontan 5 décadas atrás,

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

que con el paso del tiempo han refinado sus habilidades y conocimientos en el área joyera, lo que influye enormemente en su arte.

Qori Soul tiene un destacado concepto y nace de la conjunción de 2 lenguas; la quechua y la anglosajona. Qori Soul es “alma de oro”. Su nombre ha sido verdaderamente inspirado en lo profundo, en esos imperceptibles enlaces que dan vida a un cuerpo, que definen y caracterizan a cada ser humano, haciéndolos especiales y únicos, inspirado en la esencia poderosa y mágica que mueve a los seres humanos, en donde ninguno está solo, sino todos están conectados con algo más. La palabra alma se deriva del latín anima y es el inicio que da forma y organiza la energía sensitiva e intelectual de la vida, generando aliento y fuerza a algo (Real Academia Española, 2019). Como en la vida nada se estanca sino todo fluye, en este proyecto se pretende exteriorizar ese arte que emana a través de las personas, que se lo lleva inmerso en las raíces, aprovechar la singularidad de pertenecer a un país multicultural y a una ciudad con una arquitectura privilegiada que inspira hermosas formas, monumentales artesanías y plasmarlas mediante el uso de un metal fino como es el oro y las piedras preciosas.

El logo de Qori Soul plasma la perfección mediante una estrella dorada que presenta seis puntas. En la región Occidental la ciencia de la numerología es una herencia del experto Pitágoras fascinado por la espiritualidad y la disciplina mental, además para él cada número instalaba una relación con el destino del hombre. El número 6 es considerado un numero perfecto debido a que matemáticamente es la suma de los tres primeros números: $1+2+3=6$, y en el caso de la multiplicación acontece lo mismo: $1 \times 2 \times 3=6$. Por otra parte, la figura que lo simboliza es el hexagrama constituyendo una estrella de 6 puntas (Roig, 2002).



Figura 3. Logo de la MIPYME Qori Soul
Fuente: Elaboración Propia.

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Estudio de mercado

Del estudio de campo realizado se obtuvo los datos de la fuente primaria correspondiente a la encuesta realizada, las preguntas introductorias de género, edad, estado civil y nivel de estudios se realizaron con la finalidad de saber la segmentación de los posibles consumidores del producto. Existe una demanda general de la joyería en oro, presentándose un marcado interés del género femenino en el tema joyero, dando respuesta a la encuesta personas que se encuentran mayoritariamente entre los 30 y 49 años, con estado civil casado e importantes niveles de estudios logrados como posgrados, doctorados, etc.

Analizando la demanda con fuentes secundarias se tiene que la población económicamente activa del Ecuador (PEA) según los datos de la encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo son los individuos que han cumplido quince años en adelante que han trabajado por lo menos 1 hora a la semana, aunque actualmente se encuentren sin trabajo o buscando empleo (INEC, 2019).

El INEC (2019) afirma que la población económicamente activa del Ecuador está conformada por 8.162.787 personas, fragmentada en área urbana con 5.397.912 personas y en el área rural con 2.764.876. Datos que en el año 2018 se encontraban dispuestos de la siguiente manera: PEA a nivel nacional 8.164.425, con un valor de 5.439.125 a nivel urbano y 2.725.300 a nivel rural. Mientras que en el año 2017 la PEA nacional estaba conformada por 8.084.038 personas, estando dispuestas en la zona urbana 5.350.429 y en la zona rural 2.680.487.

Tabla 2. Cálculo de la proyección de la demanda

Año	Po	r	(1+r) ^2	Pt
1	67182	0,018	1,0369	69663
2	69663	0,018	1,0369	72236
3	72236	0,018	1,0369	74904
4	74904	0,018	1,0369	77671
5	77671	0,018	1,0369	80540

Fuente: Elaboración Propia

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Análisis de la oferta

Cálculo de la oferta

El proyecto de Qori Soul pertenecería a una oferta competitiva o de libre mercado. Para efectos de determinación de la oferta se realizó una visita in situ a algunos locales de la competencia, para esta investigación se ha resuelto considerar no solo a la competencia primaria, es decir aquellos que están dirigidos a la misma audiencia que se ha enfocado Qori Soul, sino también a aquellos que ofrecen un producto similar sin necesariamente dirigirse al mismo sector.

La finalidad de la visita in situ fue la de realizar una observación directa al tráfico de personas de los diferentes puntos de ventas de la competencia, obteniéndose los resultados que se muestran en la siguiente tabla, los cuales han sido proyectados para un período anual.

Tabla 3. Datos de observación a la competencia

Competencia observada	Tráfico de personas / año
Guillermo Vázquez	16.796
Cristian Collection	5.278
Guillén Joyeros	7.677
Marcelo Cuesta	4.320
Oroabril	8.158
Joyería León	5.759
	Total =47.988

Fuente: Datos obtenidos de la observación (visita in situ)

Tabla 4. Cálculo de la proyección de la oferta

Año	Po	r	(1+r) ^2	Pt
1	47988	0,001	1,0020	48084
2	48084	0,001	1,0020	48180
3	48180	0,001	1,0020	48276
4	48276	0,001	1,0020	48373
5	48373	0,001	1,0020	48470

Fuente: Elaboración Propia

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Determinación de la demanda insatisfecha

Luego de establecer la potencial demanda y oferta del proyecto al igual que sus proyecciones a 5 años, se procede a calcular el valor de la demanda insatisfecha del primer año que Qori Soul iniciará sus operaciones, para luego realizar la proyección de los siguientes 5 años.

Demanda insatisfecha AÑO 0 = Demanda potencial Año 0 – Oferta calculada Año 0

Demanda insatisfecha = 67.182 personas - 47.988 personas

Demanda insatisfecha Año 0 = 19.194 personas

Tabla 5. Cálculo de la proyección de la demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
1	69663	48084	21580
2	72236	48180	24056
3	74904	48277	26628
4	77671	48373	29298
5	80540	48470	32070

Fuente: Elaboración Propia

Estudio técnico.

Esta sección de la investigación permite analizar las opciones efectivas para ubicar el producto a ofrecer, que permita satisfacer la demanda existente y a la vez disponga de las características requeridas para que los clientes se sientan satisfechos al momento de realizar la compra. Se analizará la ubicación del local, así como el tamaño de los lugares disponibles, los implementos necesarios como mobiliario y artículos tecnológicos, los costos implicados en la adquisición y montaje del local, así como la distribución y su organización expresado mediante un layout.

Capacidad técnica del proyecto.

A continuación, se detallará la capacidad técnica del proyecto, para lo cual se esbozará un layout del local comercial con su respectiva adecuación física, lo que permitirá observar cómo se

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

encontrará distribuida el área de trabajo y se detallará los requerimientos de personal para el adecuado funcionamiento del emprendimiento.

Descripción del espacio físico

El espacio físico determinado para ubicar el emprendimiento cuenta con un tamaño de 40 m², los cuales serán distribuidos en dos secciones. La primera sección dispone de 12 m² espacio que será destinado al desarrollo de las actividades administrativas de Qori Soul, en este lugar llevarán a cabo sus labores el gerente - administrador, la secretaria - contadora y también se destinará un sector para los agentes comerciales que laborarán fuera del local.

La segunda sección dispone de 28 m², los mismos que están concebidos específicamente para la actividad comercial de la empresa, este lugar contará con 2 personas que realizarán la atención a los potenciales clientes.

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

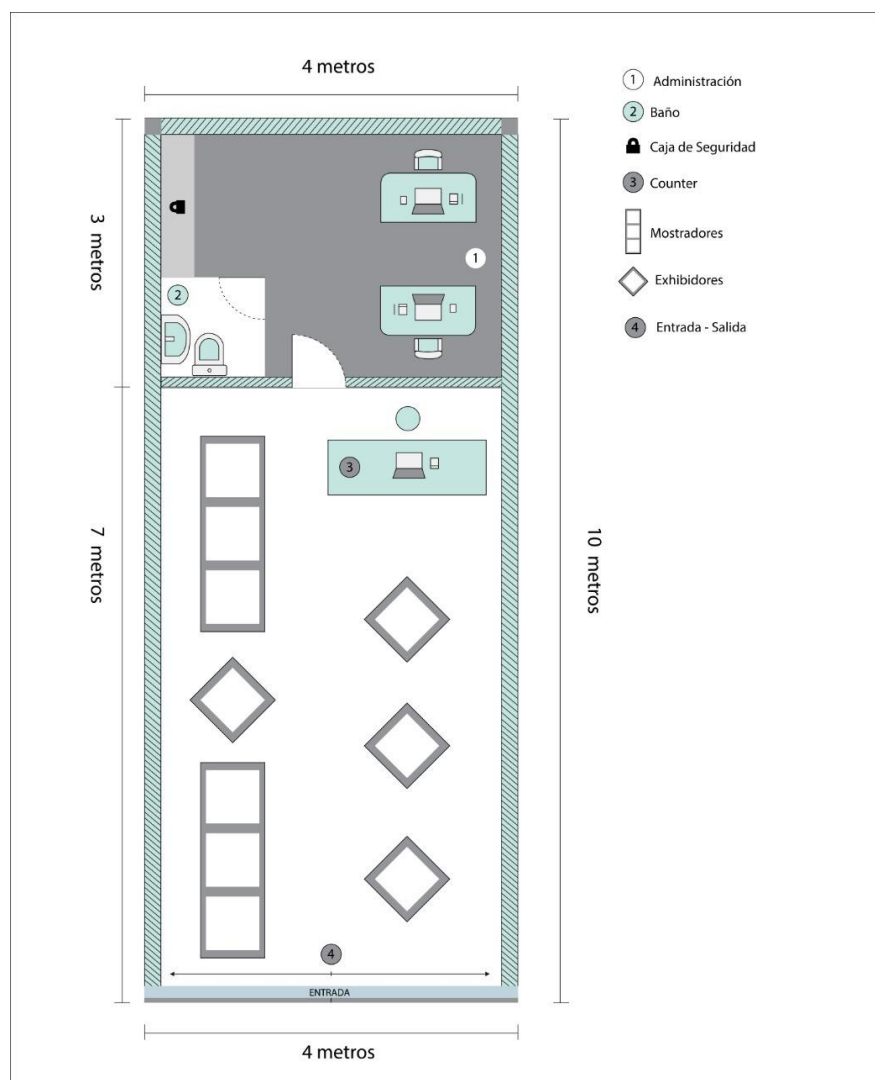


Figura 4. Layout del proyecto Qori Soul
Fuente: Elaboración Propia.

Estudio administrativo

Descripción de funciones

En esta sección de la investigación se determinará de forma clara y precisa la estructura orgánica y funcional que dispondrá Qori Soul, así como una descripción específica de roles y responsabilidades que permitan impulsar el cumplimiento de los objetivos y metas planteadas por la empresa. La estructura orgánica contará con 2 niveles: nivel táctico y nivel operativo.

Nivel táctico

Estará representado por el administrador

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Tabla 6. Descripción del cargo administrador

Nivel Táctico	
Título del cargo:	Administrador
Misión del cargo:	Responsable del funcionamiento administrativo que permita el cumplimiento de los objetivos empresariales.
Perfil:	Formación en administración de empresas, con sólidos conocimientos financieros, con experiencia mínima de 3 años en cargos afines.
Habilidades:	Liderazgo, comunicación efectiva, trabajo en equipo.
Responsabilidades:	Formular la planeación para instaurar las políticas impartidas por el directorio. Coordinar de forma general las actividades del negocio. Dirigir y supervisar el cumplimiento de las operaciones de los colaboradores de la empresa. Establecer los reglamentos internos necesarios para el buen desempeño de la empresa. Planear y desarrollar estrategias de publicidad y promociones comerciales del emprendimiento. Presentar a los socios informes sobre la gestión administrativa, el nivel de cumplimiento de los planes establecidos y la liquidez y solvencia de la empresa.

Fuente: Elaboración Propia.

Nivel operativo

Área de comercialización: Esta sección de la empresa estará representada por 3 personas, en donde una de ellas liderará el equipo.

Tabla 7. Descripción del cargo agente vendedor

Nivel operativo Área de comercialización	
Título del cargo:	Agente vendedor
Misión del cargo:	Planificar, dirigir y coordinar los métodos usados para la gestión de ventas y facturación de los productos.
Perfil:	Formación en marketing o ramas comerciales afines. Con experiencia mínima de 1 año en cargos similares.
Habilidades:	Dinamismo, energía, empatía, compromiso, ética profesional, facilidad de palabra.
Responsabilidades:	Organizar la actividad comercial, que permita un buen desempeño de la empresa, siempre enfocada en los requerimientos de los clientes. Planificar estrategias operativas que permitan la realización eficiente de las estrategias comerciales. Elaborar y monitorear el plan de ventas propuesto para la empresa. Administrar los procesos de facturación de la empresa. Administrar los procesos de servicio al cliente con la finalidad de fidelizarlo. Controlar la distribución de la cuota de venta mensual de cada vendedor. Gestionar y evaluar los indicadores de ventas.

Fuente: Elaboración Propia.

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Las gestiones contables de la empresa se realizarán mediante la contratación de los servicios de un contador, el mismo asistirá con horario a su conveniencia para realizar el trabajo a su cargo.

Tabla 8. Descripción del cargo contador

Contabilidad	
Título del cargo:	Contador/a
Misión del cargo:	Realizar la gestión integral de los procesos contables y presupuestarios que permitan la información financiera oportuna y confiable para la toma de decisiones de administración.
Perfil:	CPA, con experiencia mínima de 1 año en cargos afines.
Habilidades:	Dinamismo, compromiso, disciplina, honradez, trabajo en equipo.
Responsabilidades:	Implementar mecanismos de control de la información y documentación pertinente, establecidos por el organismo de control de rentas. Controlar las recaudaciones de los valores que recibe la empresa por la comercialización del producto. Implementar ordenamientos para el sistema contable que permitan la reducción de costos y gastos de las actividades de la empresa. Asesorar en los procesos de contratación de personal, adquisición de bienes y créditos de la empresa. Inspeccionar y registrar las transacciones contables de la empresa. Generar la información de contabilidad de costos. Administrar los activos fijos de la empresa según las regulaciones que se encuentren en vigencia.

Fuente: Elaboración Propia.

Organigrama de la empresa

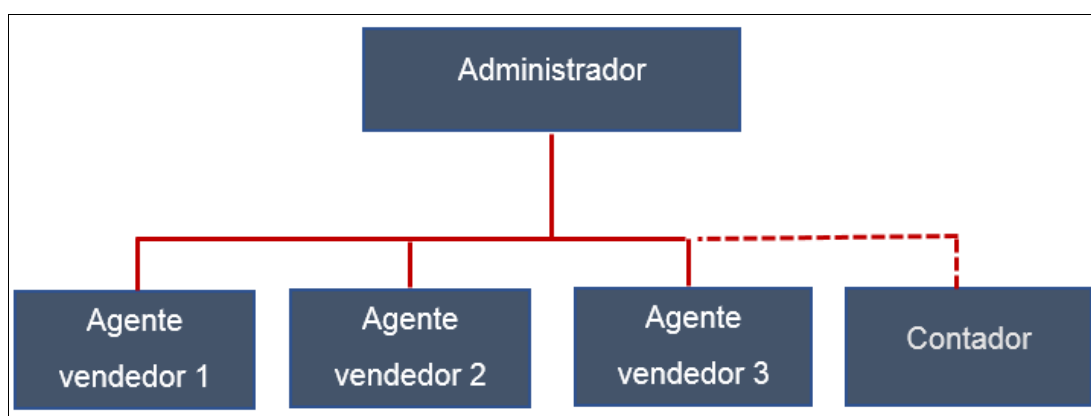


Figura 5. Organigrama de Qori Soul

Fuente: Elaboración Propia.

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Determinación de salarios

En la tabla 9 se detallará el salario correspondiente a cada cargo de los colaboradores de la empresa Qori Soul.

Tabla 9. Salarios del personal

Cargo	Sueldo (\$)	Total anual	XIII sueldo	XIV sueldo	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal	Total anual	Valor mensual
Gastos administrativos									
Administrador	1000,00	12000,00	1000,00	394,00	500,00	999,60	1338,00	16231,60	1352,63
Total remuneraciones Administrativos								16231,60	1352,63
Gastos de ventas									
Agente vendedor 1	394,00	4728,00	394,00	394,00	197,00	393,84	527,17	6634,01	552,83
Agente vendedor 2	394,00	4728,00	394,00	394,00	197,00	393,84	527,17	6634,01	552,83
Agente vendedor 3	394,00	4728,00	394,00	394,00	197,00	393,84	527,17	6634,01	552,83
Total remuneraciones ventas								19902,04	1658,50

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 10. Remuneración de los servicios de contador

Descripción	Medida	Horas/año	Costo / hora (\$)	Total anual
Contabilidad	Hora	150	\$ 10,00	\$ 1.500,00 \$ 1.500,00

Fuente: Elaboración Propia

Evaluación financiera

En esta etapa de la investigación se evaluará la viabilidad de proyecto planteado, para esto se establecerá la inversión inicial necesaria a partir del análisis de gastos en los que se incurrirán, los mismos que han sido detallados en los estudios de mercado, técnico y administrativo, para luego obtener los indicadores de rentabilidad que permitirán observar el futuro de este proyecto.

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Inversión inicial y capital de trabajo

Tabla 11. Inversión inicial y capital de trabajo

Detalle	Parcial (\$)	Total (\$)	
Inversión fija		72800,999	
Constitución		1.500,00	
Gastos Constitución	1.500,00		
Equipamiento		71.301,00	
Equipo de joyería	1.824,00		
Muebles y enseres	3.600,00		
Equipo de cómputo	3.180,00		
Equipo de oficina	1.350,00		
Mercadería	60.067,00		
Suministros de producto	1.280,00		
Capital de trabajo		68.688,40	CT/2meses
Gastos de administración		37.256,36	11.448,07
Salario administrador	16.231,60		
Honorarios profesionales contador	1.500,00		
Gastos de local	17.200,00		
Gastos suministros de oficina	80,16		
Gastos de aseo y limpieza	1.284,60		
Otros gastos de administración	960,00		
Gastos de ventas		31.432,04	
Salarios personal de ventas	19.902,04		
Publicidad	10.330,00		
Viáticos y movilización	1.200,00		
Inversión total		141.489,40	

Fuente: Elaboración Propia

Para poner en marcha el emprendimiento se requiere de una inversión inicial de \$141.489,40. El capital de trabajo a considerarse será únicamente de los 2 primeros meses, ya que se pretende que, a cabo del tercer mes, estos sean financiados con los ingresos obtenidos por las ventas del producto. Por lo tanto, el capital de trabajo para 2 meses es de \$11.448.07.

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Financiamiento de la inversión

Tabla 12. Financiamiento de la inversión

Total Inversión	% Inversión	141.489,40
Accionistas	64,66%	91.489,40
Préstamo	35,34%	50.000,00
Accionistas	% Inversión	USD
Accionista A	33,33%	30.496,47
Accionista B	33,33%	30.496,47
Accionista C	33,33%	30.496,47
Total	100,00%	91.489,40

Fuente: Elaboración Propia

Para financiar el proyecto se contará con un capital social del 64,66% correspondiente a \$91.489.040, el mismo que será aportado en partes iguales por 3 accionistas, el 35,34% restante equivalente a \$50.000 se obtendrá a través de un préstamo con la entidad financiera Jardín Azuayo, a un plazo de 5 años con pagos de cuotas trimestrales a una tasa nominal del 12,27%.

Estado de situación inicial

En la tabla 13 se reflejará el informe financiero inicial de la empresa con respecto a su activo, pasivo y su patrimonio. En el activo se han colocado todas las cuentas que manifiestan los valores de los que dispone inicialmente la empresa o aquellos que pueden producir dinero en el futuro, generándose un activo total de \$141.489,40. En el pasivo se ha registrado todos los rubros que denotan obligaciones económicas pendientes de la nueva empresa, en el caso de Qori Soul se generará únicamente un pasivo a largo plazo provocado por el préstamo adquirido para la inversión inicial correspondiente a \$50.000.

Por último, se definirá el patrimonio, cifra que corresponde a los aportes de los socios del emprendimiento el mismo que es contribuido en partes iguales por los 3 accionistas y manifiesta un valor de \$91.489,40.

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Tabla 13. Estado de situación inicial

Estado de situación financiera inicial		Total
Activo		
Activo corriente		130035,40
Bancos		
Capital de trabajo	68688,40	
Inventarios		
Inventario de mercadería	60067,00	
Inventario de suministros para joyas	1280,00	
Activo no corriente		9954,00
Activos fijos		
Equipo de joyería	1824,00	
Muebles y enseres	3600,00	
Equipo de cómputo	3180,00	
Equipo de oficina	1350,00	
Activo diferido u otros activos		1500,00
Gastos de constitución	1500,00	
Total activo		141489,40
Pasivo		
Pasivo corriente		0,00
	0,00	
Pasivo no corriente		50000,00
Pasivo/largo plazo		
Crédito bancario	50000,00	
Total pasivo		50000,00
Patrimonio		
Capital propio		91489,40
Socio 1	30496,47	
Socio 2	30496,47	
Socio 3	30496,47	
Total patrimonio		91489,40
Total pasivo y patrimonio		141489,40

Fuente: Elaboración Propia

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Flujo de caja

La proyección del flujo de caja del proyecto permite vislumbrar la liquidez que dispondrá la empresa para cancelar sus obligaciones. La diferencia entre el total de gastos a incurrir y los ingresos a registrarse corresponderán al flujo de caja. Para la proyección de los ingresos de la empresa se ha considerado un enfoque del 4.5% sobre la demanda potencial insatisfecha. Los precios de venta considerados se sostienen de acuerdo con los estipulados en el mercado, para este estudio se considerará un valor de \$200,50 correspondientes al valor del peso en gramos de oro más vendidos, calculándose con estos datos la meta de facturación anual del negocio.

Tabla 14. Proyección de ingresos anuales

Año	Demanda potencial insatisfecha (personas)	Demanda insatisfecha focalizada 4,5% (personas)	Meta de facturación anual (\$)
1	19.194	864	173177,87
2	21.580	971	194705,55
3	24.056	1083	217045,26
4	26.628	1198	240251,13
5	29.298	1318	264341,21

Fuente: Elaboración Propia

Los egresos se han proyectado considerando las cuentas involucradas en los gastos operativos detalladas en el estudio técnico como en el administrativo, además se manejó el índice de inflación de la ciudad del 0.10%. En el caso de los costos de mercadería y suministros para el producto de los años 2, 3, 4 y 5 se consideró además del índice de inflación, el porcentaje de incremento de la demanda focalizada.

Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul

Tabla 15. Determinación de porcentaje de incremento de la demanda

Año	Demanda focalizada	Incremento por Período	Incremento expresado en porcentaje
1	864		
2	971	107	11%
3	1083	111	10%
4	1198	116	10%
5	1318	120	9%

Fuente: Elaboración Propia

Plan de Negocios para un Outsourcing de Joyería de Oro bajo la marca Qori Soul

Tabla 16. Flujo de Caja Proyectado

Flujo de caja proyectado					
Saldo inicial	141.489,40	43142,46	57757,26	72941,34	88731,99
Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas de producto	173.177,87	194.705,55	217.045,26	240.251,13	264.341,21
Total de ingresos	173.177,87	194.705,55	217.045,26	240.251,13	264.341,21
Egresos					
Costos					
Costo de mercadería	60.067,00	66.768,40	73.707,40	80.900,51	88.354,08
Costo de suministros para producto	1.280,00	1.422,80	1.570,67	1.723,95	1.882,78
Gastos operativos					
Honorarios Profesionales	1.500,00	1.501,50	1.503,00	1.504,50	1.506,01
Gastos de personal administrativo	16.231,60	16.247,83	16.264,08	16.280,34	16.296,62
Gastos de personal de ventas	19.902,04	19.921,95	19.941,87	19.961,81	19.981,77
Arriendo de local	17.200,00	17.217,20	17.234,42	17.251,65	17.268,90
Suministros de oficina	80,16	80,24	80,32	80,40	80,48
Gastos de aseo y limpieza	1.284,60	1.285,88	1.287,17	1.288,46	1.289,75
Otros gastos de administración	960,00	960,96	961,92	962,88	963,85
Publicidad y propaganda	10.330,00	10.340,33	10.350,67	10.361,02	10.371,38
Viáticos y movilización	1.200,00	1.201,20	1.202,40	1.203,60	1.204,81
Total de egresos	130.035,40	136.948,29	144.103,92	151.519,14	159.200,43
UAI	43.142,46	57.757,26	72.941,34	88.731,99	105.140,78

Fuente: Elaboración Propia

Plan de Negocios para un Outsourcing de Joyería de Oro bajo la marca Qori Soul

Indicadores financieros

Determinación del valor actual neto (VAN)

En este apartado se calculará el Valor actual neto (VAN) de la estimación de los flujos de caja proyectados, considerando una tasa de descuento del 5%, lo que nos permite medir la rentabilidad absoluta del emprendimiento debido que este cálculo revelará el total de recursos que recibirá el proyecto. Por lo tanto, se tendrán las siguientes consideraciones:

Si el VAN es menor a cero el proyecto debe ser rechazado.

Si el VAN es igual a cero se refleja que el proyecto no presenta ganancias ni pérdidas.

Si el VAN es mayor a cero, el proyecto debe admitirse.

Tabla 17. Cálculo del valor actual neto

VAN	
Inversión inicial	(141.489,40)
Flujos de caja	
Año 1	43.142,46
Año 2	57.757,26
Año 3	72.941,34
Año 4	88.731,99
Año 5	105.140,78
VAN	170376,25

Fuente: Elaboración Propia

Determinación de la tasa interna de retorno (TIR)

Con este indicador financiero TIR se determina la tasa de rentabilidad promedio que brindará el emprendimiento durante los cinco años proyectados. La consideración para tener en cuenta en el cálculo de la TIR es que este debe resultar mayor a la tasa de descuento para que el proyecto sea rentable.

Tabla 18. Cálculo de la tasa interna de retorno

Plan de Negocios para un Outsourcing de Joyería de Oro bajo la marca Qori Soul

TIR	
Inversión inicial	(141.489,40)
Flujos de caja	
Año 1	43.142,46
Año 2	57.757,26
Año 3	72.941,34
Año 4	88.731,99
Año 5	105.140,78
TIR	35,7%

Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones

Durante el análisis de este proyecto se evidenció que el sector joyero de la ciudad de Cuenca se caracteriza por una gran cantidad de orfebres informales, y se encuentra detenido debido al uso de tecnología obsoleta, pues esto imposibilita la elaboración de joyas livianas con diseños modernos, por ende, los artículos joyeros que se expenden en el mercado en su mayoría son de alto peso ocasionando un incremento en el monto a pagarse por el mismo, son estas determinaciones las que generan grandes oportunidades para este proyecto.

Durante el estudio de la demanda se encontró una tendencia al crecimiento de esta, razón con la cual se asegura la proyección de ventas planteadas para los años venideros.

La táctica mercadológica ha sido planteada con una estrategia de diferenciación en el diseño y una alta calidad del producto a un precio menor que la competencia directa, sumado a todo esto un servicio personalizado de atención para los potenciales clientes, lo que permitirá asegurar el éxito del posicionamiento del producto en el mercado.

La viabilidad del proyecto se apalanca en los indicadores de rentabilidad obtenidos: VAN financiero equivalente a \$ 170.376,25 y una TIR de 35,7% superando ampliamente el costo ponderado del capital, la recuperación de la inversión inicial puede mejorar en tiempo si se controla el gasto de planilla durante los primeros años, caso contrario será recuperada durante los dos primeros meses del cuarto año.

Referencias

Plan de Negocios para un Outsourcing de Joyería de Oro bajo la marca Qori Soul

1. Balanko - Dickson, G. (2008). Como preparar un plan de negocios exitoso. México: McGraw - Hill.
2. Bermejo, M., & De la Vega, I. (2003). Crea tu propia empresa. Estrategias para su puesta en marcha y supervivencia. Madrid: McGraw-Hill.
3. Borello, A. (1994). El plan de negocios. Madrid: Días de Santos.
4. De Bono, E. (1994). El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas. Barcelona: Paidós Iberica.
5. Drucker, P. (2002). La disciplina de la innovación. Harvard Business School Publishing Corporation.
6. Gonzales, D. (2007). Plan de negocios para emprendedores al éxito. México: McGraw - Hill.
7. INEC. (2010). Censo de población y vivienda 2010. Quito.
8. INEC. (2010). Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones 2010 - 2020. Quito.
9. INEC. (2012). Clasificación nacional de actividades económicas. Quito.
10. INEC. (2019). Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo. Quito.
11. Moyano, L. (2015). Plan de negocios. Lima: Macro EIRL.
12. Neira, A. (2012). Como preparar el plan de empresa. Bogotá: Fundación Confemetal, Alfaomega Colombiana.
13. Real Academia Española. (12 de mayo de 2019). Diccionario de la lengua española (21a. ed.). Obtenido de [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/56359323/Diccionario_de_la_Lengua_Espanola -
_A_Real_Academia_Espanola_v15.2.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1558126493&Signature=iiOaWw7E5fbOrlqb5rxb8N4nDO0%3D&response-content-disposition=in](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/56359323/Diccionario_de_la_Lengua_Espanola_-_A_Real_Academia_Espanola_v15.2.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1558126493&Signature=iiOaWw7E5fbOrlqb5rxb8N4nDO0%3D&response-content-disposition=in)
14. Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: Etapas en su estudio. Contribuciones a la economía.
15. Stutely, R. (2000). Plan de Negocios: La estrategia Inteligente. México: Prentice Hall Hispanoamérica.
16. Thomsen, M. (2009). El plan de negocios dinámico. Frederique Gerard, ENLACE.

Plan de Negocios para un Outsourcing de Joyería de Oro bajo la marca Qori Soul

17. UPEL. (2016). Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales. Caracas: FEDUPEL.
18. Vera, A. (2013). Creatividad empresarial y autogobierno: un análisis discursivo. Universitas Psychologica.
19. Viniegra, S. (2007). Entendiendo el Plan de Negocios. México: Lulu.com.
20. Weimberguer, K. (2009). Plan de Negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Lima: USAID.
21. Zorita, E., & Huarte, S. (2011). El plan de negocios 2. Herramienta para analizar la viabilidad de una iniciativa emprendedora. Madrid: ESIC.

References

1. Balanko - Dickson, G. (2008). How to prepare a successful business plan. Mexico: McGraw-Hill.
2. Bermejo, M., & De la Vega, I. (2003). Create your own company. Strategies for its implementation and survival. Madrid: McGraw-Hill.
3. Borello, A. (1994). The business plan. Madrid: Holy Days.
4. De Bono, E. (1994). Creative thinking. The power of lateral thinking for the creation of new ideas. Barcelona: Paidós Iberica.
5. Drucker, P. (2002). The discipline of innovation. Harvard Business School Publishing Corporation.
6. Gonzales, D. (2007). Business plan for successful entrepreneurs. Mexico: McGraw-Hill.
7. INEC. (2010). 2010 Population and Housing Census. Quito.
8. INEC. (2010). Projection of the Ecuadorian population, by calendar years, according to cantons 2010-2020. Quito.
9. INEC. (2012). National classification of economic activities. Quito.
10. INEC. (2019). National survey of employment, unemployment and underemployment. Quito.
11. Moyano, L. (2015). Business plan. Lima: Macro EIRL.
12. Neira, A. (2012). How to prepare the business plan. Bogotá: Confemetal Foundation, Colombian Alfaomega.

Plan de Negocios para un Outsourcing de Joyería de Oro bajo la marca Qori Soul

13. Royal Spanish Academy. (May 12, 2019). Dictionary of the Spanish language (21st Ed.). Obtained from [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/56359323/Dictionary_of_the_Spanish_Lengua -
A Real Academia Espanola v15.2.pdf?AndUw7A4A4A04A4A4A04A04A04A04](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/56359323/Dictionary_of_the_Spanish_Lengua_-_A_Real_Academia_Espanola_v15.2.pdf?AndUw7A4A4A04A4A4A04A04A04A04)
14. Santos, T. (2008). Feasibility study of an investment project: Stages in your study. Contributions to the economy.
15. Stutely, R. (2000). Business Plan: The Smart Strategy. Mexico: Prentice Hall Hispanoamerica.
16. Thomsen, M. (2009). The dynamic business plan. Frederique Gerard, LINK.
17. UPEL. (2016). Manual of works of degree of specialization and masters and doctoral theses. Caracas: FEDUPEL.
18. Vera, A. (2013). Entrepreneurial creativity and self-government: a discursive analysis. Universitas Psychologica.
19. Viniegra, S. (2007). Understanding the Business Plan. Mexico: Lulu.com.
20. Weimberguer, K. (2009). Business plan. Tool to evaluate the viability of a business. Lima: USAID.
21. Zorita, E., & Huarte, S. (2011). The business plan two. Tool to analyze the viability of an entrepreneurial initiative. . Madrid: ESIC.

Referências

1. Balanko - Dickson, G. (2008). Como preparar um plano de negócios bem-sucedido. México: McGraw-Hill.
2. Bermejo, M. & De la Vega, I. (2003). Crie sua própria empresa. Estratégias para sua implementação e sobrevivência. Madri: McGraw-Hill.
3. Borello, A. (1994). O plano de negócios. Madri: Dias Santos.
4. De Bono, E. (1994). Pensamento criativo. O poder do pensamento lateral para a criação de novas idéias. Barcelona: Paidos Iberica.
5. Drucker, P. (2002). A disciplina da inovação. Harvard Business School Publishing Corporation.

Plan de Negocios para un Outsourcing de Joyería de Oro bajo la marca Qori Soul

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).