



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ING. EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**Tema:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL  
TALLER ARTESANAL DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO  
SANTACRUZ ROSALES EN EL BARRIO BELLAVISTA BAJO DE LA  
PARROQUIA DE SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA.”**

**Previo a la Obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría  
CPA**

**Autora: Rosales Cevallos Verónica Tatiana**

**Director: Econ. Diego Taboada**

**Ibarra, Enero 2014**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de investigación tiene como título: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO SANTACRUZ ROSALES EN EL BARRIO BELLAVISTA BAJO DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA”**, se escogió este tema, ya que se requiere la ampliación del taller artesanal por su incomodidad y la gran demanda de clientes, este estudio está constituido por el Diagnóstico Situacional donde se estudiará el entorno en donde se pretende aplicar la ampliación con resultados como la matriz FODA, en el Marco Teórico se sustentan las bases de la investigación para el desarrollo de la propuesta relacionados en el tema y con objetivos de la proposición. Se realizó un Estudio de Mercado con la finalidad de conocer la oferta real y la demanda a satisfacer mediante las encuestas y la observación directa, de esta manera se desea saber cuáles son sus ventajas y desventajas. En el Estudio Técnico se establecerá la localización de la pequeña empresa en donde funcionará, también se realizó un análisis económico mediante el cual se podrá determinar si el proyecto es o no rentable, a través de los indicadores financieros como el VAN, TIR, CB que son pronósticos que orientan todo emprendimiento siempre y cuando la información con la que se trabaja sea en lo posible apegada a la realidad, de esta manera el margen de error en la práctica tiene que ser mínimo. Igualmente se planteó un organigrama funcional con el propósito de determinar la jerarquización por la cual estará direccionada la unidad productiva, de igual manera se realizó un análisis de los impactos más relevantes que generarían la ampliación de este proyecto, para luego culminar con las conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado.

## SUMMARY

The present research is “FEASIBILITY STUDY FOR THE EXPANSION OF THE ARTESANAL WORKSHOP OF CLASSICAL SANTACRUZ ROSALES FURNITURE IN BELLAVISTA NEIGHBOURHOOD UNDER SAN ANTONIO PARISH, IBARRA CANTONN”. This theme was chosen because the expansion is required at the workshop for the clients, because they want more comfort. This study is constituted by the situational assessment where we will study the environment where we are going to apply our SWOT matrix. In the theoretical framework we see the foundation of the research for the development of the proposal related to the goals of the research.

The market research was made to found the supply and the demand through observation and surveys, in this way we will be able to know the advantages and disadvantages of the project. In the feasibility study we determinate the place where this project could be profitable or not through financial indicators such as NVP, IRR, Cost-Benefit Analysis which are very important because they provide reliable information. Then, we make the analysis of the more relevant impacts that this project could generate, after this we show the conclusions and suggestions of the job.

**Key words:** Strengths Weaknesses Opportunities and Threats (SWOT); NVP, IRR, Cost-Benefit Analysis.

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Verónica Tatiana Rosales Cevallos, con cédula de ciudadanía 100285816-3, bajo juramento declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO SANTACRUZ ROSALES EN EL BARRIO BELLAVISTA BAJO DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



---

Sra. Verónica Tatiana Rosales Cevallos

C.C. 1002858163

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR**

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la señorita egresada, **Verónica Tatiana Rosales Cevallos**, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO SANTACRUZ ROSALES EN EL BARRIO BELLAVISTA BAJO DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA”**

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, enero 2014



**Econ. Diego Taboada**  
**DIRECTOR DE TESIS**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Verónica Tatiana Rosales Cevallos con cédula de ciudadanía Nro. 100285816-3 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4,5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO SANTACRUZ ROSALES EN EL BARRIO BELLAVISTA BAJO DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, C.P.A., en la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el mismo momento que hago entrega del trabajo final impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Verónica Tatiana Rosales Cevallos

C.C. 1002858163

Ibarra, enero 2014

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	DE	100285816-3	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Y	ROSALES CEVALLOS VERONICA TATIANA	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Barrio Bellavista Bajo, Calle Imbaya	
<b>EMAIL:</b>		<a href="mailto:r.tatiana52@hotmail.com">r.tatiana52@hotmail.com</a>	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062550982	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0981015115
DATOS DE LA OBRA			
<b>TÍTULO:</b>		“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO SANTACRUZ ROSALES EN EL BARRIO BELLAVISTA BAJO DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA”	

<b>AUTOR (ES):</b>	Rosales Cevallos Verónica Tatiana
<b>FECHA:</b>	2014-01
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Econ. Diego Taboada

**2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, Verónica Tatiana Rosales Cevallos, con cédula de ciudadanía Nro. 1002858163, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

**3. CONSTANCIAS**

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, enero 2014

**EL AUTOR:**



Nombre: Verónica Tatiana Rosales Cevallos

C.C.: 1002858163

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

**ACEPTACIÓN:**



Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA



## **DEDICATORIA**

*Con infinito amor y agradecimiento a mi DIOS el que siempre ha iluminado mi camino, a mi familia querida a mi esposo Edwin por su gran amor y comprensión, a mis bellos hijos Karencita y Luis Carlitos mis hermosos ángeles que son el pilar fundamental de mi vida, a mi madre hermosa Emperatriz quien con su ayuda emocional e incondicional ha impulsado en mí el anhelo de triunfo en la vida, a mi hermano Luis a quien le agradezco mucho por su gran ayuda económica en mi vida estudiantil, primaria y secundaria, a todos muchas gracias por ser parte de mi vida los amo mucho.*

*Tatiana Rosales*

## **AGRADECIMIENTO**

*Mis sinceros agradecimientos a DIOS quien me ha dado la oportunidad de vivir y alcanzar los objetivos en mi vida profesional.*

*Agradecer a mi asesor de tesis el Econ. Diego Taboada quien con su ayuda me ha sabido guiar para culminar con el presente trabajo de grado.*

*De igual forma a mis profesores de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por compartir sus conocimientos de manera profesional y ética.*

*Tatiana Rosales*

## **PRESENTACIÓN**

El presente trabajo de investigación denominado “Estudio de factibilidad para la ampliación del taller artesanal de muebles de estilo clásico Santacruz Rosales en el barrio bellavista bajo de la parroquia de San Antonio”, se ha desarrollado bajo la modalidad de proyecto de ampliación el cual está dividido en siete capítulos los mismos que detallan información relevante sobre el tema y que permiten conocer la factibilidad y viabilidad del mismo.

En el primer capítulo se desarrolla el diagnóstico situacional con el fin de conocer aspectos como características principales de la manufacturera, actividades económicas, población activa e inactiva, datos que permitieron determinar las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades que tiene el proyecto a implantarse.

En el segundo capítulo se describe los conceptos básicos como son empresariales, administrativos y contables que sustentan teórica y científicamente el desarrollo temático de todas las etapas del proyecto.

En el tercer capítulo, el estudio de mercado se estableció la muestra poblacional a través de la segmentación de mercado el cual está dirigido a los comerciantes de la parroquia de San Antonio, utilizando como fuentes primarias las encuestas a pequeños productores de muebles, comerciantes de la calle 27 de noviembre, mediante las cuales se pudo concluir que el producto es demandado en el mercado local lo cual es favorable para la ampliación de la pequeña unidad productiva.

En el cuarto capítulo el estudio técnico se estableció su ubicación, tamaño o capacidad productiva, la distribución de las áreas que serán requeridas para la ampliación y el funcionamiento productivo, la maquinaria, materiales y suministros necesarios para el desempeño de las funciones operativas y administrativas.

En el quinto capítulo relacionado con el estudio económico financiero se encuentra la inversión inicial la cual será necesaria para la ejecución de este proyecto, basándose en cotizaciones para que la información sea relevante y determinar los ingresos y egresos que harán posible la generación de estados de los cuales la información financiera determinara la rentabilidad que genere el mismo.

En el sexto capítulo se formuló la propuesta estratégica en la cual se estableció la misión, visión, políticas, valores para la pequeña empresa, así como también se estableció un logotipo el cual servirá de reconocimiento del producto en el mercado, entre otras que servirán para iniciar la actividad económica.

En el último capítulo el séptimo se analiza los principales impactos que genera el proyecto, como son el social, económico, educativo-cultural, empresarial-comercial y el ambiental.

Finalizando con el presente proyecto se determinan las conclusiones con las respectivas recomendaciones a las que se ha logrado.

## **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la ampliación del taller artesanal de muebles de estilo clásico Santacruz Rosales en el barrio bellavista bajo de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✚ Realizar un diagnóstico situacional que permita conocer las ventajas y desventajas de la actividad artesanal dedicada a la producción de muebles.
  
- ✚ Establecer las bases teórico-científicas, mediante una investigación documental, que sirva como referente conceptual y técnico para la propuesta planteada.

- ✚ Realizar un estudio de mercado mediante el cual se pueda establecer la oferta, la demanda, análisis de competencia y las expectativas en el futuro.
  
- ✚ Realizar un estudio técnico, que sustente a la ampliación del taller artesanal, sus requisitos y activos productivos que contribuyan alcanzar eficiencias en la producción.
  
- ✚ Realizar un estudio económico y financiero, a través del cual se pueda conocer la inversión que demanda la ampliación del taller artesanal y sus fuentes de financiamiento.
  
- ✚ Determinar la estructura organizacional y la planificación estratégica que contribuyan alcanzar los objetivos planteados.
  
- ✚ Establecer los impactos que generará con la ejecución del mismo en los aspectos social, económico, educativo-cultural y empresarial-comercial.

## **JUSTIFICACIÓN**

El estudio de factibilidad a realizar, es de vital importancia ya que contribuirá a conocer con exactitud los gastos e ingresos que arrojará la actividad artesanal en la zona del barrio bellavista bajo.

El desarrollo del presente proyecto se realizará con la finalidad de contribuir con el sector artesanal, brindándole mecanismos por medio de los cuales se administre de acuerdo a técnicas modernas en todas las áreas operativas.

La investigación va encaminada a formular por medio del estudio del proyecto para alcanzar un desarrollo notable en el taller artesanal Santacruz Rosales del barrio bellavista bajo de la parroquia de San Antonio, ciudad de Ibarra, la misma

que en los últimos cuatro años ha logrado situar su mercado de forma creciente, por la calidad de sus productos y se ve obligado a implementar en todos los ámbitos operativos y administrativos, con los avances científicos y tecnológicos del mundo moderno aplicando a sus organizaciones los conocimientos y pasos administrativos que contribuyan al crecimiento empresarial sostenido.

Este proyecto es importante porque permite contribuir con el desarrollo de la producción de muebles de estilo clásico, como una forma de mejorar la calidad de vida y fortalecer el crecimiento empresarial de todo el sector del barrio bellavista bajo.

Se justifica por el hecho de que permitirá que la actividad artesanal sea más eficiente de mayor calidad y por ende sea más rentable a través de las economías a escala. Los beneficiarios directos serán los promotores del negocio en marcha dedicados a la actividad artesanal y los beneficiarios indirectos de esta investigación serán los comerciantes de muebles de la Parroquia de San Antonio, los productos serán diseñados pensando principalmente en los gustos preferencias y deseos que tendrá el consumidor final.

Este proyecto se considera factible ya que se pretende contar con el apoyo y la predisposición de personas que saben de la infraestructura y maquinaria adecuada para la producción de muebles ya que están dispuestos a trabajar en el uso sustentable de los mismos, resaltando la experiencia alcanzada de su principal ejecutivo.

El estudio es parte sustancial en las aspiraciones de quienes actualmente pretenden alcanzar mejores metas de eficiencia y productividad, aplicando técnicas y conocimientos de la formación profesional de la FACA E (facultad de ciencias administrativas y económicas).

## ÍNDICE

Resumen ejecutivo .....	ii
Summary .....	iii
Autoría.....	iv
Certificación del asesor .....	iv
Cesión de derechos de autor del trabajo de grado a favor de la universidad tècnica del norte .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Autorización de uso y publicación a favor de la universidad tècnica del norte ....	vii
Dedicatoria .....	viii
Agradecimiento .....	x
Presentación.....	xi
Objetivo general .....	xii
Objetivos específicos .....	xii
Justificación.....	xiii
Indice .....	xv
Indice de gràficos.....	xxiv
CAPÍTULO I.....	26
Diagnóstico situacional .....	26
Objetivos del diagnóstico .....	27
VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	28
Matriz de relación dignóstica .....	30
Aspectos socio-demográficos .....	31
Situación socio económica y legal.....	32
Matriz foda .....	45
CAPÍTULO II.....	51
Marco teórico.....	51
Mipymes.....	51
Características de las pequeñas empresas .....	52
Estructura del trabajo artesanal en san antonio de ibarra .....	54
Artesano .....	55
El taller en san antonio de ibarra .....	55
Clasificación de las artesanías en san antonio de ibarra .....	57

La carpintería.....	59
La madera .....	60
Muebles de estilo clásico .....	61
Contabilidad de costos .....	65
Fines principales de la contabilidad de costos.....	65
Materia prima indirecta.....	66
Mano de obra directa .....	66
Mano de obra indirecta .....	67
La inversión.....	67
Los proyectos.....	68
Estudio de mercado.....	69
Demanda .....	69
Oferta.....	69
Precio.....	70
Evaluadores financieros .....	70
Valor actual neto.....	70
Tasa interna de retorno .....	71
Periodo de recuperación.....	71
Relación costo-beneficio .....	71
Punto de equilibrio.....	72
Estructura organizacional.....	72
Organigrama .....	72
Misión... ..	72
Visión... ..	73
CAPÍTULO III .....	74
Estudio de mercado.....	74
Presentación.....	74
Objetivos del estudio de mercado.....	75
Variables .....	76
Indicadores .....	76
Matriz de relación del estudio de mercado.....	78
Mecánica operativa .....	79
Mercado meta .....	116



Segmentación del mercado.....	116
Análisis y proyección de la demanda.....	116
Análisis de la oferta .....	120
Balance oferta - demanda.....	122
Proyección de precios .....	123
Canales de distribución .....	124
Estrategias comerciales.....	125
Conclusiones del estudio de mercado .....	130
CAPÍTULO IV .....	132
Estudio técnico .....	132
Localización del proyecto .....	132
Macrolocalización.....	132
Microlocalización .....	133
Capacidad productiva del proyecto.....	134
Ingeniería del proyecto.....	136
Flujogramas .....	140
Actividades del proceso de comercialización .....	144
Equipamiento y logística del proyecto.....	146
Tamaño del proyecto.....	147
Presupuesto técnico.....	150
CAPÍTULO V .....	162
Estudio económico financiero .....	162
Determinación de ingresos proyectados .....	162
Determinación de egresos .....	163
Depreciación de activos de producción .....	164
Proyección de costos productivos.....	165
Gastos administrativos .....	166
Proyección de gastos personal administrativo.....	166
Gastos generales administrativos.....	166
Gastos generales administrativos.....	167
Proyección de gastos administrativos .....	167
Gastos de ventas .....	168

Amortización del préstamo .....	168
Resumen de gastos proyectados .....	170
Gastos proyectados .....	170
Balance general.....	171
Estado de pérdidas y ganancias .....	172
Flujo de efectivo .....	173
Costo de oportunidad .....	174
Calculo del trm .....	174
Valor actual neto.....	175
Flujo de caja neto.....	175
Tasa interna de retorno.....	176
Relación costo – beneficio .....	176
Punto de equilibrio.....	177
Periodo de recuperación.....	178
Resumen de evaluadores financieros .....	178
CAPÍTULO VI .....	180
Propuesta de la estrategia .....	180
Nombre o razón social .....	180
Filosofía.....	181
Misión.....	181
Visión.....	182
Estructura orgánica .....	184
Estructura funcional.....	186
Estrategia empresarial.....	192
Estrategias de crecimiento.....	192
Estrategias de competencia y competitividad .....	193
Estrategias financieras.....	193
Requisitos legales para su funcionamiento .....	194
CAPÍTULO VII.....	196
Impactos.....	196
Identificación de impactos .....	196
Análisis de impactos .....	197

Impacto social.....	197
Impacto económico.....	198
Impacto educativo-cultural.....	199
Impacto empresarial-comercial .....	200
Impacto ambiental.....	201
Impacto general del proyecto .....	202
Conclusiones y recomendaciones .....	203
Recomendaciones .....	205
Bibliografía.....	206
Anexos.....	209

## ÍNDICE DE CUADROS

N° 1	Matriz de relación diagnóstica	30
N° 2	Población según género	31
N° 3	Tasa de crecimiento anual	31
N° 4	Tasa de alfabetización	32
N° 5	Población según su cultura	32
N° 6	Actividades productivas	33
N° 7	Trabajos en madera	34
N° 8	Parroquia San Antonio: población económicamente activa	34
N° 9	Parroquia San Antonio: población económicamente inactiva	35
N° 10	Precio de venta de muebles	38
N° 11	Cronograma	41
N° 12	Matriz FODA	46
N° 13	Matriz de relación del estudio de mercado	78
N° 14	Talleres dedicados a la producción de muebles	80
N° 15	Locales comerciales dedicados a la venta de muebles	82
N° 16	Mercado de destino	84
N° 17	Estilo de muebles	85
N° 18	Tiempo de fabricación de muebles	86
N° 19	Variedad de muebles en el taller	87
N° 20	Tipo de maquinaria	88
N° 21	Control de calidad en productos	89
N° 22	Capacitación al personal en producción	90
N° 23	Fabricación de muebles de estilo clásico	91
N° 24	Registro de ventas	92
N° 25	Financiamiento de la producción	93
N° 26	Ganancia por venta de muebles	94
N° 27	Costo de venta al comerciante juegos de comedor de 6puestos	95
N° 28	Costo de venta al comerciante juegos de sala	96

N° 29	Costo de venta al comerciante juegos de dormitorio 2plazas $\frac{1}{2}$	97
N° 30	Adquisición de muebles de estilo clásico comerciante	98
N° 31	Venta de muebles de estilo clásico	99
N° 32	Cantidad de venta de muebles clásicos	100
N° 33	Stock de juegos de muebles	101
N° 34	Precio de muebles de comedor de 6puestos	102
N° 35	Precio de muebles de estilo clásico juegos de sala	103
N° 36	Precio de muebles de estilo dormitorio de 2 plazas $\frac{1}{2}$	104
N° 37	Utilidad por venta de muebles de estilo clásico	105
N° 38	Adquisición de muebles de estilo clásico	106
N° 39	Puntualidad en entrega de muebles de estilo clásico	107
N° 40	Acabados de muebles de estilo clásico	108
N° 41	Atención en el lugar de compra	109
N° 42	Forma de pago al realizar compra de muebles clásicos	110
N° 43	Demanda de muebles por comerciantes al año 2013	118
N° 44	Demanda de muebles de estilo clásico al año 2013	118
N° 45	Proyección de la demanda	119
N° 46	Proyección de juego de muebles de estilo clásico al 2018	119
N° 47	Proyección de la demanda al año 2014 – 2018	120
N° 48	Oferta histórica	121
N° 49	Oferta proyectada	122
N° 50	Balance oferta – demanda	122
N° 51	Tasa de inflación	123
N° 52	Proyección de precio de venta al publico	123
N° 53	Capacidad productiva	135
N° 54	Capacidad productiva de juegos de sala clásico	135
N° 55	Capacidad productiva juego de comedor de 6 puestos	135
N° 56	Capacidad productiva juego de dormitorio de 2plazas $\frac{1}{2}$	136
N° 57	Áreas de construcción	139
N° 58	Pasos del proceso de producción de muebles	142
N° 59	Actividades del proceso de comercialización	144

N° 60	Equipamiento y logística del proyecto	146
N° 61	Plantilla de control	147
N° 62	Resumen operativo de las operaciones realizadas	147
N° 63	Disponibilidad de materia prima	148
N° 64	Inventario de maquinaria	151
N° 65	Vehículo	152
N° 66	Construcción	152
N° 67	Equipo de oficina	153
N° 68	Equipo de cómputo	153
N° 69	Maquinaria por adquirir	154
N° 70	Muebles y enseres	155
N° 71	Resumen de inversiones fijas	155
N° 72	Mano de obra a utilizarse	156
N° 73	Suministros	156
N° 74	Servicios básicos	157
N° 75	Publicidad	157
N° 76	Combustible y mantenimiento de vehículo	157
N° 77	Materia prima	158
N° 78	Determinación de precio de materia prima	159
N° 79	Inversiones diferidas	159
N° 80	Inversiones variables	160
N° 81	Estructura de la inversiones	161
N° 82	Ingresos por juego de muebles	162
N° 83	Proyecciones de sueldos y beneficios de ley	163
N° 84	Depreciación de activos de producción	164
N° 85	Proyección de costos por producto en cantidad al 2014	165
N° 86	Proyección de costos productivos	165
N° 87	Proyección de gastos personal administrativo	166
N° 88	Depreciación anual administrativa	166
N° 89	Gastos generales administrativos	167
N° 90	Proyección de gastos administrativos	167
N° 91	Gasto de ventas	168

N° 92	Tabla de amortización del préstamo	169
N° 93	Gastos proyectados	170
N° 94	Estado de situación inicial	171
N° 95	Proyección del estado de pérdidas y ganancias	172
N° 96	Flujo de efectivo	173
N° 97	Calculo de la tasa de redescuento	174
N° 98	Valor actual neto	175
N° 99	Flujo de caja neto	175
N° 100	Calculo de la tasa de redescuento	176
N° 101	Valor actual neto	177
N° 102	Flujo de caja neto	178
N° 103	Resumen de evaluaciones financieras	179
N° 104	Nivel de impactos	196
N° 105	Nivel del impacto social	197
N° 106	Nivel de impacto económico	198
N° 107	Nivel de impacto educativo – cultural	199
N° 108	Nivel de impacto empresarial – comercial	200
N° 109	Nivel de impacto ambiental	201
N° 110	Impacto general del proyecto	202

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

N° 1	Mercado de destino	84
N° 2	Estilo de muebles	85
N° 3	Fabricación de muebles	86
N° 4	Variedad de muebles	87
N° 5	Tipo de maquinaria	88
N° 6	Control de calidad	89
N° 7	Capacitación del personal	90
N° 8	Fabricación de muebles	91
N° 9	Registro de ventas	92
N° 10	Financiamiento de la producción	93
N° 11	Ganancia por muebles	94
N° 12	Costo de venta al comerciante juegos de comedor 6puestos	95
N° 13	Costo de venta al comerciante juegos de sala	96
N° 14	Costo de venta al comerciante juegos de dormitorio de 2plazas ½	97
N° 15	Adquisición de muebles	98
N° 16	Venta de muebles clásicos	99
N° 17	Cantidad de venta de muebles clásicos	100
N° 18	Stock de juegos de muebles	101
N° 19	Precio de muebles de estilo clásico juegos de comedor de 6puestos	102
N° 20	Precio de muebles de estilo clásico juegos de sala	103
N° 21	Precio de muebles de estilo clásico juegos de dormitorio de 2plazas ½	104
N° 22	Utilidad por venta de muebles de estilo clásico	105
N° 23	Adquisición de muebles de estilo clásico	106
N° 24	Puntualidad en entrega de muebles de estilo clásico	107
N° 25	Acabados de muebles de estilo clásico	108
N° 26	Calidad de atención en los artesanos	109
N° 27	Forma de pago en muebles	110
N° 28	Juego de sala de estilo clásico	112
N° 29	Juegos de comedor de estilo clásico 6 puestos	113



N° 30	Juegos de dormitorios de estilo clásico 2plazas ½	114
N° 31	Balance oferta – demanda	122
N° 32	Canal directo de distribución	124
N° 33	Canal indirecto de comercialización	125
N° 34	Nombre de la pequeña empresa	126
N° 35	Señalética de alto voltaje	126
N° 36	Señalética de extintor	127
N° 37	Señalética de uso de mascarilla	127
N° 38	Uso de overol	128
N° 39	Señalética de uso de guantes	128
N° 40	Diseño de tarjetas de presentación	129
N° 41	Mapa de macro localización del proyecto	133
N° 42	Mapa del barrio bellavista bajo	134
N° 43	Plano de la planta	140
N° 44	Flujo grama de proceso productivo	143
N° 45	Flujo grama de proceso de venta	145
N° 46	Logotipo	181
N° 47	Organigrama estructural	185

# CAPÍTULO I

## 1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

### 1.1 ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO.

San Antonio es una de las siete parroquias rurales del cantón Ibarra provincia de Imbabura está localizada a 5.50 kilómetros de la capital provincial y a 121 kilómetros de la capital ecuatoriana, colindando al norte con Imbaya, al sur con el cerro Imbabura, al este con Caranqui e Ibarra y al oeste con Atuntaqui.

La parroquia de San Antonio de Ibarra presenta un clima frio en la parte alta del páramo que se encuentra desde los 2800 hasta los 4620 msnm, y templado correspondiente al centro poblado 2040 msnm hasta los 2800, posee una pluviosidad de 600 a 1000mm y su temperatura promedio es de 9.8 en la parte alta y alcanza los 17° C en la parte baja.

Tiene una superficie aproximada de 2km<sup>2</sup> en el cual se asientan la cabecera parroquial y un sinnúmero de pequeñas poblaciones menores conocidas generalmente como barrios entre ellos figuran: Bellavista Bajo, Ciudadela Andrea Tobar, Ciudadela Gustavo Pareja, Ciudadela José Tobar, La Compañía de Jesús, La Merced de Chorlavi, Guayllabamba, Barrio la Cruz, Barrio Nuevo Hogar, Las Orquídeas, Barrio los Soles, Barrio Norte, Barrio Moras, Barrio Occidental, Barrio Pucahuayco, San Agustín, San Miguel de Bellavista, Barrio San Vicente, Barrio Santa Clara, Santa Marianita, Santo Domingo de Guzmán, Barrio Sur, Barrio Central, Barrio San Juan de Israel, San Isidro de Tanguarín, Vista Hermosa.

A lo largo de los siglos la carpintería ha constituido una actividad en que ha marcado un arte en la historia del hombre, no se trata tanto de un modelo de

especialistas de una alta preparación, como de un oficio que se ha enriquecido con la sofisticación de artesanos aislados trabajando en cualquier rincón rural.

La actividad artesanal de San Antonio comenzó en 1880 con la creación del Liceo Artístico una especie de escuela-taller que impartía conocimientos y prácticas en pintura, escultura, tallado y carpintería hoy en la actualidad contamos con el colegio fundado por Daniel Reyes el mismo que lleva su nombre creando nuevas opciones como la carpintería artística o tallado de madera y luego comienza a situarse en la escultura tomando formas clásicas grecorromanas, diseños y motivaciones costumbristas propugnado por el movimiento indigenista.

Dentro de este sector artesanal se encuentra el taller artesanal de muebles de estilo clásico Santacruz Rosales formado desde hace cuatro años por el Sr. Edwin Santacruz quien se formó en el Colegio Daniel Reyes obteniendo el título de bachiller en arte gráfico y sus estudios superiores los obtuvo en la misma institución obteniendo el título en técnico arte gráfico; su experiencia la obtuvo en varias empresas primero en nuestro país cercano Bogotá-Colombia en las empresas DAM y MUEBLES RUSTICOS en estos lugares trabajo durante cuatro años y en otros talleres que no tenían rótulo ni nombre y en el Ecuador en las empresas RICHELIEU Y COLINEAL ahí trabajo durante 8 años obteniendo así todos sus conocimientos y estrategias de diseño y elaboración de muebles, especialmente juegos de sala, comedores, dormitorios de estilo clásico que demanda su clientela

## **1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**





### **Objetivo general**

Determinar la situación actual en la que se encuentra la pequeña unidad productiva de muebles de estilo clásico con el fin de identificar las condiciones óptimas para el crecimiento de la misma, a desarrollarse en el barrio bellavista bajo, de la parroquia de San Antonio.

## **Objetivos Específicos**





- a) Analizar los datos socio-demográficos de la parroquia de San Antonio
- b) Conocer la situación socio económico de la parroquia de San Antonio, y sus principales actividades productivas.
- c) Conocer el sistema de producción que utiliza la pequeña unidad productiva de muebles de estilo clásico.
- d) Analizar los aspectos legales a los que está regida la pequeña unidad productiva como artesano calificado.

### **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**


-  **Variable 1** Aspectos sociodemográficos
-  **Variable 2** Situación socio económico
-  **Variable 3** Sistema de producción
-  **Variable 4** Aspectos legales




### **1.4. INDICADORES**

#### **Variable 1 Aspectos socio-demográficos**






-  **Indicador 1** Población según Genero
-  **Indicador 2** Tasa de crecimiento anual
-  **Indicador 3** Tasa de alfabetización
-  **Indicador 4** Población según cultura

#### **Variable 2 Situación socio económico**



-  **Indicador 1** Análisis económico de la producción

-  **Indicador 2** Productos principales
-  **Indicador 3** Población económicamente activa
-  **Indicador 4** Población económicamente inactiva

### **Variable 3 Sistema de producción**

-  **Variable 1** Procesos de producción
-  **Variable 2** Capacidad de producción
-  **Variable 3** Comercialización
-  **Variable 4** Talento humano
- 

### **Variable 4 Aspectos legales**

-  **Indicador 1** Calificación artesanal
-  **Indicador 2** Beneficios

## 1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIGNÓSTICA

### CUADRO N° 1

#### MATRIZ DE RELACIÓN DIGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN
a) Analizar los datos socio-demográficos de la parroquia de San Antonio	Socio demográficos	- Población según género -Tasa de crecimiento anual -Tasa de alfabetismo y analfabetismo -Población según su cultura	-Primaria -Primaria -Primaria -Primaria	-Observación -Entrevista
b) Conocer la situación socio económica de la parroquia de San Antonio y sus principales actividades productivas.	Situación Socio económica	-Análisis económico de la producción -Productos principales -Población económica activa -Población económica inactiva	-Primaria -Primaria -Primaria -Primaria	-Observación -Entrevista
c) Conocer el sistema de producción que utiliza la pequeña unidad productiva de muebles de estilo clásico	Sistema de producción	--Procesos de producción -Capacidad de producción -Comercialización -Talento humano	-Primaria -Primaria -Primaria -Primaria	- Observación directa
d) Analizar los aspectos legales a los que está regida la pequeña unidad productiva como artesano calificado.	Aspectos legales	- Calificación artesanal -Beneficios	-Primaria -Primaria	-Observación directa -Documental

**Fuente:** Planteamiento de objetivos, variables e indicadores

**Elaborado por:** La Autora.

## 1.6 ASPECTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

**CUADRO N° 2**  
**POBLACIÓN SEGÚN GÉNERO**

<b>POBLACIÓN</b> <b>RURAL</b>	<b>Población Según Género</b>	
	<b>Demográficos</b>	<b>Parroquia de San Antonio</b>
	Población Masculina	8.595
	Población Femenina	8.927
<b>TOTAL</b>	<b>17522</b>	

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: La Autora.

La población que habita en la parroquia de San Antonio de Ibarra está compuesta por la mayoría de mujeres no constante que la diferencia entre hombres y mujeres no es mucha, población conformada desde 1 a 100 años de edad, cabe recalcar que aquí se encuentra la mano de obra necesaria para la ampliación del taller.

**CUADRO N° 3**  
**TASA DE CRECIMIENTO ANUAL**

<b>POBLACION</b> <b>RURAL SAN</b> <b>ANTONIO</b> <b>DE IBARRA</b>	<b>Tasa de crecimiento anual 2001-2010</b>	
	<b>Población</b>	<b>%</b>
	Masculina	2.41%
	Femenina	2.59%
<b>TOTAL</b>	<b>2.50%</b>	

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: La Autora.

Con los datos anteriores se puede deducir que la tasa de crecimiento anual es del 2.50% el total entre hombres y mujeres, se aprecia un alto porcentaje en el género femenino.

**CUADRO N° 4**  
**TASA DE ALFABETIZACIÓN**

<b>Parroquia de San Antonio</b>	<b>Población Rural</b>	
	<b>Alfabeto</b>	<b>93.80%</b>
	<b>Analfabeto</b>	<b>6.20%</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: La Autora.

En el cuadro podemos apreciar que un 93.80% son alfabetos esto quiere decir que un buen porcentaje de la población son estudiados y una minoría del 6.20% son analfabetos estos casos pueden darse en las partes aledañas del sector que por falta de transporte para que las personas puedan trasladarse a algún centro educativo.

**CUADRO N° 5**  
**POBLACIÓN SEGÚN SU CULTURA**

<b>Parroquia de San Antonio</b>	<b>Grupos Étnicos</b>	
	<b>Indígena</b>	775
	<b>Afro ecuatoriano</b>	502
	<b>Montubio</b>	58
	<b>Mestizo</b>	15663
	<b>Blanco</b>	505
	<b>Otro</b>	19
	<b>TOTAL</b>	17522

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: La Autora.

Según los datos proporcionados por el INEC se puede apreciar que parte de la gente se considera mestizo con una mayoría del 89.39%, siguiéndole la raza indígena con un 04.42%, de esta manera se puede apreciar el origen y la cultura de la parroquia de en general.

## **1.7 SITUACIÓN SOCIO ECONÓMICA Y LEGAL**

### **Análisis económico de la producción**

La parroquia de San Antonio de Ibarra tiene como actividad económica la producción de artesanías artísticas, pintura y muebles en general, la cual la



desarrolla la mayor parte de la población la misma que genera las fuentes de ingresos a las familias de la Parroquia; además su segunda actividad más nombrada es la agricultura pero con el pasar de los años y la afluencia de viviendas la han ido desplazando hacia los alrededores pero de igual forma existen familias que sobreviven de las dos actividades económicas y muchas más.

### Productos principales

La principal actividad económica con la que se destaca la Parroquia es la producción artesanal, dentro de esta se resalta los trabajos en madera, pinturas y demás.

**CUADRO N° 6**  
**ACTIVIDADES PRODUCTIVAS**

PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	COMUNIDAD	PRODUCCION ARTESANAL
Imbabura	Ibarra	San Antonio	La Cruz	Madera, tejidos y afines
Imbabura	Ibarra	San Antonio	Tanguarin	Madera, tejidos, bordados y escultura
Imbabura	Ibarra	San Antonio	Santo Domingo	Tejidos, bordados y madera
Imbabura	Ibarra	San Antonio	Bellavista	Madera, porcelana, cuero
Imbabura	Ibarra	San Antonio	José Tobar	Piedra, madera y repujado
Imbabura	Ibarra	San Antonio	Barrio Central	Madera, policromía, repujado
Imbabura	Ibarra	San Antonio	Barrio Norte	Madera, policromía, repujado
Imbabura	Ibarra	San Antonio	Barrio sur	Madera, policromía, repujado
Imbabura	Ibarra	San Antonio	Santa Clara	Madera, tejidos y afines

**Fuente:** Asociación de Artesanos en Artesanías Artísticas (ASSA)

**Elaborado por:** La Autora

Como se puede apreciar en el gráfico la mayoría de barrios se dedican a varias actividades económicas sin embargo la producción de productos en madera en sus respectivas áreas es la actividad comercial más fluyente en la misma.

**CUADRO N° 7**  
**TRABAJOS EN MADERA**

<b>ESPECIALIDADES</b>
Carpintería y Muebles en línea recta
Muebles Tallados
Objetos Tallados
Escultura Religiosa
Escultura Contemporánea
Escultura Costumbrista

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora

San Antonio es conocida por su bella cultura, su arte, la categorización de todos los objetos hechos a base de madera como las artesanías y los muebles son de gran importancia económica dentro de la zona, las ferias artesanales organizados por la junta parroquial ocasiona gran apertura del mercado local hacia el consumidor

**CUADRO N° 8**  
**PARROQUIA SAN ANTONIO: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE**  
**ACTIVA**

		<b>PEA</b>	<b>%</b>
<b>SAN ANTONIO DE IBARRA</b>	<b>Hombres</b>	4622	0.62%
	<b>Mujeres</b>	2887	0.38%
	<b>TOTAL</b>	<b>7509</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** INEC Censo 2010

**Elaborado por:** La Autora

La población económicamente activa en donde tanto mujeres como hombres laboran cualquier actividad económica sin ninguna distinción de géneros, por lo general el hombre adulto es el que realiza el trabajo grande como el tallado, escultura o elaboración de muebles y el resto de la familia se dedica a los acabados como el lijado y decorado del producto, además cabe recalcar que en la Parroquia existen excelentes mujeres talladoras, escultoras y otras que se dedican a tejer o la agricultura, con edades comprendidas desde los 18 a 65 años de edad.

**CUADRO N° 9**  
**PARROQUIA SAN ANTONIO: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE**  
**INACTIVA**

<b>SAN ANTONIO DE IBARRA</b>		<b>PEI</b>	<b>%</b>
	<b>Hombres</b>	2296	<b>0.35%</b>
	<b>Mujeres</b>	4333	<b>0.65%</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>6629</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** INEC Censo 2010

**Elaborado por:** La Autora

De igual manera la Población Económicamente Inactiva se encuentra conformada por hombres y mujeres son un grupo de personas que se puede deducir se dedican a estudiar o personas de tercera edad.

### **1.8. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

En este estudio se realizó varias técnicas de investigación como la observación o de campo, también se procedió a realizar una entrevista al dueño de la pequeña unidad productiva de muebles de estilo clásico, para conocer más acerca del funcionamiento del negocio.

#### **1.8.1. Información primaria**

En el presente estudio se realizó la entrevista y la observación directa las mismas que fueron diseñadas en base a las variables e indicadores establecidos en la matriz, con los datos obtenidos se pretenden obtener resultados reales del negocio en marcha.

#### **Observación directa**

Basada en la observación de las instalaciones con las que cuenta la pequeña unidad productiva, infraestructura, maquinaria, etc.

## **Entrevista**

Propietario del taller artesanal el Sr. Edwin Santacruz quien por su experiencia nos supo manifestar la información necesaria.

## **Documental**

Mediante la ayuda de datos bibliográficos, el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo), se pudo obtener fundamentos relevantes sobre el estado económico y cultural de la parroquia de San Antonio.

### **1.8.2 Sistema de producción**

#### **Entrevista dirigida al propietario**

La entrevista se la realizo al señor Edwin Santacruz propietario del taller artesanal de muebles de estilo clásico quien se dedica a la producción de los mismos, con la finalidad de tener un conocimiento más amplio sobre este producto.

#### **1. ¿Qué tiempo está funcionando el taller?**

El taller está funcionando más o menos 4 años

#### **Comentario**

Se puede decir que la actividad económica ya tiene su tiempo en la rama pero para llegar a este lapso ha tenido que enfrentarse a desafíos muy duros como el de abrir mercado en la zona, y la acogida del mismo.

#### **2. ¿Qué tipo de productos realiza?**

Se realiza Juegos de sala, comedor de 6 puestos y dormitorios de 2plazas½ de estilo clásico, estos son los más comercializados.

### **Comentario**

Los juegos de sala, comedor de 6 puestos y dormitorios de 2plazas  $\frac{1}{2}$  de estilo clásico son muy comercializados en la parroquia de San Antonio por su historia y su belleza existe aún personas que le gusta este tipo d estilos, este tipo de producto es el más realizado por el artesanos por su demanda en el mercado.

### **3. ¿Qué cantidad produce al mes de cada tipo de mueble de estilo clásico entre ellos juegos de sala, comedor de 6 puestos y dormitorios de 2plazas $\frac{1}{2}$ ?**

Los juegos de sala produzco entre 2, los dormitorios de 2plazas  $\frac{1}{2}$  de la misma manera se producen 2 y los comedores de 6 puestos se produce 1, es decir que se producen un total de cinco juegos de muebles en el mes, pero depende de las temporadas.

### **Comentario**

El artesano produce más o menos 5 juegos de muebles de estilo clásico entre ellos juegos de comedor de 6 puestos, dormitorios de 2plazas  $\frac{1}{2}$  y juegos de sala más o menos pero esos depende del mercado local es decir si son fechas como feriados su producción es más alta porque las ventas suben.

### **4. ¿Quiénes son sus clientes?**

Mi clientela son los almacenes comerciales de la parroquia de San Antonio, son cinco entre ellos están muebles NELLY, GEANELLA, MAEL, SUBIA, ESPACIOS.

### **Comentario**

La clientela del pequeño productor son cinco almacenes comerciales que se dedican a la comercialización de muebles de estilo clásico, este pequeño productor empezó con un almacén pero luego le fueron dando fama conforme su calidad se mostraba para luego alcanzar con los que trabaja.

**5. ¿Para cuanta producción tiene capacidad el taller?**

Dependiendo de cada pedido hay una planificación diferente por ejemplo se produce dos comedores en la semana.

**Comentario**

De acuerdo al espacio físico con el que trabaja el artesano es muy pequeño pero este se da modos de fabricar el producto y abastecer de trabajo a sus pupilos, se fabrican alrededor de 6 juegos de muebles pero como se dijo anteriormente este depende de la temporada en que se encuentre la parroquia y por ende la región.

**6. ¿A qué precio vende los juegos de muebles de estilo clásico?**

**CUADRO N° 10  
PRECIO DE VENTA DE MUEBLES**

<b>Clases</b>	<b>Precio</b>
Juegos de sala	\$1000
Juegos de dormitorio 2plazas ½	\$900
Juegos de comedor de 6 puestos	\$500

Fuente: Observación Directa

Elaborado por:- La Autora

**Comentario**

Los juegos de muebles se venden como el gráfico lo indica pero estos varían de acuerdo a la tela que el comerciante desee implementar, para consumo del cliente final.

**7. ¿La maquinaria que posee cumplen todo el proceso productivo?**

Si cumple, pero hay maquinaria más avanzada, sin embargo por la falta de presupuesto no las tengo.

### **Comentario**

La maquinaria que posee el artesano es la herramienta básica para la fabricación de los muebles pero existe maquinaria más avanzada, con ese tipo de maquinaria la elaboración de los muebles fuera más rápida y se hiciera en menos tiempo de lo planificado, reduciendo costos y optimizando los recursos.

### **8. ¿Con cuántos empleados cuenta el taller?**

El taller cuenta con dos carpinteros, un lacador, y dos lijadores.

### **Comentario**

El taller cuenta con cinco personas incluyendo el propietario, para la elaboración del producto, cada uno con sus respectivas obligaciones definidos por el propietario.

### **9. ¿Cuenta usted y sus empleados con asesoramiento técnico sobre la producción y comercialización de los muebles?**

Los materiales que necesitamos o donde usualmente compramos nos han facilitado un técnico de acuerdo al producto utilizado.

### **Comentario**

El propietario dice que si ha tenido un asesoramiento técnico sobre la producción y el acabado de los muebles, quienes les facilitan estas capacitaciones son las personas donde usualmente adquieren los materiales para la elaboración del producto, como por ejemplo EDIMCA que es un empresa que ha ido al lugar de trabajo del propietario a indicar al señor lacador los diferentes tipos de tintes y como mezclarlos

### **10. ¿Sus empleados están capacitados para realizar actividades en cualquier operación de la producción?**

No generalmente cada uno tenemos nuestra propia función.

### **Comentario**

En este caso cada persona tiene su propia especialización sobre la elaboración y acabados de los muebles. Es decir cada uno tiene experiencia en las diferentes áreas del proceso del mueble.

### **11. ¿Tiene algún tipo de financiamiento con sus proveedores?**

Si, mensualmente cancelamos lo utilizado o consumido.

### **Comentario**

La ventaja que tiene este artesano es que personas conocidas en San Antonio como la ferretería Fuentes le han logrado financiar algunos materiales, permitiéndole así crecer económicamente y contribuyendo de esta manera a fomentar el crecimiento micro empresarial, y de la misma manera Edimca quien le provee de materiales como triplex, MDF, y demás, otorgándole crédito.

### **12. ¿El taller le ha permitido obtener un ingreso adicional y con ello mejorar la calidad de vida de su familia y sus trabajadores?**

Si, ya que el esfuerzo y la constancia nos han permitido salir adelante.

### **Comentario**

De acuerdo al tiempo que tiene el taller con el tiempo ha surgido y con ello a creado fuentes de trabajo para la propia familia y demás personas que viven en la zona, ya que de este negocio se mantienen económicamente, por lo que cabe recalcar que su situación económica ha crecido y por ende el núcleo familiar se ha fortalecido.

### **13. ¿El tiempo que planifica en el proceso y terminado de la producción se ajusta a lo estimado en el inicio? Cronograma**

En una planificación semanal no siempre es igual porque a veces se pasa 1 o 2 días de lo planificado, de acuerdo a la preferencia de la realización de los muebles.



**CUADRO N° 11**  
**CRONOGRAMA**

Actividades Producción	DIAS				
	LUNES	MARTES	MIERC	JUEVES	VIERN
1) 12 Sillas	X	X			
2) 2 Mesas		X	X		
3) Lacado				X	
4) Terminado					X

Fuente: Observación Directa

Elaborado por:- La Autora

**Comentario**

El proceso de fabricación toma un tiempo aproximado de 5 días pero depende del proceso, es decir se puede fabricar dos productos a la misma vez en una semana, pero esto varía de acuerdo a las necesidades del comerciante.

**14. ¿Cuánto tiempo se demora en realizar un mueble de estilo clásico?**

Un mueble de estilo clásico se demora dependiendo el producto los más rápidos en hacer son los juegos de comedor de seis puestos estos se los puede hacer dos en una semana porque con el plantillado se puede seguir calando la madera y es en proceso, siguiéndoles los juegos de sala estos son lo más solo el esqueleto que de la misma manera se los realiza dos en una semana y luego los dormitorios de 2plazas ½ que estos podría demorarse de cuatro a seis días.

**Comentario**

La demora de la fabricación dependería más del proceso que se realice dentro de la carpintería como el artesano lo indica se podría realizar en proceso pero depende mucho del pedido del comerciante porque o sino la fabricación se debería realizar a escala es decir dependiendo las necesidades del negociador.

**15. ¿El mantenimiento de su maquinaria de qué manera lo hace y con qué frecuencia lo hace?**

El mantenimiento consiste en realizar la limpieza de las maquinas como la (Sierra) en cambiar el aceite, (Lijadora) cambiar las lijas de acuerdo al desgaste que tenga.

## **Comentario**

No tienen un asesoramiento técnico de cómo realizar el mantenimiento de la maquinaria pero sin embargo se dan modos para mantenerles limpias y sin fugas ya sean de cables eléctricos o aceite, la lijadora y la sierra son las únicas herramientas industriales que tiene el taller y son las más comunes en este tipo de talleres artesanales.

## **1.9 ASPECTOS LEGALES**

Muebles de estilo clásico Santacruz Rosales no tiene documentos en donde certifique que es un taller artesanal dedicado a la fabricación de muebles, de igual forma sus empleados no están afiliados al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), es un negocio que legalmente aún no está constituido, no tiene leyes, normas, políticas en donde pueda basarse su funcionamiento, pero sin embargo el taller tiene una importante ventaja porque su propietario es artesano calificado legalmente constituido por la junta nacional de defensa del artesano y tiene su propio RUC (Registro Único de Contribuyentes), de esta manera se propondrá su legalización porque las pequeñas y medianas empresas legalmente constituidas son generadoras de fuentes de empleo y muy importantes para el país.

### **Calificación artesanal**

Es la calificación que concede la junta nacional de defensa del artesano a los maestros de taller o artesanos autónomos para gozar de los beneficios que la ley concede a los artesanos calificados.

### **Beneficios**

La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

### **Laborales**

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices.

- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

## **Sociales**

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva

## **Tributarios**

- Facturación con tarifa 0%(IVA)
- Declaración semestral del IVA
- Exoneración de impuestos a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal

En esta circunstancia de las leyes cabe recalcar los beneficios que tiene el artesano como persona natural no obligada a llevar contabilidad, pero de igual forma debe de cumplir con las demás obligaciones tanto tributarias como sociales hacia el personal que labora junto a él. Este es el propósito que tiene el proyecto mediante la ampliación del taller ponerse al día con todas las normas establecidos en las leyes del Ecuador y brindar un servicio seguro, eficaz y eficiente.

## **Impuesto a la renta**

Según el **Art.- 56** de la Codificaciones la ley de Régimen tributario Interno, (REGIMEN, 2009) dice .- Impuesto al valor agregado sobre los servicios.- El impuesto al valor agregado IVA, grava a todos los servicios, entendiéndose como tales a los prestados por el Estado, entes públicos, sociedades, o personas naturales sin relación laboral, a favor de un tercero, sin importar que en la misma

predomine el factor material o intelectual, a cambio de una tasa, un precio pagadero en dinero, especie, otros servicios o cualquier otra contraprestación.

Se encuentran gravados con tarifa cero los siguientes servicios:

Literal 19.- Los prestados personalmente por los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. También tendrán tarifa cero de IVA los servicios que presten sus talleres y operarios y bienes producidos y comercializados por ellos.

Según el **Art.-188** del Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno; (DECRETO374, 2009) manifiesta:- Régimen especial para artesanos.- Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del artesano, en la venta de los bienes y en la prestación de los servicios, producidos y dados tanto por ellos como por sus talleres y operarios, emitirán sus comprobantes de venta considerando la tarifa 0% del Impuesto al Valor Agregado, siempre que se cumplan con los siguientes requisitos:

1. Mantener actualizado su calificación por la junta de defensa del artesano
2. Mantener actualizada su inscripción en el registro único de contribuyentes
3. No exceder del monto de activos totales permitido por la ley de defensa del artesano
4. Prestar exclusivamente los servicios a los que se refiere su calificación por parte de la junta de defensa del artesano
5. Vender exclusivamente los bienes a los que se refiere su calificación por parte de la junta nacional de defensa del artesano
6. Emitir los comprobantes de venta debidamente autorizados y que cumplan los requisitos previstos en el reglamento de comprobantes de venta y de retención
7. Exigir a sus proveedores las correspondientes facturas y archivarlas en la forma y condiciones que determine el servicio de rentas internas.
8. Llevar su registro de ingresos y gastos de acuerdo con lo dispuesto por la ley de régimen tributario interno.

9. Presentar semestralmente su declaración del impuesto al valor agregado y anualmente su declaración de impuesto a la renta.

El artesano debe de estar al tanto con estas reglas que impone el régimen tributario ya que el incumplimiento de las mismas les puede costar la suspensión de todos sus beneficios terminando por quitarles la facturación con tarifa 0% y tendrán que facturar con tarifa 12%, a más de eso deben de estar preparados para las demás sanciones emitidas por el SRI.

#### **1.10. MATRIZ FODA**

Después de haber examinado las características del entorno donde funcionará el proyecto y con la participación de este instrumento se puede visualizar las fortalezas que son características muy importantes y positivas dentro de la parroquia; las oportunidades son puntos claves externos que pueden ser explotados en el entorno en que actuará el proyecto que nos ayudaran para el crecimiento del mismo; las debilidades de igual forma son características internas que frenan el crecimiento del mismo y las amenazas son las situaciones que proceden del entorno, de esta manera serán puntos clave para el desarrollo del presente proyecto.

## CUADRO N° 12

### MATRIZ FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✚ Su ubicaciones de fácil acceso, pasa por la panamericana sur</li><li>✚ La calificación artesanal es de mucha ayuda para los artesanos que cuentan con este beneficio</li><li>✚ San Antonio se conoce como parroquia de arte e identidad cultural</li><li>✚ Instalaciones propias</li><li>✚ Las actividades productivas que desarrollan es de gran utilidad tanto para ellos como para la parroquia</li><li>✚ Rentabilidad en la producción</li><li>✚ La afluencia de turistas beneficia a este sector</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✚ El crecimiento empresarial que proporciona la parroquia beneficiara a los artesanos de la misma</li><li>✚ Se generara fuentes de trabajo por medio del crecimiento empresarial</li><li>✚ La calidad de vida permitirá el cambio en la sociedad</li><li>✚ Calificación mediante la junta nacional de defensa del artesano</li><li>✚ Un alto porcentaje de la población económicamente activa de la parroquia tiene empleo</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✚ La explotación de mano de obra existe por la falta de educación que tienen muchos artesanos</li><li>✚ El nivel de educación no permite que el artesano realice un registro de sus ingresos y egresos</li><li>✚ Producción a escala</li><li>✚ Se elabora los productos en carpintería y lacado</li><li>✚ No está legalmente constituida</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✚ La competencia que existe en todos los niveles comerciales es muy densa</li><li>✚ Inflación</li><li>✚ Poco desarrollo tecnológico</li></ul>

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

## **1.11. CRUCE ESTRATÉGICO FODA**

Una vez analizado la matriz FODA podemos establecer que una de las debilidades primordiales de este estudio de factibilidad sería que la empresa no se encuentra legalmente constituida, a más de eso su producción se basa en lo que es carpintería y lacado lo que es tapizado se lo realiza por terceras personas, la mano de obra tiende a ser explotada por los comerciantes, de la misma manera su falta de conocimiento sobre las leyes que le amparan y los beneficios como artesanos calificados

### **1.11.1. Fortalezas vs. Oportunidades**

- La ubicación de la parroquia de San Antonio tiene una ventaja muy gratificante con todos sus socios por su gran punto de comercialización su ayuda conjunta con la ampliación de la panamericana sur, ayudando a este sector a su crecimiento empresarial tanto personal como también al enriquecimiento de esta zona rural, brindando fuentes de trabajo para la población económicamente inactiva.
- La junta nacional de defensa del artesano en conjunto con la junta parroquial de artesanos de San Antonio de Ibarra brinda a todos los artesanos de la misma a capacitarse para que obtengan su calificación artesanal y gozar de todos los beneficios que esta les presta para así mejorar la calidad de vida de los artesanos apasionados por las actividades productivas que lo realizan para el sobrevivir diario como la talla, escultura, etc.
- Por medio de la afluencia de turistas que vienen de todos los rincones del país y también de muchas partes del mundo admirar la cultura, su identidad, su arte, esta parroquia es conocida y renombrada por sus bellas artesanías.

- Por medio de las instalaciones propias que cuenta el taller artesanal se pretende la ampliación del mismo y de esta manera obtener rentabilidad con la apertura de fuentes de trabajo para el crecimiento empresarial.

### **1.11.2. Fortalezas vs. Amenazas**

- Por medio de la calificación artesanal que brinda la Junta General de Defensa del Artesano, permite a todos los artesanos que gozan de este beneficio exoneración del pago del impuesto a la renta, exoneración del pago de utilidades, décimo tercero y cuarto, de esta manera se beneficia el artesano ante sus trabajadores, pero sin embargo existe la mano de obra explotada por los intermediarios es decir que mientras los fabricantes ofertan su producto a un precio estable los demandantes lo hacen a un precio irreal.
- Esta parroquia es muy conocida por su cultura y arte, con sus grandes personajes que la han sacado adelante y han hecho de esta una Parroquia de historia y conocimiento por esta razón existen muchas personas que se dedican a la talla, escultura, policromía, fabricación de muebles, etc. La mayoría de estas han cursado la secundaria y han empezado a realizar este trabajo es por esta razón que muchas personas entendidas del tema optan por poner un precio y venderlo a otro o en ocasiones la exportación.
- La ubicación con la que cuenta el pequeño taller artesanal es de fácil acceso pero con la ampliación de sus instalaciones su crecimiento tanto personal como económicamente es de vital importancia pero la competencia que existe en la zona con su calidad y acabados de segunda opaca la imagen de la pequeña unidad productiva

### **1.11.3. Debilidades vs. Oportunidades**

- La explotación de mano de obra que existe en la Parroquia perjudica al pequeño productor puede ser por el nivel de educación que tienen, obstruyéndoles de realizar una negociación clara y saber cuál ha sido su



inversión y cuál debería ser su utilidad, de esta manera la pequeña empresa tiene la oportunidad de crecer empresarialmente ampliando su lugar de trabajo por medio de créditos con las entidades financieras y creando de esta manera fuentes de empleo para la población económicamente inactiva que por falta de empleo se encuentra en la inestabilidad económica.

- La pequeña unidad productiva no se encuentra legalmente constituida pero el artesano con su respectivo carnet de artesano calificado y con el registro único de contribuyentes puede fomentar el crecimiento empresarial.

#### **1.11.4. Debilidades vs. Amenazas**

- Existe la explotación de la mano de obra por los intermediarios pero sin embargo el precio o porcentaje de utilidad que los oferentes ponen a su producto se da por muchas razones una de ellas es la competencia que tienen a su alrededor, de esta manera existen oferentes que ofrecen su producto a menor precio o igual que su compañero de oficio, y los demandantes optan por realizar su negociación con quien mejor les parezca, pero sin embargo existe una contrariedad la calidad del producto, sus materiales es distinto y de este depende que el consumidor final regrese otra vez.
- La pasión y la tradición ancestral que tiene la población de esta parroquia por el arte ha obligado a muchos de los artesanos como el pequeño productor a realizar productos por procesos dedicados unos a la carpintería otros a la talla y sus derivados por la insuficiente tecnología con que cuentan los artesanos.

#### **1.12. DETERMINACION DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO**

Luego de haber realizado el diagnóstico situacional y diagnóstico externo de la parroquia de San Antonio, en la cual se aplicó las diferentes instrumentos de investigación, como también el análisis de la matriz FODA se tiene como resultados varios aspectos que pueden estar afectando el crecimiento de la

parroquia y por ende el desarrollo de la pequeña industria artesanal de muebles de estilo clásico Santacruz Rosales.

- La falta de conocimiento sobre los beneficios que tiene el artesano como persona calificado por la junta nacional de defensa del artesano.
- Otro limitante muy importante es la explotación de la mano de obra directa, esto se da por la afluencia de muchos comercios informales que hacen de este oficio que el producto final sea más barato y de menos calidad.

Por lo tanto para dar solución a esta problemática, e implementar todos los recursos necesarios para el buen funcionamiento de la misma es preciso plantear un proyecto que permita hacer un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER ARTESANAL DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO SANTACRUZ ROSALES EN EL BARRIO BELLAVISTA BAJO DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA.”**

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 MIPYMES

##### 2.1.1 Definición MIPYMES (Micro, Pequeña y Mediana Empresas)

Según el **Art. 53.-** del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (**REGISTRO, 2010**) manifiesta lo siguiente:- 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 prevalecerá sobre el número de trabajadores para efectos de determinar la categoría de una empresa.

Las actividades comerciales tienen una importancia muy fundamental dentro de la vida diaria pues cerca del 80% están dedicadas al comercio o a la prestación de servicios y las demás a las actividades de transformación de productos.

##### 2.1.2 Clasificación de la MIPYMES

Según el Reglamento para el Desarrollo Empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (**REGISTRO, 2011**) cita en su **Art 4.-** Las MIPYMES se clasifican en:

**Microempresa:** La organización de producción que tenga entre 1 a 9 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre diez mil (USD \$ 10.000,00) y noventa y nueve mil novecientos noventa y nueve (USD \$ 99.999,00) dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos

entre diez mil (USD \$10.000,009) y cien mil (USD \$100.000,00) dólares de los estados unidos de américa;

**Pequeña Empresa:** La organización de producción que tenga entre 10 a 49 trabajadores un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil (USD \$ 100.000,00) y un millón (USD \$ 1 000.000,00) de dólares de los estados unidos de américa o un volumen de activos entre cien mil uno (USD \$ 100.001,00) y setecientos cincuenta mil (USD \$750.000,00) dólares de los estados unidos de américa; y,

**Mediana Empresa:** La organización de producción que tenga entre 50 a 199 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno (USD \$ 1 000.001,00) y cinco millones (USD \$5 000.000,00) de dólares de los estados unidos de américa o un volumen de activos entre setecientos cincuenta mil uno (USD \$750.001,00) y cuatro millones (USD \$4 000.000,00) de dólares de los estados unidos de américa.

La mayoría de las empresas están dedicadas a la actividad comercial, además es evidente que la mayoría de las mismas se dedican a la transformación de productos y comercializar su producto ellas mismas y en lo posible descartar a los intermediarios logrando una relación directa entre productor y consumidor.

### **2.1.3. Características de las pequeñas empresas**

(ZAPATA, 2009), manifiesta las características de las pequeñas empresas:

- Requieren de exigencias técnicas de calidad y legales
- Escasa capacidad de negociación
- Costos elevados por desperdicios de materia prima
- Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad
- En su mayoría son de tipo familiar

- La producción se orienta al mercado interno.
- Mano de obra sin calificación
- Su número de empleados no puede superar los 49 tal como lo describe la ley.

La pequeña empresa está dedicada a la venta al detalle, a pesar de que este es uno de los sectores más competidos y que deja poco margen de utilidades; pero considerando que este tipo de pequeñas industrias se hacen relativamente fáciles y que los riesgos de sus operaciones son menores resulta atractivo

#### **a) Potencialidades de la pequeña empresa en el Ecuador**

(ZAPATA, 2009), manifiesta las potencialidades de las pequeñas empresas:

- Tiene un alto potencial de generar fuentes de trabajo y riqueza para el país.
- Representa en su mayoría a las unidades productivas.
- Tiene una gran flexibilidad a los cambios que sufre el país.
- Requiere menores costos de inversión.
- Es el factor clave para dinamizar la economía de regiones y provincias deprimidas.
- El alto valor agregado de su producción contribuye al reparto más equitativo del ingreso.
- Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado.

La pequeña empresa tiene mucha ventaja dentro del sector productivo primeramente enriqueciendo al país, creando nuevas fuentes de empleo y generando mayores ingresos para la economía del país.

#### **b) Aspectos legales y políticos de una pequeña empresa**

Según (ZAPATA, 2009), manifiesta las políticas de la pequeña empresa

- Fortalecer la competitividad y productividad mediante la aplicación de medios para facilitar el acceso al crédito, mejorar la calidad de los programas de capacitación de los recursos humanos, impulsar el desarrollo de nuevas tecnologías, y mejorar el marco jurídico
- Impulsar el incremento y diversificación la oferta exportable
- Fortalecer a los sectores productivos más vulnerables como son las micro, pequeñas y medianas empresas
- Diseñar y aplicar políticas para el financiamiento de la producción de la pequeña empresa.

En lo que se refiere a los aspectos legales tiene muchas prioridades por parte del gobierno, este ayuda a las pequeñas empresas a fortalecer sus vínculos con la producción mediante créditos con muy bajas tasas de interés.

**c) NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera) para PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas)**

Según la superintendencia de compañías mediante la resolución de la (SUPERINTENDENCIA, 2010) determinó que su aplicación sea obligatoria por parte de las compañías y entidades sujetas al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, para el registro, preparación y presentación de estados financieros.

El gobierno ve la necesidad de la aplicación de estas normas para las pequeñas y medianas empresas para que así los empresarios puedan enfrentar las necesidades que el mundo global afronta en medida de la crisis financiera que atraviesa el país.

**2.2. ESTRUCTURA DEL TRABAJO ARTESANAL EN SAN ANTONIO DE IBARRA**

La organización corresponde a los intereses económicos del dueño del taller definiéndose de la siguiente manera:

### 2.2.1 Artesano

Según el Reglamento para el desarrollo Empresarial de la Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (**REGISTRO, 2011**) en su glosario manifiesta:- Artesano es:- El maestro del taller persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes.

Artesano es la persona natural que ejerce su actividad económica naturalmente es decir artesanalmente con herramientas manuales y con un único fin el de satisfacer las necesidades del cliente pero siempre y cuando este amparado a las debidas leyes que rigen en nuestro país para así poder gozar de todos los beneficios.

### 2.2.2. El taller en San Antonio de Ibarra

(**VILLALBA, 2007**), **pág. 123, dice:** “Un taller artesanal está conformado por materiales y herramientas necesarios para la elaboración de los muebles o artesanías como un martillo, clavos, escuadras, serruchos, esmeriles, formones, lijas, etc. Siendo así su materia principal la madera. La construcción de estos talleres son del tipo de media agua espacios muy reducidos para el trabajo pero que se vuelven reconfortantes con la compañía de una grabadora que es el instrumento esencial en un taller ya que pasa rendido todo el tiempo y alto volumen mientras se elaboran los diferentes productos hechos en madera.”

San Antonio de Ibarra es un lugar que su economía gira alrededor de los muebles y artesanías, todas las familias del lugar se dedican a este tipo de arte, por esta razón no existen otro tipo de actividades económicas como almacenes de ropa, zapatos, etc.

**a) Talleres personales**

**(VILLALBA, 2007), pág. 123, dice:** “Trabaja un artesano y eventualmente llama a otras personas para que le den lijando, es decir contrata personas para realizar el trabajo complementario.”

Es decir que los talleres personales se conforman por una sola persona llamado artesano y este busca a otros ayudantes para que le ayuden en los demás deberes como lijar, pulir, etc. En distintas partes o barrios dentro de la parroquia.

**b) Talleres familiares**

**VILLALVA Oswaldo, (2007), pág. 123, dice:** “En esta forma de taller el dueño es a su vez jefe de la casa. El artesano trabaja las piezas comerciales que encargan o que el realiza para ofrecer a los negocios, intervienen los hijos y su esposa después de desocuparse de los menesteres de la casa”

En este tipo de talleres se nota el trabajo en equipo del núcleo familiar ya que todos contribuyen a la economía y armonía del mismo, y se mantiene unida la familia.

**c) Talleres – pequeñas empresas**

**(VILLALBA, 2007), pág. 123, dice:** “Los talladores dedicados a la producción de muebles tienen un dueño-jefe quien reparte el trabajo, los materiales e insumos, controla el rendimiento de los artesanos, que en esta clase de taller, son dirigidos de acuerdo a una clase de especialización; hay talladores, carpinteros, lacadores y tapiceros”

Estos talleres se dedican a la producción de muebles como por ejemplo los talladores que es su área de trabajo, como cada artesano dedicado a su función diferente es decir de acuerdo a lo que estén especializados ya sean carpinteros,



tapiceros, etc. Supervisados por un solo jefe, además esta clase de talleres pueden producir sus bienes para ofrecer al público en sus locales comerciales.

#### **d) Talleres Colectivos de Tallado**

(VILLALBA, 2007), pág. 124, dice: “En estos se encuentran reunidos algunos amigos, familiares que sienten la necesidad de agruparse para intercambiar ideas, aspiraciones, técnicas, sienten que es mejor trabajar en grupo, comparten y se ayudan en las tareas.”

Es decir que este grupo de personas pueden estar comandados por un guía pero cada quien trabaja por su propia cuenta, son independientes artesanal y económicamente, pueden trabajar en una casa todos reunidos e intercambiar ideas y diálogos.

#### **e) Talleres tradicionales**

(VILLALBA, 2007), pág. 124, dice: “Estos son los que llaman talleres escuela, están dedicados como todos a la producción, pero reciben jóvenes que quieren aprender el oficio y el maestro se da tiempo para enseñar, la didáctica es aprender haciendo.”

En este tipo de talleres reciben a gente joven para que la persona más antigua y con experiencia en la rama le enseñe al alumno y de esta manera contribuir al desarrollo tanto personal como de la parroquia.

### **2.3. CLASIFICACIÓN DE LAS ARTESANÍAS EN SAN ANTONIO DE IBARRA**

Según(VILLALBA, 2007), pág. 125, manifiesta:” San Antonio de Ibarra es un centro artesanal en el cual se puede encontrar las siguientes clases de artesanías.”

### **Escultura en madera**

Este tipo de actividad es muy antigua ya que se formó desde tiempos de la colonización española que trajo consigo los modernos altares situados en las enormes iglesias de ese tiempo, conformados por las hermosas imágenes religiosas talladas, de esta manera se fue plasmando en la imagen de los artesanos toda la creatividad y por eso hoy en día ya se encuentran los famosos tallados de los mendigos los fruteros, etc.

### **Escultura en piedra**

En este tipo de trabajos su materia prima principal es la piedra, este material se lo consigue en las canteras quienes con la ayuda de las aterradoras lluvias traen consigo rocas desde la más pequeña hasta la más grande, una vez conseguido este material inician su labor que consta en esculpir la piedra utilizando herramientas como cinceles, puntas, martillos y combos; estas espectaculares obras son realizadas en forma de percepciones es decir que cogen ideas o conocimientos de otras obras ya realizadas, pero también se ayudan de otros materiales para su elaboración como catálogos, revistas y moldes.

### **Mueblería**

Este tipo de trabajo es muy conocido en San Antonio de Ibarra ya que representa casi el 70% de la población económicamente activa, dedicada a este tipo de trabajos, los diferentes tipos de muebles que se elaboran son netamente artísticos es decir que se combina el tallado del artesano y su creatividad.

Hoy en día los requerimientos de los clientes es muy demandado ya que unos prefieren los modernos, los clásicos con algún tipo de tallado que resalte su belleza en esta parte se combina los muebles clásico de Luis XV y Luis XVI, también cabe mencionar que los clientes optan por los muebles lineales que están de moda.

La madera más preferida por los clientes es el cedro por su durabilidad y contextura pero por la considerable deforestación de este tipo de árboles se encuentran escasos y está prohibida su venta, de este modo la madera a utilizarse

por todos los artesanos que conforman la parroquia de San Antonio es el laurel, este tipo de madera es muy conocida por sus vetas plasmadas en el interior de la madera que al momento de dar sus acabados después de la elaboración del mueble se transforman en una obra de arte.

Los muebles para la elaboración se necesita de mucho tiempo es decir varían de cinco a ocho días dependiendo la dificultad del mismo pero no obstante este tiempo no se cumple por varias razones ya que dependen de otras personas que están a su cargo los cuales colaboran en sus distintas especialidades para la culminación del trabajo.

### **Cerámica**

Se realizan diferentes motivos en cerámica las cuales van desde las macetas, vasijas, floreros, etc. Este tipo de trabajo se lo aprende dentro del hogar va de tradición en tradición

San Antonio de Ibarra es muy conocida por sus diversas actividades económicas destacándose con mayor énfasis la mueblería que es la más famosa dentro de la parroquia por su gran afluencia de comercios.

## **2.4. LA CARPINTERÍA**

Según, (TARABRA, 2009), manifiesta “La carpintería es dar un acabado más especializado al mueble es decir con estructuras y modelos de acuerdo a los caprichos de la moda, la ebanistería busca desarrollar muebles de mejor calidad y diseño.”

La parroquia de San Antonio es muy conocida a nivel nacional como internacional por su gran desarrollo en el arte de la madera de las cuales existen varias ramas de la artesanía siendo la más notable la carpintería. El ebanista o carpintero como comúnmente se lo llama al artesano que con su habilidad en sus manos y con su gran capacidad de crear nuevos modelos debe de estar actualizado a las tendencias del mercado actual y aprovechar al máximo los atributos que

traen consigo la madera como por ejemplo las estructuras veteadas que al teñirles o lacarlas se destacan en su decoración.

## **2.5 LA MADERA**

(OCEANO, 2007), pág. 15 dice: “La madera es el recurso natural más antiguo de que dispone el hombre. En tiempos prehistóricos, mediante el frotamiento de dos palos de madera se consiguió el fuego y desde entonces este material se ha convertido en una parte esencial de la historia de la humanidad: ha proporcionado combustible, herramientas, alimentos, y sobre todo confort a muchos hogares.”

Este tipo de materia prima como es la madera ha desempeñado un papel muy importante dentro de la sociedad ya que ha ayudado para a la transformación de la raza humana descubriendo y dando comodidad al hombre.

### **2.5.1. Preparación de la madera para su manufactura**

Según, (PEÑA, 2007) la preparación de la madera consiste:

#### **Corte o tala**

Los leñadores con hachas o sierras eléctricas cortan el árbol, le quitan las ramas, raíces para que empiece a secarse, usualmente los jornaleros cortan los árboles en invierno y es de suma obligatoriedad dentro de nuestro país y el resto del mundo replantar másárboles que los que se cortan.

#### **Aserrado**

El aserradero divide en trozos el tronco, según el uso que se le vaya a dar después. Suelen usar diferentes tipos de sierra y de esta manera combinan varias técnicas para mejorar la producción.

## **Secado**

Este es el proceso más importante para que la madera este en buen estado, los artesanos suelen utilizar hornos artesanales muy grandes que son a gas o simplemente los colocan las maderas en pilares muy altos con huecos por donde corra el aire pero cuidando de la lluvia y el sol para que la madera no se parte o se moje.

Este es el proceso que se debe seguir para la elaboración del producto empezando con el corte de la madera para luego procesarlo en un aserradero y proceder a su uso.

### **2.5.2 Muebles de estilo clásico**

#### **a) Definición**

Según [www.arquitectura.com.ar/muebles-clasicos](http://www.arquitectura.com.ar/muebles-clasicos) los muebles de estilo clásico define como: “Este tipo de muebles nace de varias definiciones que los demás siglos han ido marcando en la historia del mueble, pero que van reformulando el gusto y la modernidad, como también la habilidad de expresar su libertad en la ingeniería y la imaginación del siglo anterior con el siglo de Luis XV, que van de la mano con el nuevo siglo de Luis XVI, intercambiando sus ideas y gustos por el arte del mueble.”

Los muebles de estilo clásico nace de muchas generaciones es un estilo que viene de los países europeos, el cual ha tenido mucha acogida por su gran belleza, su forma, sus molduras han logrado situarse en el mercado santantonense.

#### **b) Origen**

Según (TARABRA, 2009) “En el siglo de Luis XV la arquitectura del mueble se caracteriza por el tallado inmerso que se encuentra en cada parte

del mueble es decir una consola desde la parte superior hasta la parte inferior talladas o con figuras, y de igual forma en el siglo de Luis XVI solo que más reformulado es decir con toques de curvados y líneas.”

Los muebles de estilo clásico se caracterizan por su gran tallado en los siglos XV y XVI estos eran muy apreciados por sus voluminosas formas, con el presente proyecto se trata de dar vida a los muebles de estilo pero con un toque clásico y moderno que está mezclado con molduras y tallado de forma más moderada.

### c) **Tecnología en la elaboración de muebles de estilo**

Las principales herramientas para la elaboración del mueble son:

### d) **Herramientas manuales**

<http://madera-fina.blogspot.com/2010herramientas-para-hacer-muebles.html> manifiesta: “Las herramientas manuales son por lo general

utensilios que necesitan de la habilidad de las manos para su formación y transformación en el producto.”

- **Formones:** este material es muy importante en la manufacturera del mueble los podemos encontrar en gran variedad de marcas y características, ya que estos están fabricados pensando en el trabajo habitual de carpintería, más exigente en cuanto a la resistencia a los golpes, pero menos en cuanto a la suavidad del corte, sus medidas oscilan entre los 14-18 mm.



- **Cepillo:** consiste en un cepillo de carpintería, que está compuesto por una caja de madera estrecha y de una longitud adecuada para que se pueda coger con una sola mano, que contiene un hierro estrecho y una cuña que le sirve de ajuste.

- **Muñequillas o cepillo de vueltas** son de tamaño pequeño de uso manual y sirve para redondear un copete de silla, etc.

e) **Herramientas eléctricas industriales**

[http://madera-fina.blogspot.com/2010herramientas-para-hacer-](http://madera-fina.blogspot.com/2010herramientas-para-hacer-muebles.html)

[muebles.html](http://madera-fina.blogspot.com/2010herramientas-para-hacer-muebles.html) manifiesta “Estas herramientas son utilizadas comúnmente para acelerar la producción es decir que funcionan o dependen de un motor eléctrico y una fuente de electricidad, de alto voltaje y de esta manera ayudar al artesano a que su proceso de producción sea más rápido entre las cuales encontramos las siguientes:”

- ❖ **La sierra circular:** es una máquina para cortar longitudinal o transversalmente maderas. Dotada de un motor eléctrico que hace girar a gran velocidad una hoja circular, la misma que tiene a un lado un mandril que sirve para hacer huecos en la madera.



- ❖ **La sierra de cinta:** consiste en una hoja de metal dentada altamente flexible que es cortada y soldada de acuerdo al diámetro de los volantes de la máquina herramienta en la que va a ser usada, produciendo el corte por deslizamiento continuo sobre la pieza a cortar, es muy utilizada en los talleres artesanales debido a su útil funcionamiento.



- ❖ **El trompo de carpintería, tupí, o fresadora:** es una máquina herramienta para el trabajo con madera, muy habitual en los talleres. Permite realizar diversas operaciones, como el moldurado y el pulido de molduras.



#### f) Herramientas para tallar

<http://madera-fina.blogspot.com/2010herramientas-para-hacer-muebles.html> manifiesta: “Las principales gubias utilizadas por los tallistas y otros profesionales de la madera se pueden dividir en:

- **Gubias planas:** Parecidas a los formones pero con una leve curvatura que facilita mucho su uso a la hora de la talla.



- **Gubias curvas:** Tienen forma semicircular con radio variado y su uso facilita desbastar de la madera antes de llegar a tocar la forma final deseada.





- **Gubias en vértice, tricantos o con forma de V:** Son como la conjunción de dos formones en un vértice y su uso principal es el de usar la punta de unión como elemento de corte que marca la forma de manera previa, como si se dibujase sobre el boceto del proyecto.



- **Gubias en forma de cuchara:** Como su nombre lo indica su forma recordaría al de una cuchara pero con un extremo recto. Son usadas para la excavación de concavidades en la madera, como en el caso den interior de un cuenco.



## 2.6. CONTABILIDAD DE COSTOS

(CHILQUINGA, 2007), Pág. 5, dice: “Es un sistema contable especial, cuyo objetivo principal es proporcionar los elementos necesarios para el cálculo, control y análisis de los costos de producción de un bien o servicio.”

Este tipo de Contabilidad ayuda a la empresa a organizarse de mejor manera porque permite conocer el costo de producción de un bien o un servicio y de esta manera ayudar al empresario a tomar mejor las decisiones en cuanto al fijar el precio de venta y por ende el manejo de las utilidades de la empresa

### 2.6.1. Fines principales de la contabilidad de costos

- Calcular el costo unitario real del producto terminado
- Evaluación de Inventarios y cálculo de utilidades

- Conocer la importancia de cada uno de los elementos del costo, lo que permitirá tomar decisiones acertadas.
- Fijación de políticas y planeación a largo plazo
- Aumentar o disminuir la línea de fabricación.

### **2.6.2 Materia prima directa**

(CHILQUINGA, 2007) Pág. 9, manifiesta que: “Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado.”

La MPD es todo material que se puede identificar fácilmente en el producto terminado es decir que se puede divisar como por ejemplo la madera.

### **Materia prima indirecta**

(CHILQUINGA, 2007) Pág. 9, manifiesta que: “Estos pueden o no formar parte del producto terminado”

La MPI son todos los materiales que pueden formar o no, formar parte del producto terminado porque no se puede calcular el número de materiales a utilizarse dentro de un producto terminado.

### **2.6.3 Mano de obra directa**

(CHILQUINGA, 2007), Pág.103, manifiesta que: “Es aquella fuerza de trabajo que se identifica con la producción de una orden específica, es decir interviene directamente en la transformación de los materiales en productos terminados”

La MOD es el pilar fundamental dentro de una empresa porque con la ayuda del hombre ya sea utilizando sus manos o manipulando alguna maquina ayuda a la empresa a la transformación de los materiales en productos terminados.

#### **2.6.5. Mano de obra indirecta**

**(CHILQUINGA, 2007) Pág.103**, manifiesta que: “Fuerza de trabajo que interviene indirectamente en la elaboración de un producto”

La MOI se refiere a todo el personal que ayuda a la empresa con la supervisión o administración de la empresa para que marche excelentemente y sin complicación.

### **2.7 LA INVERSIÓN**

#### **2.7.1 Definición de inversión**

**(ORTEGA, 2006), pág. 16, dice:** “La inversión es el conjunto de recursos que se emplean para producir algo, que pueden generar utilidad. Por tanto, el proyecto de inversión es el plan al cual se le asigna recursos de capital y se le proporcionan insumos para generar un bien o un servicio que permita satisfacer una necesidad”

Invertir es aportar a un recurso con fines productivos y de esta manera producir un bien o un servicio con el propósito de satisfacer una necesidad y de esta manera sea seguro y rentable a futuro.

#### **2.7.2 Inversiones a largo plazo**

**(ORTEGA, 2006), pág. 17, dice:** “Son colocaciones de dinero en las cuales una empresa o entidad decide mantenerlas por un periodo mayor a un año o al ciclo de operaciones, contando a partir de la fecha de presentación del balance”

Se dice que las inversiones a largo plazo como su nombre lo dice, se puede colocar dinero en plazos mayores de un año o dos.

## **2.8 LOS PROYECTOS**

### **2.8.1 Definición de proyecto.**

(ORTEGA, 2006) pág. 16, dice: “Un proyecto es el conjunto de actividades independientes orientadas al logro de un objetivo específico en un tiempo determinado y que implica la asignación de recursos de inversión”

Los proyectos de inversión aglomeran un conjunto de ideas, datos, cálculos específicos, diseños gráficos, los costos y gastos que han de emplearse en dicho proyecto con el fin de saber los beneficios que habrán de obtenerse en dicha idea.

### **2.8.2 El ciclo de vida en los proyectos**

(FLORES, 2010), Pag.13, dice: “Elaborar el estudio de pre factibilidad y factibilidad para saber si es viable o no la idea inicial y en qué condiciones se deberá poner en ejecución para obtener los objetivos propuestos”

#### **Pre inversión**

Se define claramente las necesidades a satisfacer para luego buscar alternativas de solución, y de esta manera evaluar el proyecto para saber si es factible o no.

#### **Inversión**

Se comienza con la búsqueda de los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto

#### **Operación**

En esta etapa es cuando el proyecto comienza a ser una realidad.

#### **Evaluación**

Después de todos los pasos a seguir en esta parte del proceso el inversionista deseara saber todos los beneficios que tuvo el proyecto como son la rentabilidad del mismo.

## **2.9 ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.9.1 Definición**

(SAPAG, 2008), pág. 26, dice:” El Estudio de Mercado es más que el análisis y la determinación de la Oferta y la Demanda o de los precios del proyecto.”

El estudio de Mercado es cada vez más complejo es por esa razón que el producto entregado debe de ser de calidad para poder llegar a la satisfacción del cliente y de esta manera ser conocida como una microempresa líder, de la misma manera es el más importante porque permite visualizar la viabilidad del proyecto

### **2.9.2 Demanda**

(FLORES, 2010) pág. 36, dice: “La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio.”

La Demanda consiste en la relación entre las cantidades y los precios que los consumidores están de acuerdo a adquirirlos, para ello se buscan datos históricos que permitan analizar la demanda.

### **2.9.3 Oferta**

(FLORES, 2010), pág. 43, dice:” No es fácil estimar la oferta en un plan de negocios determinado, por cuanto la información generalmente se encuentra en poder las empresas competidoras.”

La oferta es la cantidad de servicios o productos que se ofrecen en el mercado, con sus diferentes precios y aun determinado tiempo

#### **2.9.4 Precio**

(FLORES, 2010), pág. 44, dice: “El precio es el resultante del comportamiento de la oferta y la demanda.”

Es el valor financiero que se le da a un bien o servicio para su comercialización con el fin de obtener una ganancia.

#### **2.9.5 La comercialización**

(FLORES, 2010), pág. 44, dice: “En la comercialización se tiene en cuenta las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, los mecanismos de promoción y publicidad.”

La comercialización de un producto exige conocimiento del mercado, destino, experiencia y recursos, la estrategia de introducción al mercado.

### **2.10 EVALUADORES FINANCIEROS**

#### **2.10.1 Valor actual neto VAN**

(SAPAG, 2008), pág. 321, dice: “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual”

El VAN es el que nos permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados al año cero, también incluye las inversiones estas podrían ser aconsejables si su VAN es positivo, en el caso de que sea negativo el proyecto se deberá rechazar porque no es rentable de tal manera que generaría pérdidas.

### **2.10.2. Tasa interna de retorno (TIR)**

Según, <http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-concepto/> (2009), manifiesta: “La tasa interna de retorno o rentabilidad (TIR) de una inversión está definida como la tasas de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero.”

La TIR es la tasa que aplicada a la actualización de la inversión y de los ingresos netos de cada periodo del proyecto, igualen a los valores actualizados.

### **2.10.3. Periodo de recuperación**

(ORTEGA, 2006), pág. 309, dice: “El método de periodo de recuperación, conocido también como método de reembolso, tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada en él.”

Este método es muy útil para los proyectos de inversión su periodo de recuperación varía de acuerdo a los años transcurridos o el plazo que se fije la empresa para su recuperación.

### **2.10.4 Relación costo-beneficio**

(SAPAG, 2008), pág. 278, dice: “El análisis del costo-beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”

Esta refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y gastos.

### **2.10.5. Punto de equilibrio**

(CHIAVENATO, 2007), pág. 115, señala: “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde”

El punto de equilibrio es cuando los beneficios son iguales a cero, lo que significa que el margen de contribución está destinado para absorber los costos fijos, también se define que lo que queda bajo el punto de equilibrio es pérdida y lo que queda sobre el son ganancias.

## **2.11. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### **2.11.1. Organigrama**

Según [http://igestion20.com/organigramas-conceptos-funciones/\(2011\)](http://igestion20.com/organigramas-conceptos-funciones/(2011)) manifiesta “Los organigramas son funciones que representan gráficamente y de manera simplificada la estructura formal que posee una organización”

Los organigramas dentro de la organización muestran las funciones y las relaciones que existen entre sí para tener una mejor comunicación conforme lo indica el orden jerárquico.

### **2.11.2. Misión**

(CHIAVENATO, 2007), pág. 254, manifiesta: “La misión es la razón de su existencia, es la finalidad o motivo de creación de la organización, y a la que se debe servir.”

La misión es la razón de ser de la empresa definiendo su propósito con la sociedad y la organización.



### 2.11.3. Visión

Según [www.gestiopolis.com/](http://www.gestiopolis.com/) (2009) manifiesta: “La visión es la capacidad de ver más allá en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con todos los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar”.

La visión se refiere a lo que la empresa desea ser a futuro, con respecto a su organización.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

#### **3.1 Presentación**

La parroquia de San Antonio es muy conocida en todo el Ecuador como en el exterior, por su gran predominio en la madera, sus esculturas, pinturas, artesanías, y muebles, son muy cotizados en varios lugares del mundo.

La industria de los muebles se inició con la apertura de artesanías hechas a mano para luego dar paso a las manufactureras en donde empezaban a fabricar los primeros muebles y con esto dando lugar a los pequeños almacenes que llenaron de pasión y buen gusto con la única finalidad de transmitir paz y bienestar en cada uno de los hogares.

A pesar de las tendencias de la industrialización, varias de las manufactureras se definen en el mercado actual por seguir un proceso de producción artesanal con hábiles artesanos que ofrecen sin lugar a duda un excelente producto.

El taller artesanal Santacruz Rosales es una pequeña unidad productiva, que a lo largo de su trayectoria comercial, ha logrado obtener una participación importante en un mercado saturado de comercios formales e informales, que se dedican a una actividad comercial similar; desea implementar un modelo de negocios cuya estrategia está destinada a identificar y administrar las relaciones en aquellos clientes más valiosos para la microempresa, trabajando diferentemente en cada

una de ellos, de tal forma poder mejorar la efectividad sobre los clientes, brindando un buen servicio y un producto de calidad

En este capítulo se hablara del análisis de la oferta, la demanda, precios, competencia, publicidad y canales de comercialización en lo que se refiere a la producción de muebles de estilo clásico en la parroquia de San Antonio perteneciente al cantón Ibarra

Este análisis nos ayudará a proyectar variables futuras como la demanda y la participación del mercado, las cuales pasan a ocupar un papel preponderante al momento de evaluar económicamente el proyecto.

En la presente investigación se utilizaron varias técnicas de investigación, como las encuestas aplicadas a fuentes de información primaria quienes fueron nuestra competencia y nuestros demandantes para así conseguir información cuantitativa.

## **3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.2.1 Objetivo general**

Examinar el mercado que permita cuantificar la oferta y la demanda de los productos que ofrece el proyecto, en el barrio bellavista bajo de la parroquia de San Antonio

### **3.2.2 Objetivos específicos**

- Determinar la demanda real que tiene el sector artesanal de la parroquia de San Antonio
- Identificar la oferta actual de la producción de muebles de madera en la parroquia de San Antonio.

- Establecer estrategias de comercialización que permitan identificar costos y calidad del producto en un mercado saturado de comercios formales e informales
- Determinar las principales características que tiene el producto

### **3.3. VARIABLES**

**Variable 1** Demanda

**Variable 2** Oferta

**Variable 3** Estrategias de comercialización

**Variable 4** Producto

### **3.4. INDICADORES**

#### **3.4.1 Variable 1 Demanda**

**Indicador 1** Requisición de compra

**Indicador 2** Producto más vendido

**Indicador 3** Abastecimiento del producto

**Indicador 4** Utilidad o ganancia

**Indicador 5** Calidad del producto

#### **3.4.2 Variable 2 Oferta**

**Indicador 1** Tipos de productos

**Indicador 2** Maquinaria

**Indicador 3** Capacitación del personal

**Indicador 4** Competencia

**Indicador 5** Financiamiento de la producción

**Indicador 6** Rentabilidad

### **3.4.3. Variable 3 Estrategias de comercialización**

**Indicador 1** Atención del servicio

**Indicador 2** Control de calidad

**Indicador 3** Entrega del producto

**Indicador 4** Asesoramiento del producto

**Indicador 5** Publicidad

**Indicador 6** Precio

### **3.4.4. Variable 4 Características del producto**

**Indicador 1** Diseño

**Indicador 2** Modelo

**Indicador 3** Estilo

**Indicador 4** Comodidad

**Indicador 5** Accesorios

### 3.5. MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

#### CUADRO N° 13

#### MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACION
a) Determinar la demanda real que tiene el sector artesanal de la parroquia de San Antonio	Demanda	-Requisición de compra -Producto más vendido -Abastecimiento del Producto -Utilidad o ganancia -Calidad del producto	-Investigación de Campo -Información Primara	-Encuesta
b) Identificar la oferta actual de la producción de muebles de madera en la parroquia de San Antonio.	Oferta	-Tipos de productos -Maquinaria -Capacitación -Competencia -Financiamiento de la producción -Rentabilidad	- Investigación de Campo  -I Información Primara	-Encuesta
c) Establecer estrategias de comercialización que permitan identificar costos y calidad del producto en un mercado saturado de comercios formales e informales	Estrategias de Comercialización	-Servicio -Control de calidad -Entrega del producto -Asesoramiento del producto -Publicidad -Precio	- Investigación de Campo  - Información Primara	-Encuesta
d) Determinar las principales características que tiene el producto	Producto	-Diseño -Modelo -Estilo -Comodidad -Accesorios	- Investigación de Campo - Información Primara	-Encuesta

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

## **3.6. MECÁNICA OPERATIVA**

### **3.6.1 Identificación de la población en estudio**

La presente investigación tiene por objetivo tomar en cuenta a toda la población económicamente activa como son los pequeños productores de muebles (Talleres) de la Parroquia de San Antonio y comerciantes de muebles (locales comerciales).

### **3.6.2 Determinación de la muestra**

La población conformada por el propietario de la pequeña industria ubicado en el barrio bellavista bajo de la parroquia de San Antonio, con los respectivos productores y comerciantes de muebles por ser una población menor a 100 se procederá aplicar la técnica del censo.

Por esta razón se acudió a la Asociación de Artesanos de San Antonio de Ibarra y al Ilustre Municipio de Ibarra para disponer de un listado de los talleres artesanales dedicados a la producción de muebles y locales comerciales dedicados a la comercialización de muebles, pero son muy pocos los que se encuentran legalmente registrados.

En la asociación de artesanos no tienen actualizada la nómina de artesanos calificados a pesar que muchas personas se dedican a la producción de muebles sin tener el título de artesanos calificados sino simplemente la experiencia y la falta de recursos económicos les conlleva a establecer un taller, razón por la cual me permití hacer un contacto con los presidentes de cada barrio que conforma la parroquia de San Antonio y realizar una observación de campo y directa.

#### **a) Talleres artesanales**

El tamaño de la muestra es de 80 talleres artesanales dedicados a la producción de muebles entre los cuales están:

**CUADRO N° 14**  
**TALLERES DEDICADOS A LA PRODUCCIÓN DE MUEBLES EN SAN**  
**ANTONIO**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>UNIDAD DE ANALISIS</b>	<b>TALLERES</b>	<b>TECNICAS A UTILIZAR</b>
<b>Barrio Bellavista Bajo</b>	Artesanos	1	Censo
<b>Ciudadela Andrea Tobar</b>	Artesanos	2	Censo
<b>Ciudadela José Tobar</b>	Artesanos	3	Censo
<b>Barrio La Cruz</b>	Artesanos	4	Censo
<b>Barrio Los Soles</b>	Artesanos	6	Censo
<b>Barrio Moras</b>	Artesanos	3	Censo
<b>Barrio Norte</b>	Artesanos	4	Censo
<b>San Agustín</b>	Artesanos	4	Censo
<b>Barrio Pucahuayco</b>	Artesanos	3	Censo
<b>Barrio Santa Clara</b>	Artesanos	6	Censo
<b>San Isidro de Tanguarín</b>	Artesanos	17	Censo
<b>Barrio Sur</b>	Artesanos	2	Censo
<b>Barrio Central</b>	Artesanos	5	Censo
<b>Vista Hermosa</b>	Artesanos	2	Censo
<b>Guayllabamba</b>	Artesanos	1	Censo
<b>Las Orquídeas</b>	Artesanos	3	Censo
<b>San Miguel de Bellavista</b>	Artesanos	3	Censo
<b>Barrio San Vicente</b>	Artesanos	1	Censo
<b>Santo Domingo de Guzmán</b>	Artesanos	8	Censo
<b>Barrio San Juan de Israel</b>	Artesanos	2	Censo
<b>TOTAL:</b>		80	

Fuente: Presidentes de los barrios

Elaborado por: La Autora

En cada barrio se averiguó más o menos cuántos talleres artesanales se dedican a la producción de muebles como el Ilustre Municipio de Ibarra y la junta de artesanos no tiene un dato real se procedió a realizar un estudio de campo en cada sector, con la ayuda de cada representante barrial, cabe recalcar que de los 80 talleres



artesanales son pocos los que se dedican a la producción de muebles de estilo clásico en las encuestas realizadas se determinó que son 20 los fabricantes del producto en mención que se dedican a esta rama de la industria.

**b) Locales comerciales**

Es necesario definir que nuestros clientes directos serán los diferentes almacenes de la parroquia de San Antonio existen 30 locales comerciales distribuidos en todo el centro de la zona, esta información fue brindada por el Ilustre Municipio de Ibarra, locales que se encuentran con sus respectivas patentes, estos son:

**CUADRO N° 15**

**LOCALES COMERCIALES DEDICADOS A LA VENTA DE MUEBLES  
PARA EL HOGAR EN SAN ANTONIO DE IBARRA**

<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN SAN ANTONIO DE IBARRA DEDICADOS A LA COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
LO MEJOR EN MUEBLES NELLY	27 NOVBR 01-017
ARTC.CALIF MUEBLES EL ARTESANO	27 NOVBR 01-045
VENT MUEBLES MOBITALL 3	27 NOVBR 01-100
MUEBLES ORTIZ	27 NOVBR 01-116
GALERIA DE MADERA 2	27 NOVBR 01-121
IMBAMUEBLES FABRICACION Y VENTA MUEBLES	27 NOVBR 01-164
VENTA DE MUEBLES BTAVIA	27 NOVBR 02-007
VENTA DE MUEBLES	27 NOVBR 02-018
ART.CALIF DETALLES MUEBLES	27 NOVBR 02-042
VENTA DE MUEBLES	27 NOVBR 02-045
VENTA DE MUEBLES GEANELLA	27 NOVBR 02-052
ART.CALIF MUEBLEAR	27 NOVBR 02-069
TERC.EDAD FABRICACION Y VENTA DE MUEBLES CREARTE	27 NOVBR 02-112
FABRICACION MUEBLES Y VENTA	27 NOVBR 03-011
FABRICACION Y VENTA DE MUEBLES MAEL DECORAMOS TU ESPACIO	27 NOVBR 03-021
MUEBLES LA EXCELENCIA	27 NOVBR 03-029
ART.CALIF VENTA DE MUEBLES DECORMADE	27 NOVBR 03-037
MUEBLES CLASSIC	27 NOVBR 03-063
ARTC.CALIF VENTA Y FABRICACION DE MUEBLES	27 NOVBR 03-065
VENTA DE MUEBLES	27 NOVBR 04-008
ART.CALIF MUEBLES Y ARTESANIAS	27 NOVBR 04-036
VENTA DE MUEBLES/ARTESANIAS	27 NOVBR 05-045
ART.CALIF FABRICACION DE MUEBLES EN MADERA	BOLIVAR 01-77
ARTC.CALIF FABRICACION DE MUEBLES EL PALACIO DEL MUEBLE	BOLIVAR 02-07
MUEBLERIA EL CEDRO	BOLIVAR 06-27
MUEBLES Y ARTESANIAS SAN ANTONIO	BOLIVAR 06-47
LO MEJOR EN MUEBLES NELLY	BOLIVAR 06-77 Y HERMANOS MIDEROS
ART.CALIF ELABORACION Y VENTA DE MUEBLES	C POMPEYO 2-46
GALERIA EDIV VENTA DE MUEBLES Y ARTESANIAS	L E CEVALLOS 6-004
VENTA DE MUEBLES RAMDES	SUCRE 02-079

**Fuente:** Ilustre Municipio de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora

Como el cuadro lo indica la mayoría de locales comerciales se encuentran en la calle 27 de noviembre junto a estas calles se encuentra el parque Eleodoro Ayala

en donde muchos comerciantes exponen sus productos a los turistas, estos 30 almacenes tienen el agrado de prestar sus servicios al público ofreciendo un producto bueno, elegante y de calidad.

### **3.6.3. Información primaria**

#### **Encuestas**

Las encuestas fueron diseñadas sobre la base de las variables, siendo estas el resultado de una investigación de campo de lo que se considera más relevante las que fueron dirigidas a las personas involucradas las cuales fueron aplicadas a todos los productores de muebles de la Parroquia de San Antonio del Cantón Ibarra y a los locales comerciales de la misma Parroquia.

## **3.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

### **3.7.1 Encuesta aplicada a los productores de muebles de estilo clásico**

El modelo de encuesta dirigida a los productores de muebles se realizó de manera eficiente y los resultados están claramente definidos, los gráficos nos muestran clara y dinámicamente las respuestas de cada una de las preguntas, dando un total de 80 personas encuestadas, cabe mencionar que los 80 artesanos se dedican a la fabricación de muebles, pero estos se caracterizan por ser modernos, lineales, de estilo entre otros de los cuales son 20 los fabricantes de muebles de estilo clásico al que el proyecto se trata, a continuación se detalla nuestra competencia real.

Cabe recalcar que en algunas respuestas se eligen más de una opción razón por la cual se altera el resultado total.

## 1. ¿A qué mercado está destinado su producto?

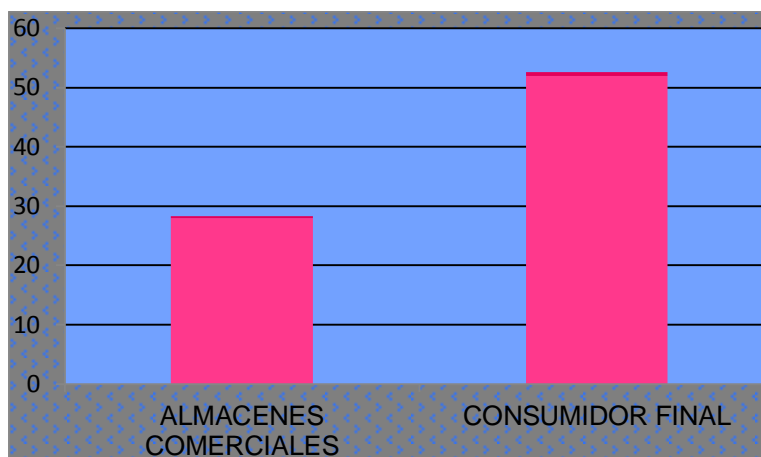
**CUADRO N° 16**  
**MERCADO DE DESTINO**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacenes comerciales	28	35%
Consumidor final	52	65%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°1**  
**MERCADO DE DESTINO**



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

La mayoría de encuestados concuerdan que su producción está destinada al consumidor final y una minoría a los almacenes comerciales definiendo cuál es nuestra competencia.

## 2. ¿Qué estilo de muebles es el que más realiza en su taller artesanal?

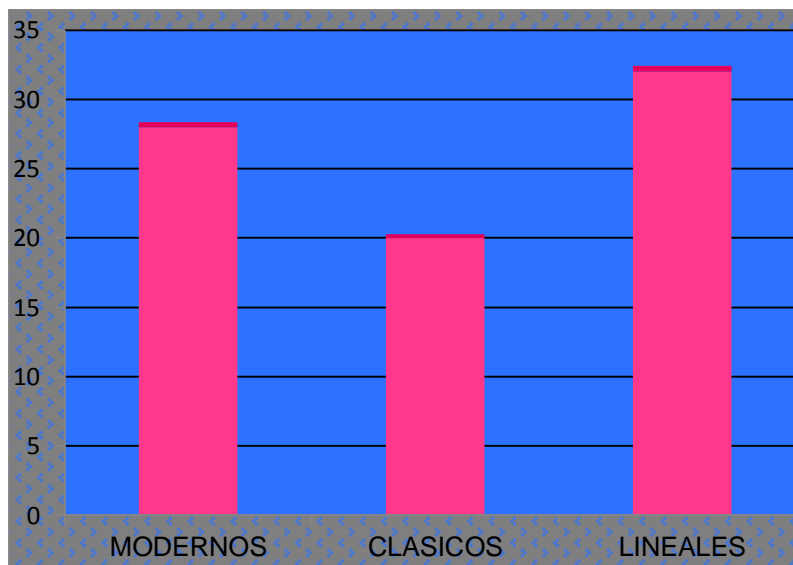
**CUADRO N° 17**  
**ESTILO DE MUEBLES**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Modernos	28	35.00%
Clásicos	20	25.00%
Lineales	32	40.00%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 2**  
**ESTILO DE MUEBLES**



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

### ANALISIS

La mayoría de artesanos concuerdan en que los muebles lineales son los que más elaboran y los muebles clásico son una minoría siendo nuestra competencia real que se dedican a la producción de los mismos la cual es de mucha utilidad al proyecto en marcha para poder determinar su calidad, cantidad, y su mercado meta.

**OBSERVACIÓN:-** Si su producción son muebles de estilo clásico y está destinada a los almacenes comerciales, pase a la siguiente pregunta.

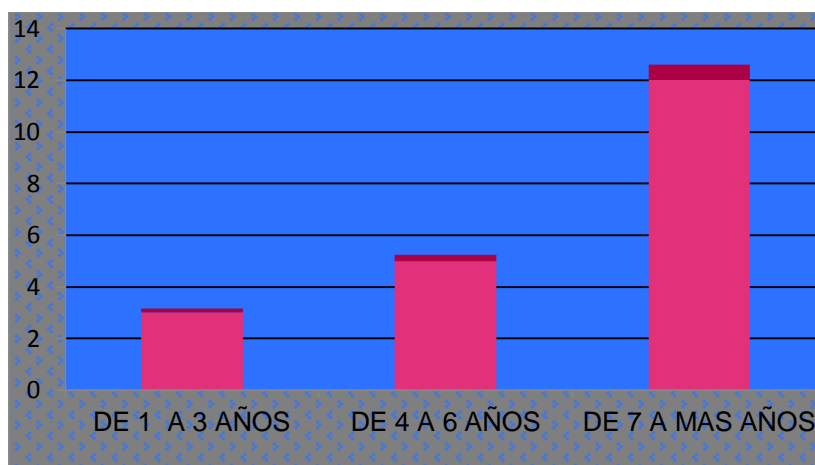
**3. ¿Desde hace que tiempo usted se dedica a la fabricación de muebles de estilo clásico en su taller artesanal?**

**CUADRO N° 18**  
**TIEMPO DE FABRICACIÓN DE MUEBLES**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 3 años	3	15.00%
De 4 a 6 años	5	25.00%
De 7 en adelante	12	60.00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los Productores de Muebles  
**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N°3**  
**FABRICACIÓN DE MUEBLES**



**Fuente:** Encuestas a los Productores de Muebles  
**Elaborado por:** La Autora

## ANÁLISIS

Se puede concluir que la mayoría de artesanos tienen sus talleres artesanales con más tiempo mientras que una minoría está empezando abrir mercado, se podría caer en cuenta los posibles competidores por los años de antigüedad.

#### 4. ¿Qué variedad de muebles clásicos sobresale en su taller?

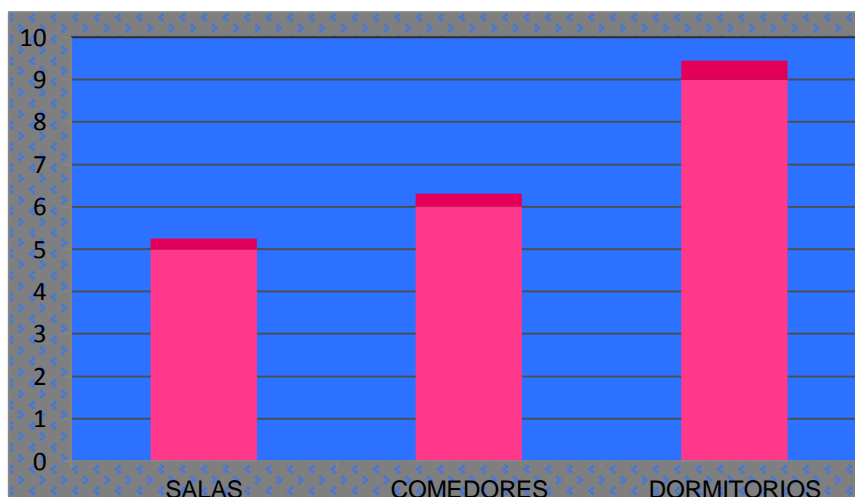
**CUADRO N° 19**  
**VARIEDAD DE MUEBLES SOBRESALE EN EL TALLER**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Juegos de sala	5	25.00%
Juegos de Comedor 6 puestos	6	30.00%
Juegos de dormitorios 2plazas 1/2	9	45.00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°4**  
**VARIEDAD DE MUEBLES**



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

#### ANÁLISIS

La mayoría de oferentes argumenta que los más comercializados son los dormitorios, siguiéndole los comedores y con menos acogida los juegos de sala. Información mediante la cual se podría determinar cuál sería el producto más realizado por la manufacturera.

5. ¿Qué tipo de maquinaria utiliza más para la realización de sus muebles de estilo clásicos?

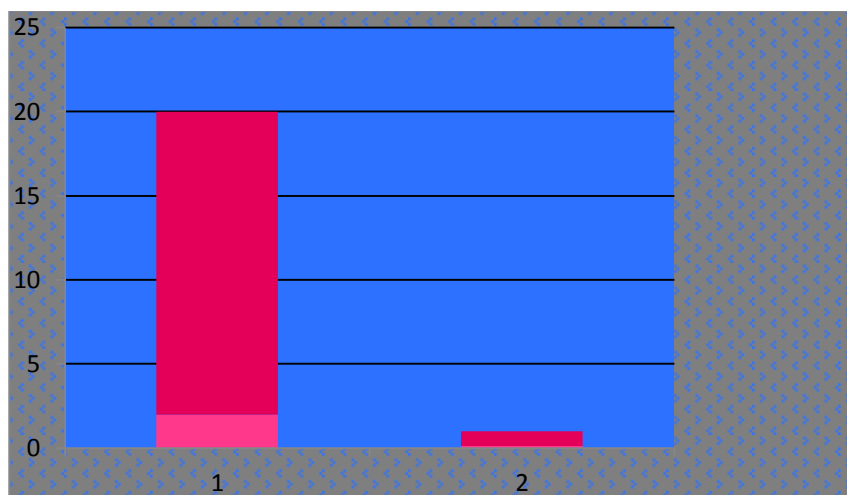
**CUADRO N° 20**  
**TIPO DE MAQUINARIA**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Industrial	2	10.00%
Artesanal	18	90.00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°5**  
**TIPO DE MAQUINARIA**



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

La maquinaria más utilizada por los Oferentes son las artesanales las que se utiliza o manipula con las manos siguiéndole las industriales estas se las utiliza juntas a pesar de su espacio cuentan con maquinaria necesaria para la fabricación del producto final la pequeña industria desea con la ampliación del taller contar con maquinaria de primera para que sus operaciones sean más rápidas y eficientes.



6. ¿Realiza un control de calidad en la elaboración de sus productos (fases básicas de la producción)?

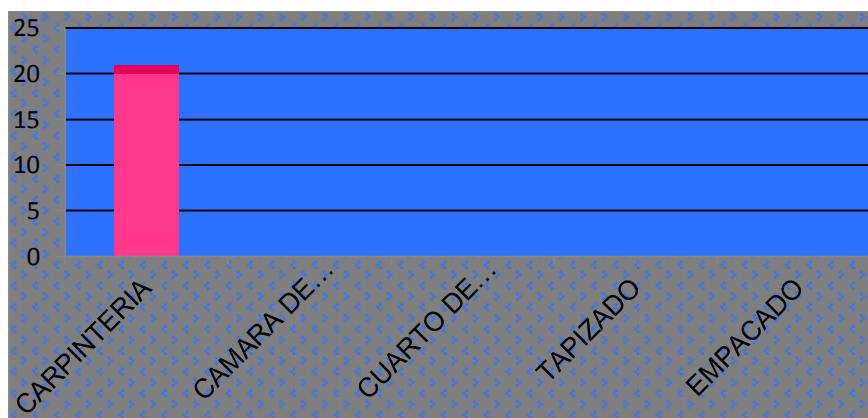
**CUADRO N° 21**  
**CONTROL DE CALIDAD EN PRODUCTOS**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Carpintería	20	100.00%
Cámara de lacado	0	0.00%
Cuarto de secado	0	0.00%
Tapizado	0	0.00%
Empacado	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°6**  
**CONTROL DE CALIDAD**



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

Todos los productores concuerdan que la carpintería es la fase básica dentro de sus talleres por su espacio, maquinaria, presupuesto, el proyecto desea implementar nueva maquinaria para que la producción no sea a escala.

7. ¿Con que frecuencia se capacita al personal en la producción de muebles de estilo clásico?

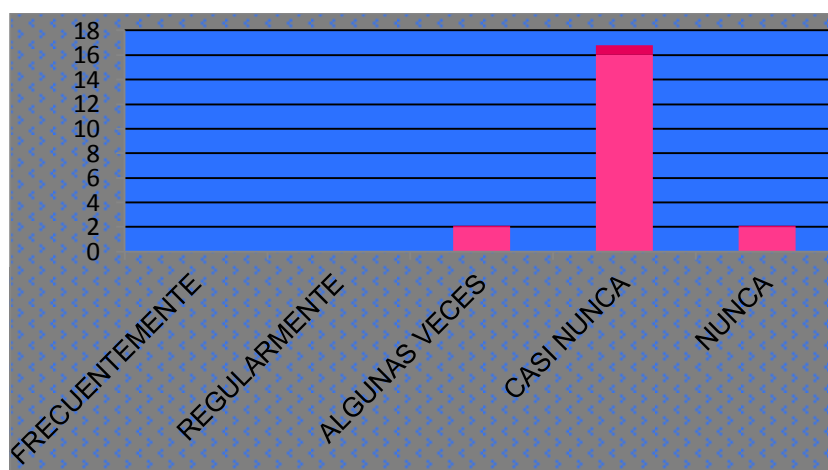
**CUADRO N° 22**  
**CAPACITACIÓN AL PERSONAL EN PRODUCCIÓN**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frecuentemente	0	0.00%
Regularmente	0	0.00%
Algunas veces	2	10.00%
Casi nunca	16	80.00%
Nunca	2	10.00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°7**  
**CAPACITACIÓN DEL PERSONAL**



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

Los pequeños productores afirman que jamás han capacitado a su personal, simplemente les han impartido las enseñanzas adquiridas de ellos la pequeña industria cuenta con la carpintería el lacado, el empacado y lo único que realiza con personas de otra parte es el tapizado para poder entregar un producto acabado al consumidor.

## 8. ¿Cuántos juegos de muebles de estilo clásico fabrica mensualmente?

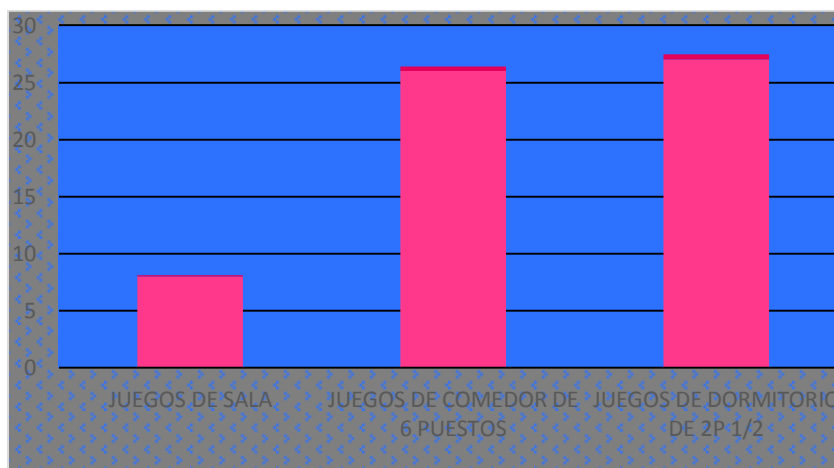
**CUADRO N° 23**  
**FABRICACIÓN DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Juegos de sala	8	13,11%
Juegos de comedor de 6 puestos	26	42,62%
Juegos de dormitorio de 2plazas 1/2	27	44,26%
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°8**  
**FABRICACIÓN DE MUEBLES**



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

La mayoría de productores concuerdan que fabrican mensualmente un total de 1 a 3 productos mensualmente entre estos juegos de sala, comedor o dormitorios, con esta información se puede determinar que la producción de la competencia es menor a la que el taller se propone alcanzar.

## 9. ¿Mantiene un registro de sus ventas?

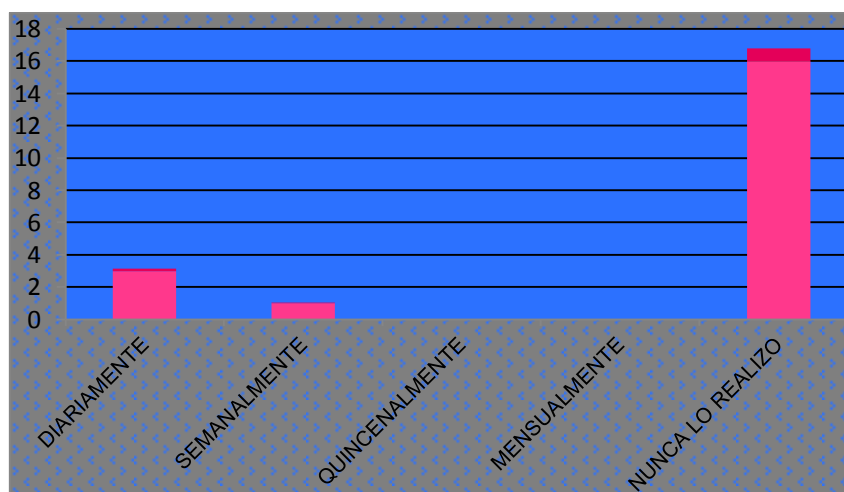
**CUADRO N° 24**  
**REGISTRO DE VENTAS**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	3	15.00%
Semanalmente	1	5.00%
Quincenalmente	0	0.00%
Mensualmente	0	0.00%
Nunca lo realizo	16	80.00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°9**  
**REGISTRO DE VENTAS**



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

Los oferentes afirman que jamás han realizado un registro de sus ventas sino simplemente ellos lo hacen escribiendo en un cuaderno lo que compran y más o menos cuál sería su ganancia, la pequeña unidad productiva pretende implementar un control de costos y gastos para su debida información contable.

10. ¿Planifica el financiamiento de la producción?

CUADRO N° 25

FINANCIAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN

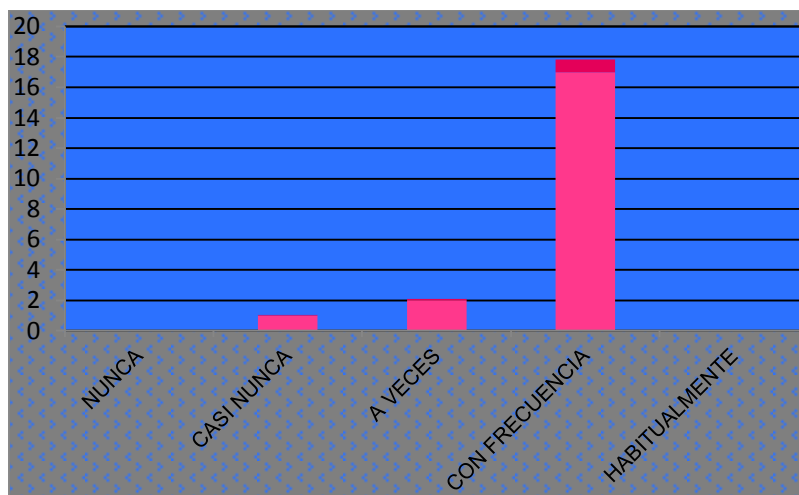
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00%
Casi nunca	1	5.00%
A veces	2	10.00%
Con frecuencia	17	85.00%
Habitualmente	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°10

FINANCIAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Realmente los pequeños productores afirman que con frecuencia planifican su financiamiento es decir trabajan con la mitad del precio establecido en la obra para poder laborar y comprar los materiales, la pequeña industria pretende tener un capital para de esta manera poder distribuir ingresos y gastos.

**11. ¿Las ganancias que obtiene por la venta de los muebles de estilo clásico son?**

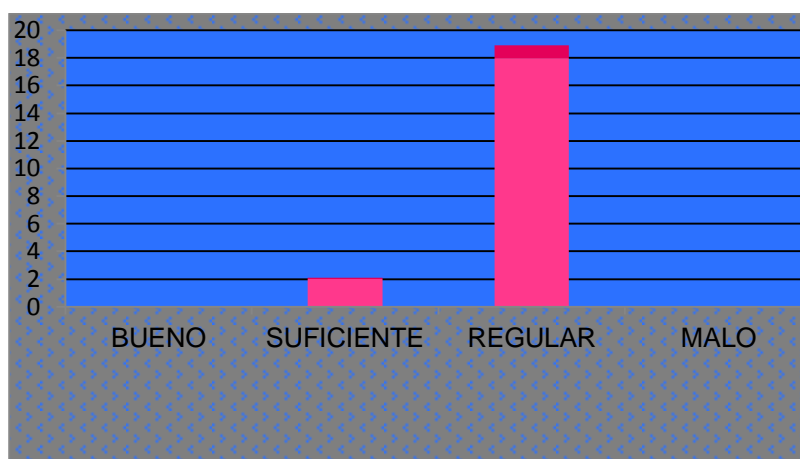
**CUADRO N° 26**  
**GANANCIA POR VENTA DE MUEBLES**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	0	0.00%
Suficiente	2	10.00%
Regular	18	90.00%
Malo	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°11**  
**GANANCIA POR MUEBLES**



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS**

La mayoría de los artesanos argumentan que la ganancia en la fabricación de los muebles es regular y les ayuda a solventar lo que es gastos de alimentación, estudio y demás cosas pero para reinvertir en algo necesario para el taller no, ellos viven al diario y con lo justo, de esta manera la pequeña industria tendría que tener un capital con la ayuda de préstamos a las entidades financieras para poder financiar el trabajo que le otorguen.

12. ¿Cuál es el costo de venta al comerciante en lo que se refiera a muebles de estilo clasico?

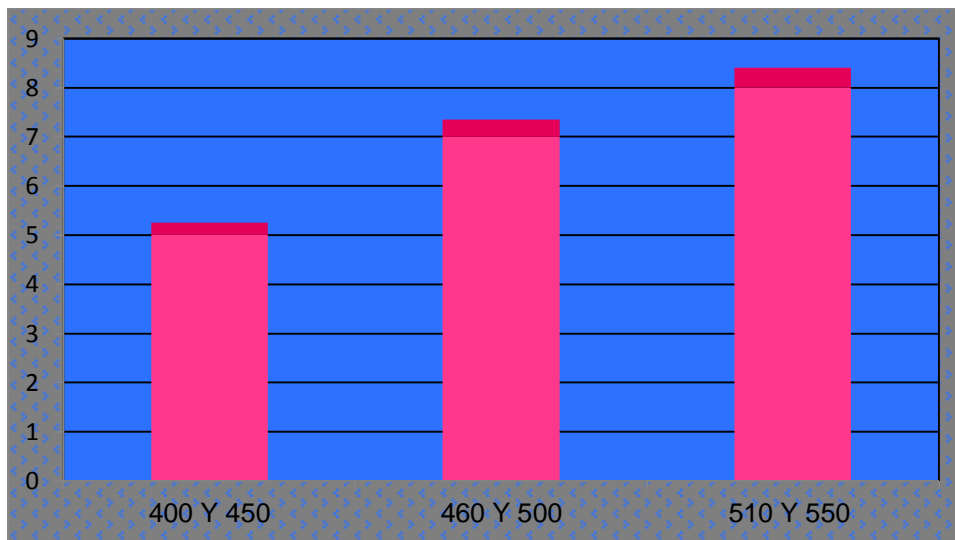
**CUADRO N° 27**  
**COSTO DE VENTA AL COMERCIANTE JUEGOS DE COMEDOR**  
**Juegos de comedor de estilo clasico 6 puestos**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
400 Y 450	5	25.00%
460 Y 500	7	35.00%
510 Y 550	8	40.00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°12**  
**COSTO DE VENTA AL COMERCIANTE JUEGOS DE COMEDOR**



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS

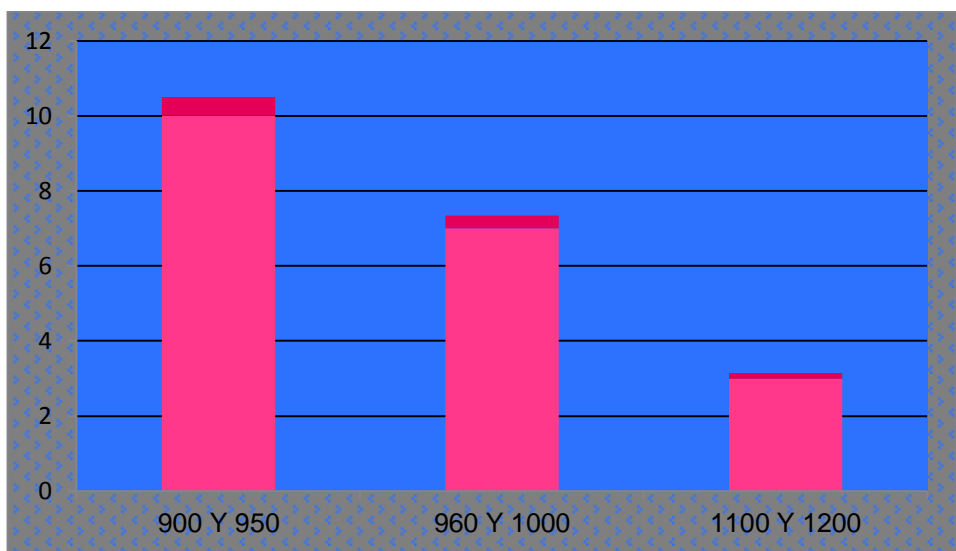
Se puede deducir que la mayoría de productores ofertan su producto entre 610 y 650 y una minoría a precios más bajos. Información relevante para estar al tanto del precio de la competencia.

**CUADRO N° 28**  
**COSTO DE VENTA AL COMERCIANTE JUEGOS DE SALA**  
**Juegos de sala de estilo clasico**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
900 Y 950	10	50.00%
960 Y 1000	7	35.00%
1100 Y 1200	3	15.00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles  
 Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°13**  
**COSTO DE VENTA AL COMERCIANTE JUEGOS DE SALA**



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles  
 Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS

Los juegos de sala según los productores son comercializados en su mayoría entre \$1110 y \$1200 y con un minoría a precios mas bajos.



### CUADRO N° 29

#### COSTO DE VENTA AL COMERCIANTE JUEGOS DE DORMITORIO

Juegos de dormitorio de estilo clasico 2plazas ½

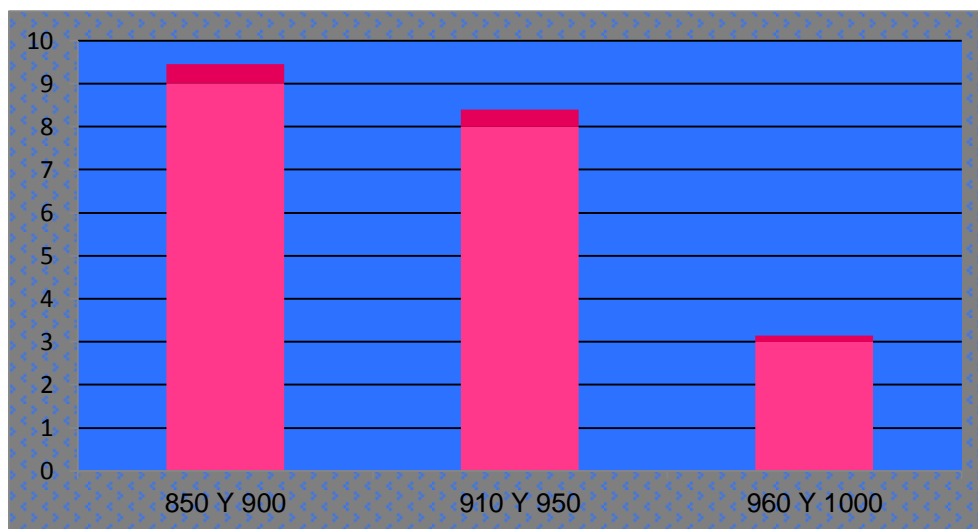
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
850 Y 900	9	45.00%
910 Y 950	8	40.00%
960 Y 1000	3	15.00%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

### GRÁFICO N°14

#### COSTO DE VENTA AL COMERCIANTE JUEGOS DE DORMITORIO



Fuente: Encuestas a los Productores de Muebles

Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS

Los dormitorios son comercializados según los productores a un precio de \$1060 y \$1100 dólares al comerciante, de esta manera en el presente proyecto se podrá diferenciar nuestros precios con los de la competencia y así poder determinar cuál será el costo real al consumidor.

### 3.7.2 Modelo de encuesta dirigida a los comerciantes de muebles

La encuesta dirigida a los comerciantes de muebles tuvo un gran acogimiento ya que los resultados obtenidos fueron muy satisfactorios y sin ningún contratiempo, los encuestados fueron los almacenes de la parroquia dando un total de 30 comerciantes encuestados, cabe mencionar que de los 30 solo 16 adquieren sus productos a los productores de muebles y los demás tienen sus propios talleres.

#### 1.- ¿Usualmente a quién adquiere los muebles de estilo clásicos?

**CUADRO N° 30**

#### **ADQUISICIÓN DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO COMERCIANTE**

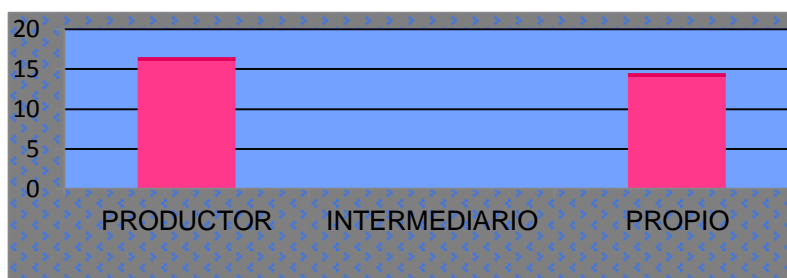
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Productor	16	53.33%
Intermediario	0	0.00%
Propio	14	46.67%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°15**

#### **ADQUISICIÓN DE MUEBLES**



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

#### **ANÁLISIS**

Generalmente la mayoría de los demandantes adquieren su producto para la venta a los productores de muebles porque trabajan bajo catálogo y sus precios que son más cómodos a diferencia de un mayorista, es decir que se puede tener una ganancia moderada, de esta manera la información sirve para darnos cuenta cual es nuestro mercado real al que tendrá que regirse dicho proyecto.

**OBSERVACIÓN:** Si usted adquiere sus productos de muebles de estilo clásico al fabricante siga a la siguiente pregunta.

**2.- ¿Cuál es el producto de juegos de muebles clásico que usted más vende?**

**CUADRO N° 31**

**VENTA DE MUEBLES DE ESTILO CLASICO**

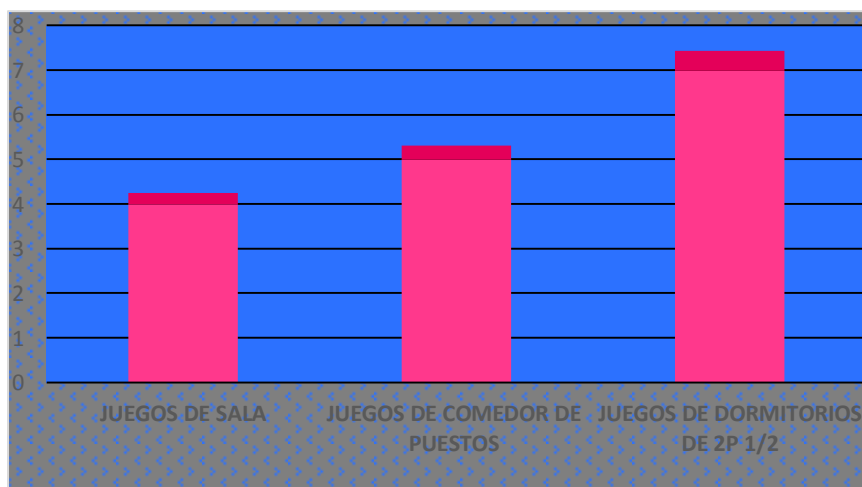
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Juegos de sala	4	25,00%
Juegos de comedor de 6 puestos	5	31,25%
Juegos de dormitorios de 2plazas 1/2	7	43,75%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°16**

**VENTA DE MUEBLES CLASICOS**



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS**

Los demandantes concuerdan que el producto más vendido son los dormitorios porque un hogar empieza adquirir productos de primera necesidad como es un dormitorio, esto nos servirá para tomar en cuenta cual es el producto más demandado en el mercado.

### 3.- ¿Cuántos juegos de muebles de estilo clásico vende al mes entre ellos?

CUADRO N° 32

#### CANTIDAD DE VENTA DE MUEBLES CLÁSICOS

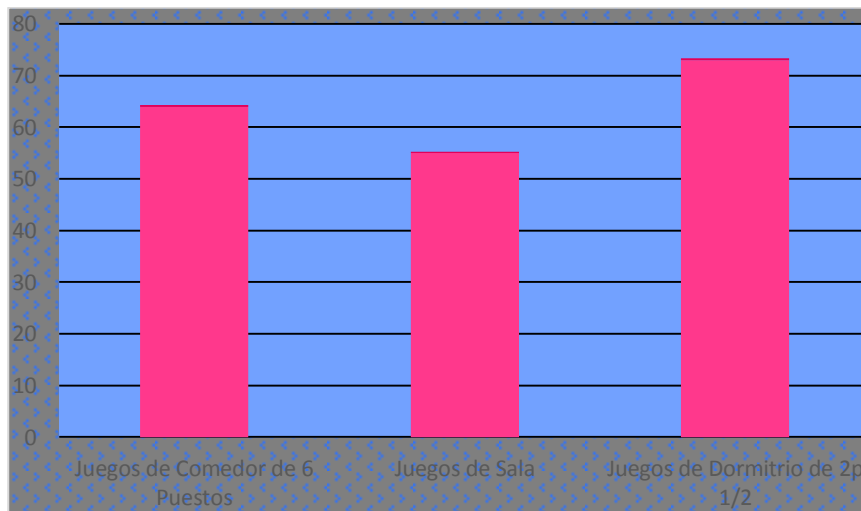
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Juegos de comedor de 6 puestos	64	33,33%
Juegos de sala	55	28,65%
Juegos de dormitorio de 2plazas 1/2	73	38,02%
<b>TOTAL</b>	<b>192</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°17

#### CANTIDAD DE VENTA DE MUEBLES CLÁSICOS



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS

En esta pregunta cabe recalcar que la venta de los productos varía de acuerdo a la temporada pero que sin embargo logran vender de 5, 6, 7, 8 o más juegos de muebles clásicos al mes c/u, lo que significa que el proyecto tendría mucha acogida por la gran afluencia del producto en mención.

4.- ¿Su stock de juegos de muebles de estilo clásico abastece la demanda de sus clientes?

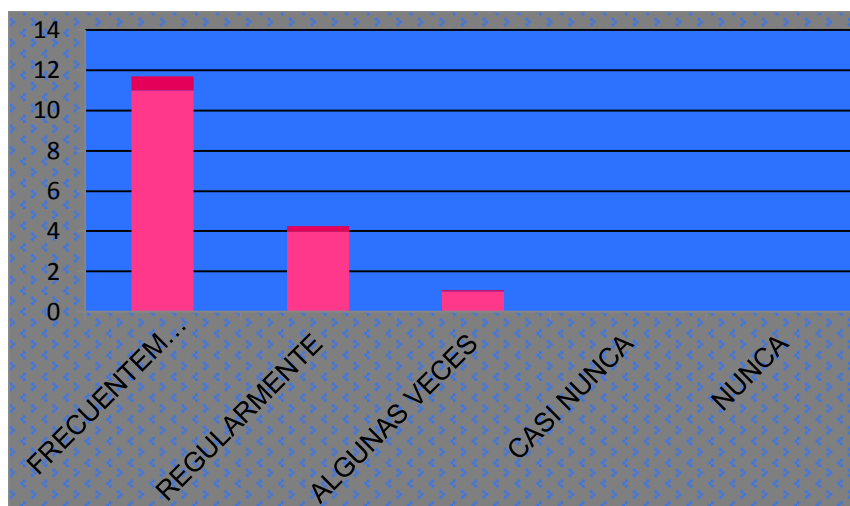
**CUADRO N° 33**  
**STOCK DE JUEGOS DE MUEBLES**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frecuentemente	11	68.75%
Regularmente	4	25.00%
Algunas veces	1	6.25%
Casi nunca	0	0.00%
Nunca	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°18**  
**STOCK DE JUEGOS DE MUEBLES**



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

La gran parte de los demandantes frecuentemente abastece la demanda de los clientes mientras que una minoría no logra abastecer la demanda de los mismos, es decir que los comerciantes adquieren sus productos a diversos fabricantes de la zona, de esta manera el presente proyecto su objetivo principal será llegar a la demanda que falta de cubrir la competencia.

5.- ¿A qué precio comercializa los muebles de estilo clásico al consumidor final?

**CUADRO N° 34**  
**PRECIO DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO JUEGOS DE COMEDOR**

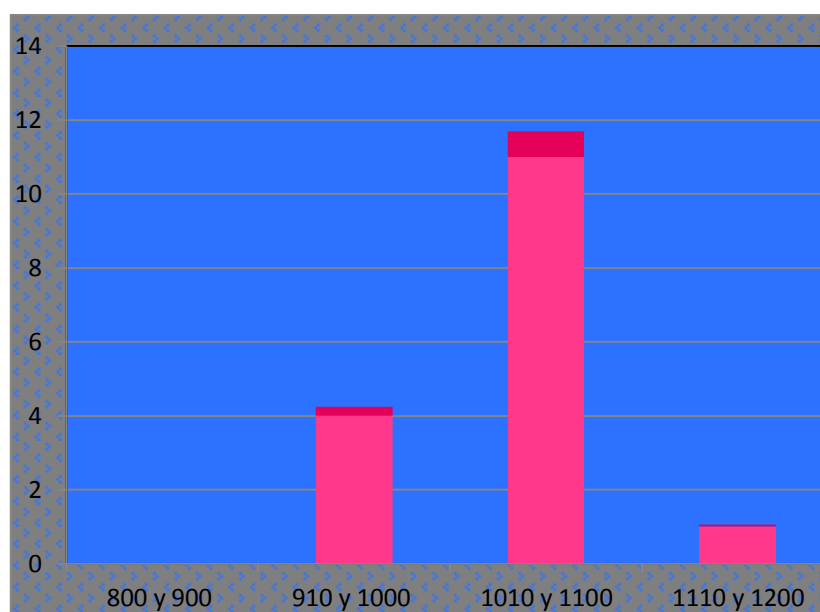
**Juegos de comedor clásico 6 puestos**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
800 y 900	0	0.00%
910 y 1000	4	25.00%
1010 y 1100	11	68.75%
1110 y 1200	1	6.25%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°19**  
**PRECIO DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO JUEGOS DE COMEDOR**



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS**

La gran parte de los demandantes comercializa sus productos entre \$1010 y \$1100 lo que significa que los comedores tienen un costo estable para su comercialización.

### CUADRO N° 35

#### PRECIO DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO JUEGOS DE SALA

##### Juegos de sala clásico

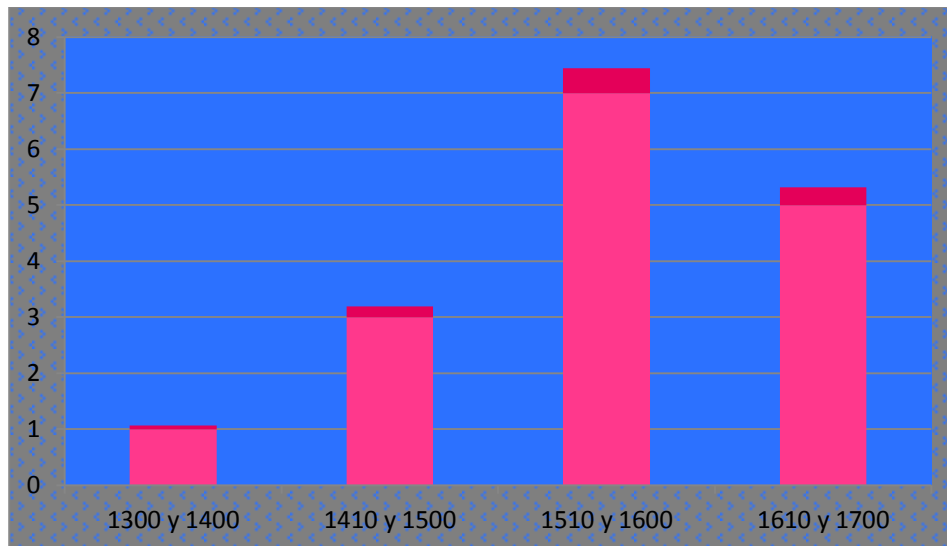
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1300 y 1400	1	6.25%
1410 y 1500	3	18.75%
1510 y 1600	7	43.75%
1610 y 1700	5	31.25%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

### GRÁFICO N°20

#### PRECIO DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO JUEGOS DE SALA



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS

La mayoría de los demandantes comercializa los juegos de sala entre \$1510 y \$1600 lo que significa que son los productos más costosos dentro del mercado local.

**CUADRO N° 36**  
**PRECIO DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO JUEGOS DE**  
**DORMITORIO**

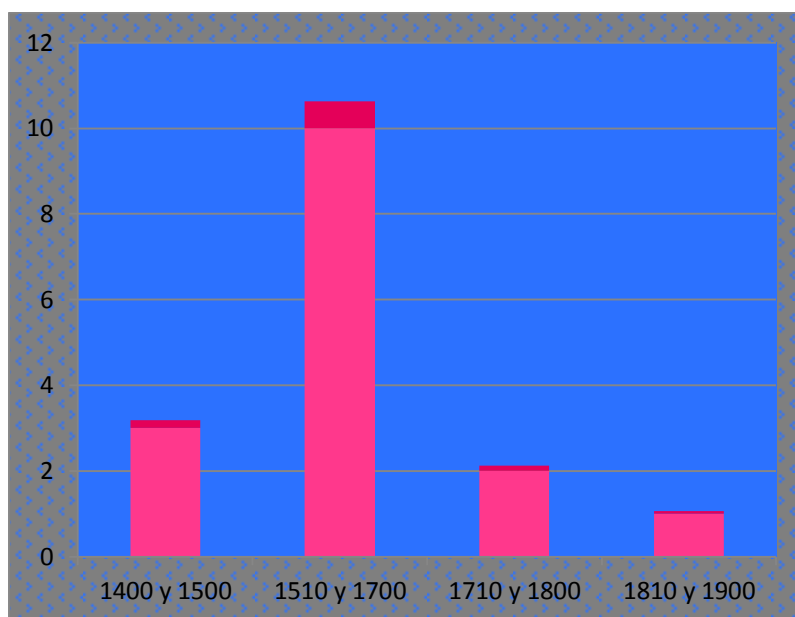
**Juegos de dormitorio clásico 2plazas 1/2**

<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
1400 y 1500	3	18.75%
1600 y 1700	10	62.50%
1710 y 1800	2	12.50%
1810 y 1900	1	6.25%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:**Encuestas a los Comerciantes de Muebles

**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N°21**  
**PRECIO DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO JUEGOS DE**  
**DORMITORIO**



**Fuente:**Encuestas a los Comerciantes de Muebles

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS**

Los juegos de dormitorios son comercializados entre \$1510 y \$1700 según los datos obtenidos proporcionados por los demandantes del lugar



## 6.- ¿Obtiene utilidades por la venta de los juegos de muebles de estilo clásico?

CUADRO N° 37

### UTILIDAD POR VENTA DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO

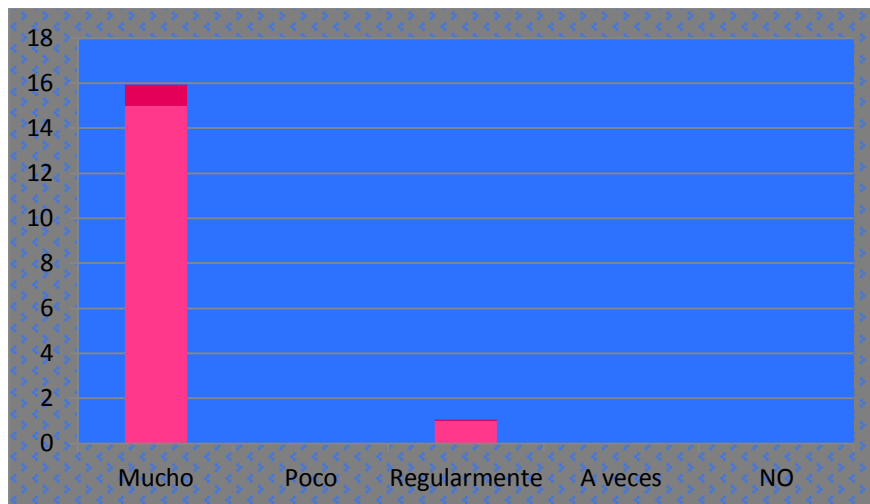
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	15	93.75%
Poco	0	0.00%
Regularmente	1	6.25%
A veces	0	0.00%
No	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°22

### UTILIDAD POR VENTA DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

Una gran parte de los demandantes afirman que si obtienen utilidad por la venta de los muebles. Además el comerciante dice que vende el producto por la calidad del mismo y se debe tener gran variedad de productos, y tener poder de convencimiento y negociación hacia los consumidores, así aumentar las ventas y por ende las utilidades, de esta manera se pueden determinar cuales son los objetivos de crecimiento del demandante y por ende del oferente.

7.- ¿Con que frecuencia realiza pedidos de los juegos de muebles de estilo clásico entre ellos juegos de sala, comedor de 6 puestos y dormitorios de 2plazas 1/2?

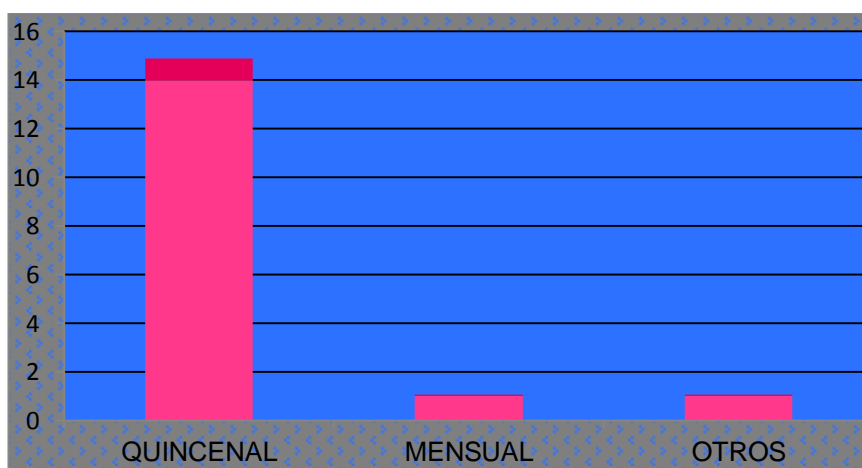
**CUADRO N° 38**  
**ADQUISICIÓN DE MUEBLES**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Quincenal	14	87.50%
Mensual	1	6.25%
Otros	1	6.25%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°23**  
**FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE MUEBLES**



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

Los pedidos de los juegos de muebles los realizan de acuerdo a las ventas ya que la frecuencia de los mismos es muy intensa los fines de semana y feriados, por lo que deben estar abastecidos del suficiente producto, es por esta razón que la ampliación el taller es de mucha utilidad para el mercado local porque así podrá generar mucho, más empleo y con ello muchos más productos.

## 8.- ¿La entrega de sus pedidos es puntual?

**CUADRO N° 39**

### **PUNTUALIDAD EN ENTREGA DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO**

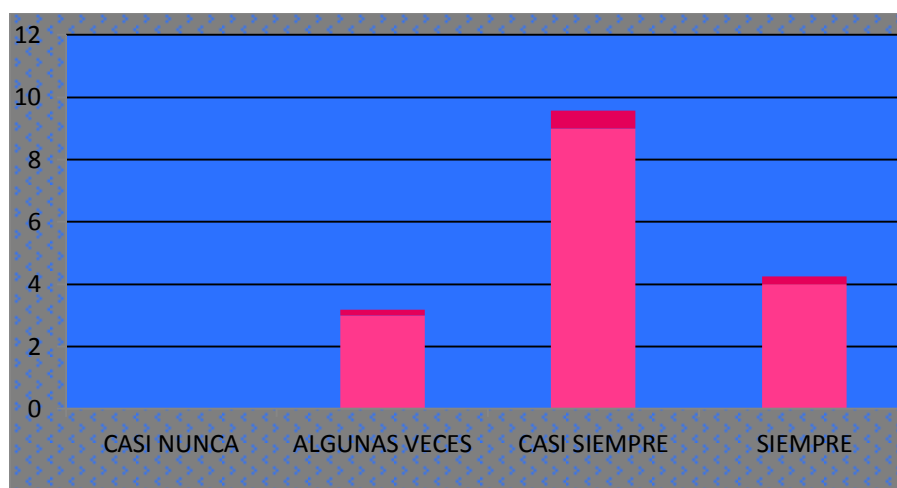
<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Casi nunca	0	0,00%
Algunas veces	3	18,75%
Casi siempre	9	56,25%
Siempre	4	25,00%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°24**

### **PUNTUALIDAD EN ENTREGA DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO**



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

## **ANÁLISIS**

Una gran parte de los demandantes argumenta que la entrega de los productos por parte del fabricante casi siempre es puntual sobre todo la calidad del producto debería ser lo más primordial para el productor. Esta información será de gran importancia para el proyecto porque los trabajadores de la manufacturera deberán tener en cuenta valores como el respeto, cumplimiento, honradez, rapidez y demás.

9.- ¿Los acabados (calidad) de los juegos de muebles de estilo clásicos cubre sus expectativas?

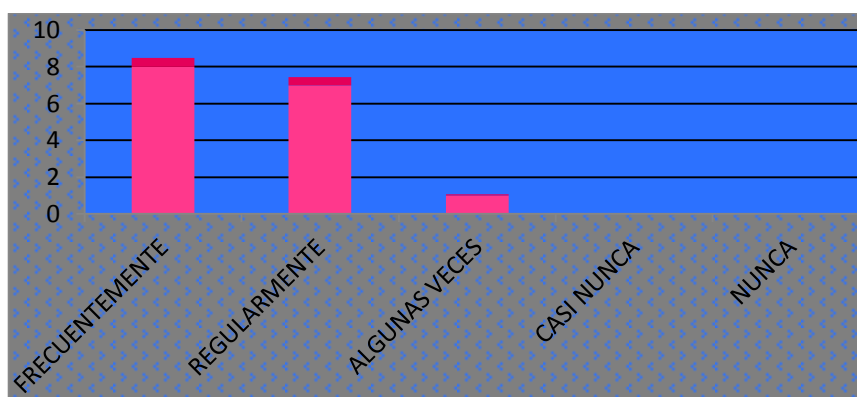
**CUADRO N° 40**  
**ACABADOS DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frecuentemente	8	50,00%
Regularmente	7	43,75%
Algunas veces	1	6,25%
Casi nunca	0	0,00%
Nunca	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°25**  
**ACABADOS DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO**



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

La gran parte de los demandantes dicen que si cubre las expectativas en cuanto a calidad del mueble por parte del fabricante porque hoy en día el cliente final es muy exigente en cuanto a calidad y acabados, caso contrario no pueden vender. La calidad, con acabados de primera esto será lo que brindaría la pequeña manufacturera para su demanda, con precios justos y módicos.

10.- ¿Cómo califica la atención que usted recibe en el lugar de su compra?

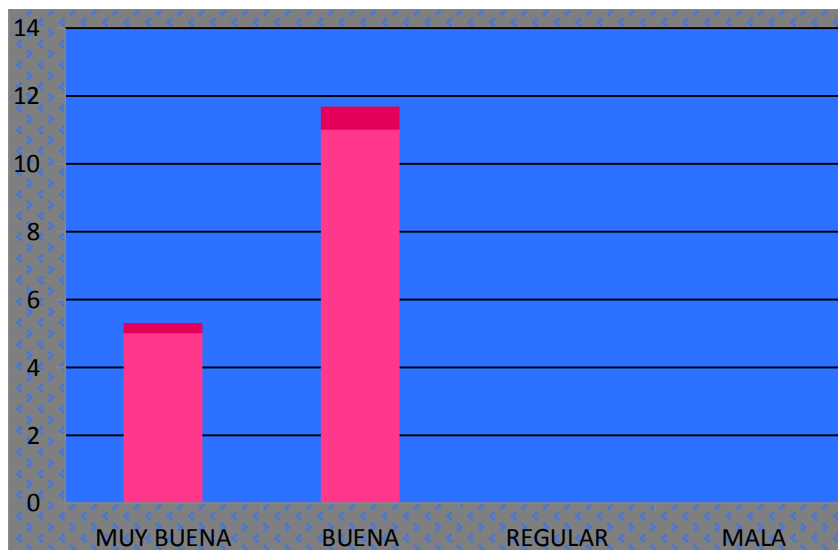
**CUADRO N° 41**  
**ATENCIÓN EN EL LUGAR DE COMPRA**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	5	31,25%
Buena	11	68,75%
Regular	0	0,00%
Mala	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 26**  
**CALIDAD DE ATENCIÓN EN LOS ARTESANOS**



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

### ANÁLISIS

En lo que se refiere a la atención los productos que son usualmente los talleres dedicados a la producción de muebles se puede deducir que son personas muy amables y dispuesta a trabajar, y su atención es buena es decir son personas muy trabajadoras y de pocas palabras.

11.- ¿Cuál es la forma de pago al realizar sus compras?

**CUADRO N° 42**

**FORMA DE PAGO AL REALIZAR COMPRA DE MUEBLES CLÁSICOS**

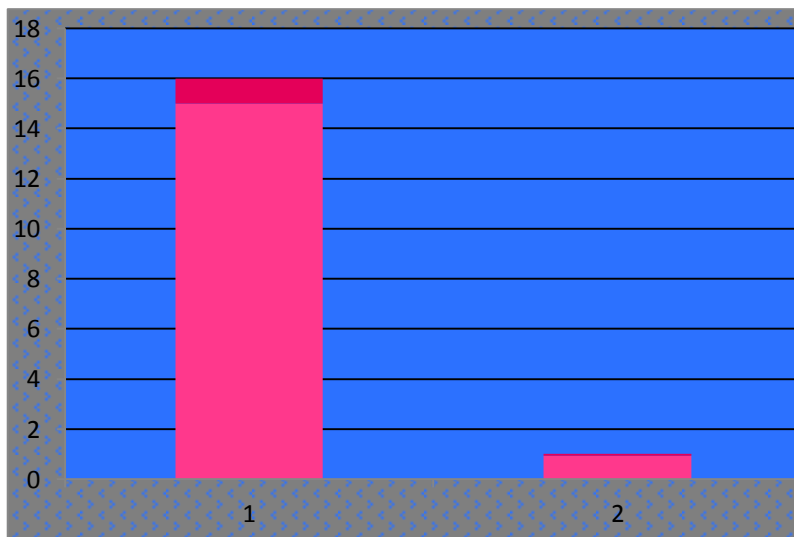
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Contado	15	93,75%
Crédito	1	6,25%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°27**

**FORMA DE PAGO EN MUEBLES**



Fuente: Encuestas a los Comerciantes de Muebles

Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS**

Habitualmente los vendedores de muebles trabajan al contado dando el 50% de anticipo y el resto de dinero al término de la entrega del producto, de esa manera se aseguran ellos del trabajo eficiente y de igual manera le aseguran al fabricante el trabajo y por ende su entrega será más segura, beneficiándose cada uno por su trabajo.

### **3.8 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

#### **3.8.1 Conceptualización de la ampliación del taller artesanal**

Al presentar la ampliación del taller artesanal nos referimos prácticamente a la implementación de maquinaria, infraestructura, talento humano, como de igual forma tributario cumpliendo las leyes y procedimientos a seguir, y también de los muebles de estilo clásico y su contribución con el bienestar del hogar, como también mejorar la calidad de vida del artesano y de los habitantes de la parroquia.

La competitividad en la parroquia de San Antonio de Ibarra se ha convertido en un reto para los talleres artesanales ellos deben establecer sus propias estrategias para enfrentar el desafío de la apertura.

El mercado es cada vez más exigente y competitivo esto implica más tecnología, más inversión y por supuesto innovaciones en los diseños, por eso las pequeñas industrias artesanales tienen problemas con la competencia.

La materia prima principal es la madera un recurso renovable el cual se produce en nuestra selva ecuatoriana, esta es cortada y procesada para luego ser comercializada al productor, de la cual se realiza los diferentes tipos de productos de muebles.

El principal producto a desarrollarse en la producción de muebles son los muebles de estilo clásico estos son modelos antiguos que tienen características como las curvas, molduras y tallados, ya sean estos salas, comedor o dormitorios los cuales serán presentados a los consumidores como producto final, hechos de madera con acabados de primera.

#### **3.8.2 Características del producto**

En la industria del mueble clásico, la mayor parte de los productores fabrican bajo pedido esto quiere decir que por medio de catálogos, revistas, fotos, o imágenes bajadas de internet, esto permite al cliente seleccionar el diseño que más le guste y

que vaya de acuerdo con la decoración de su hogar, permitiendo de esta manera al artesano cumplir con las necesidades y deseos del consumidor.

En este sector se encuentran artesanos que realizan la distribución directa siendo fabricantes y llegando al consumidor final, pero también existen intermediarios que compran primero al productor y luego venden a los clientes este es el caso de los almacenes comerciales.

**a) Juegos de sala de estiló clásico**

**GRÁFICO N°28**  
**JUEGO DE SALA DE ESTILO CLÁSICO**



**Fuente:**Observacion Directa

**Elaborado por:** La Autora

Los juegos de sala clásicos consisten en:

**Juego de sala de estilo clásico**

**Conformado por:**

- Un sofá de tres puestos
- Un sofá de dos puestos
- Un sofá de uno
- Mesa de centro



Los juegos de sala de estilo clásico son armados con madera de laurel, las partes donde van tapizadas son madera de copal más resistente a los clavos y tornillos, su acabado es el proceso del lacado en donde dan color y brillo al mueble, terminando con la tapizada esto va de acuerdo al gusto del consumidor el color de la tela.

**b) Juegos de comedor de estilo clásico 6 puestos**

**GRÁFICO N°29**

**JUEGOS DE COMEDOR DE ESTILO CLÁSICO 6 PUESTOS**



**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Los Juegos de Comedor de Estilo Clásicos consisten en:

**Comedor de estilo clásico de 6 puestos**

**Conformado por:**

- 6 sillas
- Mesa

Los juegos de comedor de estilo clásico se estructuran con madera de laurel lo que sería el armazón de las sillas y la mesa, para el recubrimiento de las mismas se necesita las triples y el MDF (madera de fibra reciclable) como por ejemplo para el tablero de la mesa y bases de las sillas para proceder a ser lacadas y tapizadas de igual forma el cliente es el que toma la decisión del color de la tela.

**c) Juegos de dormitorios de estilo clásico 2plazas $\frac{1}{2}$**

**GRÁFICO N°30**

**JUEGOS DE DORMITORIOS DE ESTILO CLÁSICO 2Plazas  $\frac{1}{2}$**



**Fuente:**Observacion Directas

**Elaborado por:** La Autora

Juegos de Dormitorio de Estilo Clásico consisten:

**Dormitorios de estilo clásico 2plazas  $\frac{1}{2}$**

**Conformados por:**

- Cama de 2plazas  $\frac{1}{2}$
- 2 Veladores
- Cómoda
- Espejo

Los juegos de dormitorio de estilo clásico se elaboran en madera de laurel para los largueros y los lados del borde la cama en donde se procede a tallar, con tablero de eco chapa para la parte trasera y frontal de la cama, y su tablado es de madera de maní muy resistente para el peso, sus veladores de igual forma son elaborados en madera de laurel y forrados con triplex, de la misma manera la cómoda, se acabado es el proceso del lacado para luego proceder a poner lo que es rieles, ángulos, jaladeras, etc.

El proceso de desarrollo de ejecución de los muebles se basa dependiendo del pedido sea este un juego de sala, comedor o dormitorio de estilo clásico, es decir una producción a escala.

Proceso de producción del mueble, en cuanto a la carpintería: dibujar, plantillar, calar la madera, ensamblaje de la madera, pulir, lijar, cuadrar, tarugar, tallar, armar el mueble, después igualar, poner molduras.

El proceso del lacado empieza con el pastero en las imperfecciones, después el lijado, sellador, luego se coge color con tinte dependiendo del color que se necesite, y por último la laca que es el acabado final, y los últimos toques serían las tiraderas, las bisagras, las rieles y el tapizado, etc.

Con la competencia y el mejoramiento continuo se dará un valor agregado a los productos.

Tipos de madera a utilizarse para la producción de muebles:

- Laurel
- Copal
- Maní
- Triple
- MDF
- Tablero eco chapa

### **3.9. MERCADO META**

A la ciudad de Ibarra llegan visitantes internos y externos debido a que la provincia de Imbabura es privilegiada por la trayectoria turística y además se encuentra cerca de la frontera con Colombia por lo que la afluencia de visitantes es bastante grande y diversa, por lo tanto San Antonio de Ibarra es una de las parroquias que centra su cultura en el Arte y por esta razón es conocida a nivel nacional como internacional.

El mercado al cual se pretende introducir con la ampliación de la pequeña industria de producción y comercialización de muebles será abastecer a la mayoría de demandantes que ofertan su producto en el mercado local

### **3.10. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Los comerciantes de muebles los cuales están constituidos por la parroquia de San Antonio quienes son los encargados de promocionar el producto a personas tanto nacionales como extranjeras, estos están ubicados en todo el centro de la Parroquia, la panamericana es el lugar más accesible y comercial para los turistas que vienen de todas partes tanto de la nación como del exterior.

Al momento la microempresa entrega su producto terminado a Muebles NELLY, GEANELLA, SUBIA, MAEL, ESPACIOS, su propósito es integrarse en más unidades comerciales, dando a conocer su producto.

### **3.11. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

Es importante el análisis de la demanda especifica la cantidad, calidad del producto que pueden ser adquiridos a diferentes precios del mercado por los distintos comerciantes, es decir delimita los potenciales usuarios que están dispuestos a consumir nuestro producto, además es un análisis minucioso que permitirá determinar qué resultados tendrá a futuro el proyecto.

Para poder determinar la población a investigar se tomó como base los datos del Ilustre Municipio de Ibarra por cuanto existen 16 almacenes comerciales, esta es la demanda que se estima para comercializar el producto, quienes determinaran si es o no factible la ampliación del taller Artesanal.

### **3.11.1 Tamaño de la demanda**

Es importante analizar este factor ya que nuestra pequeña empresa va a dirigir su producto a los almacenes conformados por la parroquia de San Antonio.

### **3.11.2 Hábitos y preferencias**

Después de haber realizado las encuestas podemos deducir los gustos y preferencias de nuestros clientes potenciales entre ellas podemos enunciar las siguientes:

- El mayor aspecto que miran los demandantes al comprar es la calidad, atención, precio y tiempo de entrega del producto.
- Los productos más comercializados son los dormitorios siguiéndole los juegos de comedor y los juegos de sala.

### **3.11.3. Ingresos**

Los ingresos que nuestros demandantes adquieren al momento de vender el producto son importantes porque de ésta manera si el ingreso de ellos aumenta por ende extenderán la oportunidad de adquisición del producto.

Según datos proporcionados por el Ilustre Municipio de Ibarra el crecimiento comercial en la parroquia de San Antonio de Ibarra es del 5,3% mediante las patentes de los demandantes.

**CUADRO N° 43**  
**DEMANDA DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO POR**  
**COMERCIANTES AL AÑO 2013**

<b>AÑO</b>	<b>POBLACIÓN DEMANDANTE</b>	<b>CONSUMO ANUAL UNIDADES</b>	<b>CONSUMO UNIDADES AÑO</b>
2013	16	144	2304

Fuente: Cuadro Nro. 32

Elaborado por: La Autora

Sin duda alguna el grafico muestra cual será nuestra demanda anual la cual esta descrita de 2304 unidades de muebles de Estilo Clásico, esta información se basó en el cuadro Nro. 32 de las encuestas realizadas a los consumidores en donde se consulta la cantidad de venta de muebles al mes sean estos juegos de sala, comedor odormitorios, se determinó la demanda existente.

**CUADRO N° 44**  
**DEMANDA DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO AL AÑO 2013**

<b>TIPO DE MUEBLE</b>	<b>% PREFERENCIA</b>	<b>CU/ TIPO DE MUEBLE</b>
Juego de sala	25%	576
Comedor de 6 puestos	31%	720
Dormitorio de 2plazas ½	44%	1008
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>2304</b>

Fuente: Cuadro Nro. 31

Elaborado por: La Autora

#### 3.11.4. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se realiza para cinco años hasta el 2018 el cual será la extensión del proyecto el tiempo de vida útil en el cual se enfrentaran diferentes acontecimientos. Para este proceso se empleó el método de crecimiento exponencial, por sus bases estadísticas y matemáticas; se utilizó la tasa de crecimiento para el mercado en estudio.

Su Formula es:

$$P_t = P_o(1+i)^n$$

Donde:

Pt = Población Proyectada

Po = Población Inicial

i = Tasa de Crecimiento

n = Periodo observado

**CUADRO N° 45**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

AÑO	ALMACENES
2014	17
2015	18
2016	19
2017	20
2018	21

**Fuente:** Ilustre Municipio de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora

En el cuadro se puede observar la proyección de crecimiento de la actividad económica en la parroquia de San Antonio desde el año 2014 al 2018, su población comercial crece de acuerdo a la tasa del 5.3% según datos estadísticos proporcionados por el Ilustre Municipio de Ibarra, mediante pago de patentes.

**CUADRO N° 46**  
**PROYECCIÓN DE JUEGO DE MUEBLES DE ESTILO CLÁSICO**  
**AL 2018**

AÑO	JUEGO DE SALA	COMEDOR DE 6 PUESTOS	DORMITORIO DE 2PLAZAS ½
2014	607	758	1.061
2015	639	798	1.118
2016	673	841	1.177
2017	708	885	1.239
2018	746	932	1.305

**Fuente:** Cuadro Nro. 44

**Elaborado por:** La Autora

La proyección de la demanda de los juegos de muebles de estilo clásico para el año 2018 serán requeridos un total de juegos de sala 746, juegos de comedor 932, juegos de dormitorio 1305, juegos de muebles en total anuales los cuales serán demandados por los almacenes comerciales.

**CUADRO N° 47**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA AL AÑO 2014 – 2018**

<b>AÑO</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL UNIDADES</b>	<b>CANTIDAD DEMANDADA</b>
2014	17	144	2,426
2015	18	144	2,555
2016	19	144	2,690
2017	20	144	2,833
2018	21	144	2,983

**Fuente:** Cuadro Nro. 43, 45

**Elaborado por:** La Autora

Como los cuadros indican la demanda proyectada para cinco años hasta el 2018, utilizando una tasa de crecimiento del 5.3% según datos proporcionados por el Ilustre Municipio de Ibarra el crecimiento comercial mediante patentes de los comerciantes en la parroquia de San Antonio de Ibarra, será de 2983 productos.

### **3.12. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta corresponde al número de pequeñas unidades productivas dedicadas a la fabricación de muebles.

#### **3.12.1 Identificación de la oferta actual**

Existen 20 talleres artesanales dedicados a la fabricación de muebles de estilo clásico como son juegos de sala, comedor de 6 puestos, dormitorio de 2plazas ½ los demandantes del mercado local que actúan en este caso como intermediarios por el hecho de vender al consumidor final son los encargados de la satisfacción total del cliente final.

La competencia a nivel local mantiene un stock de inventario limitado es decir su producción se basa en pedidos, además su estructura se concentra en pequeñas chozas armadas de bloque y eternit, la parroquia de San Antonio de Ibarra es muy conocida por su arte a nivel nacional como internacional y depende mucho de la calidad (acabados) y sus precios, para que su producción sea conocida.



### 3.12.2 Proyección de la oferta

La oferta se proyectó para cinco años, utilizando el modelo de crecimiento exponencial, usando la tasa de crecimiento de la oferta de productores de muebles de estilo clásico de la parroquia de San Antonio, durante los últimos cinco años, según datos históricos sobre el volumen de ventas proporcionados por los productores artesanales.

**CUADRO N° 48**  
**OFERTA HISTÓRICA**

<b>Oferta en unidades al Año 2009</b>			
Principales oferentes	Oferta mensual	Oferta anual	TCA $i=Q_n/Q_{n-1}$
Productor artesanal	47	564	0
<b>Oferta en unidades al Año 2010</b>			
Productor artesanal	52	624	11%
<b>Oferta en unidades al Año 2011</b>			
Productor artesanal	56	672	8%
<b>Oferta en unidades al Año 2012</b>			
Productor artesanal	59	708	5%
<b>Oferta en unidades al Año 2013</b>			
Productor artesanal	61	732	3%
<b>Total <math>\sum i=</math></b>			<b>27%</b>
<b>Total <math>\sum i/n=</math></b>			<b>7%</b>

Fuente: Cuadro Nro. 23

Elaborado por: La Autora

Para la proyección de la misma se utilizó la tasa de crecimiento anual de un promedio del 7%, lo quiere decir la oferta de fabricación de muebles se desarrolla a este ritmo, en la Parroquia de San Antonio.

Su fórmula es la siguiente:

**Fórmula:**

$$Q_n = Q_o(1+i)^n$$

**Dónde:**

**Q<sub>n</sub>**= Oferta Futura

**Q<sub>o</sub>**= Oferta Inicial

i= Tasa de crecimiento

n= Año Proyectado

### CUADRO N° 49 OFERTA PROYECTADA

AÑO	OFERTA ANUAL	JUEGO DE SALA	COMEDOR DE 6 PUESTOS	DORMITORIO DE 2Plazas <sup>1/2</sup>
2014	782	195	234	352
2015	834	209	250	376
2016	891	223	267	401
2017	951	238	285	428
2018	1016	254	305	457

Fuente: Cuadro Nro. 19, 48  
Elaborado por: La Autora

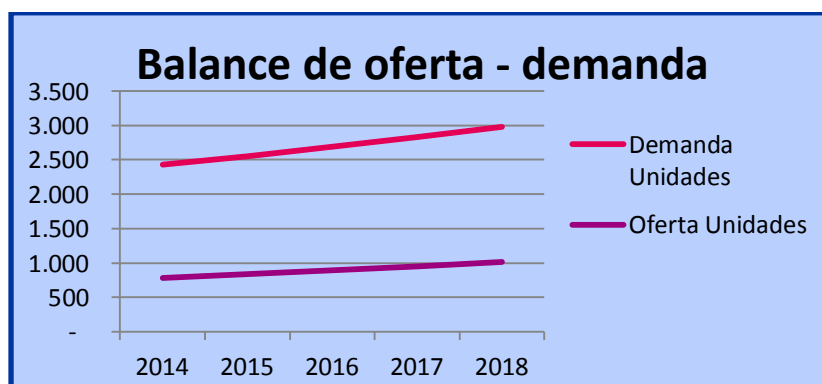
### 3.13. BALANCE OFERTA - DEMANDA

#### CUADRO N° 50 BALANCE OFERTA - DEMANDA

AÑO	DEMANDA UNIDADES	OFERTA UNIDADES	DEMANDA INSATISFECHA UNIDADES
2014	2.426	782	1.645
2015	2.555	834	1.720
2016	2.690	891	1.799
2017	2.833	951	1.881
2018	2.983	1.016	1.967
<b>TOTAL</b>	<b>13.486</b>	<b>4.474</b>	<b>9.013</b>

Fuente: Cuadro Nro. 47, 49  
Elaborado por: La Autora

#### GRÁFICO N° 31 BALANCE OFERTA – DEMANDA



Fuente: Cuadro Nro. 50  
Elaborado por: La Autora

Al comparar la oferta y la demanda se determina que existe una demanda insatisfecha, para los cinco años que el proyecto va a realizar la evaluación además es en este punto donde se puede establecer las estrategias de marketing para lograr satisfacer este tipo de necesidades, la introducción de la empresa al mercado y poder entregar un producto de calidad al cliente.

### 3.14. PROYECCIÓN DE PRECIOS

**CUADRO N° 51**  
**TASA DE INFLACION**

AÑO	PORCENTAJE
2008	8,83
2009	4,31
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16
TOTAL	26,04
2013	<b>5,21%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La Autora

La tasa de inflación se basó de acuerdo a un promedio conformado por los cinco años atrás de acuerdo al Banco Central del Ecuador la cual nos servirá para la fijación de precios.

**CUADRO N° 52**  
**PROYECCION DE PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO**

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Juego de sala	1,106.60	1,165.55	1,226.05	1,289.89	1,356.85
Comedor	567.13	597.44	628.43	661.15	695.44
Dormitorio	1,000.53	1,053.92	1,108.62	1,166.35	1,226.89

Fuente: Anexo 5

Elaborado por: La Autora

El precio es el factor primordial en un producto, debido a que es el elemento sorpresa al momento de ofrecer al mismo, la pequeña empresa fijara sus precios con relación a la oferta y la demanda existente en el mercado, teniendo en cuenta los costos y gastos al momento de producir.

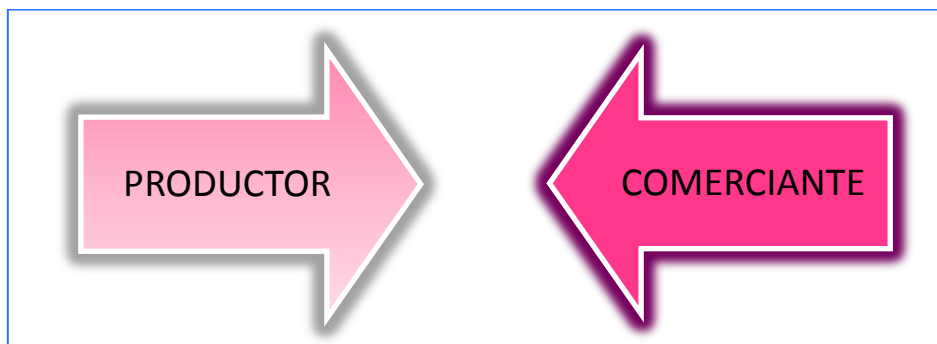
Para poder competir en el mercado se requiere que los procesos de producción y comercialización de productos sean de calidad pero a precios competitivos

### 3.15. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

#### 3.15.1 Canal directo

La pequeña empresa buscara llegar directamente a los almacenes comerciales de la Parroquia de San Antonio ubicados en las calles 27 de Noviembre calle principal de la misma, buscara posesionarse en el mercado local con precios accesibles y de buena calidad.

**GRÁFICO N°32**  
**CANAL DIRECTO DE DISTRIBUCIÓN**



**Fuente:** Observación Directa

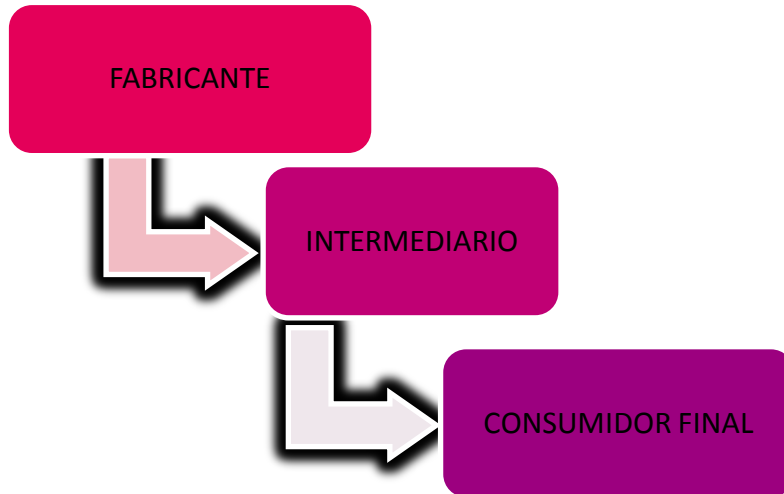
**Elaborado por:** La Autora

#### 3.15.2 Canal indirecto

Este tipo de canal se da en cuanto al comercio de los almacenes y no es de mucho interés para el proyecto porque se da de la siguiente manera en el cuadro en donde se indica que el fabricante produce y el intermediario es la persona de vender al consumidor final llegando a la satisfacción del mismo.

### GRÁFICO N°33

#### CANAL INDIRECTO DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

### 3.16. ESTRATEGIAS COMERCIALES

La publicidad es una parte fundamental del proyecto porque es la clave para atraer la atención de los clientes, es su carta de presentación ante la competencia y diferenciación de los demás para lo cual se aplicaran las siguientes estrategias.

#### 3.16.1 Estrategias de Producto o Servicio

Es muy importante destacar las estrategias del producto de la pequeña empresa productora de muebles de estilo clásico destacando su calidad, garantía, acabados de productos y de igual forma el servicio que presta en cuanto a la atención al cliente y el tiempo de entrega y la presentación de la manufacturera para persuadir su agrado ante la misma de esta manera el comerciante mira sus destrezas y capacidades del artesano.

Para lo cual se ha realizado un eslogan propio de la pequeña industria el cual lleva el nombre del proyecto, en donde sus letras estarán realizadas con rasgos propios de los muebles, y a lado derecho superior una silla tallada propia de los muebles de estilo clásico.

**GRÁFICO N°34**  
**NOMBRE DE LA PEQUEÑA EMPRESA**



**Fuente:**Diseñador Gráfico  
**Elaborado por:**La autora

Además para la presentación de la pequeña industria se pretenderá usar señaléticas las cuales servirán para guiarse y tener cuidado de que lugares no se puede acceder.

**GRÁFICO N°35**  
**SEÑALETICA DE ALTO VOLTAJE**



**Fuente:**Diseñador Gráfico  
**Elaborado por:**La autora

**GRÁFICO N°36**  
**SEÑALETICA DE EXTINTOR**



**Fuente:**Diseñador Gráfico

**Elaborado por:**La autora

También se incrementara señaléticas y materiales de trabajo para cuidado de la salud del personal que laborar en la misma ellos son un factor clave para el desarrollo de la pequeña industria.

**GRÁFICO N°37**  
**SEÑALETICA DE USO DE MASCARILLA**



**Fuente:**Diseñador Gráfico

**Elaborado por:**La autora

**GRÁFICO N°38**  
**USO DE OVEROL**



**Fuente:**Diseñador Gráfico  
**Elaborado por:**La autora

**GRÁFICO N°39**  
**SEÑALETICA DE USO DE GANTES**



**Fuente:**Diseñador Gráfico  
**Elaborado por:**La autora



### 3.16.2 Estrategias de plaza

La pequeña industria con la ampliación de la misma pretenderá fortalecer tanto lazos de amistad como los de trabajo con el comerciante realizando estrategias como la entrega de los muebles en el lugar de venta y de la misma manera instalar para que sirvan de mostrador en el local comercial, estos contratiempos no serán de pérdida de tiempo para el fabricante ni de dinero porque serán servicios que estarán ya incluidos en los costos del producto, con estas atenciones el cliente se sentirá más seguro de su compra

### 3.16.3 Estrategias de publicidad

La pequeña industria de Muebles de Estilo Clásico contara dentro de la publicidad con prorrogas de pago, realizando el 50% adelantado y el otro 50% cuando el producto sea entregado, también se asistirá a ferias realizadas por la Junta Nacional del Artesano para que sus productos sean conocidos dentro de la parroquia y porque no descartar fuera de la misma. En lo que se refiere a publicidad contara con tarjetas de presentación, volantes, cuñas radiales, pero la mejor herramienta es el trato a los clientes ya que estos actúan por recomendaciones.

## GRÁFICO N°40

### DISEÑO DE TARJETAS DE PRESENTACION



Fuente: Diseñador Gráfico

Elaborado por: La autora

### **3.17. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Con la ejecución de este estudio de mercado se pudo establecer las propiedades de los productos que son los muebles de estilo clásico a ofrecer en el mercado local, se estableció sus procesos y sus características.

También se puede evidenciar con la información recolectada que existe una gran demanda del producto que no ha sido cubierta por la oferta que existe en el sector, el valor significativo de este estudio es aprovechar la oportunidad que nos significa la demanda insatisfecha para fabricar el producto.

El objetivo primordial del proyecto es la ampliación de la pequeña unidad productiva con la fabricación de muebles de estilo clásico ya sean estos juegos de sala, comedor de 6 puestos y dormitorios de 2plazas 1/2, con acabados de primera y con un valor agregado único.

La demanda actual de muebles de estilo clásico en la parroquia de San Antonio se determinó considerando el consumo de 16 consumidores que mantienen una frecuencia de compra de 144 unidades al año es decir una compra mensual de doce unidades de muebles de estilo clásico cada consumidor, existiendo el requerimiento de 2304 unidades al año 2013.

Existen actualmente 20 talleres artesanales que producen muebles de estilo clásico en las diferentes juegos ya sean salas, comedores o dormitorios pero estos fabricantes producen a escala es decir en el mes se producirán de 1 a 3 dependiendo de los pedidos por el comerciante los cuales presentan una oferta de 1016 al año 2018.

Una vez determinada la oferta y la demanda se puede determinar la demanda insatisfecha al año 2018 con 1967 unidades, por lo tanto se puede observar que este proyecto teóricamente es factible, debido a que la oferta no alcanza a cubrir las exigencias del mercado.

También se puede decir que existen políticas que salvaguardan la integridad de la pequeña industria, existiendo ayuda del gobierno hacia las microempresas, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), solo toca saber aprovecharlas al máximo.

Cabe recalcar que mediante la ampliación de la pequeña empresa se abrirá nuevos campos de mercado en el cual se tendrá mayores ingresos y a la vez gastos es por esta razón que pasaría a dejar de ser un taller artesanal a un pequeña empresa y ya no gozara de los beneficios de ley que ampara al artesano calificado, como facturar con tarifa cero, exento del Impuesto a la Renta entre otros para pasar a ser una persona natural obligada a llevar contabilidad,

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico tiene como objetivo fundamental determinar los componentes principales para la ampliación de la pequeña empresa productora de muebles de estilo clásico, en donde se procederá a determinar la ubicación, el tamaño, su maquinaria y su infraestructura, de manera que también se determinará su organización operativa y su funcionamiento.

#### **4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización del proyecto contribuye en mayor medida a que se logre un alto porcentaje de rentabilidad, por ello el presente proyecto estará ubicado en San Antonio siendo una de las siete parroquias rurales del cantón Ibarra, provincia de Imbabura está localizada a 5.50 kilómetros de la capital provincial y a 121 kilómetros de la capital ecuatoriana, colindando al norte con Imbaya, al sur con el cerro Imbabura, al este con Caranqui e Ibarra y al oeste con Atuntaqui.

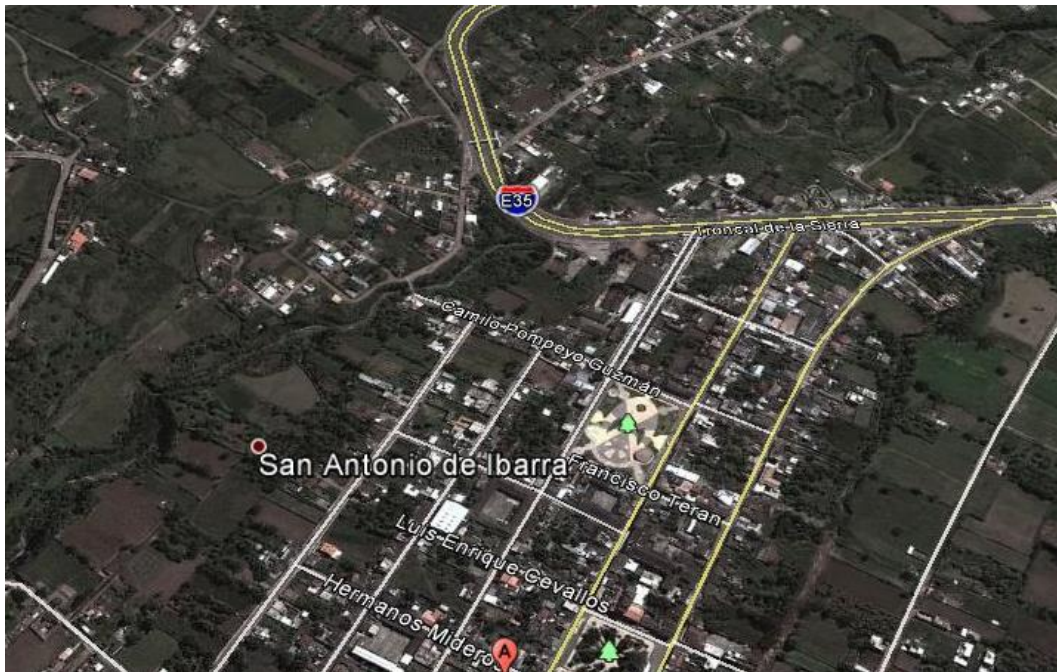
Por su ubicación y por contar con un excelente clima, la actividad artesanal de San Antonio es la carpintería, la pintura artística, el tallado de madera y la escultura tomando formas clásicas grecorromanas, diseños y motivaciones costumbristas, propias del siglo Luis XV y Luis XVI

##### **4.1.1. Macrolocalización**

La localización es importante pues esto tendrá una incidencia en el nivel de las inversiones, ayudando a establecer la ampliación del taller artesanal, sus sustentos tecnológicos y su adecuada localización de la unidad productiva, en los diseños de instalaciones y la correcta distribución de la planta de producción, estableciendo las normas de producción pertinentes; sus costos y egresos del uso de recursos que

demanda la creación de esta entidad, encontrando la mejor alternativa de ubicación, así como también contendrá la ingeniería del proyecto en cuanto a infraestructura que se va a utilizar.

**GRÁFICO N°41**  
**MAPA DE MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**  
**Mapa de la Parroquia de San Antonio**



**Fuente:** Google Earth

**Elaboración:** Autora del Proyecto

#### **4.1.2. Microlocalización**

##### **Parroquia**

Está localizada en la Parroquia de San Antonio situada a 7 km de la Ciudad de Ibarra

##### **Dirección**

El lugar donde se fabrican los muebles de estilo clásico es en el barrio Bellavista Bajo, calle Imbaya a 10 pasos de la panamericana sur, cerca al puente nro. 13.

## Mapa de ubicación

### GRÁFICO N° 42 MAPA DEL BARRIO BELLAVISTA BAJO



Fuente: Google Earth

Elaboración: Autora del Proyecto

En la micro localización se debe analizar varios criterios de selección para llegar a la alternativa más óptima es por ello que está ubicado en el barrio bellavista bajo de la parroquia de San Antonio en el cantón Ibarra provincia de Imbabura, dentro de este sector se encuentra el taller artesanal de muebles de estilo clásico Santacruz Rosales formado desde hace cuatro años por el Sr. Edwin Santacruz.

#### 4.2. CAPACIDAD PRODUCTIVA DEL PROYECTO

Según el tamaño del proyecto y la capacidad productiva la cual se relaciona directamente con el buen funcionamiento del proceso productivo y la eficiencia del recurso humano, la tecnología a utilizarse será más óptima y de acorde al proceso productivo que ayude a optimizar recursos y minimizar costos, con un rendimiento óptimo del 100%. Lo que en unidades corresponde a 44 unidades producidas en el mes, cabe resaltar que en el primer ciclo de producción no se

llegara a la producción total ya que el primer año mientras se ultiman detalles de la fábrica, se tardara un poco en la producción.

**CUADRO N° 53**  
**CAPACIDAD PRODUCTIVA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>PRODUCCION DE LA9 PEQUEÑA INDUSTRIA</b>	<b>PORCENTAJE DE CAPTACION</b>
<b>2014</b>	1645	526	32,00%
<b>2015</b>	1720	550	32,00%
<b>2016</b>	1799	576	32,00%
<b>2017</b>	1881	602	32,00%
<b>2018</b>	1967	629	32,00%

Fuente: Cuadro Estadístico 50

Elaboración: Autora del Proyecto

**CUADRO N°54**  
**CAPACIDAD PRODUCTIVA DE JUEGOS DE SALA CLÁSICO**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA UNIDADES</b>	<b>OFERTA UNIDADES</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>PRODUCCION</b>	<b>PORCENTAJE DE CAPTACION</b>
<b>2014</b>	607	195	411	132	32,00%
<b>2015</b>	639	209	430	138	32,00%
<b>2016</b>	673	223	450	144	32,00%
<b>2017</b>	708	238	470	151	32,00%
<b>2018</b>	746	254	492	157	32,00%

Fuente: Cuadro Estadístico 46,49

Elaboración: Autora del Proyecto

**CUADRO N° 55**  
**CAPACIDAD PRODUCTIVA JUEGO DE COMEDOR DE 6 PUESTOS**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA UNIDADES</b>	<b>OFERTA UNIDADES</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>PRODUCCION</b>	<b>PORCENTAJE DE CAPTACION</b>
<b>2014</b>	758	234	524	168	32,00%
<b>2015</b>	798	250	548	175	32,00%
<b>2016</b>	841	267	573	183	32,00%
<b>2017</b>	885	285	600	192	32,00%
<b>2018</b>	932	305	627	201	32,00%

Fuente: Cuadro Estadístico 46, 49

Elaboración: Autora del Proyecto

## CUADRO N° 56

### CAPACIDAD PRODUCTIVA JUEGO DE DORMITORIO DE 2P 1/2

AÑOS	DEMANDA UNIDADES	OFERTA UNIDADES	DEMANDA INSATISFECHA	PRODUCCION	PORCENTAJE DE CAPTACION
2014	1061	352	710	227	32,00%
2015	1118	376	742	237	32,00%
2016	1177	401	776	248	32,00%
2017	1239	428	811	260	32,00%
2018	1305	457	848	271	32,00%

Fuente: Cuadro Estadístico46, 49

Elaboración: Autora del Proyecto

## 4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 4.3.1. Diseño de las instalaciones

Las instalaciones de la misma deberán ser amplias y cómodas para la fabricación de los muebles de estilo clásico se contara con áreas de carpintería, lijado, cámara de lacado, cámara de secado, tapizado, empacado, bodega, diseño de plantillas en la parte operativa y en la parte administrativa gerencia y contabilidad. La pequeña empresa cuenta con un terreno familiar de 600m<sup>2</sup> es decir (15 metros de ancho y 40 metros de largo), para la ampliación del taller en donde se procederá a realizar las debidas instalaciones.

#### a) Área Directiva

- **Gerencia**

El departamento Administrativa estará conformado por el departamento de gerencia que tendrá un área de 15 m 2 es decir (3 metros de largo y 5 metros de ancho), donde se procederá a realizar los debidos contactos con el cliente.



## **b) Area Administrativa**

- **Contabilidad**

El departamento de contabilidad contará con un área de  $15\text{m}^2$  es decir (3 metros de largo y 5 metros de ancho), el cual servirá para un buen manejo financiero.

## **c) Área de Producción**

- **Diseño de plantillas**

El diseño de plantillas contara con un área de  $25\text{m}^2$  es decir (5 metros de ancho y 5 metros de largo) aquí se procederá a realizar los moldes de los diseños de los muebles los cuales servirán para guiar la producción.

- **Carpintería**

El área de carpintería estará distribuida de la siguiente manera por  $100\text{m}^2$  es decir (5 metros de ancho y 20 metros de largo), deberá ser amplio para la debida producción se quiere de amplitud para la elaboración de los muebles de estilo clásico,

- **Lijado**

Esta área estará determinada de  $50\text{m}^2$  es decir (5 metros de ancho y 10 metros de largo) aquí procederán una vez realizado la armazón del mueble en carpintería a lijar y emporar al mueble.

- **Cámara de lacado**

La cámara de lacado estará distribuida con un área de  $25\text{m}^2$  es decir (5 metros de ancho y 5 metros de largo) aquí procederán los operarios a dar sellador para luego lacar al mueble.

- **Cuarto de secado**

El cuarto de secado es muy importante para este proyecto porque una vez que se realiza el proceso del lacado al muebles este debe ser guardado en un lugar donde

no exista el polvo para que no haya imperfecciones en el lacado por lo tanto contará con un área de  $25\text{m}^2$  es decir (5 metros de ancho y 5 metros de largo)

- **Tapizado**

El área de tapizado es un proceso que desea implementar el taller porque como ya se ha hablado en capítulos anteriores la pequeña empresa no cuenta con este proceso pero para la culminación del producto final es muy indispensable este paso por lo tanto su área contará de  $50\text{m}^2$  es decir de (5 metros de ancho y 10 metros de largo)

- **Empacado**

El área del empacado contara con un área de  $50\text{m}^2$  es decir (5 metros de largo y 10 metros de ancho) aquí se procederá a guardar el producto terminado en donde se procederá a empacar con los debidos materiales como el cartón entre otros que son útiles para empacar los muebles.

- **Bodega**

La bodega contara con un área de  $16\text{m}^2$  es decir (4 metros de ancho y 4 metros de largo) aquí se procederá a guardar el producto terminado donde será entrega al consumidor.

- **Baño**

El baño será de uso exclusivo tanto para personal administrativo como operativo el cual contará con un área de  $4\text{m}^2$  es decir (4 metros de ancho y 4 metros de largo)

#### **d) Terreno**

Se cuenta con la adecuada área para la ampliación del taller, para que su infraestructura sea realizada de acuerdo a las necesidades de la pequeña empresa y no haya molestias para los moradores por el ruido, tomando en cuenta que algunos materiales son tóxicos y que hay que tratarlos con especial cuidado como es el

caso del proceso de lacado, en donde se pretende utilizar lacas y catalizados no muy fuertes, pero se tomara medidas precautelarias.

**CUADRO N° 57**  
**ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN**

<b>AREA DIRECTIVA</b>	<b>EXTENSION m<sup>2</sup></b>
Gerencia	15
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>	
Contabilidad	15
<b>AREA DE PRODUCCIÓN</b>	
Carpintería	100
Lijado	50
Cámara de Secado	25
Cuarto de Secado	25
Tapizado	50
Empacado	50
Bodega	16
Parqueadero y recepción de MP	225
Diseño de Plantillas	25
<b>AREA DE SERVICIOS</b>	
BAÑO	4
<b>TOTAL</b>	<b>600m<sup>2</sup></b>

**Fuente:** Asesoramiento Ingeniero Civil

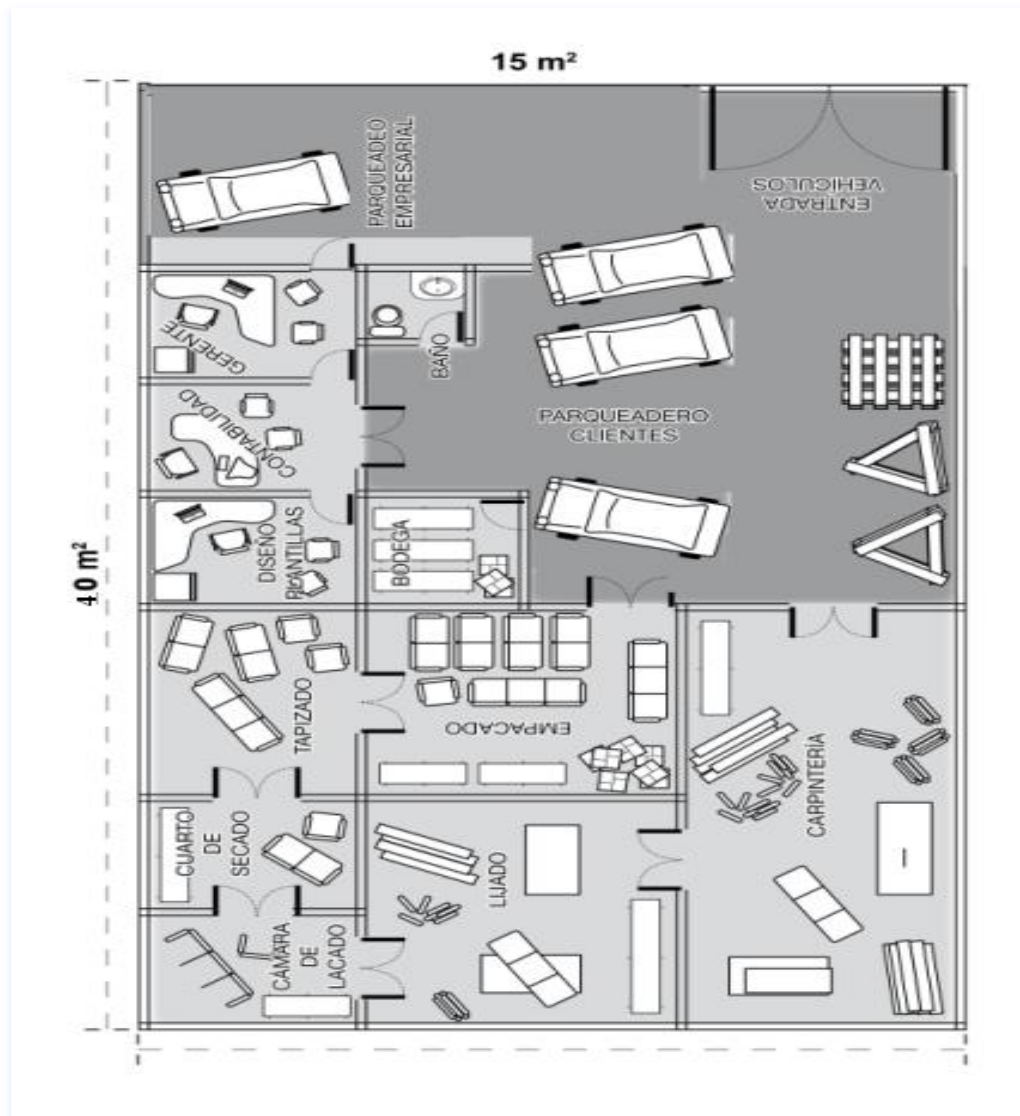
**Elaboración:** Autora del Proyecto

La infraestructura para la ampliación de la pequeña industria contara con un área de 600m<sup>2</sup> distribuidos como se indicó en el cuadro antes detallado con medidas para a cada área correspondiente y con espacio para parqueadero de clientes y recepción de materia prima como los pilares de madera.

#### **e) Distribución de la planta**

Para los estudios de ingeniería y arquitectura proporcionados por el ingeniero civil en los planos conformados será de una planta, su infraestructura contara con estructura metálica y serán definidas las secciones, es decir estará bien distribuida las áreas para cada proceso productivo.

**GRÁFICO N° 43**  
**PLANO DE LA PLANTA**











Fuente: Ingeniero Civil  
Elaborado por: La Autora

#### 4.4 FLUJOGRAMAS

##### 4.4.1 Flujogramas de procesos

Los símbolos utilizados son los siguientes:

## SÍMBOLOS DEL DIAGRAMA DE PROCESOS

	Se los utiliza para el inicio o el fin del proceso
	Se lo utiliza para los procesos o transformación que indica las acciones o cálculos que se ejecutaran
	Es utilizado para la toma de decisiones para la indicación de operaciones obtenidas y de comparación entre datos
	Es utilizado para representar una entrada o salida de la información
	Es utilizado para representar uno o varios documentos según el caso que requiera
	Es utilizado para enlazar partes de un diagrama pero que no se encuentran en la misma pagina
	Permite identificar la continuación de la información si el diagrama es muy extenso y se representa con un símbolo.
	Representa el archivo temporal o definitivo de la documentación en un proceso

### 4.4.2. Proceso de la producción de muebles de estilo clásico

Mediante el cuadro se pretende determinar el proceso productivo de los muebles de estilo clásico al cual se lo reflejara mediante un flujo grama de procesos dando a conocer la secuencia del mismo, para que la pequeña empresa funcione de manera eficiente y eficaz.

**CUADRO N° 58**  
**PASOS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE MUEBLES DE ESTILO**  
**CLÁSICO**

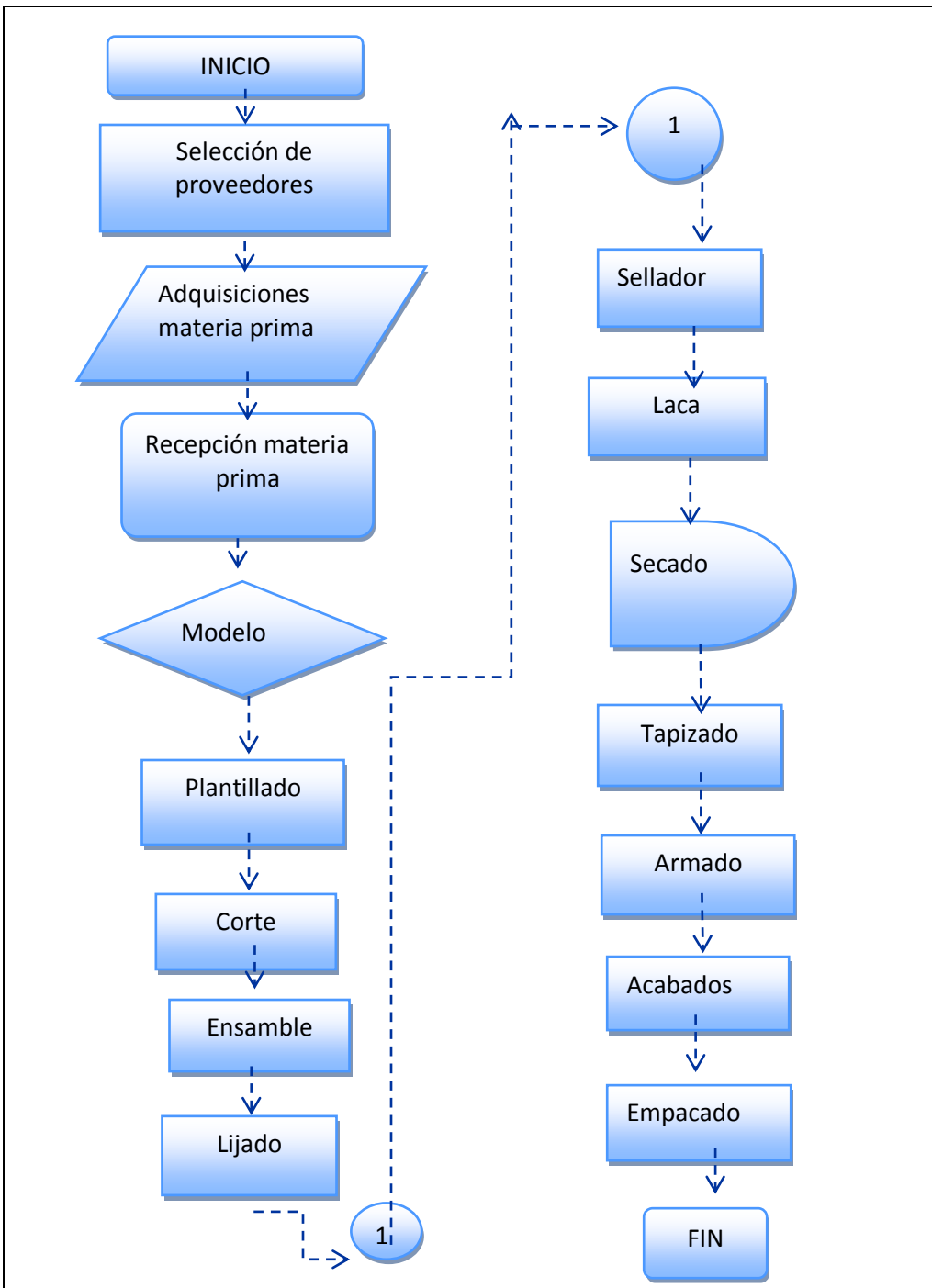
LISTADO DE ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO / HORAS
Selección de materia prima	1
Adquisición de materia prima	1
Recepción de materia prima	1
Modelo del mueble , revistas, libros, imágenes	3
Plantillado del mueble	2
Corte de la madera	3
Ensamble de piezas del mueble	2
Lijado del mueble	1
Dar sellador al mueble	3
Lacar el mueble	3
Secado del mueble	18
Tapizado del mueble	4
Armar el mueble	5
Poner accesorios al mueble	3
Empacado del producto	2
Entrega al consumidor final	1
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### GRÁFICO N° 44

### FLUJO GRAMA DE PROCESO PRODUCTIVO



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### 4.4.3. Proceso de ventas

A continuación se detallan las actividades que se llevará a cabo desde el momento que ingresa el cliente a nuestra pequeña empresa hasta el término o finalización de adquisición de compra del producto.

**CUADRO N° 59**

**ACTIVIDADES DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN**

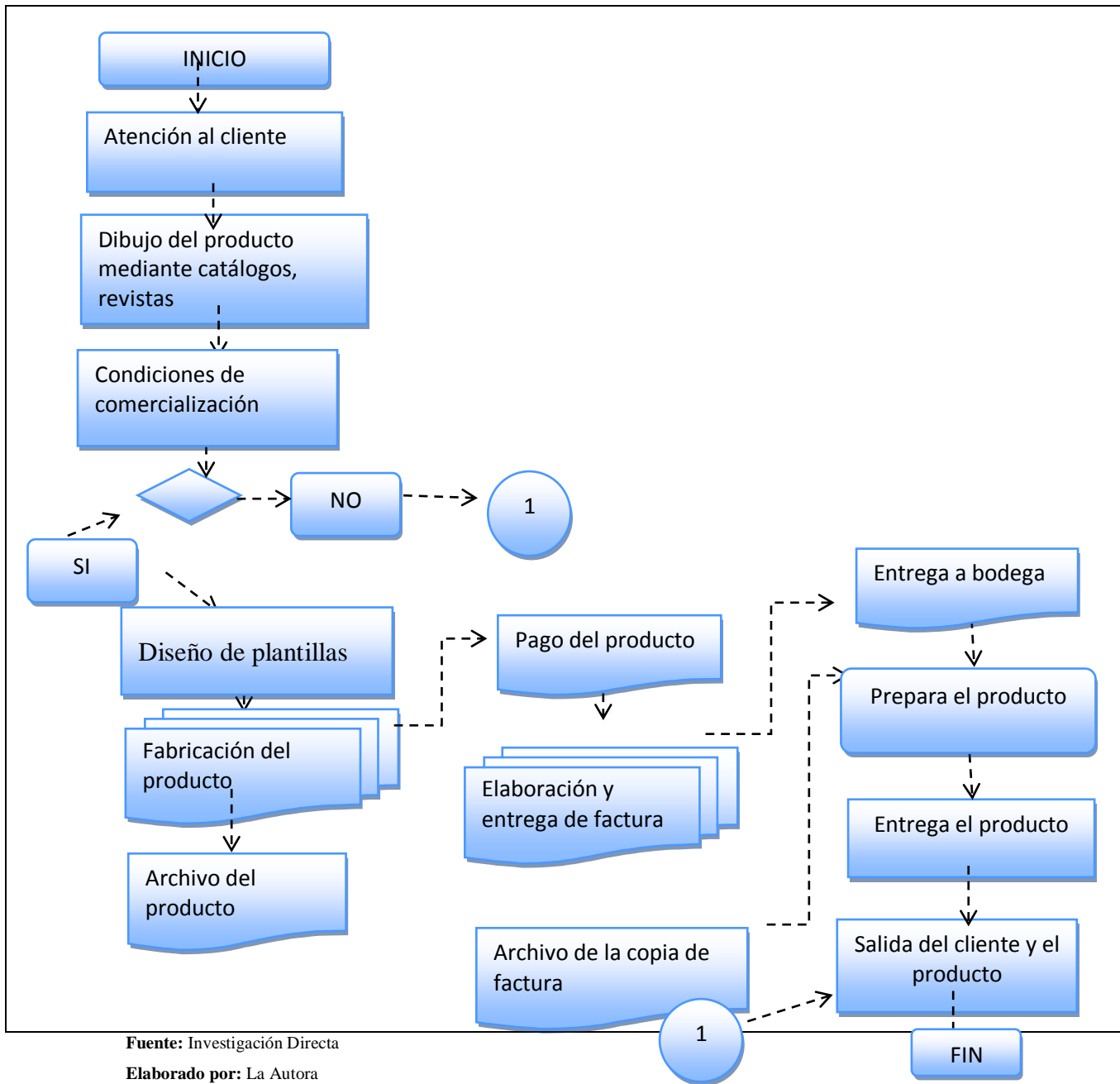
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>TIEMPO PREVISTO/MINUTOS/HORA S</b>
Atención al cliente	5 minutos
Dibujo del producto mediante catálogo, revistas	30 minutos
Condiciones de comercialización	15 minutos
Diseño de plantillas del producto	40 minutos
Fabricación del producto en carpintería y demás áreas	53 horas
Transmisión del pedido en bodega	10 minutos
Entrega del pedido en caja	10 minutos
Cobro del pedido	5 minutos
Entrega de la factura	2 minutos
Factura para contabilidad	2 minutos
Factura para bodega	2 minutos
Entrega del producto	5 minutos
Salida del cliente y producto	2 minutos
<b>TOTAL</b>	<b>55 HORAS Y 8 MINUTOS</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora



**GRÁFICO N° 45**  
**FLUJOGRAMA DE PROCESO DE VENTA**



#### 4.4.4. Proceso para el equipamiento y logística del proyecto

A continuación se detalla cada uno de los requerimientos que se necesitará para el equipamiento y logística del proyecto entre los cuales están desde la búsqueda de los proveedores, el requerimiento de material y cada una de sus cotizaciones, hasta la entrega de los mismos y por último la apertura definitiva de la pequeña empresa productora de muebles de estilo clásico.

**CUADRO N° 60**  
**EQUIPAMIENTO Y LOGÍSTICA DEL PROYECTO**

<b>N</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO PREVISTO/DIAS PROBABILISTICOS</b>
1	Requerimientos	5
2	Cotizaciones	6
3	Análisis y selección de proveedores	3
4	Requisición de material y equipos	2
5	Traslado de adquisiciones	5
6	Verificación de las adquisiciones	3
7	Entrega recepción de materiales	2
8	Instalación de los equipos	4
9	Almacenamiento de los materiales	3
10	Comprobación de funcionamiento de equipos	15
11	Inicio de periodo de prueba	30
12	Apertura definitiva	-
<b>TOTAL</b>		<b>78</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 61**  
**PLANTILLA DE CONTROL**

<b>N</b>	<b>SIMBOLIGIA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO</b>
1	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Requerimientos	5
2	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Cotizaciones	6
3	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Análisis y Selección de Proveedores	3
4	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Adquisición de Material y Equipos	2
5	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Traslado de Adquisiciones	5
6	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Verificación de las Adquisiciones	3
7	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Entrega Recepción de Materiales	2
8	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Instalación de los Equipos	4
9	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Almacenamiento de los materiales	3
10	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Comprobación de Funcionamiento de Equipos	15
11	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Inicio de Periodo de Prueba	30
12	⇒ □ ▯ ○ ⊙ ▽ D	Apertura Definitiva	.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 62**  
**RESUMEN OPERATIVO DE LAS OPERACIONES REALIZADAS**

<b>2</b>	<b>Procesos</b>
<b>1</b>	<b>Transporte</b>
<b>1</b>	<b>Demora</b>
<b>3</b>	<b>Verificaciones</b>
<b>2</b>	<b>Almacenamiento</b>
<b>3</b>	<b>Operaciones combinadas</b>
<b>13</b>	<b>TOTAL</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### **4.5. TAMAÑO DEL PROYECTO**

La pequeña empresa de muebles de estilo clásico Santacruz Rosales pretende ampliar su producción a 20 juegos de muebles mensualmente, siendo al año 241 productos a realizarse esto se lo puede realizar con la ventaja de que sus competidores no son potencialmente productivos en el mercado local.

#### 4.5.1. Condiciones del mercado

Para vender los muebles de estilo clásico el propietario pretende llegar al mercado local con precios accesibles, las tendencias del mercado se debe mantener con un buen stock de muebles y sin perder el glamour de los mismos.

#### 4.5.2 Disponibilidad de recursos humano

Para la ampliación del taller de muebles “D’ESILO” se analizaran dos tipos de recursos financieros los propios y los de terceros, en lo que se refiere a los recursos de terceros se realizaran mediante créditos a instituciones financieras.

#### 4.5.3. Disponibilidad de la mano de obra

Se puede decir que existe el personal adecuado con experiencia y conocimientos que aporten para el crecimiento de la misma, para la ampliación de la misma existe una gran cantidad de mano de obra en la parroquia de San Antonio como carpinteros, lijadoras, lacadores, talladores.

#### 4.5.4. Disponibilidad de insumos y materias primas

La pequeña empresa cuenta con proveedores para los insumos y la materia prima, los cuales se encuentran localizados dentro del cantón de Ibarra como se detalla a continuación:

**CUADRO N° 63**  
**DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA**

<b>NOMBRE PROVEEDOR</b>	<b>MATERIA PRIMA</b>
Edimca	Triplex, MDF
Ferretería Fuentes	Clavos, tornillos, etc
Aserrado San Antonio	Madera de laurel, copal

**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Autora del Proyecto

Los precios de estos insumos siempre van a variar por la marca y calidad de la misma, una de las ventajas que mantiene el propietario con dichos proveedores es el crédito otorgado por ellos hacia el artesano facilitándole formas de pago.

#### **4.5.5. Disponibilidad de tecnología**

Para proceder a realizar los distintos tipos de muebles de estilo clásico se necesita diferentes clases de máquinas como sierras, caladoras, cortadoras, máquinas de coser, etc. Que el presente proyecto pretende implantar con la ampliación del mismo y son de fácil acceso en el mercado actual, también la pequeña empresa cuenta con proveedores que ofrecen capacitaciones para los operarios, además la asistencia técnica y repuestos para la distinta maquinaria a utilizarse en la producción de muebles para el hogar.

#### **4.5.6. Medios de transporte**

Facilita la comercialización de la mercadería, y para la fabricación de los muebles para el hogar es importante contar con la cercanía de proveedores, necesarios para adquisición de igual manera el costo del transporte se reducirá por la cercanía y ahorro de tiempo.

#### **4.5.7. Cercanía al mercado**

Mayor número de clientes potenciales con estratos social medio, es con el que contara la pequeña industria que son los dueños de los almacenes comerciales que comercializan los muebles de estilo clásico en el cual puedan acceder a todo los tipos de muebles de calidad y estilo.

#### **4.5.8. Disponibilidad de servicios básicos**

En el sector de la parroquia de San Antonio de Ibarra del barrio bellavista bajo, donde se ubicará el proyecto, cuenta con los servicios básicos como: agua, energía eléctrica y línea telefónica, cuyos costos son estables y accesible para cubrirlos.

#### **4.6. PRESUPUESTO TÉCNICO**

Es esta parte se detallaran aspectos propios de la ingeniería tales como infraestructura civil, terrenos, equipo, maquinaria y tecnología, entre otros

##### **4.6.1. Inversión fija**

El presente proyecto contara con una inversión fija de:

**a) Terreno valorado en \$20000.00**

El terreno es familiar, se cuenta con el espacio físico suficiente para su infraestructura, el cual será adquirido a un buen precio.

b) Inventario de maquinaria

**CUADRO N° 64**  
**INVENTARIO DE MAQUINARIA**

<b>MAQUINARIA ELECTRICA VOLTAJE DE LUZ 220</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO X UNIDAD</b>	<b>VALOR DE COMPRA</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>VALOR REAL</b>	<b>COSTO EN LIBROS</b>
Sierra de disco	1		1,200.00	3	360.00	840.00
Caladora eléctrica	1		750.00	3	225.00	525.00
Lijadora de banco	1		500.00	2	100.00	400.00
Trompo para lijar	1		400.00	3	120.00	280.00
<b>Maquinaria Eléctrica Voltaje de luz 110</b>						
Englateadora	1		550.00	1	55.00	495.00
Compresor carpintería	1		350.00	3	105.00	245.00
Compresor lacado	1		500.00	3	150.00	350.00
Pistolas de aire para carpintería	1		60.00	2	12.00	48.00
Grapadora	1		40.00	3	12.00	28.00
Taladro eléctrico	1		100.00	2	20.00	80.00
Taladro a batería	1		<b>225.00</b>	<b>2</b>	45.00	180.00
Amoladora	1		230.00	1	23.00	20700
Caladora manual	1		220.00	1	22.00	198.00
Bisagradora	1		150.00	2	30.00	120.00
Pistolas para laca	1		100.00	1	10.00	90.00
Lijadora manual	1		50.00	2	10.00	40.00
<b>Maquinaria Manual</b>						
Tupid	1		230.00	3	69.00	161.00
Cepillos manuales	2	120.00	240.00	3	72.00	168.00
Muñequillas manuales	6	15.00	90.00	3	27.00	63.00
Prensas	15	12.00	180.00	3	54.00	126.00
Gubias	30	10.00	300.00	3	90.00	210.00
<b>TOTAL</b>						<b>4.854.40</b>

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Autora del Proyecto

c) **Vehículo**

**CUADRO N° 65**  
**VEHÍCULO**

<b>FECHA</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>MARCA</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>COSTO EN LIBROS</b>
<b>01/09/2013</b>	CAMIONETA	FORD	8,000.00	533.33	7,466.67

**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Autora del Proyecto

El proyecto en mención contara con una inversión fija de \$20000.00 en terreno valorado y \$4.854.00 en maquinaria con la que cuenta la pequeña industria, vehículo valorado en \$8000.

d) **Construcción de áreas y espacios**

De acuerdo a la información proporcionada por el ingeniero civil se requerirá un costo total de \$12500.00 ya que su infraestructura será de hierro, esta fue realizada mediante una cotización con el material más cómodo, la inversión destinada a la instalación del lugar en donde van a operar los artesanos a utilizar las diferentes maquinas.

**CUADRO N° 66**  
**CONSTRUCCIÓN**

<b>Q</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
1	Remodelación	12,500.00

**Fuente:** Ingeniero Civil

**Elaboración:** Autora del Proyecto

e) **Equipos de oficina**

La pequeña empresa para su buen funcionamiento en el área administrativa contara con el equipamiento necesario en las cuales se describen a continuación.



**CUADRO N° 67**  
**EQUIPO DE OFICINA**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
4	Escritorio	120.00	480.00
5	Archivadores	80.00	400.00
3	Sumadoras	20.00	60.00
5	Teléfono	30.00	150.00
1	Teléfono fax	150.00	150.00
3	Dispensador de agua	80.00	240.00
	<b>TOTAL</b>		1,480.00
	IMPREVISTOS 10%		148.00
	<b>TOTAL</b>		<b>1,628.00</b>

**Fuente:** Observación Directa y Cotizaciones

**Elaboración:** Autora del Proyecto

**f) Equipo de computación**

Para un buen funcionamiento y desempeño del personal administrativo se adquirirá un buen equipo de computación, 3 computadoras HP para la parte administrativa y operativa que son: Gerente, Contador, Diseñador Gráfico.

**CUADRO N° 68**  
**EQUIPO DE CÓMPUTO**

<b>Q</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
3	Computadora HP PAVILION SLIMLINE 5510 la PC	800.00	2,400.00
	<b>TOTAL</b>		2,400.00

**Fuente:** Observación Directa y Cotizaciones

**Elaboración:** Autora del Proyecto

**g) Maquinaria y accesorios por adquirir para el área de producción**

Para la ampliación de la pequeña empresa se necesitara de la maquinaria necesaria para la producción del taller entre ellas están:

**CUADRO N° 69**  
**MAQUINARIA POR ADQUIRIR**

<b>MAQUINARIA ÁREAS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>PARA CARPINTERIA, LACADO, TAPIZADO</b>	<b>P/U</b>	<b>P/T</b>
	<b>CARPINTERÍA Y LACADO</b>		
1	Canteadora		2,000.00
1	Cepillo para madera industrial		3,000.00
1	Compresor grande industrial		3,200.00
	Sistema de mangueras para repartición de usos en todo el taller		1,200.00
1	Planta eléctrica a gasolina		2,250.00
1	Sierra de disco		1,400.00
1	Lijadora de banco		700.00
1	Pistolas de aire para carpintería		65.00
2	Grapadora	50.00	100.00
2	Taladro eléctrico	110.00	220.00
1	Taladro a batería		235.00
2	Pistola para laca	125.00	250.00
2	Lijadora manual	115.00	230.00
2	Tupid	240.00	480.00
2	Cepillos manuales	125.00	250.00
7	Muñequillas manuales	17.00	119.00
40	Prensas manuales	30.00	1,200.00
5	Formones	12.00	60.00
	<b>TAPIZADO</b>		
1	Máquina de coser industrial de tapicería		1,500.00
2	Grapadora	50.00	100.00
2	Pistola de silicona	4.50	9.00
2	Tijeras	6.00	12.00
6	Extintidores	50.00	300.00
	<b>TOTAL</b>		<b>18,880.00</b>

**Fuente:** Observación Directa y Cotizaciones

**Elaboración:** Autora del Proyecto

#### **h) Muebles y enseres**

Para la ampliación de la pequeña industria en lo que se refiere a muebles y enseres será necesario adquirir muebles de oficina para el personal administrativo, para que su funcionamiento y desenvolvimiento dentro de la empresa sea eficiente.

**CUADRO N° 70**  
**MUEBLES Y ENSERES**

<b>Q</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
3	Muebles de oficina	500.00	1,500.00

**Fuente:** Observación Directa y Cotizaciones

**Elaboración:** Autora del Proyecto

**4.6.2 Resumen de Inversiones Fijas**

**CUADRO N° 71**  
**RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>INVERSION ACTUAL</b>	<b>INVERSION PROPUESTA</b>
Terreno	20,000.00		20.000,00
Construcción de la planta	12,500.00		12.500,00
Vehículo	8,000.00	8.000,00	
Equipo de oficina	1,628.00		1.628,00
Muebles y enseres de la fabrica	1,500.00		1.500,00
Inventario de maquinaria	4,854.00	4.854,00	
Maquinaria por adquirir	18,880.00		18.880,00
Equipo Informático	2,400.00		2.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>69,762.00</b>	<b>12.854,00</b>	<b>56.908,00</b>

**Fuente:** Cuadro Nro.64, 65,66, 67, 68, 69, 70

**Elaboración:** Autora del Proyecto

En el siguiente cuadro se detalla la maquinaria que se requerirá para la inversión del presente proyecto y la inversión actual que tiene la manufacturera cabe mencionar que en dichos rubros se encuentra el inventario de la maquinaria según libros y el vehículo.

**4.6.3 Inversiones Variables**

**a) Requerimiento de Personal**

El presente proyecto mediante la ampliaciones la pequeña empresa requerirá de mano de obra directa como indirecta los cuales serán muy necesarios para ejecutar

el proceso planteado. A continuación se detalla el personal que laborara en la pequeña empresa los sueldos están planteados de acuerdo a los establecido por el gobierno a través del ministerio de relaciones laborales.

**CUADRO N° 72**  
**MANO DE OBRA A UTILIZARSE**

N°	MANO DE OBRA	SBU	SUELDO SUBT	TOTAL
4	CARPINTEROS	340,00	1.360,00	16.320,00
2	LIJADORES	340,00	680,00	8.160,00
2	LACADORES	340,00	680,00	8.160,00
3	TAPIZADOS	340,00	1.020,00	12.240,00
2	EMPACADORES	340,00	680,00	8.160,00
1	DISEÑADOR	350,00	350,00	4.200,00
1	GERENTE	600,00	600,00	7.200,00
1	CONTADOR	400,00	400,00	4.800,00
	<b>TOTAL</b>	<b>3.050,00</b>	<b>5.770,00</b>	<b>69.240,00</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: Autora del Proyecto

**b) Suministros, servicios básicos, publicidad y combustible**

**CUADRO N° 73**  
**SUMINISTROS**

DESCRIPCIÓN	Q	PRECIO UNITARIO	TOTAL	AÑO
Tinta para impresora	2	8.00	16.00	192.00
Resma de papel bond	2	4.50	9.00	108.00
Grapadora	3	3.00	9.00	108.00
Perforadora	3	3.00	9.00	108.00
Cuaderno	5	1.00	5.00	60.00
Carpeta	10	0.20	2.00	24.00
Esfero	12	0.25	3.00	36.00
<b>TOTAL</b>			<b>53.00</b>	<b>636.00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Autora del Proyecto

Los suministros de oficina que requerirá la pequeña empresa se describen el cuadro Nro 73 indicando lo más necesario que debe existir en el ambiente administrativo detallado con cantidades y precios, como se puede observar al año se gastara \$636.00 en suministros de oficina.

**CUADRO N° 74**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Energía eléctrica	75.00	900.00
Servicio telefónico	25.00	300.00
Internet	20.45	245.40
Agua	14.00	168.00
<b>TOTAL</b>		<b>1,613.40</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** Autora del Proyecto

Los servicios básicos se han procedido a realizar un promedio mensual de gastos que realiza la pequeña empresa en el año en cuanto a energía eléctrica teléfono, agua, e internet dándonos un total de gasto anual de \$1613.40.

**CUADRO N° 75**  
**PUBLICIDAD**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Tarjetas de Presentación		95.00
Rotulo		80.00
Cuñas radiales	350.00	4,200.00
<b>TOTAL</b>	350.00	<b>4,375.00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** Autora del Proyecto

La publicidad se procederá a realizar una impresión de 500 tarjetas para sustento del artesano y darse a conocer en el mercado local, se procederá también por medio de la ampliación a poner un rotulo con el eslogan de la pequeña empresa, para conocimiento de más personas del sector local, y la presentación por radio.

**CUADRO N° 76**  
**COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANTIDAD/AÑO</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Mantenimiento	1.00	500.00	500.00
Combustible/Galones	624	1.51	942.24
<b>TOTAL</b>			<b>1442.24</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** Autora del Proyecto

El combustible y mantenimiento del vehículo de igual forma se procedió a realizar una investigación directa llegando a determinar el valor estimado de gasto siendo \$1442.24

**c) Adquisición de materia prima**

La materia prima a utilizarse dentro de la Pequeña Empresa productora de muebles de estilo clásico se detalla a continuación.

**CUADRO N° 77**  
**MATERIA PRIMA**

<b>MATERIALES</b>
Tablón de laurel 2,40 largo por 23 ancho *4 grueso
Tablón de copal para las partes donde van tapizadas
Tablado de la cama madera maní rejillas 1,60 x 9 x2
Tablero eco chapa de 90*60
Triplex decorativo de 1cm
Triplex de 4 líneas para los fondos respaldos y laterales
Triplex de 9 líneas para armar cajones
Triplex de 4 líneas para los fondos
Laca galón
Sellador galón
Tintes 1/2 lt
Thiner galón
Masilla litro
Lijas manuales Nro. 100, 150, 240
Lijas de Maquina Nro. 100, 150, 240
Gasolina galón
Brea libra
Grapas, clavos, tornillos, goma
Esponja negra de 6 cm plancha
Guaípe
Costales
Rollos de caucho
Cemento de contacto lt
Grapas
Tela m
Lienzo m (forro)
Greca m (decoración)
Estrés film
Cintas de embalaje
Poliespan m
Ángulos para cama
Rieles para veladores de 30cm de largo
Rieles para cómoda de 40cm de largo
Jaladeras
Espejo

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Autora del Proyecto

La materia prima que necesitara la pequeña empresa para la fabricación del producto que son los muebles de estilo clásico se detalló en los cuadro Nro. 77 tanto materia prima directa como indirecta que requerirá el proyecto en marcha.

**CUADRO N° 78**  
**DETERMINACIÓN DE PRECIO DE MATERIA PRIMA**

DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018
Juego de sala	92,496.96	101,792.30	112,006.27	123,227.59	135,553.30
Juego de dormitorio de 2plazas 1/2	148,979.21	163,903.89	180,297.32	198,300.56	218,067.70
Juego de comedor de 6 Puestos	63,921.15	70,372.01	77,463.97	85,259.46	93,826.79

Fuente: Investigación Directa, Anexo 4, Cuadro 64, 55, 56

Elaboración: Autora del Proyecto

Como los datos reflejan los costos de materia prima que serán requeridos en los juegos de muebles tales como sala, comedor, dormitorios durante todo el transcurso del proyecto hasta el 2018.

**4.6.4 Inversión diferida**

Se estima los rubros de estudio de proyecto de la ampliación de la pequeña empresa de muebles "D'STILO" los gastos que se realizaran en el estudio e imprevistos que pueden suscitarse en la expansión del negocio, siendo la inversión diferida proyectada será de \$1525.00.

**CUADRO N° 79**  
**INVERSIONES DIFERIDAS**

DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
Gastos de constitución		525.00
Permiso de bomberos	10.00	
Ordenanza municipal	35.00	
Capacitación	300.00	
Gastos varios	180.00	
Estudio de factibilidad		1,000.00
<b>TOTAL</b>		<b>1,525.00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Autora del Proyecto

#### 4.6.5 Resumen de inversiones variables

**CUADRO N° 80**  
**INVERSIONES VARIABLES**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	TOTAL TRIMESTRE
<b>Materia prima directa</b>		
Juegos de sala	7,708.08	23,124.24
Juegos de comedor de 6 puestos	5,326.76	15,980.29
Juegos de dormitorio de 2plazas 1/2	12,414.93	37,244.80
<b>Mano de obra directa</b>		
Sueldos	4,770.00	14,310.00
Aporte patronal IESS (12.15%)	144.89	1,738.67
<b>Gastos generales de fabricación</b>		
Energía Eléctrica	67.50	202.50
Agua	7.00	21.00
<b>Gastos administrativos</b>		
Teléfono e internet	45.45	136.35
Servicios básicos	14.50	43.50
Combustible y mantenimiento	120.19	360.56
Suministros	53.00	159.00
Gasto sueldo		
Aporte patronal IESS (12.15%)	1,000.00	3,000.00
<b>Gasto de ventas</b>	30.38	364.50
Gasto publicidad		
<b>TOTAL</b>	364.58	1,093.75
	<b>32,067.26</b>	<b>97,779.16</b>

**Fuente:** Investigación Directa, Cuadro Nro. 72, 73, 74, 75, 76, 78

**Elaboración:** Autora del Proyecto

Aquí se detallan todas las inversiones que serán indispensables para poder iniciar las actividades dentro de la pequeña empresa productora de muebles de estilo clásico, como se puede observar en los cuadros las inversiones variables requerirán un total de \$97.779,16 trimestrales

#### 4.6.5 Resumen de inversiones requeridas

De esta manera se detallan todas las inversiones que serán necesarias para iniciar las actividades, detallándose en el cuadro cual será el valor de financiamiento que requerirá la unidad productiva siendo de \$169.066,16 del cual el propietario aportara con el 30% y el 70% se financiara por medio de instituciones como la



corporación financiera nacional la cual apoya para los proyectos productivos con tal porcentaje.

**CUADRO N° 81**  
**ESTRUCTURA DE LA INVERSION**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>	<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>K PROPIO</b>
Inversión fija	69,762.00	0.30	69,512.91	99,553.25
Inversión variable	97,779.16	0.70		
Inversión diferida	1,525.00		-	
<b>TOTAL</b>	<b>169,066.16</b>		<b>69,512.91</b>	<b>99,553.25</b>
<b>Variación</b>	<b>100.00</b>		<b>41.12</b>	<b>58.88</b>

Fuente: Investigación Directa, Cuadro nro. 71, 79, 80

Elaboración: Autora del Proyecto

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Durante este capítulo se presentara cifras de ventas, ingresos, costos y gastos que estarán consolidados en los estados financieros, a través de esta información se podrá demostrar la rentabilidad del proyecto aplicando las herramientas financieras como el Valor Presente Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno, (TIR), Costo Beneficio y Periodo de Recuperación, estos son los índices que sustentan la inversión del proyecto.

#### 5.1. DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS

**CUADRO N° 82**  
**INGRESOS POR JUEGO DE MUEBLES**

<b>AÑO</b>	<b>Juego de sala</b>	<b>Comedor de 6 Puestos</b>	<b>Dormitorio de 2plazas 1/2</b>	<b>TOTAL</b>
2014	145,589.50	95,041.59	227,231.88	467,862.97
2015	160,401.68	104,767.99	250,300.54	515,470.20
2016	176,467.42	115,303.27	275,288.49	567,059.18
2017	194,145.58	126,904.45	302,777.11	623,827.14
2018	213,530.15	139,629.02	332,903.40	686,062.58

**Fuente:** Cuadro Nro. 52, 54, 55,56

**Elaboración:** Autora del Proyecto

Como se puede observar en el gráfico los ingresos totales por las ventas proyectadas al año 2014 serán de \$467.862,97 juegos de muebles entre los cuales están juegos de sala, comedor y dormitorios de estilo clásico.

## 5.2. DETERMINACIÓN DE EGRESOS

### 5.2.1. Costos de producción

#### a) Mano de obra directa

Aquí se establecieron los sueldos de acuerdo a la tabla sectorial definida por el gobierno más beneficios de ley.

Determinación de sueldos y beneficios de ley:

**Sector:** Transformación de Productos

**Ramas de Actividades Económicas:** Fabricación artesanal de muebles y accesorios de madera.

**CUADRO N° 83**  
**PROYECCIONES DE SUELDOS Y BENEFICIOS DE LEY**

DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
R.B.U.	62.677,80	68.632,19	75.152,25	82.291,71	90.109,43
APORTE PATRONAL 12.15%	7.615,35	8.338,81	9.131,00	9.998,44	10.948,30
FONDOS DE RESERVA	-	5.717,06	6.260,18	6.854,90	7.506,12
DÉCIMO TERCER SUELDO	5.223,15	5.719,35	6.262,69	6.857,64	7.509,12
DÉCIMO CUARTO SUELDO	4874,94	5.338,06	5.845,17	6.400,47	7.008,51
VACACIONES	2.611,58	2.859,67	3.131,34	3.428,82	3.754,56
<b>TOTAL</b>	<b>83.002,82</b>	<b>96.605,15</b>	<b>105.782,64</b>	<b>115.831,99</b>	<b>126.836,02</b>

**Fuente:** Ministerio de Trabajo Tabla Sectorial, Cuadro Nro. 72

**Elaboración:** Autora del Proyecto

Como se puede observar están detallados los siguientes rubros

Sueldo Básico de acuerdo a tabla sectorial

Aporte IESS Patronal 12.15%

Fondo de Reserva: S.B.U./0.0833 los fondos de reserva no se perciben el primer año de trabajo por lo tanto se pagaran a partir del año 2015

Décimo tercer Sueldo: Valor igual al fondo de reserva

Décimo Cuarto Sueldo: Es un salario básico que se lo percibe al año

Vacaciones; S.B.U./24

Proyección 2014-2018: 9,50% variación de los últimos 5 años de acuerdo al MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES

### b) Gastos generales de fabricación

Los gastos generales de fabricación son aquellos que se los utilizan para la terminación de un producto final.

**CUADRO N° 84**  
**DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS DE PRODUCCIÓN**

<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>VALOR</b>	<b>VIDA UTIL</b>		<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>2014</b>
Muebles y enseres	500,00	10	10%	50,00	450,00	45,00
Inventario de maquinaria y equipo	4.854,00	10	10%	485,40	4.368,60	436,86
Maquinaria y equipo por adquirir	18880	10	10%	1.888,00	16.992,00	1699,20
Equipo de computación	800,00	3	33,33%	266,64	533,36	177,79
<b>TOTAL</b>	<b>25.034,00</b>					<b>2358,85</b>

Fuente: Cuadro Nro. 64, 68, 69

Elaboración: Autora del Proyecto

### c) Resumen de costos productivos

A continuación se presenta un resumen de las investigaciones que se realizaran para el área de producción.

### d) Costo por producto

Para realizar el costo por producto de los juegos de muebles como son salas comedores y dormitorios se utilizó el siguiente cálculo.

**MC= Margen de contribución**

**MCP= Margen de contribución ponderado**

**PE= Punto de equilibrio**

**CF= Costo fijo**

**Total**

**PV-CV**

**MC\*% de ventas**

**CF/MCP**

**PV\*PE**

### CUADRO N° 85

#### PROYECCION DE COSTOS POR PRODUCTO EN CANTIDAD AL 2014

Descripción	Cantidad en ventas		Precio de ventas	Costo de ventas	Margen de contribución	Margen de contribución Ponderado	Punto de equilibrio unidades	Total
Juego de sala	132	0.25	1,106.60	718.57	388.03	209.54	45	50,052.52
Comedor de 6 puestos	168	0.32	567.13	391.13	176.01	79.20	95	54,005.81
Dormitorio de 2 plazas 1/2	227	0.43	1,000.53	671.49	329.03	161.23	102	101,556.60
	526	1.00				449.96	242	205,614.93

**Fuente:** Anexo 5

**Elaboración:** Autora del Proyecto

En el cuadro Nro. 85 se detalla el costo por producto en cantidad lo que significa que el punto de equilibrio que se podrá cubrir será de 242 productos por año en juegos de sala, comedor y dormitorios

### CUADRO N°86

#### PROYECCION DE COSTOS PRODUCTIVOS

DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
<b>MATERIA PRIMA</b>					
Juego de sala	92,496.96	101,792.30	112,006.27	123,227.59	135,553.30
Juego de dormitorio de 2plazas 1/2	148,979.21	163,903.89	180,297.32	198,300.56	218,067.70
Juego de comedor de 6 puestos	63,921.15	70,372.01	77,463.97	85,259.46	93,826.79
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
Mano de obra	62,677.80	68,632.19	75,152.25	82,291.71	90,109.43
Aporte patrona iess 12.15%	7,615.35	8,338.81	9,131.00	9,998.44	10,948.30
Fondo de reserva		5,717.06	6,260.18	6,854.90	7,506.12
Décimo tercer sueldo	5,223.15	5,719.35	6,262.69	6,857.64	7,509.12
Décimo cuarto sueldo	4,874.94	5,338.06	5,845.17	6,400.47	7,008.51
Vacaciones	2,611.58	2,859.67	3,131.34	3,428.82	3,754.56
<b>GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>					
Energía eléctrica	852.18	896.57	943.26	992.38	1,044.07
Agua	88.37	92.98	97.82	102.91	108.27
Depreciación	2,358.85	2,358.85	2,358.85	3,161.27	3,161.27
<b>TOTAL</b>	<b>391,699.55</b>	<b>436,021.73</b>	<b>478,950.12</b>	<b>526,876.16</b>	<b>578,597.42</b>

**Fuente:** Investigación Directa, Cuadro nro.72, 74, 78, 84

**Elaboración:** Autora del Proyecto

## 5.2.2. Gastos administrativos

Se da a conocer los gastos administrativos que tendrá la pequeña empresa de la cual dependerá el éxito y la factibilidad del proyecto.

### a) Sueldos personal administrativo

**CUADRO N° 87**  
**PROYECCIÓN DE GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO**

DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
R.B.U.	13.140,00	14.388,30	15.755,19	17.251,93	18.890,86
APORTE PATRONAL 12.15%	1.596,51	1.748,18	1.914,26	2.096,11	2.295,24
FONDOS DE RESERVA	-	1.198,55	1.312,41	1.437,09	1.573,61
DÉCIMO TERCER SUELDO	1.095,00	1.199,03	1.312,93	1.437,66	1.574,24
DÉCIMO CUARTO SUELDO	696,42	762,58	835,02	914,35	1.001,22
VACACIONES	547,50	599,51	656,47	718,83	787,12
<b>TOTAL</b>	<b>17.075,43</b>	<b>19.896,14</b>	<b>21.786,27</b>	<b>23.855,97</b>	<b>26.122,29</b>

Fuente: CuadroNro.72

Elaboración: Autora del Proyecto

En los gastos administrativos se determinan los sueldos del gerente y el contador con sus respectivos beneficios de ley.

### b) Gastos generales administrativos

**CUADRO N° 88**  
**DEPRECIACION ANUAL ADMINISTRATIVA**

ACTIVO FIJO	VALOR	VIDA UTIL		VALOR RESIDUAL	TOTAL	2014
Construcción	12.500,00	20	5%	625,00	11.875,00	593,75
Equipo de oficina	1.628,00	10	10%	162,80	1.465,20	146,52
Equipo de computacion	1.600,00	3	33,33%	533,28	1.066,72	355,57
Muebles y enseres	1.000,00	10	10%	100,00	900,00	90,00
Vehiculo	8.000,00	5	20%	1.600,00	6.400,00	1280,00
<b>TOTAL</b>	<b>24.728,00</b>					<b>2465,84</b>

Fuente: CuadroNro65, 66, 67, 68, 70

Elaboración: Autora del Proyecto

A partir del cuarto año se invertirá en nuevos equipos de computación el cual se depreciara siendo su costo del año 2014 más la tasa de inflación de inflación del 5,21%.

**CUADRO N° 89**  
**GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018
Servicios Básicos	183,06	192,60	202,63	213.18	224.28
Suministros de Oficina	669,12	703,97	740,63	779.21	819.79
Teléfono e internet	573,80	603,69	635,13	668.21	703.01
Mantenimiento y Combustible	1.517,35	1.596,38	1.679,51	1,766.98	1,859.01
Depreciación	2.465,84	2.465,84	2.465,84	4,817.35	4,960.70
<b>TOTAL</b>	<b>5.409,18</b>	<b>5.562,47</b>	<b>5.723,75</b>	<b>8,244.93</b>	<b>8,566.78</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Autora del Proyecto

**CUADRO N° 90**  
**PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
R.B.U	13,140.00	14,388.30	15,755.19	17,251.93	18,890.86
APORTE PATRONAL 12.15%	1,596.51	1,748.18	1,914.26	2,096.11	2,295.24
FONDOS DE RESERVA	-	1,198.55	1,312.41	1,437.09	1,573.61
DÉCIMO TERCER SUELDO	1,095.00	1,199.03	1,312.93	1,437.66	1,574.24
DÉCIMO CUARTO SUELDO	696.42	762.58	835.02	914.35	1,001.22
VACACIONES	547.50	599.51	656.47	718.83	787.12
<b>GASTOS GENERALES</b>					
SERVICIOS BÁSICOS	183.06	192.60	202.63	213.18	224.28
SUMINISTROS DE OFICINA	669.12	703.97	740.63	779.21	819.79
TELÉFONO E INTERNET	573.80	603.69	635.13	668.21	703.01
MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE	1,517.35	1,596.38	1,679.51	1,766.98	1,859.01
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1,208.72</b>	<b>1,177.45</b>	<b>1,145.62</b>	<b>1,113.23</b>	<b>1,080.28</b>
<b>GASTO DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>1,525.00</b>				
DEPRECIACION	2,465.84	2,465.84	2,465.84	4,817.35	4,960.70
<b>TOTAL GASTOS PROYECTADOS</b>	<b>25218.34</b>	<b>26636.06</b>	<b>28655.64</b>	<b>33214.13</b>	<b>35769.35</b>

Fuente: Investigación Directa, Cuadro Nro. 72, 74, 78

Elaboración: Autora del Proyecto

### 5.2.3 Gastos de ventas

Dentro de estos gastos se tomara en cuenta la publicidad que se realizara, para presentación del propietario e imagen de la pequeña empresa.

**CUADRO N° 91**  
**GASTOS DE VENTAS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
500 tarjetas de presentación	99.95	105.15	110.63	116.39	122.45
Rotulo	80.00				
Publicidad	4,418.74	4,648.86	4,890.98	5,145.70	5,413.69
<b>TOTAL</b>	<b>4,598.68</b>	<b>4,754.02</b>	<b>5,001.61</b>	<b>5,262.09</b>	<b>5,536.14</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Autora del Proyecto

### 5.3. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Para la ejecución de este proyecto se realizará un crédito de \$69.512,91 en la Corporación Financiera Nacional quien es el ente financiero que apoya proyectos productivos de pequeñas y medianas empresas, con un financiamiento del 70% en su totalidad del valor del proyecto.

Institución Financiera: CFN

Tasa de Interés: 10,50%

Plazo: 5 años

Amortización: 30 días

Número de Periodos: 60 meses para amortizar el capital



**CUADRO N° 92**

**TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

<b>NUMERO DE PERIODOS</b>	<b>VENCIMIENTO</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERES</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
0		69,512.91			
1	05-Mar-2014	68,627.04	608.24	885.87	1,494.10
2	04-Abr-2014	67,733.43	600.49	893.62	1,494.10
3	04-May-2014	66,831.99	592.67	901.44	1,494.10
4	03-Jun-2014	65,922.67	584.78	909.32	1,494.10
5	03-Jul-2014	65,005.39	576.82	917.28	1,494.10
6	02-Ago-2014	64,080.08	568.80	925.31	1,494.10
7	01-Sep-2014	63,146.68	560.70	933.40	1,494.10
8	01-Oct-2014	62,205.11	552.53	941.57	1,494.10
9	31-Oct-2014	61,255.30	544.29	949.81	1,494.10
10	30-Nov-2014	60,297.18	535.98	958.12	1,494.10
11	30-Dic-2014	59,330.68	527.60	966.50	1,494.10
12	29-Ene-2015	58,355.72	519.14	974.96	1,494.10
13	28-Feb-2015	57,372.22	510.61	983.49	1,494.10
14	30-Mar-2015	56,380.13	502.01	992.10	1,494.10
15	29-Abr-2015	55,379.35	493.33	1,000.78	1,494.10
16	29-May-2015	54,369.82	484.57	1,009.53	1,494.10
17	28-Jun-2015	53,351.45	475.74	1,018.37	1,494.10
18	28-Jul-2015	52,324.17	466.83	1,027.28	1,494.10
19	27-Ago-2015	51,287.90	457.84	1,036.27	1,494.10
20	26-Sep-2015	50,242.57	448.77	1,045.33	1,494.10
21	26-Oct-2015	49,188.09	439.62	1,054.48	1,494.10
22	25-Nov-2015	48,124.38	430.40	1,063.71	1,494.10
23	25-Dic-2015	47,051.36	421.09	1,073.02	1,494.10
24	24-Ene-2016	45,968.96	411.70	1,082.40	1,494.10
25	23-Feb-2016	44,877.09	402.23	1,091.88	1,494.10
26	24-Mar-2016	43,775.66	392.67	1,101.43	1,494.10
27	23-Abr-2016	42,664.59	383.04	1,111.07	1,494.10
28	23-May-2016	41,543.80	373.32	1,120.79	1,494.10
29	22-Jun-2016	40,413.21	363.51	1,130.60	1,494.10
30	22-Jul-2016	39,272.72	353.62	1,140.49	1,494.10
31	21-Ago-2016	38,122.25	343.64	1,150.47	1,494.10
32	20-Sep-2016	36,961.72	333.57	1,160.53	1,494.10
33	20-Oct-2016	35,791.03	323.42	1,170.69	1,494.10
34	19-Nov-2016	34,610.10	313.17	1,180.93	1,494.10
35	19-Dic-2016	33,418.83	302.84	1,191.27	1,494.10
36	18-Ene-2017	32,217.14	292.41	1,201.69	1,494.10
37	17-Feb-2017	31,004.94	281.90	1,212.20	1,494.10
38	19-Mar-2017	29,782.13	271.29	1,222.81	1,494.10
39	18-Abr-2017	28,548.62	260.59	1,233.51	1,494.10
40	18-May-2017	27,304.32	249.80	1,244.30	1,494.10

41	17-Jun-2017	26,049.12	238.91	1,255.19	1,494.10
42	17-Jul-2017	24,782.95	227.93	1,266.17	1,494.10
43	16-Ago-2017	23,505.70	216.85	1,277.25	1,494.10
44	15-Sep-2017	22,217.27	205.67	1,288.43	1,494.10
45	15-Oct-2017	20,917.57	194.40	1,299.70	1,494.10
46	14-Nov-2017	19,606.49	183.03	1,311.07	1,494.10
47	14-Dic-2017	18,283.95	171.56	1,322.55	1,494.10
48	13-Ene-2018	16,949.83	159.98	1,334.12	1,494.10
49	12-Feb-2018	15,604.03	148.31	1,345.79	1,494.10
50	14-Mar-2018	14,246.47	136.54	1,357.57	1,494.10
51	13-Abr-2018	12,877.02	124.66	1,369.45	1,494.10
52	13-May-2018	11,495.59	112.67	1,381.43	1,494.10
53	12-Jun-2018	10,102.07	100.59	1,393.52	1,494.10
54	12-Jul-2018	8,696.36	88.39	1,405.71	1,494.10
55	11-Ago-2018	7,278.35	76.09	1,418.01	1,494.10
56	10-Sep-2018	5,847.93	63.69	1,430.42	1,494.10
57	10-Oct-2018	4,405.00	51.17	1,442.93	1,494.10
58	09-Nov-2018	2,949.44	38.54	1,455.56	1,494.10
59	09-Dic-2018	1,481.14	25.81	1,468.30	1,494.10
60	08-Ene-2019	0.00	12.96	1,481.14	1,494.10
			20,133.30	69,512.91	89,646.21

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaboración: Autora del Proyecto

#### 5.4. RESUMEN DE GASTOS PROYECTADOS

**CUADRO N° 93**  
**GASTOS PROYECTADOS**

DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
COSTO DE PRODUCCIÓN	389340.70	433662.88	476591.27	523714.89	575436.15
GASTO ADMINISTRATIVO	21543.77	22992.77	25044.18	27283.55	29728.37
GASTO DE VENTAS	4598.68	4754.02	5001.61	5262.09	5536.14
GASTO DEPRECIACIÓN	4824.69	4824.69	4824.69	7978.62	8121.96
GASTO FINANCIERO	1208.72	1177.45	1145.62	1113.23	1080.28
<b>TOTAL</b>	<b>421516.57</b>	<b>467411.81</b>	<b>512607.37</b>	<b>565352.38</b>	<b>619902.91</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: Autora del Proyecto

## 5.5 BALANCE GENERAL

El presente balance se elaborara al iniciar las operaciones de la pequeña empresa de manera ordenada, con las debidas transacciones registrando el capital con el que contara la misma.

**CUADRO N° 94**  
**MUEBLES DE ESTILO CLASICO**  
**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	
BANCO	97.779,16	DEUDA	69.512,91
<b>TOTAL ACT. CORRIENTES</b>		97.779,16	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>TOTAL PASIVOS</b>	69.512,91
<b>ACTIVOS FIJOS NO DEPRECIABLES</b>			
TERRENO	20.000,00		
<b>ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES</b>			
CONSTRUCCIÓN	12.500,00		
EQUIPO DE OFICINA	1.628,00		
MUEBLES Y ENSERES	1.500,00		
INVENTARIO DE MAQUINARIA Y EQUIPO	4.854,00		
MAQUINARIA Y EQUIPO POR ADQUIRIR	18.880,00		
VEHÍCULO	8.000,00	<b>PATRIMONIO</b>	
EQUIPO DE COMPUTACION	2.400,00	CAPITAL SOCIAL	99.553,25
<b>TOTAL ACT. FIJOS</b>		69.762,00	
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
GASTO DE CONSTITUCIÓN	525,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>99.553,25</b>
ESTUDIOS Y DISEÑOS	1.000,00		
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>		1.525,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>169.066,16</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>
			<b>169.066,16</b>

**GERENTE**

**CONTADOR**

## 5.6. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Aquí se resaltarán los egresos que tendrá el proyecto en cada año donde los resultados serán positivos, de esta manera el presente proyecto tendrá su gran ventaja al implantarse.

**CUADRO N° 95**  
**PROYECCIÓN DEL ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018
<b>INGRESOS</b>					
JUEGO DE SALA	145,589.50	160,401.68	176,467.42	194,145.58	213,530.15
JUEGO DE DORMITORIO	227,231.88	250,300.54	275,288.49	302,777.11	332,903.40
JUEGO DE COMEDOR	95,041.59	104,767.99	115,303.27	126,904.45	139,629.02
<b>VENTAS PROYECTADAS</b>	<b>467,862.97</b>	<b>515,470.20</b>	<b>567,059.18</b>	<b>623,827.14</b>	<b>686,062.58</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>467,862.97</b>	<b>515,470.20</b>	<b>567,059.18</b>	<b>623,827.14</b>	<b>686,062.58</b>
<b>(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
MATERIA PRIMA DIRECTA	305,397.32	336,068.19	369,767.56	406,787.60	447,447.79
MANO DE OBRA DIRECTA	83,002.82	96,605.15	105,782.64	115,831.99	126,836.02
GASTOS GENERALES DE FAB.	940.56	989.54	1,041.08	1,095.30	1,152.34
<b>SUBTOTAL</b>	<b>389,340.70</b>	<b>433,662.88</b>	<b>476,591.27</b>	<b>523,714.89</b>	<b>575,436.15</b>
UTILIDAD BRU. PROYECT.	78,522.27	81,807.32	90,467.90	100,112.25	110,626.42
<b>(-) GASTOS</b>					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	22,752.50	24,170.22	26,189.80	28,396.78	30,808.65
GASTOS VENTAS	4,598.68	4,754.02	5,001.61	5,262.09	5,536.14
GASTO FINANCIERO	1,208.72	1,177.45	1,145.62	1,113.23	1,080.28
DEPRECIACIÓN	4,824.69	4,824.69	4,824.69	7,978.62	8,121.96
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>33,384.59</b>	<b>34,926.37</b>	<b>37,161.71</b>	<b>42,750.72</b>	<b>45,547.03</b>
<b>UTILIDAD OPE. PROYEC</b>	<b>45,137.67</b>	<b>46,880.94</b>	<b>53,306.19</b>	<b>57,361.53</b>	<b>65,079.39</b>
OBLIGACIONES					
(-) 15% PTRAB	6,770.65	7,032.14	7,995.93	8,604.23	9,761.91
UTILIDAD PROYECTADA ANTES DE IMP. RENTA	38,367.02	39,848.80	45,310.26	48,757.30	55,317.48
(-) IMPUESTO RENTA	1,870.78	1,925.34	2,567.59	2,898.00	4,434.52
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>36,496.24</b>	<b>37,923.46</b>	<b>42,742.67</b>	<b>45,859.30</b>	<b>50,882.96</b>

Fuente: Estudio Técnico y Financiero

Elaboración: Autora del Proyecto

## 5.7. FLUJO DE EFECTIVO

Por medio del flujo de efectivo se puede observar cómo está el efectivo reflejado en las entradas y salidas, en el proyecto, por lo tanto mediante este se puede determinar la liquidez o solvencia de la pequeña empresa.

**CUADRO N° 96**  
**FLUJO DE EFECTIVO**

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN INICIAL	- 169,066.16					
CRÉDITO	69,512.91					
UTILIDAD OPERACIONAL		45,137.67	46,880.94	53,306.19	57,361.53	65,079.39
(+) DEPRECIACION		4,824.69	4,824.69	4,824.69	7,978.62	8,121.96
(+) RECUPERACIÓN BIENES (Valores en Libros)						49,940.84
<b>TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS</b>		<b>49,962.36</b>	<b>51,705.63</b>	<b>58,130.88</b>	<b>65,340.15</b>	<b>123,142.19</b>
(-) IMPUESTO A LA RENTA		1,870.78	1,925.34	2,567.59	2,898.00	4,434.52
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		6,770.65	7,032.14	7,995.93	8,604.23	9,761.91
(-) PAGO DE CAPITAL		1,779.48	1,810.76	1,842.59	1,874.97	1,907.93
(-) REINVERSIÓN DE ACTIVOS					13,790.68	
<b>TOTAL DE EGRESOS PROYECTADOS</b>		<b>10,420.92</b>	<b>10,768.24</b>	<b>12,406.10</b>	<b>27,167.88</b>	<b>16,104.36</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-</b> <b>99,553.25</b>	<b>39,541.44</b>	<b>40,937.39</b>	<b>45,724.78</b>	<b>51,962.95</b>	<b>107,037.83</b>

Fuente: Estudio Técnico y Financiero

Elaboración: Autora del Proyecto

## 5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

Mediante la evaluación financiera se podrá evaluar al proyecto sobre los beneficios netos que se obtendrá del proyecto en ejecución.

### 5.8.1. Costo de oportunidad

Este cálculo se lo conoce también como tasa de interés para la evaluación financiera, tasa de descuento, tasa de oportunidad, tasa de retorno mínima del proyecto.

Para determinar la tasa de rendimiento se determina de la siguiente manera:

**CUADRO N° 97**  
**CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO**

DESCRIPCION	VALOR	TASA DE PONDERACION	% DE ESTRUCTURA	VALOR PONDERADO
INVERSION PROPIA	99.553,25	7	30%	2,10
INVERSION FINANCIADA	69.512,91	11	70%	7,7
INVERSION TOTAL	<b>169.066,16</b>			9,80

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autora del Proyecto

### CALCULO DEL TRM

$$(1+CK)(1+INFL)-1$$

$$(1+0,098)(1+0,0521)-1$$

$$15,52\%$$

El rendimiento mínimo del proyecto en condiciones de economía estable es del 15.52%

### 5.8.2. Valor Actual Neto

$$VAN = - II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} + \frac{FNE}{(1+r)^4} + \frac{FNE}{(1+r)^5}$$

**CUADRO N° 98**  
**VALOR ACTUAL NETO**

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	169,066.16		
1	39,541.44	0.884173298	34,961.49
2	40,937.39	0.781762421	32,003.32
3	45,724.78	0.691213458	31,605.58
4	51,962.95	0.611152483	31,757.28
5	107,037.83	0.540364706	57,839.47
<b>VAN</b>			188,167.14

**Fuente:** Cuadro Nro. 96, 97

**Elaboración:** Autora del Proyecto

**CUADRO N° 99**  
**FLUJO DE CAJA NETO**

39,541.44	40,937.39	45,724.78	51,962.95	107,037.83
-				
169,066.16	\$ 188,167.14	\$ 19,100.98		

**Fuente:** Cuadro Nro. 98

**Elaboración:** Autora del Proyecto

El valor actual neto es un criterio financiero que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan el transcurso de la inversión tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital.

En base a los flujos de caja se obtiene el valor presente neto aplicando la tasa de descuento del 15,52% Este indicador nos proporciona si es factible o no ya que si el VAN es igual a cero o mayor el proyecto se podrá llevar a cabo, caso contrario se lo rechazara.

### 5.8.3. Tasa interna de retorno

Para determinar la TIR se calculara el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego interpolar.

Su fórmula se presenta a continuación:

$$TIR = TRi + (TRs - TRi) \left[ \frac{VANi}{VANi - VANs} \right]$$

**CUADRO N° 100**  
**CALCULO DE LA TIR**

-					
169,066.16	39,541.44	40,937.39	45,724.78	51,962.95	107037.83

**TIR** 16.94%

**Fuente:** Cuadro Nro. 99

**Elaboración:** Autora del Proyecto

La tasa interna de retorno que se obtuvo establece una rentabilidad del 16,94% positiva para la vigencia del proyecto.

### 5.8.4. Relación costo – beneficio

El método a continuación refleja el retorno de los ingresos en relación a los egresos, este cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$RB/C = \sum \frac{\text{Ingresos Netos Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{200.747.70}{44.807,02}$$



Costo Beneficio =4,48

El costo beneficio es mayor a uno lo que significa que el proyecto es factible, y se puede manifestar de la siguiente manera que por cada dólar invertido se recupera \$4,48 dólares.

### 5.8.5. Punto de equilibrio

De acuerdo al volumen de ventas se establecerá el punto de equilibrio que viene hacer el nivel de producción en el cual se podrá recuperar los costos, para el cálculo del punto de equilibrio se determinan los costos fijos y los costos variables.

**CUADRO N° 101  
PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	22,752.50	24,170.22	26,189.80	28,396.78	30,808.65
<b>GASTOS VENTAS</b>	4,598.68	4,754.02	5,001.61	5,262.09	5,536.14
<b>GASTO FINANCIERO</b>	1,208.72	1,177.45	1,145.62	1,113.23	1,080.28
<b>DEPRECIACIÓN</b>	4,824.69	4,824.69	4,824.69	7,978.62	8,121.96
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	33,384.59	34,926.37	37,161.71	42,750.72	45,547.03
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	305,397.32	336,068.19	369,767.56	406,787.60	447,447.79
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	83,002.82	96,605.15	105,782.64	115,831.99	126,836.02
<b>GASTOS GENERALES DE FABRICACION</b>	940.56	989.54	1,041.08	1,095.30	1,152.34
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	389,340.70	433,662.88	476,591.27	523,714.89	575,436.15
<b>TOTAL COSTOS</b>	422,725.30	468,589.26	513,752.99	566,465.61	620,983.18
<b>VENTAS</b>	467,862.97	515,470.20	567,059.18	623,827.14	686,062.58
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	0.43	0.43	0.41	0.43	0.41
<b>VENTA EN DÓLARES</b>	198,917.02	220,072.06	232,932.23	266,391.58	282,465.19
<b>CAPACIDAD DE EQUILIBRIO</b>	0.17	0.16	0.16	0.16	0.16

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autora del Proyecto

### 5.8.6. Periodo de recuperación de inversión

El periodo de recuperación es muy importante ya que de este depende si se invertirá o no en el proyecto.

**CUADRO N° 102**  
**PERIODO DE RECUPERACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO</b>	<b>FLUJOS NETOS ACUMULADOS</b>
<b>1</b>	34,961.49	34,961.49
<b>2</b>	32,003.32	66,964.81
<b>3</b>	31,605.58	98,570.39
<b>4</b>	31,757.28	130,327.67
<b>5</b>	57,839.47	188,167.14
<b>TOTAL</b>	<b>188,167.14</b>	
		<b>AÑOS</b>
<b>SUMA DE FLUJOS NETOS</b>	188,167.14	5
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	169,066.16	X
		4.49

Fuente: Cuadro Nro.98

Elaboración: Autora del Proyecto

Como se puede apreciar el periodo de recuperación del proyecto será de 4 años 4 meses y 9 días.

### 5.9 RESUMEN DE EVALUADORES FINANCIEROS

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera será para tener una perspectiva general de las condiciones del proyecto.

**CUADRO N° 103**  
**RESUMEN DE EVALUACIONES FINANCIERAS**

<b>INDICADOR</b>	<b>RESULTADO</b>
VAN	19.100,98
TIR	16,94%
C/B	4,48
PUNTO DE EQUILIBRIO	198.917,02
	0,43
PERIODO DE RECUPERACION	4 años, 4 meses y 9 días

**Fuente:** Cuadro Nro. 99, 100, 101,102

**Elaboración:** Autora del Proyecto

De acuerdo a los datos obtenidos la evaluación financiera para un periodo de cinco años se llega a establecer que el VAN cuenta con una rentabilidad positiva, la TIR cuenta con una tasa superior a la mínima, el costo beneficio se espera que por cada dólar invertido se recupera el 4,48 lo cual hace interesante el proyecto, las ventas proyectadas en los próximos cinco años son favorables, por lo cual se llega a la conclusión de que el proyecto es rentable.

## **CAPÍTULO VI**

### **6 PROPUESTA DE LA ESTRATÉGIA**

La pequeña empresa productora de muebles para el hogar tiene como único fin alcanzar sus objetivos a través de estrategias que le ayuden a ingresar a esta industria, cubriendo en si las necesidades de los posibles clientes que comercializan muebles, con este fin se pretende incursionar en este mercado creando plazas de trabajo y ayudando al crecimiento económico del país.

Una vez efectuados los estudios del proyecto como el estudio de mercado, técnico y financiero de un proyecto económico, se expone la estructura organizacional y funcional de la pequeña empresa a desarrollarse.

#### **6.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL**

El nombre de la pequeña empresa productora de muebles de estilo clásico será llamado “D’STILO” MUEBLES, con su domicilio en la parroquia de San Antonio Cantón Ibarra de la provincia de Imbabura.

El nombre que llevará la pequeña empresa luego de estar legalmente constituida se lo escogió porque realza el nombre de los muebles que se fabricaran, como el artesano elaborara muebles de estilo clásico de ahí su nombre con clase.

##### **6.1.1 Logotipo**

El logotipo de la pequeña empresa productora de muebles de estilo clásico Santacruz Rosales, “D’STILO” MUEBLES, el cual será el que transmita confianza, seguridad y ante todo confort para los hogares del país.

**GRÁFICO N° 46**  
**LOGOTIPO**



**Fuente:** Diseñador Gráfico

**Elaborado por:** La Autora

## **6.2 Análisis administrativo financiero**

Analizaremos algunos elementos que son parte interna de la pequeña empresa, como son su filosofía, visión, misión, objetivos, principios, políticas y valores corporativos.

### **6.2.1 Filosofía**

La pequeña empresa con su ampliación pretende mejorar la calidad de vida del propietario y por ende de las familias que se dedican a la producción de muebles de estilo clásico en la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra de la Provincia de Imbabura.

### **6.2.2 Misión**

La pequeña empresa de "D'STILO" MUEBLES tiene como misión esencial satisfacer las necesidades de sus clientes a través de la producción de muebles de la más alta calidad, con la mejor materia prima existente, con un diseño bonito y exclusivo, a precios accesibles, para este proceso contamos con un talento humano

único capaces de transformar a la madera en algo único como son los muebles de estilo clásicos.

### **6.2.3 Visión**

Dentro de los próximos cinco años hasta el 2018 la pequeña empresa productora de “D’STILO MUEBLES”, se convertirá en una empresa productora de muebles dentro de la provincia destacándose por su alta calidad con acabados únicos, constituyéndose como modelo de gestión para otras microempresas de la misma categoría.

### **6.2.4 Objetivos**

Los principales objetivos que buscara la pequeña empresa serán:

- D’STILO MUEBLES ubicado en el barrio bellavista bajo de la parroquia de San Antonio esta direccionada para proveer y satisfacer la demanda local de muebles de estilo clásico.
- Mejora la calidad de vida de quienes contribuyen directamente con la pequeña empresa.
- Orientar todo esfuerzo y trabajo en equipo para lograr la satisfacción del cliente
- Evaluar continuamente el desarrollo de cada persona con sus respectivas actividades con el fin de obtener resultados positivos en un tiempo óptimo.
- Incentivar al personal que labora dentro de la misma de manera que su operación sea con seriedad, calidad y garantía cumpliendo con los compromisos comerciales adquiridos.
- Respetar el medio ambiente a través del desarrollo sostenible en todas las etapas de la producción.

### 6.2.5 Políticas

Las políticas que van a orientar las decisiones de la pequeña empresa y que aportarán al cumplimiento de la visión y misión institucional son:

- Brindar un producto de calidad
- Realizar trabajos con excelencia
- Producir de manera eficiente y eficaz los muebles de estilo clásico obteniendo productos de calidad que permitan conseguir clientes satisfechos, a través del mejoramiento continuo.
- Cada actividad desarrollada en las diferentes áreas de la pequeña empresa, se cumplan bajo normativas legales.
- Optimizar recursos.
- Capacitar a su personal mediante cursos.
- Puntualidad y seriedad de nuestro trabajo.
- Personal tanto administrativo como operativo estará sujeto a evaluaciones de desempeño.
- Pagar impuestos y demás gravámenes establecidos por la ley
- Utilizar la tecnología que represente un menor riesgo para el medio ambiente
- Reconocer una remuneración adecuada
- Mantener el talento humano motivado y eficiente con alto espíritu de responsabilidad.
- Crear incentivos al personal por el buen desempeño

### 6.2.6 Principios y valores institucionales

Los principios y valores institucionales vienen ligados a las personas que están conformadas por la pequeña empresa ya que de estos dependen estabilidad y el ambiente laboral, dichos valores pueden servir como un valor añadido para poder vender más.

- **Ética:** En cada acción que se realice en beneficio de la empresa y del cliente.
- **Respeto:** Al talento humano para crear un ambiente de confianza fuera y dentro de la empresa.

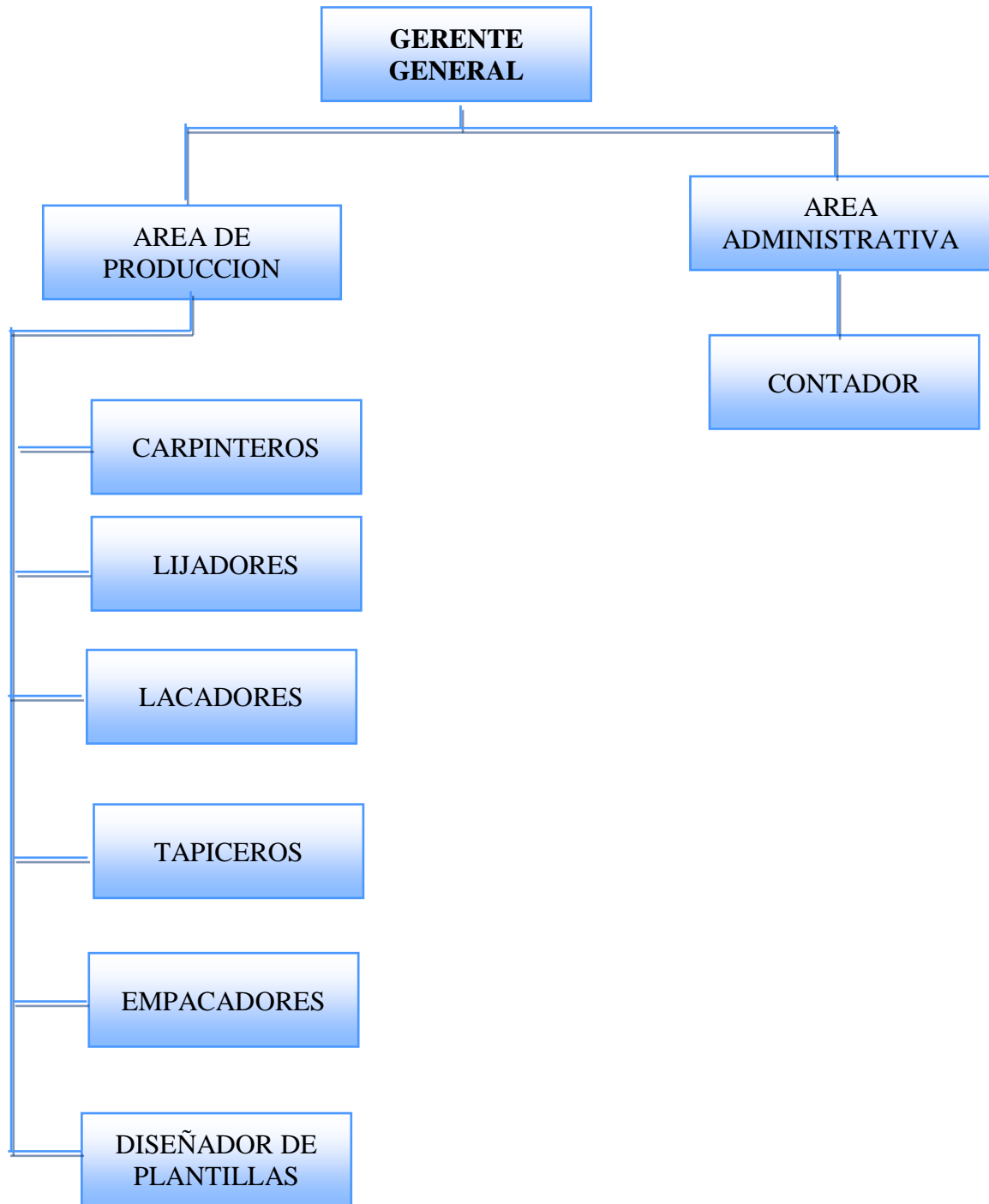
- **Responsabilidad:** Con el cumplimiento de deberes y responsabilidades que se asigna al personal.
- **Lealtad:** Del personal de la empresa, asumiendo el compromiso de aportar con ideas y trabajo para el crecimiento de la misma.
- **Comunicación y trabajo en equipo:** En el desarrollo de las actividades dentro de la empresa.
- **Honestidad:** Ser honesto es una de las cualidades más importantes de una persona dentro de una empresa ya que vienen ligados a la delicadeza y garantizan la credibilidad en las personas.
- **Compromiso:** Los miembros que conforman la pequeña empresa en una vinculación efectiva a la organización y al logro de sus objetivos aportaran su esfuerzo a favor de la organización

### 6.3 ESTRUCTURA ORGÁNICA

- La estructura de la pequeña empresa se forma en base a los siguientes elementos para un funcionamiento exitoso dentro de la misma:
- **Nivel Directivo:** Gerente, en este nivel tomaran decisiones de tipo técnico al cumplimiento de metas y programas diseñados
- **Nivel Administrativo:-** Contador, aquí se detallaran las transacciones contables con el fin de establecer balance e identificar los ingresos y egresos de la pequeña empresa.
- **Nivel Operativo:** Carpinteros, lijadoras, lacadores, tapiceros, empacadores, diseñador de plantillas, este nivel tendrá que cumplir con la función de realizar tareas eficientemente y eficazmente en la pequeña empresa.



**GRÁFICO N° 47**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** La Autora

La estructura orgánica y funcional es un instrumento de gestión que nos ayuda a definir con claridad las funciones de las diferentes unidades administrativas de una organización.

## **6.4. ESTRUCTURA FUNCIONAL**

La estructura orgánica funcional de la pequeña empresa de “D’ESTILO” MUEBLES se detalla a continuación.

### **6.4.1. Nivel directivo**

#### **a) Gerente**

Este lugar estará dirigido a una sola persona capaz de manejar y direccionar a la pequeña empresa, con iniciativas de tomar decisiones

#### **Requisitos del puesto**

- ✚ Contar con estudios superiores en administración de empresa o carreras afines.
- ✚ Experiencia laboral mínimo 3 años en cargos similares
- ✚ Disponibilidad de tiempo completo
- ✚ Referencias laborales
- ✚ Conocimientos de PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas)

#### **Funciones**

- ✚ Cumplir y hacer cumplir las leyes, ordenanzas, reglamentos y normas aplicables a la pequeña empresa.
- ✚ Ser el representante legal
- ✚ Revisar los estados financieros y demás cuentas administrativas
- ✚ Administrar de manera adecuada los recursos de la pequeña empresa
- ✚ Proyectar y desarrollar metas a corta, largo plazo junto con objetivos

#### **Perfil del Gerente**

- ✚ Gerenciar con eficiencia y eficacia

- ✚ Demostrar honestidad, responsabilidad y ganas de trabajar en equipo.
- ✚ Liderazgo
- ✚ Honradez
- ✚ Habilidad para ganar confianza con el personal
- ✚ Capacidad de gestión

#### **6.4.2 Nivel Administrativo**

##### **a) Contador**

Este cargo estará destinado a la persona que cumplirá con las siguientes características

##### **Requisitos del Puesto**

- ✚ Estudios superiores en Contabilidad y Auditoría C.P.A.
- ✚ Experiencia laboral mínimo 3 años en cargos afines
- ✚ Referencias laborales

##### **Funciones**

- ✚ Elaborar estados financieros e informes contables de acuerdo a las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera) para MIPYMES (Microempresas, Pequeñas y Medianas Empresas)
- ✚ Llevar el registro de todos los procesos de producción
- ✚ Elaborar declaraciones de información al SRI
- ✚ Mantener registros actualizados
- ✚ Nociones administrativas de negocios
- ✚ Habilidad para expresarse

##### **Perfil del Puesto**

- ✚ Ser responsable
- ✚ Ética moral
- ✚ Trabajar en equipo con los demás departamentos
- ✚ Puntualidad
- ✚ Confiabilidad

### 6.4.3.Nivel Operativo

#### a) Carpinteros

Los carpinteros deberán ser personas muy experimentadas en el campo ya que la producción depende mucho de la ayuda de ellos para el cumplimiento de metas propuestas

#### Requisitos del puesto

- ✚ Tener estudios bachilleres
- ✚ Experiencia mínima de 3 años en fabricación de muebles para el hogar
- ✚ Referencias Personales

#### Funciones

- ✚ Realizar la producción de los muebles
- ✚ Realizar los debidos cortes de la madera de acuerdo a medidas establecidas en los diseños
- ✚ Optimización de materiales
- ✚ Calidad del mueble

#### Perfil del Puesto

- ✚ Actuar con pro actividad
- ✚ Responsabilidad
- ✚ Trabajar en equipo
- ✚ Honradez
- ✚ Fidelidad
- ✚ Delicadeza
- ✚ Ingenio

#### b) Lijadores

Son los encargados de la pulida que es parte del lijado en donde se procede a quitar las imperfecciones del mueble con emporar las partes huecas que trae consigue la madera

### **Requisitos del puesto**

- ✚ Persona con estudios secundarios mínimo bachillerato
- ✚ Experiencia mínima en áreas de lijado 2 años
- ✚ Referencias Personales

### **Funciones**

- ✚ Lijar los muebles
- ✚ Emporar los muebles
- ✚ No dejar imperfecciones en la madera

### **Perfil del puesto**

- ✚ Puntualidad
- ✚ Responsabilidad
- ✚ Respeto
- ✚ Confiabilidad

### **c) Lacadores**

En el o los lacadores recaerá toda la confianza porque de ellos depende el color que haya escogido el cliente para sus muebles el cual deberá quedar sin impurezas ni rayones

### **Requisitos del puesto**

- ✚ Preparación nivel bachiller
- ✚ Experiencia en la rama mínimo de 3 años con pruebas a realizarle
- ✚ Referencias personales

### **Funciones**

- ✚ Prepara tintes para color del muebles
- ✚ Dar color al mueble previa disposición de producción
- ✚ Dar elegancia al mueble mediante su terminado
- ✚ Lacar en espacios libres de polvo

### **Perfil del puesto**

- ✚ Proactivo
- ✚ Cumplido

- ✚ Respetuoso
- ✚ Delicadeza con el producto
- ✚ Puntualidad del producto

#### **d) Tapiceros**

Los tapiceros serán las personas encargadas de forrar con tela a l mueble decorándole con grecas de acorde y gusto del cliente

#### **Requisitos del Puesto**

- ✚ Tener mínimo nivel bachillerato
- ✚ Experiencia mínima de tres años en trabajos similares
- ✚ Referencias personales

#### **Funciones**

- ✚ Tapizar los muebles con sutileza
- ✚ Decorar de acuerdo al gusto del cliente
- ✚ Tener cuidado con las maquinas
- ✚ Perfil del puesto
- ✚ Fidelidad
- ✚ Honradez
- ✚ Puntualidad
- ✚ Sutileza

#### **e) Empacadores**

Los empacadores serán personas capaces de tener cuidado en el embalaje del mueble siendo responsables del mismo.

#### **Requisitos del puesto**

- ✚ Nivel educativo mínimo bachillerato
- ✚ Experiencia mínima de 1 año en trabajos similares
- ✚ Referencias Personales

### **Funciones**

- ✚ Empacar muebles con los distintos tipos de envolturas como estrés fil, cartón, cinta adhesiva
- ✚ Tener cuidado en el embalaje del muebles

### **Perfil del puesto**

- ✚ Confiabilidad
- ✚ Responsabilidad
- ✚ Puntualidad

### **f) Diseñador de plantillas**

El diseñador es parte de la producción de los muebles dentro de la pequeña empresa porque una vez que se elige el diseño del mueble de estilo clásico este es el encargado de dibujar mediante programas de AutoCAD.

### **Requisitos del Puesto**

- ✚ Estudios superiores en Diseño Gráfico
- ✚ Experiencia laboral
- ✚ Disponibilidad de tiempo completo
- ✚ Referencias laborales

### **Funciones**

- ✚ Realizar dibujos tridimensionales para mejor conocimiento del cliente
- ✚ Tener iniciativa
- ✚ De mente amplia
- ✚ Tener ideas positivas y estratégicas

### **Perfil del Puesto**

- ✚ Ser responsable
- ✚ Puntualidad en los trabajos encomendados
- ✚ Ser atento con los clientes
- ✚ Trabajo en Equipo

## **6.5. ESTRATEGIA EMPRESARIAL**

Las Estrategias Empresariales emiten todas las potencialidades de la pequeña empresa, de manera que una acción coordinada con tribuye al logre de los objetivos propuestos.

- La estrategia empresarial de la pequeña empresa será diferenciándose de los demás por su atención brindada por el propietario de la pequeña industria en donde el guiara al cliente mediante la demostración de bosquejos de o dibujos de muebles ya diseñados.
- También una estrategia competitiva será la imagería que sostiene el propietario con los muebles su arte en el dibujo le hace único con sus ideas, pensamientos, expectativas y experiencias adquiridas mediante algunos años.
- Mediante la adquisición de maquinaria se facilitar la producción, que permitirá optimizar recursos y sobre todo su producción será más rápida y eficiente.
- Como se describe en este capítulo la misión y visión de la pequeña empresa nos servirán como pautas a seguir para un buen funcionamiento y desarrollo de la misma.

## **6.6 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO**

- Mediante las estrategias de crecimiento se puede enfocar a la empresa a promover productos y servicios de calidad ya que estos serán la imagen principal de ella.
- Para incrementar el crecimiento de la pequeña empresa es necesario llegar ala fidelización del cliente es decir se le debe ofertar muebles de calidad con acabados de primera y cómodos costos además con esto se podrá aumentar las ventas de la empresa.



- Capacitación para mejora las técnicas de producción de los productos.

## **6.7. ESTRATEGIAS DE COMPETENCIA Y COMPETITIVIDAD**

- Estas serán importantes para competir en un mercado saturado de comercios informales mediante la moda y con diseños propios de Luis XV y Luis XVI, muebles de estilo y clase.
- Mediante un periodo determinado se llevara a cabo el mantenimiento de las máquinas para que no existan daños en las mismas para que la producción pueda seguir con su trayectoria y sin ningún retraso así con la adecuada maquinaria se podrá cubrir parte de la demanda insatisfecha.
- El personal operativo deberá desarrollar y practicar valores éticos y morales enmarcados en buen desarrollo profesional

## **6.8. ESTRATEGIAS FINANCIERAS**

Las estrategias financieras en concordancia con las demás estrategias antes nombradas nos ayudarán a la adquisición de un alto margen de utilidad, disminuyendo costos y optimizando recursos lo que permitirá desarrollar un proceso seguro y sostenible financieramente.

- Poseer una infraestructura, establecida a través de políticas y procedimientos de control en la medición de los gastos
- Tomar decisiones financieras tomadas en cuenta al desarrollo diario de las operaciones efectuadas dentro de la pequeña empresa.
- Realizar índices de liquidez y solvencia de la pequeña empresa, de manera que permita tomar medidas necesarias para el mantenimiento del efectivo.

- Los estados financieros deberán estar bien elaborados y ser revisados periódicamente de acuerdo a la presentación de los mismos.

## **6.9. REQUISITOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO**

Como en ocasiones anteriores se ha nombrado que la pequeña unidad productiva “D’STILO MUEBLES” su propietario cuenta con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y dejara de ser un taller artesanal para pasar a ser una empresa productora,acogiéndose a las leyes que cumple la misma.

### **6.9.1. Determinación del a forma jurídica**

La pequeña empresa se constituirá como tal y con capacidad legal para realizar actividades de producción los requisitos son:

#### **6.9.1.1. Calificación como pequeña empresa**

- Solicitud dirigida al señor director de competitividad de pequeñas y medianas empresas.
- Factura de compra de maquinaria y equipo o cualquier documento fehaciente.
- Copia del carne de la cámara de la pequeña industria.
- Copia de Cedula y papeleta de votación.
- Comprobante de estar al día en pagos de la cámara de la pequeña industria
- Registro o permiso de funcionamiento.

#### **6.9.1.2. Patente**

- Formulario de declaración de impuestos de patentes
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia del registro único de contribuyentes
- Permiso de funcionamiento de bomberos

- Pago de tasa de la patente

#### **6.9.1.3. Permiso de funcionamiento de bomberos**

- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia del registro único de contribuyentes
- Factura de extinguidor

## CAPÍTULO VII

### 7 IMPACTOS

#### 7.1 IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS

Los Impactos son las incidencias posibles que tendrá la implantación de la investigación a realizarse, para lo cual se ha identificado los siguientes impactos:

- Impacto Social
- Impacto Económico
- Impacto Educativo-Cultural
- Impacto Empresarial-Comercial
- Impacto Ambiental

**CUADRO N° 104**  
**NIVEL DE IMPACTOS**

<b>NIVEL</b>	<b>IMPACTO</b>
-3	Alto negativo
-2	Medio negativo
-1	Bajo negativo
0	No hay impacto
1	Bajo positivo
2	Medio positivo
3	Alto positivo

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Se determina las matrices con sus respectivos rangos en cada uno de los impactos asignándoles una valoración de acuerdo a los indicadores utilizados.

Su ecuación es: 
$$\Sigma = \frac{\text{Grado de impacto}}{\text{Indicador}}$$

## 7.2 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para analizar los diferentes impactos se necesita emplear una matriz de impactos, estableciendo posibles indicadores que afecten en cada ámbito y evaluando a cada uno de sus componentes.

### 7.2.1 Impacto Social

**CUADRO N° 105**  
**NIVEL DE IMPACTO SOCIAL**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Núcleo familiar unido						X	
Estabilidad laboral						X	
Fuentes de empleo							X
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>3</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{7}{3} = 2.33 \text{ IMPACTO MEDIO POSITIVO}$$

#### Análisis:

En el impacto social las personas son las más importantes en las organizaciones, porque dependen de ellas el desarrollo de la empresa, a más de eso el expandirse y mantenerse en las actividades propias de la misma, el cual muestra un impacto medio positivo que es bueno lo que significa que toda pequeña empresa que oferta productos para el hogar como son los muebles de estilo clásico debe de tener una buena relación con el personal, adicionalmente se genera empleo ayudando de esta manera a estabilizar sus hogares por medio del trabajo.

**NUCLEO FAMILIAR UNIDO:**-Por medio de la ampliación del taller los moradores del barrio bellavista bajo y sus alrededores tendrán una gran ventaja por medio de la generación de empleo fortaleciendo al grupo familiar.

**ESTABILIDAD LABORAL:-** El personal que laborara dentro de la misma obtendrá todos los beneficios que la ley les ampara y no existir ningún contrato por tiempos.

**FUENTES DE EMPLEO:-** Mediante la ampliación de la unidad productiva se generara mayores fuentes de trabajo para todos los moradores de la parroquia.

### 7.2.2 Impacto Económico

**CUADRO N° 106**

**NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO.**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Estabilidad económica						X	
Crecimiento empresarial							X
Productividad							X
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

**NIVEL DE IMPACTO =  $\frac{8}{3} = 2.66$  IMPACTO ALTO POSITIVO**

**Análisis:**

En el nivel económico describe el crecimiento y sostenibilidad económica de las estructuras a través de los diferentes cambios políticos, el resultado obtenido se refleja en un alto positivo lo que indica que el éxito de una actividad económica se ve reflejado en el nivel de ingresos de las personas involucradas mejorando la productividad y por ende ayudando a la estabilidad económica.

**ESTABILIDAD ECONOMICA:-**Permitirá que los dueños de la organización tengan un gran rentabilidad para poder solventar los gastos que tendrá los primeros años la pequeña empresa

**CRECIMIENTO EMPRESARIAL:-**Sera reconocida como una pequeña empresa emprendedora con grandes metas para el futuro.

**PRODUCTIVIDAD:-**Sera muy productiva ya que por medio de la realización de sus productos, su calidad y acabados será muy conocida en toda la zona, la cual

será la autora de su surgimiento por medio de su talento humano dispuesto a trabajar con entusiasmo.

### 7.2.3. Impacto Educativo-Cultural

**CUADRO N° 107**  
**NIVEL DE MPACTO EDUCATIVO – CULTURAL**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Actitud creativa							X
Capacitación personal							X
Cultura de consumo						X	
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{3} = 2.66 \text{ IMPACTO ALTO POSITIVO}$$

#### **Análisis:**

Este impacto tiene un equivalente positivo, por medio del incentivo y el crecimiento de fuentes productivas ayuda a la comunidad generar mayores fuentes de ingresos, desplazando la pobreza que radica en todo el país, sin duda alguna la parroquia de San Antonio es y será conocida por su actitud creativa sus bellas artes entre las cuales tenemos la producción de muebles de estilo clásico, además de brindar la oportunidad de ayudar a nuestro prójimo mediante la oportunidad de empleo mejorando su calidad de vida.

**ACTITUD CREATIVA:**-La creatividad que tiene la pequeña empresa es la preparación del propietario una persona sabia en sus conocimientos adquiridos el cual ha llegado a ser un buen emprendedor.

**CAPACITACION A SU PERSONAL:**-Mediante la cual permitiría al personal más conocimientos sobre la manipulación de la maquinaria y fabricación del producto.

**CULTURA DE CONSUMO:**-San Antonio es muy conocida por sus bellas artes las artesanías, y sobre todo los muebles son muy atractivos a la vista del turista los cuales llegan a consumir el producto con más aglomeración los fines de semana y feriados.

#### 7.2.4 Impacto Empresarial-Comercial

**CUADRO N° 108**

**NIVEL DE IMPACTO EMPRESARIAL – COMERCIAL**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo de los recursos						X	
Creatividad							X
Posicionamiento en el mercado							X
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{3} = 2.66 \text{ IMPACTO ALTO POSITIVO}$$

**Análisis:**

La medición de este impacto es muy alta lo que significa que la unidad productiva a ampliarse pretenderá tener un buen posicionamiento en el mercado local con fines de implantar y manejar los recursos disponibles con la creatividad constante en sus productos, con la ejecución de este proyecto se podrá integrar a los habitantes del barrio bellavista bajo de la parroquia de San Antonio permitiendo establecer la organización para con ellos mejorar el manejo de los recursos tales como rentabilidad, costos, producción, etc.

**MANEJO DE LOS RECURSOS:**-El cual será distribuido y manejado de la mejor manera mediante transacciones contables.

**CREATIVIDAD:**-Esta deberá mantenerse constante en los productos ya que por medio del cual se le podrá dar un valor agregado y único al producto.



**POSICIONAMIENTO DEL MERCADO:**-Permitirá ser conocida como tal por su excelencia en sus acabados y con un personal comprometido con la pequeña empresa.

### 7.2.5 Impacto Ambiental

**CUADRO N° 109**  
**Nivel de Impacto AMBIENTAL**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Productos químicos						X	
Contaminación ambiental					X		
Procesos de producción					X		
<b>TOTAL</b>					<b>2</b>	<b>2</b>	

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

**NIVEL DE IMPACTO =  $\frac{4}{3} = 1.33$  IMPACTO BAJO POSITIVO**

**Análisis:**

El proceso de la elaboración de los muebles trae consigo daños al medio ambiente y como también para el personal que labora dentro de la empresa, el polvo que brota de las máquinas y las fuertes lacas a utilizarse son toxicas y nocivas para la salud, se pretenderá utilizar lacas con sellos verdes que no afectan el ambiente, utilizar mascarillas, gafas de protección y adecuados overoles para cuidado personal. Este impacto nos muestra que tiene un nivel bajo positivo lo que significa que si se tiene un manejo adecuado de los químicos tóxicos con sellos verdes como la laca Monto, Bona Novia, que no son toxicas para el medio ambiente.

**PRODUCTOS QUIMICOS:**-Se maneja un proceso de contingencia contra los productos nocivos para la salud, utilizando materiales con sellos verdes que no afectan la salud del personal.

**CONTAMINACION AMBIENTAL:**-La contaminación se la podrá prevenir con medidas precautelarias como la utilización de materiales no nocivos.

**PROCESOS DE PRODUCCION:**-La pequeña empresa cuenta con un proceso de producción el cual permite de mejor manera delegar las funciones a su respectivo personal para obtener un producto de mejor calidad y acabados de primera.

### 7.3. IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

**CUADRO N° 110**  
**IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto social						X	
Impacto económico							X
Impacto educativo-cultural							X
Impacto empresarial-comercial							X
Impacto ambiental					X		
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>2</b>	<b>9</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{12}{5} = 2.40 \text{ IMPACTO MEDIO POSITIVO}$$

**Análisis:**

El resultado de este impacto general crea una buena perspectiva de que el proyecto en marcha tendrá una buena acogida y favorecerá a los involucrados del proyecto.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Una vez que ya se ha diseñado el estudio de factibilidad para la ampliación del taller artesanal de muebles de estilo clásico Santacruz Rosales se puede determinar que se ha logrado alcanzar los objetivos propuestos y para esto se expone las diferentes conclusiones y recomendaciones

- Los aspectos que intervienen dentro de la organización por medio de las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades se determinó que la misma no está constituida legalmente. También se debe tomar en cuenta que los talleres artesanales están formados por familiares o vecinos cercanos al lugar de trabajo y no cumplen con los requisitos establecidos como la afiliación a la Junta Nacional de Artesanos y obtener los beneficios de ley.
- De acuerdo al Estudio de Mercado se pudo determinar que existe una necesidad insatisfecha del consumidor a la cual se pretende cubrir con una producción y comercialización de calidad, mediante la eficiencia y eficacia del personal.
- Mediante el Estudio de Factibilidad se puede determinar que en la pequeña unidad productiva existen los recursos necesarios como el espacio físico para su ampliación su capacidad instalada y la producción que permitirá cubrir la demanda, lo cual permitir un próspero arranque en todas las funciones a realizarse.
- Los resultados obtenidos en el Estudio Económico financiero nos muestran un camino muy favorable para el proyecto en marcha, conforme lo muestran los indicadores financieros como son el VAN TIR C-B.

- La Estructura Organizacional y funcional de la pequeña unidad productiva de muebles “D’STILO” plateará el cargo, perfil y funciones necesarias para los postulantes permitiendo de esta manera la eficiencia y eficacia del recurso humano dentro de la organización.
- Mediante el Estudio de Impactos se pudo determinar que el resultado general es medio positivo por lo que el proyecto muestra una perspectiva favorable para el futuro.

## RECOMENDACIONES

- La experiencia que tiene el propietario las instalaciones y el espacio físico con que contara la pequeña empresa se debe aprovechar al máximo, permitiendo de esta manera la valoración del producto en el mercado local.
- La pequeña empresa debe aprovechar al máximo su producción, como también la demanda insatisfecha que existe en el mercado tratando de cubrir esas necesidades. Para obtener un buen estudio de mercado se debe obtener información relevante de acorde a la población real para que el proyecto pueda obtener una inversión adecuada sirviendo de oportunidad de crecimiento para el propietario, y tener en cuenta las estrategias que se deberán aplicar en el mercado competitivo.
- En el estudio financiero se deberá estudiar a fondo sus valores reales e históricos porque de estos dependerá la decisión de invertir en el proyecto planteado, y se cumplan los objetivos de la ampliación de la pequeña unidad productiva.
- Los indicadores financieros muestran un buen resultado por lo que es muy factible su realización cumpliendo con todos los objetivos propuestos.
- Se deberá tomar muy en cuenta la transformación que tendrá la pequeña empresa de pasar de ser un taller artesanal a formar parte de las MIPYMES, lo cual traerá consigo ventajas productivas y económicas.
- Los miembros de la entidad deben colaborar con un trabajo eficiente para el desarrollo de la misma y poder cumplir las metas y los objetivos organizacionales, implantando responsabilidades.

## BIBLIOGRAFÍA

ALESSIO, F. (2008). *El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia* (Primera Edición ed.). Mexico: Pearson.

CHARLES, W. (2008). *Administración Estratégica un Enfoque Integral* (Sexta Edición ed.). Mexico: Mac Graw Hill.

CHIAVENATO, A. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. Colombia: MC GRAW HILL.

CHILQUINGA, M. (2007). *Costos por Ordenes de Producción* (Primera Edición ed.). Otavalo: Imprenat Offcet.

CORDERO, F. (2010). *PROYECTO DE LA LEY DE CREACION, PROMOCION Y FOMENTO DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS* (2010 ed.). Quito.

CORREA, R. (2011). *REGLAMENTO PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS*. QUITO.

DECRETO374. (2009). *Reglamento para la aplicación de la ley de Régimen Tributario Interno*. Quito.

FLORES, J. (2010). *Proyectos de Inversión para las PYMES* (Segunda Edición ed.). Bogota: Digiprint Editores.

GITMAN, L. (2007). *Principios de Administración Financiera*. España: España.

OCEANO, G. (2007). *Enciclopedia Práctica de la Madera y la Ebanistería*. España: Impresa S.A España.

ORTEGA, A. (2006). *Proyectos de Inversión*. Mexico: Editotia Continental.

PEÑA, S. (2007). *Tecnología de la Madera*. Mexico: ISBN9788484762638.

REGIMEN, T. (2009). *CODIFICACION DE LA LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO*. Quito.

REGISTRO, O. (2009). *Ley de defensa del Artesano*. Quito.

- REGISTRO, O. (2010). *Codigo de la Produccion*. Quito: Nacional.
- REGISTRO, O. (2010). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION COMERCIO E INVERSIONES*. QUITO.
- REGISTRO, O. (2010). *Sostenibilidad de la Produccion y su Relacion con el Ecosistema*. Quito.
- REGISTRO, O. (2011). *Reglamento para el Desarrollo Empresarial de las MICRO, Pequeñas y Medianas Empresas*. QUITO.
- REGISTRO, O. (2011). *Superintendencia de Compañias*. Quito.
- SAPAG, N. (2008). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- SUPERINTENDENCIA, d. C. (2010). *ADM, RESOLUCION No.08199*. Quitp.
- TARABRA, D. (2009). *Los Estilos del Arte* . Mexico: ISBN 978-8156-89396-471-6.
- VILLALBA, O. (2007). *Arte y Artesanias de San Antonio de Ibarra*. Quito: Imprenta Nacion.
- ZAPATA, J. (2009). *Analisis Practico y Guia de Implementacion del NIIF*. Quito: 2da Edicion.

## LINKONGRAFIA

- ✓ <http://madera-fina.blogspot.com/2010herramientas-para-hacer-muebles.html>
- ✓ [\*\*http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-concepto/\(2009\)\*\*](http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-concepto/(2009))
- ✓ [\*\*http://igestion20.com/organigramas-conceptos-funciones/\(2011\)\*\*](http://igestion20.com/organigramas-conceptos-funciones/(2011))
- ✓ [\*\*www.gestiopolis.com/\(2009\)\*\*](http://www.gestiopolis.com/(2009))



*ANEXOS*

## ANEXO 1

### MODELO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE MUEBLES

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA



### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE MUEBLES

*El objetivo de la encuesta es que se me facilite información básica con fines de elaborar un diagnóstico de la actividad artesanal de la madera.*

#### INSTRUCCIONES

- Marque con “X” en los paréntesis que según corresponda su respuesta.
- La encuesta es anónima para garantizar los resultados esperados y conocer la aceptación de productos artesanales derivados de la madera.

#### 1. ¿A qué mercado está destinado su producción?

Almacenes comerciales ( )

Consumidor final ( )

#### 2. ¿Qué estilo de muebles es el que más realiza en su taller artesanal?

Modernos ( )

Clásicos ( )

Lineales ( )

**OBSERVACION:-** Si su producción son muebles de estilo clásico y está destinada a los almacenes comerciales pase a la siguiente pregunta

**3. ¿Desde hace que tiempo usted se dedica a la fabricación de muebles de estilo clásico en su taller artesanal?**

De 1 a 3 años ( )

De 4 a 6 años ( )

De 7 en adelante ( )

**4. ¿Qué variedad de muebles clásicos sobresale en su taller?**

Juegos de sala ( )

Juegos de comedor de 6 puestos ( )

Juegos de dormitorio de 2 plazas 1/2 ( )

**5. ¿Qué tipo de maquinaria utiliza más para la realización de sus muebles de estilo clásicos?**

Industrial ( )

Artesanal ( )

**6. ¿Realiza un control de calidad en la elaboración de sus productos (fases básicas de la producción)?**

Carpintería ( )

Cámara de lacado ( )

Cuarto de secado ( )

Tapizado ( )

Empacado ( )

**7. ¿Con que frecuencia se capacita al personal en la producción de muebles de estilo clásico?**

Frecuentemente ( )

Regularmente ( )

Algunas veces ( )

Casi nunca ( )

Nunca ( )

**8. ¿Cuántos juegos de muebles de estilo clásico fabrica mensualmente?**

Juegos de sala ( )

Juegos de comedor de 6 puestos ( )

Juegos de dormitorio 2plazas ½ ( )

**9. ¿Mantiene un registro de sus ventas?**

Diariamente ( )

Semanalmente ( )

Quincenalmente ( )

Mensualmente ( )

Nunca lo realizo ( )

**10. ¿Planifica el financiamiento de la producción?**

Nunca ( )

Casi nunca ( )

A veces ( )

Con frecuencia ( )

Habitualmente ( )

**11. ¿Las ganancias que obtiene por la venta de los muebles de estilo clásico son?**

Bueno ( )

Suficiente ( )

Regular ( )

Malo ( )

**12. ¿Cuál es el costo de venta al comerciante en lo que se refiera a muebles de estilo clasico?**

**Juegos de comedor de 6 puestos**

500 y 550 ( )

560 y 600 ( )

610 y 650 ( )

660 y 800 ( )

**Juegos de sala**

1000 y 1050 ( )

1060 y 1100 ( )

1110 y 1200 ( )

1210 y 1250 ( )

**Juegos de dormitorio de 2plazas  $\frac{1}{2}$**

950 y 1000 ( )

1010 y 1050 ( )

1060 y 1100 ( )

1110 y 1250 ( )

**GRACIAS**

**ANEXO 2**

**MODELO DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**



**ENTREVISTA DIRIGIDA AL SR. EDWIN SANTACRUZ.**

*El objetivo de esta entrevista es conocer las actividades productivas del taller.*

**1. ¿Qué tiempo está funcionando el taller?**

.....  
.....

**2. ¿Qué tipo de productos realiza?**

.....  
.....

**3. ¿Qué cantidad produce al mes de cada tipo de mueble de Estilo Clásico entre ellos juegos de sala, comedor de 6 puestos y dormitorios de 2plazas 1/2?**

.....  
.....

**4. ¿Quiénes son sus clientes?**

.....  
.....

**5. ¿Para cuanta producción tiene capacidad el taller?**

.....  
.....

**6. ¿A qué precio vende los juegos de muebles de estilo clásico?**

.....  
.....

**7. ¿La maquinaria que posee cumplen todo el proceso productivo?**

.....  
.....

**8. ¿Con cuántos empleados cuenta el taller?**

.....  
.....

**9. ¿Cuenta usted y sus empleados con asesoramiento técnico sobre la producción y comercialización de los muebles?**

.....  
.....

**10. ¿Sus empleados están capacitados para realizar actividades en cualquier operación de la producción?**

.....  
.....

11. ¿Tiene algún tipo de financiamiento con sus proveedores?  
.....  
.....
12. ¿El taller le ha permitido obtener un ingreso adicional y con ello mejora la calidad de vida de su familia y sus trabajadores?  
.....  
.....
13. ¿El tiempo que planifica en el proceso y terminado de la producción se ajusta a lo estimado en el inicio? Cronograma  
.....  
.....
14. ¿Cuánto tiempo se demora en realizar un mueble de estilo clásico?  
.....  
.....
15. ¿El Mantenimiento de su maquinaria de qué manera lo hace y con qué frecuencia lo hace?  
.....  
.....

**GRACIAS**



### ANEXO 3

## MODELO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE MUEBLES

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA



### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE MUEBLES

*El objetivo de la encuesta es que se me facilite información básica con fines de elaborar un diagnóstico de la actividad artesanal de la madera.*

#### 1.- ¿Usualmente a quien adquiere los muebles de estilo clásicos?

- Productor
- Intermediario
- Propio

**OBSERVACION:** Si usted adquiere sus productos de muebles de estilo clásico al fabricante pase a la siguiente pregunta.

#### 2.- ¿Cuál es el producto de juegos de muebles clásico que usted más vende?

- Juegos de sala
- Juegos de comedor de 6 puestos
- Juegos de dormitorio de 2plazas ½

**3.- ¿Cuántos juegos de muebles de estilo clásico vende al mes entre ellos?**

- Juegos de sala
- Juegos de comedor de 6 puestos
- Juegos de dormitorio de 2plazas ½

**4.- ¿Su stock de juegos de muebles de estilo clásico abastece la demanda de sus clientes?**

- Frecuentemente
- Regularmente
- Algunas veces
- Casi nunca
- Nunca

**5.- ¿A qué precio comercializa los muebles de estilo clásico al consumidor final?**

**Juegos de sala**

- 1300 y 1400
- 1410 y 1500
- 1510 y 1600
- 1610 y 1700

**Juegos de comedor de 6 puestos**

- 800 y 900
- 910 y 1000
- 1010 y 1100
- 1110 y 1200

**Juegos de dormitorio de 2plazas ½**

- 1400 y 1500
- 1600 y 1700
- 1710 y 1800
- 1810 y 1900

**6.- ¿Obtiene utilidades por la venta de los juegos de muebles de estilo clásico?**

- Mucho ( )
- Poco ( )
- Regularmente ( )
- A veces ( )
- No ( )

**7.- ¿Con que frecuencia realiza pedidos de los juegos de muebles de estilo clásico entre ellos juegos de sala, comedor de 6 puestos y dormitorios de 2plazas 1/2?**

- Quincenal ( )
- Mensual ( )
- Otros ( )

**8.- ¿La entrega de sus pedidos es puntual?**

- Casi nunca ( )
- Algunas veces ( )
- Casi siempre ( )
- Siempre ( )

**9.- ¿Los acabados (calidad) de los juegos de muebles de estilo clásicos cubre sus expectativas?**

- Frecuentemente ( )
- Regularmente ( )
- Algunas veces ( )
- Casi nunca ( )
- Nunca ( )

**10.- ¿Cómo califica la atención que usted recibe en el lugar de su compra?**

Muy buena            ( )

Buena                ( )

Regular              ( )

Mala                 ( )

**11.- ¿Cuál es la forma de pago al realizar sus compras?**

Contado              ( )

Crédito              ( )

**GRACIAS**

**ANEXO 4**  
**MATERIA PRIMA**  
**PROYECCION DE PRECIOS**

**Juegos de Sala**

<b>CARPINTERIA</b>	<b>Q</b>	<b>C/U</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
TABLÓN DE LAUREL	9	9,5	85,5	89,95	94,64	99,57	104,75	110,21
TABLÓN DE COPAL	4	10	40	42,08	44,27	46,58	49,01	51,56
GRAPAS, CLAVOS, TORNILLOS, GOMA			4	4,21	4,43	4,66	4,90	5,16
TABLERO ECOCHAPA		9	9	9,47	9,96	10,48	11,03	11,60
<b>LACADO</b>								
LACA GALÓN	1/2		15	15,78	16,60	17,47	18,38	19,33
SELLADOR GALÓN	1	17	17	17,89	18,82	19,80	20,83	21,91
TINTES 1/2 LT	1/2		10	10,52	11,07	11,65	12,25	12,89
THINER GALÓN	1	6	6	6,31	6,64	6,99	7,35	7,73
MASILLA LITRO	1	2	2	2,10	2,21	2,33	2,45	2,58
LIJAS MANUALES NRO. 100	2	0,3	0,6	0,63	0,66	0,70	0,74	0,77
LIJAS MANUALES NRO. 150	3	0,3	0,9	0,95	1,00	1,05	1,10	1,16
LIJAS MANUALES NRO. 240	4	0,3	1,2	1,26	1,33	1,40	1,47	1,55
LIJAS DE MAQUINA NRO. 100	4	0,3	1,2	1,26	1,33	1,40	1,47	1,55
LIJAS DE MAQUINA NRO. 150	3	0,3	0,9	0,95	1,00	1,05	1,10	1,16
LIJAS DE MAQUINA NRO. 240	3	0,3	0,9	0,95	1,00	1,05	1,10	1,16
GASOLINA GALÓN	1	2	2	2,10	2,21	2,33	2,45	2,58
BREA LIBRA	1	0,5	0,5	0,53	0,55	0,58	0,61	0,64
<b>TAPIZADO</b>								
ESPONJA NEGRA DE 14 CM	1	26	26	27,35	28,78	30,28	31,85	33,51
ESPONJA NEGRA DE 12 CM	2	22	44	46,29	48,70	51,24	53,91	56,71
ESPONJA NEGRA DE 6 CM	3	12	36	37,87	39,85	41,92	44,11	46,40
ESPONJA NEGRA DE 3 CM	2	7	14	14,73	15,50	16,30	17,15	18,05
PLUMÓN	4	7	28	29,46	30,99	32,61	34,30	36,09
GRAPAS, CAUCHO, COSTAL Y CEMENTO			15	15,78	16,60	17,47	18,38	19,33
GUAUPE	2	3,5	7	7,36	7,75	8,15	8,58	9,02
TELA MT	20	13	260	273,54	287,79	302,77	318,54	335,13
LIENZO MT (FORRO)	7	1,5	10,5	11,05	11,62	12,23	12,86	13,53
GRECA (DECORACIÓN) MT	6	1,2	7,2	7,57	7,97	8,38	8,82	9,28

<b>EMPAcado</b>								
ESTRÉS FILM	1	7	7	7,36	7,75	8,15	8,58	9,02
CINTAS DE EMBALAJE	1	0,6	0,6	0,63	0,66	0,70	0,74	0,77
POLIESPAN MT	15	0,75	11,25	11,84	12,45	13,10	13,78	14,50
CARTÓN			5	5,26	5,53	5,82	6,13	6,44
<b>COSTO DEL MUEBLE TOTAL</b>			<b>668,25</b>	<b>703,05</b>	<b>739,67</b>	<b>778,19</b>	<b>818,72</b>	<b>861,36</b>

### Juego de Dormitorio

<b>CARPINTERIA</b>	<b>Q</b>	<b>C/U</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
TABLÓN DE LAUREL	13	9,5	123,5	129,93	136,70	143,82	151,31	159,19
TABLERO ECO CHAPA MDF		9	9	9,47	9,96	10,48	11,03	11,60
TABLADO DE LA CAMA MADERA MANÍ REJILLAS	2	10	20	21,04	22,14	23,29	24,50	25,78
GRAPAS, CLAVOS, GOMA, TORNILLOS, TARUGOS			5	5,26	5,53	5,82	6,13	6,44
<b>2 VELADORES</b>					-			
TABLÓN DE LAUREL	4	12	48	50,50	53,13	55,90	58,81	61,87
TRIPLEX DE 4 LÍNEAS	3	13	39	41,03	43,17	45,42	47,78	50,27
TRIPLEX DE 9 LÍNEAS	1	15	15	15,78	16,60	17,47	18,38	19,33
TRIPLEX DECORATIVO DE 1CM	1	7	7	7,36	7,75	8,15	8,58	9,02
GRAPAS, CLAVOS, GOMA, TORNILLOS, TARUGOS			3	3,16	3,32	3,49	3,68	3,87
<b>COMODA 1,30 ANCHO .45 FONDO Y .85 ALTO</b>								
TABLÓN DE LAUREL 2,40 LARGO POR 23 ANCHO *4 GRUESO	5	9,5	47,5	49,97	52,58	55,31	58,20	61,23
TRIPLEX DECORATIVO DE 1CM			11	11,57	12,18	12,81	13,48	14,18
TRIPLEX DE 4 LÍNEAS PARA LOS FONDOS RESPALDOS Y LATERALES			16	16,83	17,71	18,63	19,60	20,62
TRIPLEX DE 9 LÍNEAS PARA ARMAR CAJONES			24	25,25	26,56	27,95	29,40	30,94
GRAPAS, CLAVOS, GOMA, TORNILLOS, TARUGOS			2	2,10	2,21	2,33	2,45	2,58
<b>ESPEJO</b>								
TABLÓN DE LAUREL	1	9,5	9,5	9,99	10,52	11,06	11,64	12,25
TRIPLEX DE 4 LÍNEAS			4	4,21	4,43	4,66	4,90	5,16
GOMA, CLAVOS, GOMA, TORNILLO, TARUGOS			2	2,10	2,21	2,33	2,45	2,58
<b>LACADO</b>								
LACA GALÓN	2	22	44	46,29	48,70	51,24	53,91	56,71
SELLADOR GALÓN	2 1/2	17	42,5	44,71	47,04	49,49	52,07	54,78
TINTES 1/2 LT	1 1/2	20	30	31,56	33,21	34,94	36,75	38,67
THINER GALÓN	3	6	18	18,94	19,92	20,96	22,05	23,20
MASILLA LITRO	1	2,5	2,5	2,63	2,77	2,91	3,06	3,22
LIJAS MANUALES NRO. 100	7	0,3	2,1	2,21	2,32	2,45	2,57	2,71

LIJAS MANUALES NRO. 150	8	0,3	2,4	2,52	2,66	2,79	2,94	3,09
LIJAS MANUALES NRO. 240	10	0,3	3	3,16	3,32	3,49	3,68	3,87
LIJAS DE MAQUINA NRO. 100	6	0,3	1,8	1,89	1,99	2,10	2,21	2,32
LIJAS DE MAQUINA NRO. 150	5	0,3	1,5	1,58	1,66	1,75	1,84	1,93
LIJAS DE MAQUINA NRO. 240	5	0,3	1,5	1,58	1,66	1,75	1,84	1,93
GASOLINA GALÓN	1	2	2	2,10	2,21	2,33	2,45	2,58
BREA LIBRA	1 1/2	0,5	0,75	0,79	0,83	0,87	0,92	0,97
<b>ACABADO-ACCESORIOS</b>								
ÁNGULOS PARA CAMA	1	3,5	3,5	3,68	3,87	4,08	4,29	4,51
RIELES PARA VELADORES DE 30CM DE LARGO	6	2,5	15	15,78	16,60	17,47	18,38	19,33
RIELES PARA CÓMODA DE 40CM DE LARGO	8	2	16	16,83	17,71	18,63	19,60	20,62
JALADERAS	14	1,25	17,5	18,41	19,37	20,38	21,44	22,56
ESPEJO			14	14,73	15,50	16,30	17,15	18,05
<b>EMPACADO</b>								
ESTRÉS FILM	1	7	7	7,36	7,75	8,15	8,58	9,02
CINTAS DE EMBALAJE	2	0,6	1,2	1,26	1,33	1,40	1,47	1,55
POLIESPAN MT	15	0,75	11,25	11,84	12,45	13,10	13,78	14,50
CARTÓN			0,5	0,53	0,55	0,58	0,61	0,64
<b>COSTO DEL MUEBLE TOTAL</b>			623,50	655,97	690,13	726,08	763,89	803,67

### Juego de Comedor

CARPINTERIA	Q	C/U	COSTO TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
<b>MESA</b>								
TABLÓN DE LAUREL	10	9,5	95	99,95	105,15	110,63	116,39	122,45
ECOCHAPA MDF DECORATIVO DE 170*105			35	36,82	38,74	40,76	42,88	45,11
GRAPAS, CLAVOS, TORNILLOS, TARUGOS,GOMA			4	4,21	4,43	4,66	4,90	5,16
<b>SILLAS</b>								-
TABLÓN DE LAUREL	6	9,5	57	59,97	63,09	66,38	69,83	73,47

GRAPAS, CLAVOS, TORNILLOS, TARUGOS, GOMA			4	4,21	4,43	4,66	4,90	5,16
<b>LACADO</b>								
LACA GALÓN	1	22	22	23,15	24,35	25,62	26,95	28,36
SELLADOR GALÓN	1 1/2	17	25,5	26,83	28,23	29,70	31,24	32,87
TINTES 1/2 LT	11	0,5	5,5	5,79	6,09	6,40	6,74	7,09
THINER GALÓN	1	6	6	6,31	6,64	6,99	7,35	7,73
MASILLA LITRO	1/2	1,25	1,25	1,32	1,38	1,46	1,53	1,61
LIJAS MANUALES NRO. 100	5	0,3	1,5	1,58	1,66	1,75	1,84	1,93
LIJAS MANUALES NRO. 150	5	0,3	1,5	1,58	1,66	1,75	1,84	1,93
LIJAS MANUALES NRO. 240	5	0,3	1,5	1,58	1,66	1,75	1,84	1,93
LIJAS DE MAQUINA NRO. 100	5	0,3	1,5	1,58	1,66	1,75	1,84	1,93
LIJAS DE MAQUINA NRO. 150	3	0,3	0,9	0,95	1,00	1,05	1,10	1,16
LIJAS DE MAQUINA NRO. 240	3	0,3	0,9	0,95	1,00	1,05	1,10	1,16
GASOLINA GALÓN	1	2	2	2,10	2,21	2,33	2,45	2,58
BREA LIBRA	1	0,5	0,5	0,53	0,55	0,58	0,61	0,64
<b>TAPIZADO</b>								
ESPONJA NEGRA DE 6 CM PLANCHA	1	12	12	12,62	13,28	13,97	14,70	15,47
GUAUPE	2	3,5	7	7,36	7,75	8,15	8,58	9,02
COSTALES	10	0,25	2,5	2,63	2,77	2,91	3,06	3,22
ROLLOS DE CAUCHO	3	1	3	3,16	3,32	3,49	3,68	3,87
CEMENTO DE CONTACTO LT	1	3,5	3,5	3,68	3,87	4,08	4,29	4,51
GRAPAS	1	3,5	3,5	3,68	3,87	4,08	4,29	4,51
TELA MT	6	6,5	39	41,03	43,17	45,42	47,78	50,27
LIENZO MT (FORRO)	3	1,5	4,5	4,73	4,98	5,24	5,51	5,80
GRECA MT (DECORACIÓN)	2	1,2	2,4	2,52	2,66	2,79	2,94	3,09
TOTAL								
<b>EMPACADO</b>								
ESTRÉS FILM	1	7	7	7,36	7,75	8,15	8,58	9,02
CINTAS DE EMBALAJE	1	0,6	0,6	0,63	0,66	0,70	0,74	0,77
POLIESPAN MT	12	0,75	9	9,47	9,96	10,48	11,03	11,60
CARTÓN			3	3,16	3,32	3,49	3,68	3,87
<b>COSTO DEL MUEBLE TOTAL</b>			362,55	381,43	401,30	422,20	444,18	467,32



**ANEXO 5**  
**COSTO DE PRODUCCION POR PRODUCTO**

**CANTIDAD A  
PRODUCIR AL AÑO**

<b>DETALLE</b>	2014	2015	2016	2017	2018	<b>% de producción</b>
JUEGO DE SALA	132	138	144	151	157	28%
COMEDOR	168	175	183	192	201	23%
DORMITORIO	227	237	248	260	271	49%
<b>TOTAL</b>	<b>526</b>	<b>550</b>	<b>576</b>	<b>602</b>	<b>629</b>	<b>100</b>

**COSTO DE  
PRODUCCIÓN POR  
PRODUCTO**

<b>DETALLE</b>	2014	2015	2016	2017	2018
<b>MATERIA PRIMA</b>					
JUEGO DE SALA	703.05	739.67	778.19	818.72	861.36
COMEDOR	381.43	401.30	422.20	444.18	467.32
DORMITORIO	655.97	690.13	726.08	763.89	803.67
<b>MANO DE OBRA</b>					
JUEGO DE SALA	1,963.62	2,285.42	2,502.53	2,740.27	3,000.60
COMEDOR	1,562.65	1,818.74	1,991.52	2,180.71	2,387.88
DORMITORIO	3,390.62	3,946.27	4,321.17	4,731.68	5,181.19
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
JUEGO DE SALA	78.06	79.21	80.43	100.70	102.05
COMEDOR	62.12	63.04	64.01	80.14	81.21
DORMITORIO	134.78	136.78	138.89	173.88	176.21
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>1,740.46</b>	<b>1,831.10</b>	<b>1,926.46</b>	<b>2,026.79</b>	<b>2,132.35</b>
JUEGO DE SALA	2,744.73	3,104.30	3,361.16	3,659.69	3,964.00
COMEDOR	2,006.20	2,283.07	2,477.72	2,705.03	2,936.41
DORMITORIO	4,181.37	4,773.19	5,186.13	5,669.45	6,161.07
<b>CANTIDADES PRODUCIDAS</b>					
JUEGO DE SALA	132	138	144	151	157
COMEDOR	168	175	183	192	201
DORMITORIO	227	237	248	260	271
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN UNITARIO</b>					
JUEGO DE SALA	718.57	756.85	796.14	837.59	881.07
COMEDOR	391.13	412.03	433.40	455.96	479.61
DORMITORIO	671.49	707.33	744.04	782.79	823.42

<b>PRECIOS AL COSTO</b>					
<b>DETALLE</b>	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
JUEGO DE SALA	718.57	756.85	796.14	837.59	881.07
COMEDOR	391.13	412.03	433.40	455.96	479.61
DORMITORIO	671.49	707.33	744.04	782.79	823.42

**PORCENTAJE DE UTILIDAD**

<b>DETALLE</b>	<b>%</b>
JUEGO DE SALA	54
COMEDOR	45
DORMITORIO	49

**PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>Detalle</b>	<b>AÑO 2014</b>
Juego de sala	9,477.48
Comedor	7,542.19
Dormitorio	16,364.93



**ANEXO 7**

**JUEGO DE SALA DE ESTILO CLÁSICO DE 6 PUESTOS**



## ANEXO 8

### JUEGO DE DORMITORIO DE ESTILO CLÁSICO 2PLAZAS ½



**ANEXO 9**  
**JUEGO DE SALA DE ESTILO CLÁSICO**





**ANEXO 10**  
**PROFORMA DE EDIMCA**

<< EDIMCA NOROCCIDENTAL >>

R.U.C. 1700215001  
AV. CRISTINA TRON MISA Y JOSE MOLA  
TEL: 98043 - 40001

IMBAYA

PROFORMA No. 00099414 RE-030A

Fecha: 2014/01/15

Vendedor: JRM/L

Cliente 1002095535001 000 SANTACRUZ ANDRADE EMIN

Direccion SPN ANTONIO, CALLE IMBAYA Telf. 062050782

CEDULA/RUC 1002095535001

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	IP. UNITAR.	VALOR TOTAL
0107460144370	FIBRA EDIMCA 1C 6810	1.	37.54	37.54
0101020109053	TRIPLEX ANHE 1C 483.6 C	1.	15.69	15.69
0101020106053	TRIPLEX LAUREL 1C 483.6 C	1.	17.25	17.25
0101010000093	TRIPLEX 489 C	1.	23.89	23.89
0101010000103	TRIPLEX 4812 C	1.	29.89	29.89
0101010000146	TRIPLEX ECO 483.6 C	1.	9.6	9.6
0101020106072	TRIPLEX LAUREL 1C 4810 B	1.	43.87	43.87
NOTA: LA EMPRESA GUARDA EL DERECHO DE CAMBIAR LOS PRECIOS DE ESTA PROFORMA SIN PREVIO AVISO AL CLIENTE. EL I.V.A PUEDE VARIAR SIN PREVIO AVISO POR DECRETO GUBERNAMENTAL.				
				VALOR IMPORTE USD
				177.73
				I.V.A. USD
				21.33
				VALOR A PAGAR USD
				199.06



## ANEXO 11

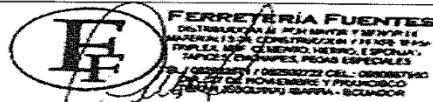
### PROFORMA DE FERRETERIA FUENTES

#### FERRETERIA FUENTES

DIR: CALLE 27 DE NOVIEMBRE Y FRANCISCO TERÁN (ESQUINA)

TEFL: 062 932 571 099 596 474

MATERIALES	CANTIDAD	P/U	TOTAL
GRAPAZ 80-10 TAPIZAR	5000	7	7
CLAVOS F15 O 1/2 PULGADA	10000	5.5	5.5
CLAVOS F200 1 PULGADA	10000	6.5	6.5
CLAVOS F250 1 1/2 PULGADA	10000	7.25	7.25
CLAVOS F30 O 2 PULGADA	10000	8.15	8.15
CLAVOS F50 O 2 1/2 PULGADA	10000	9.9	9.9
TORNILLO 1 PULGADA	100	2.3	2.3
TORNILLO 1 1/2 PULGADA	100	2.6	2.6
TORNILLO 2 PULGADA	100	3.2	3.2
TORNILLO 2 1/2 PULGADA	100	3.8	3.8
TORNILLO 3 PULGADA	100	4.75	4.75
LACA GALON MATE DECORLAC	2	25.45	50.9
SELLADOR GALON	2	18.75	37.5
TINTES LT	2	8.25	16.5
THINER GALON	2	6.25	12.5
MASILLA LITRO	3	6	18
LIJAS MANUALES NRO 100	30	0.35	10.5
LIJAS MANUALES NRO 150	30	0.3	9
LIJAS MANUALES NRO 240	30	0.35	10.5
LIJAS DE MAQUINA NRO 100	30	0.45	13.5
LIJAS DE MAQUINA NRO 150	30	0.45	13.5
LIJAS DE MAQUINA NRO 240	30	0.45	13.5
GASOLINA GALON	3	2	6
BREA LIBRA	3	1.5	4.5
ESPONJA NEGRA DE 6 CM PLANCHA	1	11.88	11.88
ESPONJA NEGRA DE 14 CM	1	27.72	27.72
ESPONJA NEGRA DE 12 CM	1	23.76	23.76
ESPONJA NEGRA DE 3 CM	1	5.94	5.94
PLUMON	3	10	30
GUAUPE	10	0.25	2.5
COSTALES	10	0.3	3
ROLLOS DE CAUCHO	30	1	30
CEMENTO DE CONTACTO LT	1	3.6	3.6
TELA MICROFIBRA SEMICUERO	16	15	240
LIENZO MT (FORRO)	16	3	48
GRECA MT (DECORACION)	15	0.55	8.25
ESTRÉS FILM TUBO DE 40CM (PLASTICO DE EMPACAR)	4	11	44
CINTAS DE EMBALAGE	8	1	8
POLIESPAN MT	30	0.35	10.5
TOTAL			774.50



**LCDO. OSCAR FUENTES**  
**GERENTE PROPIETARIO**

TEL: 40478009904

**ANEXO 12**  
**PROFORMA DE MADERA**

**ASERRADERO LA DELICIA**  
**AV ELEODORO AYALA Y JOSE TOBAR**  
**DISTRIBUIDOR DE TODA CLASE DE MADERA AL POR MAYOR Y**  
**MENOR**

**Proforma de madera**

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
TABLON DE LAUREL	33	9.5	313.5
TABLON DE COPAL	4	10	40
TABLON DE MANI	3	10	30
TABLON DE SEIQUE	2	15	30
<b>TOTAL</b>			<b>413.5</b>



MARCELO CERON

RUC 1002536893001