



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS

TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
TECNOLOGÍA PARA LA FABRICACIÓN DE JUEGOS DE SALA DE LA
FÁBRICA MUEBLES IDEAL, DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE
NATABUELA, DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE
IMBABURA”.**

**PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN ECONOMÍA
MENCIÓN FINANZAS**

AUTOR: Diana Moya Sanguña

DIRECTOR: Eco. Manuel Corrales

Ibarra, Julio, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de Estudio de factibilidad está basado en la utilización de tecnología para disminuir los costos de producción de los juegos de sala y poder competir en el mercado local. Una vez realizada la investigación de campo, mediante la encuesta y la entrevista que se realizó a la población, a los fabricantes de juegos de sala y al presidente del Gremio de Artesanos Calificados de la ciudad de Ibarra, se determinó que existe acogida de los productos elaborados por artesanos imbabureños por ser productos de buena calidad.

Mediante el análisis de la oferta y de la demanda se comprobó que no existe una demanda insatisfecha ya que con el estudio se quiere recuperar las ventas históricas de la fábrica garantizando la viabilidad del presente proyecto.

La inversión necesaria para llevar a cabo la propuesta es medianamente alta, por lo que se requiere un alto porcentaje de financiamiento de una entidad financiera además de contar con un capital propio, así se cumplirá con la implementación de tecnología.

Mediante la utilización del método de análisis financiero se obtuvo un resultado favorable ya que la inversión permitirá ampliar la producción y generará una rentabilidad satisfactoria que permite alcanzar los objetivos planteados de los propietarios de la fábrica. Basándose en los índices financieros el estudio representa una oportunidad de inversión.

El presente proyecto generará un impacto alto positivo ya que la propuesta beneficia a la sociedad en el aspecto económico-social generando fuentes de empleo en la parroquia, en el aspecto ambiental generará un impacto bajo negativo ya que en la elaboración de los juegos de sala se requiere de la materia prima madera para lo cual es recomendable que a través del Gremio de Artesanos Calificados de la ciudad de Ibarra y en coordinación con los gobiernos locales se creen políticas adecuadas para que se reforeste las aéreas afectadas.

Al finalizar el estudio se ha llegado a conclusiones y recomendaciones, cumpliendo con los objetivos planteados y afirmando la viabilidad del presente proyecto.

EXECUTIVE SUMMARY

This feasibility study work is based on the use of technology to reduce production costs of furniture for living room to compete in the local market. Once the field research by survey and interview conducted at the population manufacturers of living room and the president of the Guild of Craftsmen Qualified Ibarra city, it was determined that there is host of products made by artisans imbabureños be good quality products.

Through the analysis of supply and demand is found that there is an unmet demand since the study is to recover the factory historical sales ensuring the sustainability of this project.

The investment required to implement the proposal is fairly high, so it requires a high percentage of financing from a financial institution in addition to equity capital and will be met with the implementation of technology.

By using the method of financial analysis yielded a favorable result because the investment will increase production and generate a satisfactory return that achieves the objectives of the owners of the factory. Based on the financial ratios study represents an investment opportunity.

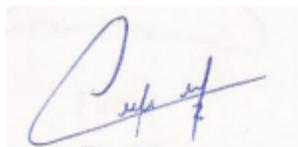
This project will generate a high positive impact as the proposed benefits society in the socio-economic aspect generating sources of employment in the parish, on the environmental side will generate a low impact negative as

in development since the games room is requires wood raw material for which it is recommended that through Qualified Artisans Guild of Ibarra and in coordination with local governments create policies to reforest the areas that are affected.

At the end of the study has reached conclusions and recommendations, meeting the objectives and affirming the feasibility of this project.

AUTORÍA

Yo Diana Carolina Moya Sanguña, portadora de la C.I. 100356979-3, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA PARA LA FABRICACIÓN DE JUEGOS DE SALA DE LA FÁBRICA MUEBLES IDEAL, DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE NATABUELA, DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.



Firma

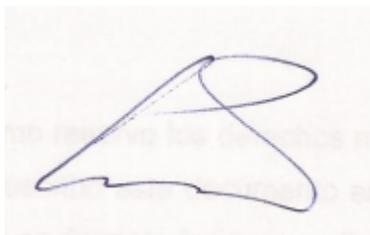
Diana Carolina Moya Sanguña

C.I. 1003569793

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de director de trabajo de grado presentado por la egresada Srta. Diana Carolina Moya Sanguña, para optar el título de Ingeniera en Economía mención Finanzas cuyo tema es : “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA PARA LA FABRICACIÓN DE JUEGOS DE SALA DE LA FÁBRICA MUEBLES IDEAL, DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE NATABUELA, DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”, 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 designe.

En la ciudad de Ibarra, Julio 2013.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive letter 'M' with a large loop on the right side and a horizontal base.

Firma

Eco. Manuel Corrales

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Diana Carolina Moya Sanguña, con cedula de identidad Nro.100356979-3, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA PARA LA FABRICACIÓN DE JUEGOS DE SALA DE LA FÁBRICA MUEBLES IDEAL, DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE NATABUELA, DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera en Economía Mención Finanzas en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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



.....
Diana Carolina Moya Sanguña
100356979-3

Ibarra, a los 12 días del mes de Julio de 2013

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. Identificación de la Obra

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino 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 DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD	100356979-3		
APELLIDOS Y NOMBRES	MOYA SANGUÑA DIANA CAROLINA		
DIRECCIÓN	ANTONIO ANTE, NATABUELA		
E MAIL	anai_987caro@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO	2907-681	TELÉFONO MÓVIL	0998649191

DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA PARA LA FABRICACIÓN DE JUEGOS DE SALA DE LA FÁBRICA MUEBLES IDEAL, DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE NATABUELA, DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA		
AUTOR	MOYA SANGUÑA DIANA CAROLINA		
FECHA:	12/07/2013		
PROGRAMA	PREGRADO	POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS		
ASESOR	ECON. MANUEL CORRALES		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

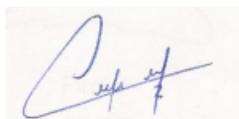
Yo, Diana Carolina Moya Sanguña, con cedula de identidad Nro. 100356979-3, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación 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

El autor 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.

Ibarra, a los 12 días del mes de julio de 2013

El Autor



Firma.....

Diana Carolina Moya Sanguña

100356979-3

Aceptación

Firma:.....

Nombre:.....

Jefe de Biblioteca

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios, a mis padres y a mi novio.

A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy,

cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

**a mis padres JUAN Y BACHITA, quienes a lo largo de mi vida han
velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento.**

Depositando su entera confianza en cada reto

que se me presentaba sin dudar ni un solo

momento en mi inteligencia y capacidad.

**a mi novio MARCO ANTONIO, mi compañero inseparable en cada jornada. El
representó gran esfuerzo y tesón en momentos de decline y cansancio.**

Es por ellos que soy lo que soy ahora. los amo con mi vida.

Diana Carolina Moya S.

AGRADECIMIENTO

Para poder realizar esta tesis fue necesario del apoyo de muchas personas a las cuales quiero agradecer.

En primer lugar a mis padres, quienes han sido un apoyo moral y económico para lograr este fin. Gracias por su paciencia.

A mi asesor de tesis una de las personas que más admiro por su inteligencia y sus conocimientos, el Economista Manuel Corrales, a quien le debo el hecho de que esta tesis tenga los menores errores posibles. Gracias por ser tan estricto.

A mis hermanos, novio y amigos por ayudarme y apoyarme sin condiciones. Gracias por estar ahí en esos momentos que necesite.

A los docentes quienes durante los cinco años de carrera universitaria impartieron sus conocimientos de la mejor manera.

Diana Carolina Moya S.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado titulado “Estudio De Factibilidad para La Implementación de Tecnología para la Fabricación de Juegos De Sala de la Fábrica Muebles Ideal, de la Parroquia de San Francisco de Natabuela, del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura”, se ha realizado basado en la inversión que generará la nueva tecnología y costos de producción que incurren en la elaboración de los juegos de sala.

A continuación se detalla una sinopsis de lo estudiado en cada uno de los capítulos del presente trabajo de grado.

En el primer capítulo se estudia el diagnóstico situacional, en el cual se detalla los antecedentes de la fábrica, se procedió a determinar la muestra poblacional para así poder realizar la investigación de campo a través de encuestas y entrevistas, para verificar si se requiere de la inversión.

En el segundo capítulo se describe los conceptos básicos, que sustentan el desarrollo temático más importante del proyecto.

El tercer capítulo corresponde al estudio de mercado, en el cual se procede a realizar las proyecciones de los precios, demanda y oferta para de esta manera identificar si existe demanda potencial a satisfacer, este estudio no existe dicha demanda.

En el cuarto capítulo se detalla el estudio técnico, en el cual se establece aspectos de infraestructura física, ubicación y tamaño, distribución de las aéreas y equipos requeridos.

En el quinto capítulo se procede a realizar el estudio económico financiero, para lo cual es necesario establecer la inversión necesaria requerida para la ejecución del proyecto, también se establece las proyecciones de los ingresos y egresos, y de los flujos de efectivo para así determinar la rentabilidad del proyecto.

El sexto capítulo corresponde el estudio administrativo en el cual se detalla la estructura organizacional, es decir el recurso humano y sus funciones para el buen desarrollo del presente proyecto.

En el séptimo capítulo se detalla los posibles impactos que generará el proyecto en el aspecto social, económico, ambiental y ético.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Resumen ejecutivo.....	ii
Summary executive.....	iv
Autoría.....	vi
Certificación del asesor.....	vii
Cesión de derechos la Universidad técnica del Norte.....	viii
Autorización de uso y publicación.....	ix
Dedicatoria.....	xi
Agradecimiento.....	xii
Presentación.....	xiii
Índice de contenidos.....	xv
Índice de cuadros.....	xxii
Índice de gráficos.....	xxv
Introducción.....	xxvi
Antecedentes.....	xxvi
Justificación.....	xxviii
Objetivo general.....	xxx
Objetivos específicos.....	xxx
Descripción de Proyecto.....	xxxii

ÍNDICE GENERAL

CÁPITULO I	34
Diagnóstico Situacional	34
Antecedentes	34
Objetivos del diagnóstico.....	35
Objetivo general del diagnóstico.	35
Objetivos específicos.	36
Variables diagnósticas.	36
Indicadores.....	36
Matriz de relación diagnóstico	38
Mecánica operativa	40
Determinación de la muestra	41
Cálculo de la muestra.....	42
Diseño de instrumentación de investigación	42
Información Primaria - encuestas.....	43
Análisis de información	44
Encuesta dirigida a los habitantes de las parroquias de Ibarra	44
Encuesta dirigida los fabricantes de juegos de sala.....	54
Entrevista realizada al presidente del Gremio de Artesanos Ibarra.....	59
Matriz foda.....	67
Cruces estratégicos.....	68
Determinación del problema diagnóstico	70
 CÁPITULO II	 71
Marco teórico.....	71
Microempresa.....	71
Clasificación de las microempresas	71

Fábrica.....	72
Fabricación.....	72
Muebles.....	73
Tipos de Muebles.....	73
Estética de los muebles.....	74
Características de los Muebles.....	74
Materiales para la fabricación.....	74
Artesanías.....	75
Madera.....	75
Propiedades de la madera.....	76
Estudio de factibilidad.....	76
Diagnostico.....	77
Estudio de mercado.....	77
Segmentación de mercado.....	78
Mercado meta.....	78
Oferta.....	78
Demanda.....	79
Precio.....	79
Determinación de los precios.....	79
Producto.....	81
Garantía del producto.....	81
Comercialización y canales de distribución.....	81
Comercialización.....	81
Canales de distribución.....	82
Atención del cliente.....	82
Publicidad y propaganda.....	83
Promoción.....	83
Competencia.....	83
Marketing.....	84
Estudio Técnico.....	83

Tecnología.....	85
Funciones de la tecnología	85
Impactos de tecnología	86
Tipos de tecnología	86
Tecnologías blandas	86
Tecnologías duras.....	87
Procesos productivos	87
Estudios financieros	88
Ingresos.....	88
Egresos.....	88
Materia Prima.....	89
Mano de obra.....	89
Costos indirectos de fabricación.....	89
Gastos.....	90
Clasificación de los gastos.....	90
Financiamiento.....	91
Capital de trabajo.....	91
CÁPITULO III.....	93
Estudio de mercado	93
Introducción.....	94
Identificación del producto.....	94
Mercado meta	94
Segmentación del mercado.....	94
Análisis de la demanda	95
Proyección de la demanda.....	96
Análisis de la oferta	97
Proyección de la oferta.....	98
Tasa de crecimiento.....	99

Balance de la oferta y demanda.....	100
Análisis y determinación de precios	102
Análisis de la comercialización.....	103
Análisis de la distribución	104
Presentacion de producto	106
Publicidad.....	107
Análisis de la competencia.....	107
Conclusiones del estudio	110
CÁPÍTULO IV	112
Estudio técnico e ingeniería del proyecto.....	112
Tamaño del proyecto.....	112
Localización del proyecto	112
Macrolocalización.....	112
Microlocalización.....	113
Ingeniería del proyecto.....	114
Procesos productivos	115
Diagrama de flujos de procesos.....	117
Tecnología.....	119
Activos fijos.....	119
Activos diferidos	124
Talento humano..	124
CÁPÍTULO V	126
Estudio financiero.....	126
Presupuesto de ingresos.....	126
Presupuesto de egresos	127
Inversión fija.....	127

Gastos de administración.....	129
Gasto de venta.....	131
Inversión variable.....	132
Materia prima.....	133
Costos de producción.....	135
Mano de obra directa.....	139
Costos indirectos de fabricación.....	142
Capital de trabajo.....	145
Presupuesto de la inversión.....	146
Estructura de la inversión.....	146
Flujos de pagos financieros.....	147
Balance de situación inicial.....	149
Estado de resultados.....	151
Flujo de caja proyectado.....	152
Costo de capital.....	153
Tasa de rendimiento media.....	154
Valor actual neto (VAN).....	154
Tasa interna de retorno (TIR).....	155
Costo beneficio.....	157
Periodo de recuperación de la inversión.....	158
Punto de equilibrio.....	159
Costos fijos y variable.....	160
Punto de equilibrio en unidades de producto terminado.....	160
Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	160
Evaluación económica.....	167
CÁPITULO VI.....	168
Estructura organizacional.....	168
Nombre o razón social.....	168

Logotipo de la empresa.....	168
Permisos de funcionamiento	168
Base filosófica.	169
Misión	169
Visión.....	169
Principios y valores.	170
Políticas.....	171
Objetivos.....	172
La organización.....	173
Organización estructural.	175
Descripción de funciones	175
Gerencia.....	176
Auxiliar financiera y ventas.....	177
Área de producción.....	177
CÁPITULO VII	179
Análisis de impáctos.....	179
Impacto social	180
Impacto económico	182
Impacto ambiental.....	183
Impacto ético.....	184
Impacto general	185
Conclusiones.....	187
Recomendaciones.....	188
Bibliografía.	189
Linkografía.....	192
Anexos	193

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Conocimiento de fábricas.....	44
CUADRO N° 2 Adquisición de juegos de sala.....	45
CUADRO N° 3 Preferencia de los consumidores.....	46
CUADRO N° 4 Disponibilidad de pagp.....	47
CUADRO N° 5 Forma de pago.....	48
CUADRO N° 6 Lugar de adquisición	49
CUADRO N° 7 Preferencia en la adquisición de juegos de sala	50
CUADRO N° 8 Conocimiento de la calidad.....	51
CUADRO N° 9 Frecuencia de compra	52
CUADRO N° 10 Ingresos mensuales.....	53
CUADRO N° 11 Producción vendida	54
CUADRO N° 12 Abastecimiento de la demanda.....	55
CUADRO N° 13 Ampliación del taller.....	56
CUADRO N° 14 Situación de la madera	57
CUADRO N° 15 Tipo de comercialización.....	58
CUADRO N° 16 Cálculo estimado de la oferta de juegos de sala.....	96
CUADRO N° 17 Registro de artesanos en el gremio	96
CUADRO N° 18 Proyección de la oferta	97
CUADRO N° 19 Cálculo estimado de la demanda de juegos de sala.....	99
CUADRO N° 20 Proyección de la demanda.....	100
CUADRO N° 21 Balance de la oferta – demanda proyectada.....	101
CUADRO N° 22 Proyección de los precios de juegos de sala de 7 puestos	102
CUADRO N° 23 Proyección de los precios de juegos de sala de 10 puestos	103
CUADRO N° 24 Infraestructura.....	120
CUADRO N° 25 Descripción de la maquinaria.....	122
CUADRO N° 26 Descripción del equipo de computación.....	123
CUADRO N° 27 Descripción de los muebles y enseres.....	123
CUADRO N° 28 Resumen de activos fijos	124

CUADRO N° 29 Gastos de contitución	124	
CUADRO N° 30 Personal de producción	125	
CUADRO N° 31 Personal administrativo.....	125	
CUADRO N° 32 Tabla de inflación.....	126	
CUADRO N° 33 Ingresos	126	
CUADRO N° 34 Activos fijos.....	127	
CUADRO N° 35 Depreciación de activos.....	128	
CUADRO N° 36 Gasto Personal administrativo	129	
CUADRO N° 37 Remuneración personal administrativo.....	130	
CUADRO N° 38 Gastos administrativos (suministros de oficina)	130	
CUADRO N° 39 Gastos dministrativos.....	130	
CUADRO N° 40 Gastos venta (transporte)	131	
CUADRO N° 41 Gasto total de venta	131	
CUADRO N° 42 Gastos administrativos y de venta	132	
CUADRO N° 43 Porcentaje histórico de acogida de los juegos de sala	133	
CUADRO N° 44 Proyección de la producción anual en porcentajes	134	
CUADRO N° 45 Costos de materia prima (juegos de sala de 7 puestos) ...	135	
CUADRO N° 46 Costos de materia prima (juegos de 10 puestos “LUNA”).	136	
CUADRO N° 47 Costos de materia prima (juegos de 10 puestos “ESQUINERO”		137
CUADRO N° 48 Resumen de los costos de materia prima.....	138	
CUADRO N° 49 Detalle de la materia prima directa	138	
CUADRO N° 50 Datos históricos del sueldo básico unificado	139	
CUADRO N° 51 Proyección del sueldo básico unificado	140	
CUADRO N° 52 Proyección del costo de la mano de obra.....	140	
CUADRO N° 53 Proyección de la mano de obra	141	
CUADRO N° 54 Proyección anual de los costos de la mano de obra.....	142	
CUADRO N° 55 Costos indirectos de producción	144	
CUADRO N° 56 Proyección de los costos totales de producción	144	
CUADRO N° 57 Producción mensual de los costos de producción	145	
CUADRO N° 58 Capital de trabajo.....	145	

CUADRO N° 59 Inversión del proyecto	146
CUADRO N° 60 Valor de la inversión.....	147
CUADRO N° 61 Tabla de amortización de la deuda	147
CUADRO N° 62 Resumen de amortización de la deuda.....	149
CUADRO N° 63 Estado de resultados	151
CUADRO N° 64 Flujo de caja.....	152
CUADRO N° 65 Determinación del costo de capital	153
CUADRO N° 66 VAN.....	155
CUADRO N° 67 TIR	156
CUADRO N° 68 Tiempo de recuperación	158
CUADRO N° 69 Punto de equilibrio juego de 7 puestos	161
CUADRO N° 70 Punto de equilibrio juegos de 10 puestos “LUNA”	163
CUADRO N° 71 Punto de equilibrio juegos de 10 puestos “ESQUINERO”.	166
CUADRO N° 72 Tabla de valoración de impactos	179
CUADRO N° 73 Matriz de impacto social.....	180
CUADRO N° 74 Matriz de impacto económico	182
CUADRO N° 75 Matriz de impacto ambiental	183
CUADRO N° 76 Matriz de impacto ético	184
CUADRO N° 77 Matriz de impacto general.....	185

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Conocimiento de fábricas.....	44
GRÁFICO 2 Adquisición de los juegos de sala	45
GRÁFICO 3 Preferencia de los consumidores	46
GRÁFICO 4 Disponibilidad de pago.....	47
GRÁFICO 5 Forma de pago.....	48
GRÁFICO 6 Lugar de adquisición	49
GRÁFICO 7 Preferencias en la adquisición de juegos de sala	50
GRÁFICO 8 Conocimiento de calidad.....	51
GRÁFICO 9 Frecuencia de compra	52
GRÁFICO 10 Ingresos mensuales.....	53
GRÁFICO 11 Producción vendida	54
GRÁFICO 12 Abastecimiento de la demanda.....	55
GRÁFICO 13 Ampliación del taller	57
GRÁFICO 14 Situación de la madera	58
GRÁFICO 15 Tipo de comercialización.....	59
GRÁFICO 16 Mapa de la ubicación de la parroquia de Natabuela	113
GRÁFICO 17 Ubicación de la microempresa.....	114
GRÁFICO 18 Diagrama de flujo de proceso	117
GRÁFICO 19 Plano de fábrica	120
GRÁFICO 20 Plano de fábrica	121
GRÁFICO 21 Punto de equilibrio juegos de sala de 7 puestos.....	161
GRÁFICO 22 Puntos de equilibrio juegos de sala de 10 puestos “LUNA” ..	163
GRÁFICO 23 Punto de equilibrio juegos de sala de puestos “ESQUINERO”	166

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

La parroquia San Francisco de Natabuela del Cantón Antonio Ante de la Provincia de Imbabura se encuentra situada entre la parroquia rural de San Antonio de Ibarra y la ciudad de Atuntaqui, es una bella planicie localizada en las faldas del majestoso cerro Imbabura a $78^{\circ}08'$ de longitud occidental y al $0^{\circ}20'01''$ de latitud norte con una altura de 2320 metros sobre el nivel del mar, está compuesto por gente mestiza e indígena en un número aproximado de 5651 habitantes la población mestiza comúnmente está ubicada en el centro de la parroquia y reducidos grupos en el sector de la calle Flores Vásquez y en el sector la Tola. La población indígena está concentrada en los sectores periféricos, en la comunidad de los Óvalos, Catabamba, la Encañada, Jerusalén, San Pedro del Coco, este grupo es el de mayor número y por consiguiente una gran fuerza de trabajo.

La parroquia es reconocida por su base económica que es la agricultura con la producción del maíz suave, en menor escala el frejol, el tomate de árbol, arvejas y en mínimo grado papas que se comercializan en los mercados locales. La ganadería es otra fuente de la economía, el ganado bovino para las yuntas que se necesita en el cultivo de la tierra, las vacas en la producción de leche, chanchos, gallinas y cuyes que cubren las necesidades de las familias. Otras fuentes de ingresos es la mano de obra en la albañilería para el sector de la construcción. Hoy en la actualidad las familias se dedican a la rama de la confección de prendas de vestir y producción de muebles; por lo que Natabuela cuenta con microempresas

que se dedican a la producción de juegos de sala, cada una de ellas posee técnicas y métodos que las hace distintas entre ellas. Productos que se comercializaban dentro de la provincia de Imbabura, por cuanto existía demanda.

Sin embargo la comercialización de los juegos de sala se ha visto afectada por la competencia proveniente de microempresas de otras provincias, las cuales ofrecen productos a menores costos debido a que los materiales que son utilizados para su fabricación no ofrecen garantía en la calidad del producto. A pesar de esto la ciudadanía tiene preferencia por este tipo de mueble.

Un factor importante de los costos altos de los juegos de sala que se comercializan en la localidad es que dentro de la provincia existe un alto grado de dificultad de la adquisición de la materia prima utilizada para la elaboración del producto y la poca accesibilidad de nuevas tecnologías, lo que hace que el producto se encarezca y no pueda ser comercializado en el mercado local.

La comercialización de juegos de sala en la provincia de Imbabura se ha visto afectada lo que ha provocado que disminuya la fuente de ingresos de los fabricantes imbabureños, en tal virtud es necesario realizar un estudio de factibilidad para implementar mejores técnicas de producción y comercialización que mejoren los costos de producción que permitan el mejoramiento del ingresos de los propietarios de la fábrica “MUEBLES IDEAL” y por ende generen fuentes de empleo en la parroquia.

JUSTIFICACIÓN

En la parroquia de Natabuela se encuentra ubicada la fábrica productora de juegos de sala “MUEBLES IDEAL” que en los últimos años se ha visto afectada en sus ingresos, que han ido disminuyendo notablemente por el ingreso de productos similares a menores costos por lo que es conveniente implementar tecnología para que de esta manera se produzca y se comercialice los juegos de sala eficientemente dentro de la provincia para que el ingreso de los propietarios no se vea afectado por este tipo de competencia.

El presente estudio es viable por cuanto la fábrica productora de juegos de sala “MUEBLES IDEAL” requiere incrementar los ingresos por venta, crecer de manera progresiva en el transcurso del tiempo y ser reconocida a nivel nacional por sus productos de buena calidad y aumentar el índice de empleo en la parroquia para que de igual manera sea reconocida por su reducido índice de desempleo, por lo que es necesario impartir los conocimientos de los métodos y técnicas de elaboración de los productos y la calidad de los mismos para que la ciudadanía conozca y valore el tipo de mueble que se produce y se comercializa dentro de la provincia.

Dentro del presente estudio existe beneficiarios directos e indirectos como son los propietarios de la fábrica “MUEBLES IDEAL”, ya que se incrementará sus ingresos por venta permitiéndoles un mejor desarrollo económico, los trabajadores pertenecientes a la misma ya que de esta manera se mejoraran sus salarios permitiéndoles mejorar su calidad de vida cumpliendo con sus necesidades básicas, la comunidad de Natabuela en general ya que se

incrementará fuentes de empleo lo que admitirá un adecuado desarrollo socio-económico de la parroquia. También existen beneficiarios como la comunidad en general que se favorecerán al adquirir juegos de sala de mejor calidad que al largo plazo no le representará un gasto, los distintos proveedores de la materia prima que se requiere para la elaboración del producto ya que se incrementaran sus ingresos y de esta manera crecerán económicamente.

El estudio es factible en el aspecto económico ya que mejorará los ingresos de la fábrica productora de juegos de sala y de esta manera también contribuirá en el incremento de los ingresos del país por medio del pago establecido de los impuestos. Es factible en el aspecto social porque optimizará la calidad de vida de los pobladores de la parroquia San Francisco de Natabuela generando nuevas fuentes de empleo permitiéndoles cumplir con sus necesidades básicas. Y a la vez es factible en el aspecto material a causa de que se requiere de materia prima para la elaboración de los juegos de sala y por ende también aumentará los ingresos de los proveedores.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de tecnología para la fabricación de juegos de sala de la fábrica “MUEBLES IDEAL” de la Parroquia San Francisco de Natabuela, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, encaminado a mejorar los ingresos por la producción de juegos de sala y contribuir al incremento del empleo en la parroquia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico FODA para conocer las condiciones de mercado y el nivel económico de la población en el cantón de Ibarra, para determinar la factibilidad del proyecto.

- Elaborar un marco teórico que permita conocer las bases conceptuales y teóricas que constituyen el proyecto.

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta, precios y competencia, que permita determinar la factibilidad del proyecto.

- Realizar un estudio técnico para determinar la macrolocalización, microlocalización y las inversiones que requiera la unidad productiva, que permita determinar las capacidades operativas y el mejoramiento de los costos de producción.

- Realizar el estudio financiero y económico que permita establecer la factibilidad de la inversión y la rentabilidad del proyecto.

- Proponer la nueva estructura organizacional de la fábrica que permita una adecuada administración para el cumplimiento de los objetivos.

- Conocer la influencia de los principales impactos que tendrá el estudio de factibilidad.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El presente estudio relacionado con la implementación de tecnología para la fabricación de juegos de sala de la fábrica “Muebles Ideal” de la parroquia de Natabuela incrementará los ingresos para beneficio de los propietarios.

El diagnóstico se realizará mediante la formulación de encuestas que se las realizará a los habitantes de los cantones de Ibarra de la provincia de Imbabura por ser donde más comercio existe, para conocer si el producto tendrá acogida por sus estándares de calidad y a los fabricantes de juegos de sala. La entrevista se la realizará al Presidente de Gremio de Artesanos de la ciudad de Ibarra para conocer los problemas que presentan los artesanos calificados y a los propietarios de la fábrica “MUEBLES IDEAL” para de esta manera conocer la problemática de la reducción de la comercialización de los juegos de sala y como se ha visto afectada la fábrica.

Lo establecido en el marco teórico se tomará de datos ya establecidos en documentos bibliográficos para de esta manera conocer lo más relevante de las microempresas existentes y lo que es en realidad la teoría de las artesanías que se producen en la provincia.

El estudio de mercado se realizará por medio de encuestas para de esta manera conocer si el producto tendrá acogida por los habitantes considerando los precios establecidos por los fabricantes, la cantidad que se requiere producir para poder cumplir con lo planteado por los propietarios de

la fábrica Muebles Ideal que es recuperar las ventas, y establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas.

El estudio técnico se lo realizará para conocer la inversión que se necesita realizar para optimizar los costos de producción, también se determinará las capacidades de producción con las cuales se trabajará para conocer la tecnología más adecuada para poder llevar a cabo el estudio.

Se realizará el estudio financiero y económico para conocer los resultados económicos que generará la fábrica para lo cual se requerirá de los indicadores más convenientes para obtener los mejores análisis y comparar el dinero destinado a la inversión con la utilidad obtenida para conocer si es rentable o no.

La estructura organizacional se la propondrá para conocer las personas que se aumentará para laborar de la mejor manera y llegar a excelentes resultados, considerando que el talento humano es el recurso más importante en una actividad económica y se le considere como tal.

Se analizará los principales impactos y su incidencia para así poder conocer si son positivos o negativos en el caso de que estos sean negativos tomar las medidas pertinentes para establecer parámetros de solución y no destruir el entorno y no afectar a las generaciones futuras.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS

La parroquia San Francisco de Natabuela del Cantón Antonio Ante de la Provincia de Imbabura se encuentra situada entre la parroquia rural de San Antonio de Ibarra y la ciudad de Atuntaqui, es una bella planicie localizada en las faldas del majestoso cerro Imbabura, está compuesto por gente mestiza e indígena en un número aproximado de 5651 habitantes. La parroquia es reconocida por su base económica que es la agricultura, la ganadería. Otras fuentes de ingresos es la mano de obra en la albañilería. Hoy en la actualidad las familias se dedican a la rama de la confección de prendas de vestir y producción de muebles. Natabuela cuenta con microempresas que se dedican a la producción de juegos de sala, cada una con técnicas y métodos que las hace distintas entre ellas.

La comercialización de los juegos de sala en la provincia de Imbabura se ha visto afectada por la competencia proveniente de microempresas de otras provincias, las cuales ofrecen productos a menores costos, debido a que los materiales que son utilizados para su fabricación no ofrecen garantía en la calidad del producto, esto ha provocado que disminuya la fuente de ingresos de los fabricantes imbabureños, en tal virtud es necesario realizar un estudio de factibilidad para implementar mejores técnicas de producción y comercialización que mejoren los costos de producción y que de igual

manera permitan el mejoramiento del ingresos de los propietarios de la fábrica “MUEBLES IDEAL” y por ende generen fuentes de empleo en la parroquia.

1.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico FODA para conocer las condiciones de mercado y el nivel económico de la población en el cantón de Ibarra, para determinar la factibilidad de proyecto.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Verificar la capacidad de producción óptima de los juegos de sala.
- Conocer la infraestructura y el equipamiento que dispone la Fábrica
- Realizar un análisis del entorno con el fin de determinar la oferta de los productos de la fábrica y analizar el comportamiento de la demanda de juegos de sala que existe en el mercado de la ciudad de Ibarra.
- Determinar las estrategias que puede utilizar la fábrica para comercializar los productos.
- Conocer si la comercialización de los juegos de sala genera rentabilidad a los propietarios de “Muebles Ideal”

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- Producción
- Infraestructura y Equipamiento
- Oferta y Demanda
- Comercialización
- Rentabilidad

1.4 INDICADORES O SUBASPECTOS

Variable 1: Producción

Indicadores:

- Control de calidad de la materia prima
- Control de la maquinaria
- Control de la mano de obra
- Productividad
- Garantía del producto

Variable 2: Infraestructura y Equipamiento

Indicadores:

- Ubicación
- Tiempo de funcionamiento

- Capacidad
- Equipos disponible

Variable 3: Oferta y Demanda

Indicadores:

- Volumen de Producción
- Volumen de ventas
- Determinación del Precio
- Gustos y Preferencias
- Condiciones de la Compra
- Poder adquisitivo
- Clientes Potenciales

Variable 4: Comercialización

Indicadores:

- Canales de distribución
- Consumidores potenciales
- Tipo de mercado
- Destino de producción
- Punto de venta
- Competencia

Variable 5: Rentabilidad

Indicadores:

- Ingresos
- Costos
- Gastos

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN

Es necesario relacionar las variables del diagnóstico manifestadas con la técnica de investigación científica que permita captar la información de cada indicador, así como también relacionar dicha técnica con la fuente que nos brindará la información; por tal motivo se presenta la siguiente matriz que permite visualizar y facilita la operatividad de la investigación de campo.

MATRIZ DE RELACIÓN				
OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACION	TECNICAS DE RECOLECCION DE LA INFORMACION
Verificar la capacidad de producción óptima de los juegos de sala.	Producción	Control de calidad de la materia prima Control de la maquinaria Control de la mano de obra Productividad Garantía del producto	Propietarios Propietarios Propietarios Propietarios Propietarios	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista
Conocer la infraestructura y el equipamiento que dispone la Fábrica	Infraestructura y el Equipamiento	Ubicación Tiempo de funcionamiento Capacidad Equipos disponible	Propietarios Propietarios Propietarios Propietarios	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista
Realizar un análisis del entorno con el fin de determinar la oferta de los productos de la fábrica y analizar el comportamiento de la demanda de juegos de sala que existe en el mercado de la ciudad de Ibarra.	Oferta y Demanda	Volumen de Producción Volumen de Ventas Determinación del Precio Gustos y Preferencias Condiciones de la Compra Poder adquisitivo Clientes Potenciales	Propietarios Propietarios Cliente Clientes Clientes Clientes clientes	Entrevista Entrevista Entrevista Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta
Determinar las estrategias que puede utilizar la fábrica para comercializar los productos.	Comercialización	Canales de distribución Consumidores potenciales Tipo de mercado Destino de producción Punto de venta Competencia	Propietarios Propietarios Propietarios Propietarios Propietarios Propietarios	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista
Conocer si la comercialización de los juegos de sala genera rentabilidad a los propietarios de "Muebles Ideal"	Rentabilidad	Ingresos Costos Gastos	Propietarios Propietarios Propietarios	Entrevista Entrevista Entrevista

1.6. MECÁNICA OPERATIVA

1.6.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población general como punto de partida para el desarrollo del proyecto será la población de clase media, media alta y alta de las parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra de la provincia de Imbabura, por ser donde se refleja un mayor nivel de ingresos, al Presidente de la Asociación de artesanos profesionales de la ciudad de Ibarra y a los fabricantes de juegos de sala de la ciudad de Ibarra que se encuentran asociados al gremio de artesanos profesionales.

La población en la cual se va a ejecutar la técnica de investigación es la población urbana de la ciudad de Ibarra que cuenta según el último censo realizado en el 2010 con un total de 139.121 habitantes, tomando en cuenta la estratificación por sus ingresos clasificándose de la siguiente manera clase media con un porcentaje de 22,80%, clase media-alta con 11,20% y clase alta con 1,90% de la población urbana total de la ciudad e Ibarra, y considerando una tasa de crecimiento del 1,86% se obtiene en el 2012 una población urbana de 51820 habitantes, al Presidente de la Asociación de artesanos profesionales de la ciudad de Ibarra y a los fabricantes de juegos de sala de la ciudad de Ibarra que se encuentran asociados al gremio de artesanos profesionales que según el registro es de 45 artesanos.

Los datos son tomados de las estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador y del Gremio de artesanos de la ciudad de Ibarra.

Se ha tomado como miembros base a cuatro integrantes de familia, se considera así dividir para 4 a la población urbana de la ciudad de Ibarra del censo realizado en el año 2010 estratificada por sus ingresos y realizada la proyección necesaria.

$$\text{Número de Familias} = \frac{\text{número de habitantes}}{4}$$

$$\text{Número de Familias} = \frac{51.820}{4}$$

$$\text{Número de Familias} = \mathbf{12.955}$$

1.6.2 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Al Presidente de la Asociación de Artesanos Profesionales de la ciudad de Ibarra, se procede a utilizar la técnica del censo, realizando así una entrevista.

A los fabricantes de juegos de sala que se encuentran en el registro del gremio de artesanos de Ibarra, por ser un número reducido se procede a realizar una encuesta, mediante la utilización de la técnica del censo.

La población conformada por los habitantes de las parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra, por ser mayor a 100 unidades se procede a calcular la muestra mediante la fórmula.

$$n = \frac{Ndz^2}{E^2(N-1) + (dz^2)}$$

En Donde:

N= Población

d^2 = desviación \rightarrow 0,25

Z= nivel de confianza \rightarrow 95% \rightarrow 1,96

n = muestra

E=error \rightarrow 0,05

$$\frac{12.955 * 0,25 * 1,96^2}{0,05^2 * (12.955 - 1) + (0,25 * 1,96^2)}$$

$$n=372$$

1.6.3. INFORMACIÓN PRIMARIA

1.6.3.1. ENTREVISTAS:

Se aplicó una entrevista al presidente de la Asociación de Artesanos Profesionales de Ibarra la misma que servirá para profundizar el conocimiento del estado actual de los artesanos imbabureños con la finalidad de realizar un diagnóstico situacional.

1.6.3.2. ENCUESTAS:

Con el fin de recaudar datos que reflejan el estado actual de los habitantes de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, “posibles compradores”, y con la finalidad de obtener información que permita conocer el diagnóstico principal y la demanda potencial, se aplicó la técnica del censo mediante la encuesta a los habitantes de las parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra.

Con la finalidad de conocer el diagnóstico principal, el comportamiento de los fabricantes de juegos de sala y la oferta que existe en el mercado de Ibarra, se aplica la técnica del censo mediante la encuesta a los socios que se encuentran registrados en el gremio de artesanos profesionales de Ibarra.

1.7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.7.1. Encuestas aplicadas a los habitantes de las parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra.

1.7.1.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

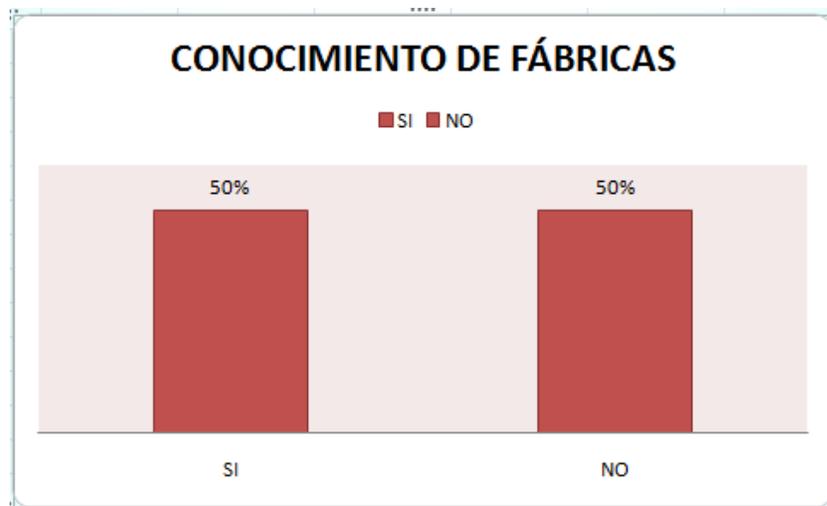
1.- ¿Usted conoce si en la provincia existen fábricas que se dedican a la producción y comercialización de juegos de sala?

**CUADRO N° 1
CONOCIMIENTO DE FÁBRICAS**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	186	50%
NO	186	50%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 1



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

La mitad de la población encuestada tiene conocimiento de la existencia de productoras y comercializadoras de juegos de sala, por lo tanto la fábrica debe incrementar un sistema para promocionar sus productos y así ser reconocida a nivel de la provincia por sus diseños y buena calidad.

2.- ¿Está dispuesto a adquirir juegos de sala de buena calidad elaborados por artesanos imbabureños.

CUADRO N° 2
ADQUISICIÓN DE JUEGOS DE SALA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	331	89%
NO	41	11%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 2



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

La gran mayoría de la población de Ibarra está dispuesta a adquirir juegos de sala de buena calidad elaborados por artesanos imbabureños, por lo tanto la fábrica requiere contar con un local en el que logre exhibir los juegos de sala para que la ciudadanía puede decidirse por este tipo de producto y así incrementar los ingresos de la fábrica.

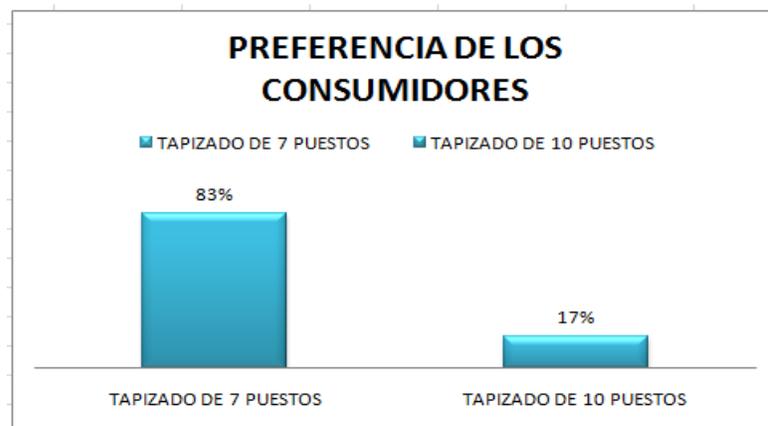
3.- ¿Qué modelo de juego de sala Ud. Prefiere?

CUADRO N° 3
PREFERENCIA DE LOS CONSUMIDORES

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tapizado de 7 puestos	309	83%
Tapizado de 10 puestos	63	17%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 3



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

La mayor proporción de la población prefiere los juegos de sala tapizados de 7 puestos, por tal motivo a la fábrica le conviene elaborar este tipo de mueble que tiene mayor demanda en el mercado local para de esta manera no tener un alto índice de stock de la mercadería que no tiene acogida.

4.- ¿Cuál es el valor que usted destina/ría en la compra de juegos de sala para su hogar? Especificar las opciones en valor y en cantidad.

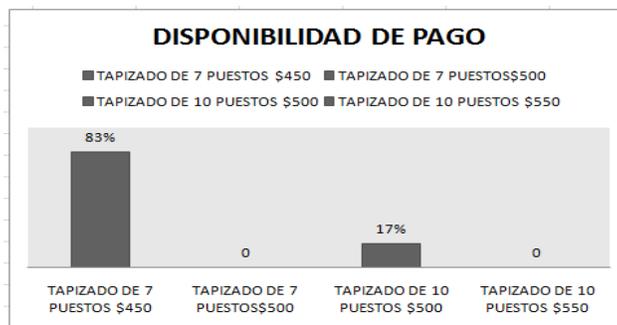
**CUADRO N° 4
DISPONIBILIDAD DE PAGO**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tapizado de 7 puestos		
\$450	309	83%
\$500	0	0%
Tapizado de 10 puestos		
\$550	63	17%
\$600	0	0%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO

N° 4



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

Se puede constatar que los clientes destinan un presupuesto de \$450 dólares para la compra de un juego de sala y de lo que se puede evidenciar las personas tienen un poder adquisitivo bajo, mediante la aplicación del presente proyecto se podrán mejorar los precios y así aumentar la demanda en el mercado local.

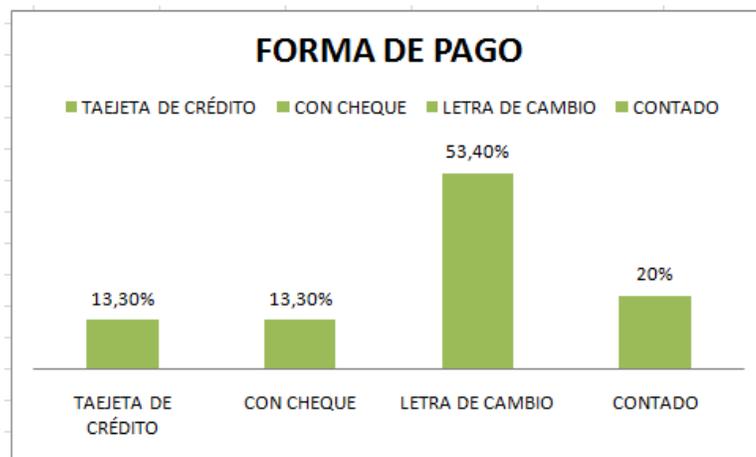
5.- ¿Su compras de juegos de sala lo realizaría?

**CUADRO N° 5
FORMA DE PAGO**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con tarjeta de crédito	49	13,3%
Con cheque	49	13,3%
Letra de Cambio	199	53,4%
Contado	75	20%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 5



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

Los clientes prefieren realizar sus compras de juegos de sala con letra de cambio y se puede evidenciar claramente que los ingresos que perciben son bajos por lo cual se debe ofrecer los juegos de sala a crédito para que la demanda no se vea afectada por el poder adquisitivo de los clientes.

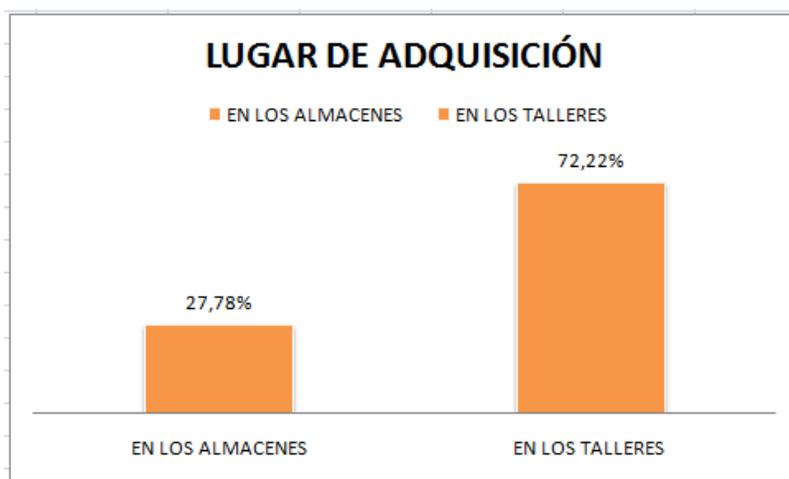
6.- ¿Dónde compra usted los juegos de sala?

**CUADRO N° 6
LUGAR DE ADQUISICIÓN**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En los almacenes	103	27,78%
En los talleres	269	72,22%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 6



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

Los clientes prefieren comprar los juegos de sala en los talleres, por lo que fábrica debe estar en constante mejoramiento para mantener una extensa variedad de diseños y de buena calidad al igual que debe buscar alternativas para optimizar los recursos y estar en capacidad de ofertar a precios bajos para poder cubrir la demanda requerida.

7.- ¿Su elección anterior se debe a?

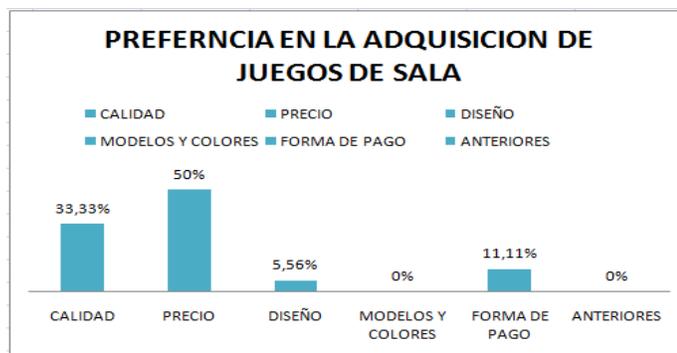
CUADRO N° 7

PREFERENCIAS EN LA ADQUISICIÓN DE JUEGOS DE SALA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	124	33,33%
Precio	186	50%
Diseño	21	5,56%
Modelo y Colores	0	0%
Forma de Pago	41	11,11%
Las Anteriores	0	0%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 7



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

Se puede constatar que los clientes prefieren comprar los juegos de sala en los talleres debido a que el precio es menor de los que se ofrece en los almacenes, por lo que se debe implementar tecnología para la fabricación de juegos de sala para poder reducir los costos de producción y de esta manera ofrecer precios adecuados en el mercado.

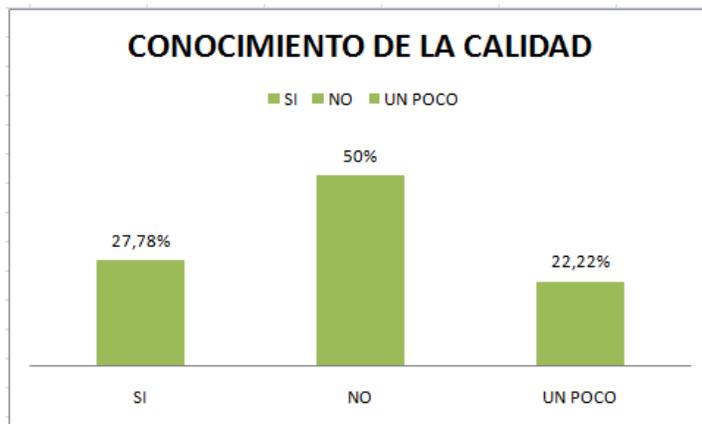
8.- ¿Conoce los materiales con los que son elaborados los juegos de sala que se comercializan en la ciudad de Ibarra?

CUADRO N° 8
CONOCIMIENTO DE LA CALIDAD

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	103	27,78%
No	186	50%
Un Poco	83	22,22%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 8



Fuente: Encuestas aplicadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

La mayoría de la población de Ibarra tiene conocimiento de los materiales que utilizan para la fabricación de juegos de sala, por lo que la fábrica se debe comprometer a ofrecer productos elaborados con materiales de buena calidad para satisfacer las expectativas de los clientes.

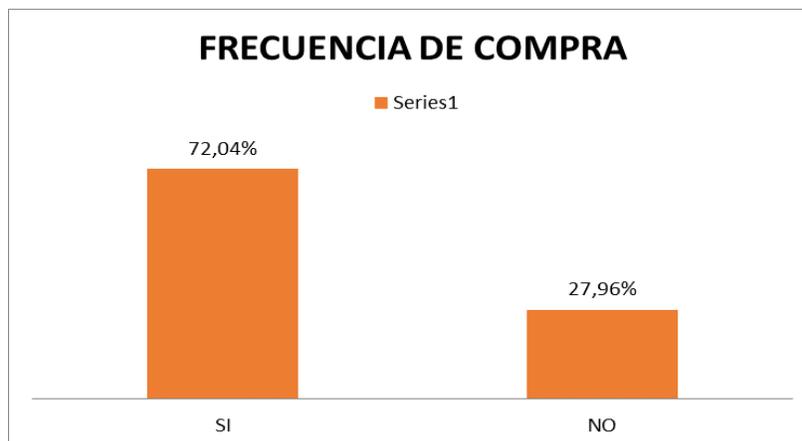
9.- ¿Adquiere juegos de sala anualmente?

CUADRO N° 9
FRECUENCIA DE COMPRA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	268	72,04%
NO	104	27,96%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 9



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

La frecuencia de compra que hacen los habitantes de los juegos de sala es de cada cinco años lo que demuestra que los pobladores prefieren productos de buena calidad que se extienda el tiempo de durabilidad así convirtiéndose en una oportunidad para la fábrica porque al ofrecer productos de buena calidad existirá demanda en el mercado.

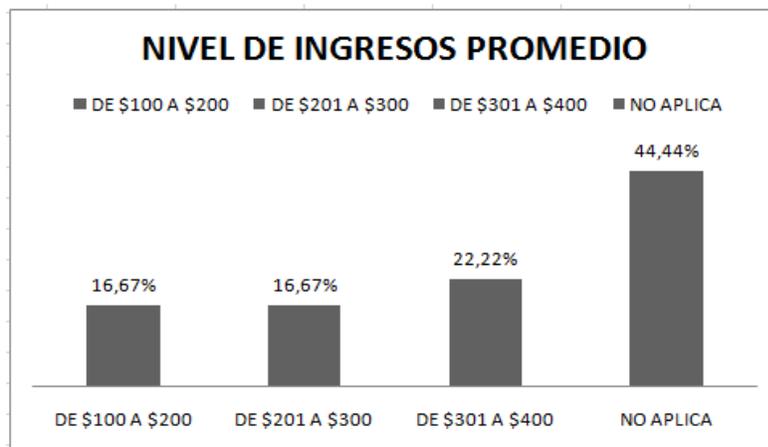
10.- ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

**CUADRO N° 10
INGRESOS MENSUALES**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$100 a \$200	62	16,67%
De \$201 a \$300	62	16,67%
De \$301 a \$400	83	22,22%
No Aplica	165	44,44%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 10



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

La mayor parte de la población tiene como ingreso mensual un promedio mayor a \$400 dólares pudiendo evidenciar que en la ciudad no existe explotación al trabajador y éste tiene que poder cubrir sus necesidades por lo que se debe llevar a cabo la implementación de tecnología para poder ofrecer los productos a mejores costos para que los clientes pueden cumplir con todas las necesidades.

1.7.2. Encuestas Aplicadas a los Fabricantes de Juegos de Sala de la Ciudad de Ibarra.

1.7.2.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

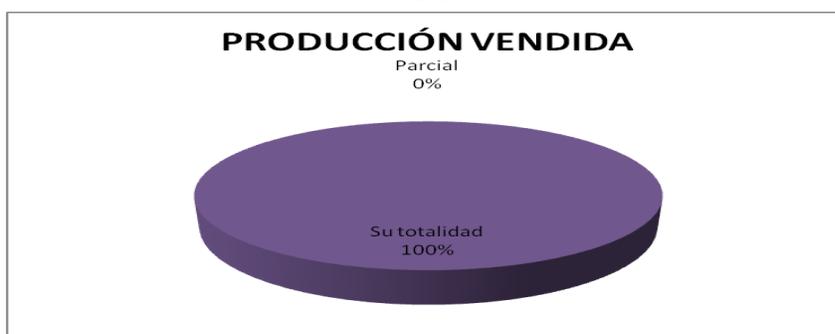
1.- ¿La producción anual de su taller es vendida en:

**CUADRO N° 11
PRODUCCIÓN VENDIDA**

CATEGORIA	PORCENTAJE	CANTIDAD
Su totalidad	100%	45
Parcial	0%	0
TOTAL	100%	45

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 11



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

La producción de los fabricantes de juegos de sala es vendida en su totalidad, en la mayoría de los años esta producción no es lo suficiente para poder cubrir con lo que requiere la población de Ibarra.

2.- ¿Con su taller alcanza a abastecer los juegos de sala requeridos por los clientes?

CUADRO N° 12
ABASTECIMIENTO DE LA DEMANDA

CATEGORIA	PORCENTAJE	CANTIDAD
SI	6,67%	3
NO	93,33%	42
TOTAL	100%	45

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 12



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

La mayor parte de los fabricantes no alcanzan a abastecer los juegos de sala que requieren los clientes ya que la infraestructura y la maquinaria no son suficientes para cubrir con lo requerido.

3.- ¿Cuál es su capacidad de producción mensual de los juegos de sala?

Se estima que el promedio mensual de la producción es de 12 juegos de sala aproximadamente, que calculando por el total de encuestados es de 540 juegos de sala que están disponibles para ser ofertados en el mercado de Ibarra.

4.- ¿Qué porcentaje cree usted que se ha disminuido la demanda con respecto a los años anteriores por el ingreso de competidores de otras provincias?

Según datos históricos de las fábricas productoras de juegos de sala de la ciudad de Ibarra se registra un decrecimiento aproximado en la demanda del 50%.

5.- ¿Ha ampliado su taller en base a la expansión de la demanda

CUADRO N° 13

AMPLIACIÓN DEL TALLER

CATEGORIA	PORCENTAJE	CANTIDAD
SI	6,67%	3
NO	93,33%	42
TOTAL	100%	45

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO Nº 13



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

6.- ¿Qué limitaciones ha tenido usted para no poder cumplir con lo requerido por sus clientes?

Los fabricantes de juegos de sala consideran que las limitaciones para cubrir con la demanda requerida es la escasez de la mano de obra calificada, los altos costos de los materiales para su fabricación y el espacio físico para la producción.

7.- ¿Estaría dispuesto a cambiar la madera por otro producto debido a la escasez de la madera.

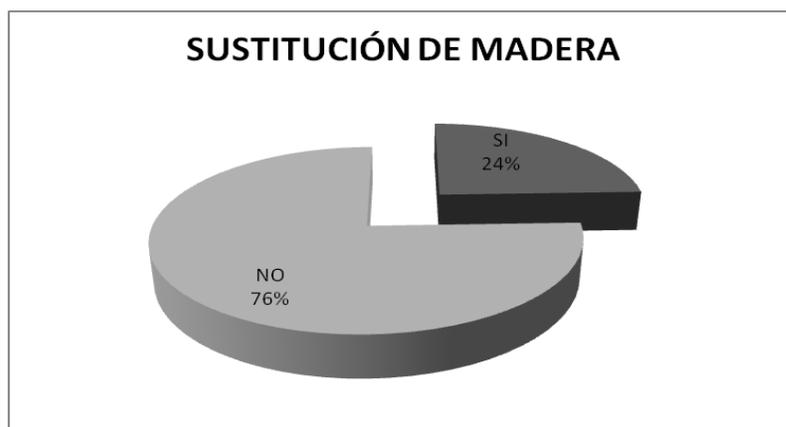
CUADRO Nº 14

SUSTITUCIÓN DE MADERA

CATEGORIA	PORCENTAJE	CANTIDAD
SI	24,44%	11
NO	75,56%	34
TOTAL	100%	45

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 14



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

Se puede constatar que la mayor parte de los fabricantes si están dispuestos a cambiar la madera por otro producto ya que opinan que sería mejor para el cuidado del medio ambiente y así poder reducir los costos de producción para una mejor competencia en el mercado.

8.- ¿De qué forma comercializa su producción:

CUADRO N° 15
TIPO DE COMERCIALIZACIÓN

CATEGORIA	PORCENTAJE	CANTIDAD
VENDIENDO A LOS ALMACENES	4,44%	2
ENTREGANDO DIRECTO A LOS CLIENTES	95,56%	43
TOTAL	100%	45

Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO Nº 15



Fuente: Encuestas realizadas.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

Como se puede ver claramente la mayoría de los fabricantes de juegos de sala comercializa sus productos de manera indirecta, entregando a los almacenes, por no contar con un espacio físico para poder exhibir su producción, esto encarece al producto ya que existen intermediarios haciendo que los productos lleguen a los consumidores finales a un precio más elevado.

1.7.3. Entrevista Realizada al Presidente del Gremio de Artesanos Calificados de la Ciudad de Ibarra.

1.- ¿Cuál es el objetivo del Gremio?

Agrupar a todos los artesanos y formar un solo grupo de artesanos.

2.- ¿Cuáles son las políticas?

Existencia de artesanos calificados.

Capacitaciones constantes

3.- ¿Considera usted que los talleres tienen una estructura organizacional y un manual de funciones artesanal?

Muy pocos cuentan con organigramas y manual de funciones.

4.- ¿Qué tiempo de funcionamiento tiene el Gremio?

El gremio tiene 31 años de funcionamiento fue creado el 28 de julio de 1981.

5.- ¿Usted cree que los artesanos tienen algún tipo de problema al comercializar sus productos?

Si tienen muchos problemas los artesanos al comercializar los productos ya que en Atuntaqui solo se difunde lo que es prendas de vestir.

6.- ¿Considera que hay competencia proveniente de otros lugares?

Los artesanos si tienen competencia y esta es una competencia desigual ya que los costos de la materia prima con los que fabrica la competencia son de menores costos, también los costos de la electricidad afectan a los artesanos y no les permite competir equitativamente con los industriales.

7.- ¿La demanda de los artesanos imbabureños se ha visto afectada por la competencia proveniente de otras provincias?

En algunas ramas no se ha visto afectada la demanda pero en el caso de los muebles esta si ha disminuido considerablemente.

8.- ¿Existe ayuda por parte del gobierno a los artesanos imbabureños?

No existe ninguna clase de ayuda hacia los artesanos, claro está que existe el Ministerio de la Producción (MIPRO) que da capacitaciones pero yo no considero como ayuda ya que los ingresos de las capacitaciones se llevan el Estado y no es una ayuda económica para los artesanos.

9.- ¿Los talleres imbabureños de producción de juegos de sala cuentan con mano de obra calificada?

No todos los talleres cuentan con mano de obra calificada ya que los dueños de las fábricas no capacitan a los obreros y son los dueños quienes tienen la titularización de artesano calificado.

10.- ¿Qué porcentaje cree que los artesanos consideran como utilidad del precio de los productos que fabrican?

Se supone que el artesano debe tener una ganancia del 50% del precio de los productos que fabrica pero en realidad los artesanos no valoran su trabajo debido a la competencia y tienen una ganancia del 20% o 30%.

11.- ¿Cuentan con un plan de capacitación artesanal para los artesanos?

Se elaboró un plan de capacitación para el año que viene pero hace un mes y medio se dio una capacitación de serigrafía y carpintería.

12.- ¿En qué área se capacita más a los artesanos?

Existen muchas ramas en el gremio por lo que no se puede especificar las capacitaciones por resentimiento de las demás ramas, por esto que se ha decido realizar una capacitación de costos para que sepan administrar su negocio de mejor manera.

13.- ¿Con que frecuencia capacitan a los artesanos?

Se planea realizar capacitaciones trimestralmente.

14.- ¿Existen problemas en las capacitaciones de los artesanos?

Si existen algunos problemas ya que algunos de los artesanos no desean capacitarse debido a la edad avanzada, piensan que son los hijos los que van a seguir con el negocio porque ellos no se quedaran mucho tiempo cumpliendo con sus obligaciones de artesanos.

15.- ¿En un promedio cuántos trabajadores tienen las fábricas medianas de juegos de sala?

Para ser artesanos deben tener 25 obreros y 4 aprendices pero en realidad tienen 3 o 4 trabajadores, o algunos trabajan solos.

16.- ¿El nivel tecnológico de los talleres que fabrican juegos de sala es alto, medio o bajo?

Se considera como medio, los artesanos trabajan empíricamente con maquinaria de hace muchos años.

17.- ¿A qué considera usted que se debe que el nivel tecnológico de los talleres no se innova con frecuencia?

Los artesanos no cuentan con los recursos necesarios para poder innovar la maquinaria.

18.- ¿Qué problemas frecuentes tienen los talleres artesanales para la fabricación de juegos de sala?

La falta de materia prima ya que existe escasez de algunos materiales, y el problema al sacar los permisos para transportar la materia prima.

19.- ¿Considera usted que los artesanos estarían dispuestos a implementar tecnología si el Estado otorga créditos con interés más bajos y aplazamiento del tiempo de pago?

Si, los artesanos estarían dispuestos a implementar la tecnología si se otorgaría créditos con tasas de interés bajos y que no exijan muchos trámites.

20.- ¿Qué beneficios aspiraría que el Estado de al artesano?

Préstamos a bajo interés y que no exijan demasiadas reglas ya que son los que generan fuentes de empleo.

21.- ¿Qué ventajas traería llevar a cabo una feria anual de muebles?

Sería un éxito porque los artesanos darían a conocer lo que producen, pero esta debe ser exclusiva de juegos de sala ya que las ferias que se han llevado a cabo hasta el momento no favorecen a los artesanos por el espacio y el costo. También sería beneficioso para los artesanos ya que no existiría el intermediario que es quien se gana un porcentaje mayor al vender los productos.

22.- ¿Considera que la infraestructura y la maquinaria que disponen los artesanos son adecuadas para la fabricación de juegos de sala?

No es adecuado para los artesanos, pero ellos se acomodan a las posibilidades y al espacio con lo que cuentan.

23.- ¿Cuáles son los beneficios de pertenecer al gremio de artesanos?

No pago de patentes municipales, son exentos del pago del 13º y 14º sueldo y los fondos de reserva. Pero si pagamos impuestos del medio ambiente y de los bomberos.

24.- ¿Existen lugares donde los artesanos puedan adquirir los insumos para el normal funcionamiento de sus talleres?

Existen lugares donde adquieran los materiales pero no son de buena calidad.

25.- ¿Conoce si los artesanos tienen algún tipo de financiamiento con sus proveedores?

Si la mayoría de los artesanos trabajan con crédito de los proveedores.

26.- ¿Considera que la fabricación de juegos de sala les ha permitido a los artesanos obtener un ingreso adicional y una mejora de la calidad de vida de sus familiares?

Los artesanos trabajan y los ingresos que obtienen cubren sus necesidades básicas y nada más.

27.- ¿Usted cree que los productos de los artesanos son reconocidos en el mercado local por su calidad?

Lastimosamente no ya que los productos que adquieren las personas no son considerados por la calidad sino más bien por el costo y que cumpla la función requerida.

1.7.4. CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO:

De acuerdo a la entrevista realizada al presidente del Gremio de Artesanos Calificados, los artesanos se han vistos afectados por la entrada de otros fabricantes a la provincia que ofrecen juegos de sala a precios más bajos de los que ofrecen los artesanos imbabureños, también se han visto afectados por los nuevos impuestos implementados por parte del Gobierno, como son los impuesto al medio ambiente.

Acorde a las encuestas ejecutadas se evidenció que los habitantes del sector urbano de la ciudad de Ibarra optarían por comprar juegos de sala elaborados por artesanos imbabureños siendo beneficioso para incentivar a los artesanos a la producción y comercialización de juegos de sala para así mejorar la calidad de vida de los imbabureños.

Debido a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los fabricantes de juegos de sala, se asevera que la oferta existente en el mercado, no cumple con el requerimiento de los consumidores, ya que para los artesanos existen limitaciones como: la escasez de la mano de obra calificada, los altos costos de los materiales para la fabricación de los muebles y el espacio físico para la producción, que no les permite cumplir adecuadamente con la cantidad de productos que requieren los clientes y a la vez no pueden disminuir a la competencia proveniente otras provincias.

1.8. Análisis del Diagnóstico de la fábrica MUEBLES IDEAL a través del FODA

1.8.1. MATRIZ FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Materiales de alta calidad 2. Facilidad de transporte de los artículos terminados. 3. Posicionamiento en el mercado por productos de buena calidad. 4. Mano de obra calificada. 5. Experiencia en la producción 6. Ventas directas con los potenciales compradores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vías en buen estado 2. Capacitaciones para mejorar la productividad por parte del gremio. 3. Financiamiento de los proveedores de la materia prima. 4. Opciones de nuevos puntos de distribución 5. Instituciones financieras que otorgan créditos 6. Mejoramiento económico.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de un punto de exhibición y venta de los productos terminados. 2. Inexistencia del control técnico financiero y de costos 3. Malas estrategias de comercialización 4. No existe optimización de recursos 5. Falta de interés de la mano de obra para capacitarse. 6. Falta de tecnología adecuada 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de fábricas competidoras de producción comercialización de juegos de sala 2. Precios bajos de la competencia 3. Precios altos de la materia prima e insumos 4. Escasez de la madera considerablemente.

1.8.2. CRUCES ESTRATÉGICOS FO,DO,FA,DA

<p style="text-align: center;">ASPECTOS INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">ASPECTOS EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Materiales de alta calidad 2. Facilidad de transporte de los artículos terminados. 3. Posicionamiento en el mercado por productos de buena calidad. 4. Mano de obra calificada. 5. Experiencia en la producción 6. Ventas directas con los potenciales compradores. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de un punto de exhibición y venta de los productos terminados. 2. Inexistencia del control técnico financiero y de costos 3. Malas estrategias de comercialización 4. No existe optimización de recursos 5. Falta de interés de la mano de obra para capacitarse. 6. Falta de tecnología adecuada.
	<p>FO</p>	<p>DO</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vías en buen estado 2. Capacitaciones para mejorar la productividad por parte del gremio. 3. Financiamiento de los proveedores de la materia prima. 	<ol style="list-style-type: none"> 6.6. Aprovechar las ventas directas de juegos de sala a los posibles compradores para mejorar la calidad económica de la fábrica. 2.1. Aprovechar la accesibilidad de las vías para mejorar el transporte de productos terminados para un mejor servicio al cliente. 5.2. Aprovechar la experiencia en la producción de los juegos de sala para 	<ol style="list-style-type: none"> 6.4. A través de las instituciones que otorgan créditos permitirá mejorar la tecnología. 3.4. Las opciones de nuevos puntos de distribución permitirán mejorar las estrategias de comercialización. 2.2. Las capacitaciones de cómo mejorar la productividad en las fábricas de muebles permitirán que exista un

<p>4. Opciones de nuevos puntos de distribución</p> <p>5. Instituciones financieras que otorgan créditos</p> <p>6. Mejoramiento económico.</p>	<p>habilitar las prácticas en las capacitaciones</p> <p>1.3. Aprovechar los materiales de buena calidad por la facilidad de financiamiento de los proveedores</p> <p>3.4. Aprovechar el posicionamiento en el mercado para obtener el acceso a nuevos puntos de distribución.</p>	<p>adecuado control técnico financiero y de costos.</p> <p>2.4. Las capacitaciones de cómo mejorar la productividad en las fábricas de muebles permitirán que se encuentre un punto de exhibición y venta de los productos terminados para incrementar los ingresos.</p>
	<p>FA</p>	<p>DA</p>
<p>AMENAZAS.</p> <p>1. Incremento de fábricas competidoras de producción comercialización de juegos de sala</p> <p>2. Precios bajos de la competencia</p> <p>3. Precios altos de la materia prima e insumos</p> <p>4. Escasez de la madera considerablemente.</p>	<p>3.2. El posicionamiento en el mercado por los productos de buena calidad puede mejorar las condiciones de los precios bajos de la competencia.</p> <p>6.1. Aprovechar las ventas directas con los potenciales compradores para no permitir el incremento de las fábricas competidoras de producción y comercialización de juegos de sala.</p> <p>1.2. Aprovechar los materiales de alta calidad y la experiencia en la producción que utilizan los propietarios de "MUEBLES IDEAL" para poder competir con los precios bajos que ofrece la competencia en el mercado.</p>	<p>3.1. Mejorar las estrategias de comercialización para no verse afectados por el incremento de fábricas competidoras de producción y comercialización de juegos de sala</p> <p>5.2 Incentivar a la mano de obra a capacitarse para mejorar la competitividad, cumpliendo un equilibrio entre los precios y calidad que se ofrecen en el mercado.</p> <p>4.3 Optimizar los recursos que utilizan en la producción de juegos de sala para reducir los costos que se requieren para la adquisición de la materia prima e insumos.</p> <p>6.4 Perfeccionar la tecnología para dar un mejor tratado a la madera y ofrecer mejor calidad en los productos.</p>

1.9. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Una vez realizada la investigación de campo en la que se aplicó las diferentes técnicas e instrumentos de investigación y después de proceder al análisis se determinó el principal problema que perjudica a los productores de juegos de sala, es la competencia y la dificultad para enfrentarla.

La fábrica con la maquinaria que dispone y la escasa tecnología incurre en altos costos de producción, dificultando ofertar sus productos en el mercado. Por ende al no contar con precios equilibrados ha dejado de ser competitiva y a la vez se ve afectada la estabilidad económica de los propietarios.

Como solución alternativa es la implementación de tecnología para la fabricación de juegos de sala, lo cual permitirá mejorar la comercialización de sus productos a través de precios tentativos y por ende mejorando su posicionamiento en el mercado local.

La no implementación de tecnología para la fabricación de juegos de sala de la fábrica "MUEBLES IDEAL" puede ocasionar consecuencias negativas como: disminución de ventas, baja rentabilidad y débil o nulo crecimiento y desarrollo de la fábrica, por ende se ve necesario aplicar métodos y técnicas analíticas que faciliten la inversión en esta propuesta.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. MICROEMPRESA

CANTOS, E; (2009), Pág. 18. Afirma: *“Entiéndase por microempresa a la unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales que tienen las siguientes características: Actividades de producción, comercio o servicio. Actividades de autoempleo o que tengan hasta diez colaboradores. Actividades con un capital de trabajo de hasta veinte mil dólares, que no incluya inmuebles y vehículos que sean herramientas de trabajo. Actividades registradas en una organización gremial micro empresarial.”*

Es un grupo de personas que se dedican a la producción y comercialización de bienes o servicios con el fin de cubrir sus costos y gastos y de esta manera tener una rentabilidad para poder subsistir en el diario vivir.

2.1.1. CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS

CANTOS, E; (2009), Pág. 19. Afirma: *“las actividades que desarrollan las microempresas pueden ser:*

Producción: *son aquellas con transforman materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías.”*

Comercio: *son las que tienen como actividad la compra-venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.*

Servicio: *la cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.*

2.2. FÁBRICA

La página www.es.wikipedia.org/wiki/F%C3%A1brica. Afirma: “*Una fábrica es un lugar físico o virtual donde se produce algún objeto, material o servicio. Normalmente el vocablo «fábrica» se asocia con un lugar físico donde se procesan materias primas, pero en la economía moderna también se extiende el concepto a los lugares virtuales donde se generan servicios, por extensión del proceso de transformación de ideas en servicios útiles, como software o capacitación*”.

La fábrica es el lugar físico donde se dedican a la transformación de la materia prima para así poder ofrecer un bien o servicio en el mercado obteniendo de esta manera utilidades para mejorar sus ingresos.

2.2.1. FABRICACIÓN

La página www.es.wikipedia.org/wiki/F%C3%A1brica. Afirma: “*La fabricación transforma las materias primas en productos. Desde una camisa hasta un avión, casi todo lo que usamos está fabricado. Puede hacerse a mano (de forma artesanal) o a base de maquinaria (de forma automática, más o menos informatizada)*”.

La fabricación se encarga de la transformación de la materia prima a través de máquinas y la mano del hombre para obtener bienes para ser comercializados.

2.3. MUEBLE

2.3.1. CONCEPTO

La página www2.uiah.fi/projekti/metodi/215.htm editada Pentti Routio. Afirma: *“Los muebles son objetos que sirven para facilitar los usos y actividades habituales en casas, oficinas y otro tipo de locales. El término mueble, alude a los objetos que facilitan las actividades humanas comunes, tales como dormir, comer, cocinar, descansar, mediante mesas, sillas, camas, estanterías, muebles de cocina, etc.”*

Los muebles son productos que el hombre requiere para poder cumplir con sus necesidades básicas para un buen estado físico y anímico como son: comer, dormir y descansar, a la vez facilitan a las actividades que el hombre realiza a diario.

2.3.2. TIPOS DE MUEBLE

La página www2.uiah.fi/projekti/metodi/215 editada Pentti Routio. Afirma: Existen varios tipos de muebles, los que poseen una superficie horizontal separada del suelo, como sillas y camas, mesas, o bien, muebles para el almacenaje o archivado de libros, revistas, ropa, etc. El mobiliario urbano o equipamiento urbano es el conjunto de bancos, marquesinas, papeleras, etc. instalado por los ayuntamientos para uso del vecindario.

2.3.3. ESTÉTICA DE LOS MUEBLES

La página www2.uiah.fi/projekti/metodi/215 editada Pentti Routio. Afirma: Todos convenimos que es un placer ver objetos hermosos alrededor de nosotros y que algunos muebles son más hermosos que los otros, pero es difícil dar los argumentos para nuestras preferencias y discutirlos, o saber cómo un diseñador podría lograr belleza al crear productos nuevos. En tal situación normalmente esperamos que la investigación básica, en este caso el estudio de la estética, nos ayude a proporcionar conceptos y modelos que los diseñadores, los fabricantes y el gran público podrían utilizar al discutir cuestiones de la belleza, al fijar las blancos para él y al intentar satisfacer éstos en muebles nuevos.

2.3.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS MUEBLES

La página <http://www.uiah.fi/projects/metodi/238.htm> Afirma:

Usabilidad, utilidad, función

Belleza, estéticos

Sentido, mensaje

Seguridad

2.3.5. MATERIALES PARA LA FABRICACIÓN

La página <http://www.uiah.fi/projects/metodi/238.htm> Afirma: Los materiales empleados para la elaboración de muebles suelen ser:

Madera: Desde los egipcios y hasta hoy en día todavía sigue siendo el material elegido por la mayoría de las personas. Las maderas más empleadas para la fabricación de muebles son: la de roble, pino, cerezo, castaño, laurel, etc.-

Plástico: Este material comenzó a ser usado para el diseño de muebles después de la segunda guerra mundial. Los primeros que innovaron en el uso del plástico fueron los diseñadores italianos.

Metal: Comenzó a usarse en la fabricación de mobiliario después de la primera guerra mundial, con la aparición del Movimiento Moderno y los diseños de Marcel Breuer con tubo de acero curvado y cromado que impusieron un nuevo estilo de mobiliario.

2.3.6. ARTESANIAS

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN LA CIENCIA Y LA CULTURA. (2009). Pág. 5 Afirma: *“La palabra artesanía procede del italiano “artigianato” que designa la actividad del artesano. Desde el renacimiento en Italia se reconoce al artesano como trabajador manual, especializado en una técnica y que labora solo o en familia, distinguiéndose así de un empleado. El objetivo artesanal es un “objeto testigo”. Nunca es fruto de la casualidad. Es testigo de algo y de alguien: individuo, pericia, forma, función, y casi siempre de varias cosas a la vez.”*

Es el trabajo del artesano realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de máquinas

2.3.7. MADERA

ZANNI, E. (2008). Pág. 19. Afirma: *La madera es uno de materiales de construcción más utilizados a lo largo de la historia.*

Su gran valor decorativo, junto a las excelentes propiedades físico mecánicas que presenta , a la par de que es una materia prima de fácil acceso que puede elaborarse sin necesidad de equipos sofisticados son algunas de las razones que fundamentan su empleo por el hombre en manera ininterrumpida a través de los siglos.

Es un material utilizado como materia prima encontrado del tronco de un árbol, el cual es cortado y secado para ser utilizado en muchas aplicaciones.

2.3.7.1. PROPIEDADES DE LA MADERA

ZANNI, E. (2008). Pág. 39. Afirma:

- *No dependientes de la estructura:*
 - *Color*
 - *Brillo*
 - *Olor y gusto*
 - *Humedad*
- *Dependientes de la estructura*
 - *Textura*
 - *Dureza*
 - *Peso*

2.4. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

La página: http://www.angelfire.com/dragon2/informatica/_de_factibilidad.htm Afirma: *“Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar decisiones, si procede su estudio, desarrollo o implementación”.*

Es el que muestra si un proyecto previsto es económicamente factible, por consiguiente ayuda al empresario a tomar decisiones correctas, además si va a solicitar un préstamo para la realización del proyecto es indispensable hacer un estudio de factibilidad.

2.5. DIAGNÓSTICO

La página <http://solidaridad2010.blogia.com/2011/020306-concepto-de-diagnostico..php> Afirma: *“Podemos definirlo como un (video de la vida cotidiana) que nos permite identificar factores y situaciones que se están produciendo en un entorno determinado que llamamos espacio de diagnóstico. Este diagnóstico no determina acciones sino que el análisis de él nos permite identificar situaciones factibles de intervenir o transformar y otras en las cuales no es posible”.*

Es la herramienta que nos ayuda a conocer los resultados que se que se obtendrán al realizar una investigación. Para lo cual se deben seguir diversos procedimientos.

2.6. ESTUDIO DE MERCADO

2.6.1. DEFINICIÓN

CANTOS, E. (2006). Pág. 57. Afirma: *“es el conjunto de operaciones que realiza la microempresa desde que sitúa el producto o el servicio para entrega al cliente, o aun antes, cuando se trata de identificar las necesidades de los clientes, con base a lo cual este estudio garantiza que se satisfaga eficientemente dichas demandas.”*

Son el procedimiento que deben seguir para la recolección, análisis e interpretación de datos para conocer si la empresa tendrá acogida en el mercado y si se mantendrá equitativamente en el mismo.

2.6.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

GARNICA, C. y MAUBERT, C. (2009) Pág. 141. Afirma: *“Es la división del mercado total en una serie de sub-mercados de compradores o de posibles compradores.”*

Es cuando a un mercado se divide en diferentes secciones dependiendo de los gustos, preferencias y nivel de ingresos de los consumidores para así satisfacer de la mejor manera las expectativas del cliente.

2.6.3. MERCADO META

GARNICA, C y MAUBERT, C. (2009); Pág. 255. Afirma: *“Es la parte de mercado disponible calificado al que la empresa decide servir”*

Son los compradores que deciden adquirir los bienes que sean producidos por una empresa que desea cubrir las necesidades de los clientes.

2.6.4. OFERTA

SAPAG, N. (2007). Pág. 55. Afirma: *“Es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios. Obviamente el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores; un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida”*

Es la cantidad que están dispuestos a ofrecer los vendedores en el mercado con precios determinados. Y mientras mayor sea el precio es un mejor incentivo para los vendedores ya que obtienen mayor rentabilidad.

2.6.5. DEMANDA

NUÑEZ, Z. (2007). Pág. 27. *“Es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.”*

Es la cantidad de productos que consumen los clientes en un mercado, con el fin de satisfacer las necesidades. Mientras menor sea el precio del bien su demanda aumenta.

2.6.6. PRECIO

VACA, G. (2010); Pág.: 44. Afirma: *“Es la cantidad monetaria a la cual lo productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”*

Es el valor que se ofrece a determinado bien dependiendo de los costos y gastos y la utilidad que desea el empresario. Es quien determina si el producto será consumido en mayor o menor proporción.

2.6.6.1. Determinación de los Precios.

VACA, G. (2010); Pág.: 46. Afirma: *“En el estudio de la formación del precio del producto se requiere tener un conocimiento amplio de los siguientes factores:*

- La base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas, más una ganancia. Este porcentaje de ganancia adicional es el que conlleva a una serie de consideraciones estratégicas.

- La segunda consideración es la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país. Existen época de bonanza en los países que pueden ser aprovechados para elevar un poco sus precios. Existen también otras épocas de crisis económica donde lo que interesa es permanecer en el mercado a toda costa. Las condiciones económicas de un país influyen de manera definitiva en la fijación del precio de venta.

- La reacción de la competencia es el tercer factor importante a considerar. Si existen competidores muy fuertes del producto. Su primera reacción frente a un nuevo competidor probablemente sea bajar el precio del producto para debilitar al nuevo competidor. Esto a su vez provocará que el nuevo productor ajuste su precio.

- El comportamiento del revendedor es otro factor muy importante en la fijación del precio.

- La estrategia del mercado es una de las consideraciones más importantes en la fijación del precio. Las estrategias del mercado serían introducirse al mercado, ganar mercado, permanecer en el mercado, costo más porcentaje de ganancia previamente fijado sin importar las condiciones del mercado, porcentaje de ganancia sobre la inversión hecha, igualar el precio del competidor más fuerte.

- Finalmente hay que considerar el precio que todo gobierno puede imponer sobre los productos de la canasta básica. Si el producto que se pretende elaborar no está dentro de la canasta básica, entonces nunca estará sujeto a un control de precios.

2.6.7. PRODUCTO

FERNANDEZ, V. (2007) Pág.: 54 *“Es el conjunto de atributos tangibles e intangibles que satisface una necesidad determinada.”*

Es un objeto que se ofrece en un mercado con el fin de satisfacer necesidades emocionales y físicas y este puede ser físico o de servicio.

2.6.7.1. COMPETENCIA

SOTO, R. (2007). Pág. 90. Afirma *“Toda empresa enfrenta una serie de competidores. Para tener éxito, es necesario satisfacer las necesidades y los deseos de los consumidores mejor que como lo hacen los competidores”.*

Los productos que son ofrecidos en un mercado deben cumplir con las expectativas del cliente, se debe entregar productos de buena calidad para ser reconocidos en el mercado por la garantía que se ofrece, y así que la competencia se equilibre entre todos los productores del bien o servicio.

2.6.7.2. COMERCIALIZACIÓN Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

2.6.7.2.1. Comercialización

VACA, G. (2010); Pág.: 48. Afirma: *“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”*

Una estrategia de comercialización adecuada debe comprender los siguientes aspectos del mercado:

- *Fijación de precios*
- *Medidas de promoción, incluido organización de ventas, canales de distribución, comisiones y descuentos, así como el costo de la distribución*

2.6.7.2.2. Canales de Distribución

2.6.7.2.2.1. Concepto

BACA, G. (2010); Pág.: 49. Afirma: *“es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria. En cada intercambio o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información.”*

El canal de distribución es el camino que se sigue desde la empresa hasta el consumidor final, así como también las personas o entidades que intervienen para esta trayectoria.

2.6.8. ATENCIÓN AL CLIENTE

PEREZ, V. (2007). Pág.: 6. Afirma: *“Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, precio y la reputación del producto o servicio que recibe”.*

La atención del cliente son las prestaciones que se la hace el cliente para que con el bien o servicio recibido quede satisfecho con lo que recibió a cambio de su dinero.

2.7. PUBLICIDAD O PROPAGANDA

GARNICA, C y MAUBRET, C. (2009). Pág. 299. Afirma: *“Es aquella comunicación no personal pagada acerca de una organización, que se transmite a una audiencia meta a través de un medio de comunicación masivo, como la televisión, la radio, las revistas, los periódicos, etc.”*

Es la manera en que una empresa ofrece sus productos para incrementar las ventas y por ende los ingresos, esto a través de medios publicitarios y por la existencia de elementos básicos como el enunciante, la agencia y los medios publicitarios.

2.7.1. PROMOCIÓN

GARNICA, C y MAUBRET, C. (2009). Pág. 299. *“Es en conjunto de actividades de corta duración, dirigidas a los intermediarios, vendedores o consumidores, que mediante incentivos económicos o materiales, o la realización de actividades específicas, estimulan la demanda a corto plazo para aumentar la eficiencia de los vendedores o de los intermediarios.”*

Son actividades que se siguen para que el producto tenga mayor acogida en el mercado, son incentivos que se entregan a los clientes para de esta manera aumentar las ventas y por ende los ingresos.

2.8. COMPETENCIA

CANTOS, E. (2006). Pág.: 67. Afirma: *“Es todo aquel otro oferente de su producto en otra marca, otra presentación o de un producto sustituyo al suyo.”*

Son empresas que con técnicas obtienen más ventas que otras, la competencia es buena en algunos casos ya que hace que el producto se mejore para poder competir de mejor manera. Pero en algunos casos la competencia puede perjudicar a empresas ya que ofrecen precios más bajo y de mala calidad.

2.9. MARKETING

FORSYTH, P. (2010). Pág. 12. Afirma: *“Es la función de negocio que identifica los deseos y necesidades actuales insatisfechos, define y calcula sus magnitud, determina para que mercados objetivo puede ser mejor la organización, y decide sobre los productos, servicios y programas apropiados para servir a esos mercados. De esta manera, el marketing sirve como un nexo entre las necesidades de la sociedad y el modelo de una respuesta industrial”.*

Es como el negocio identifica las necesidades de los clientes, a que mercados va a dirigirse para ofrecer un producto o servicio. Para cumplir con las expectativas requeridas de los consumidores.

2.10. ESTUDIO TÉCNICO

La página <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-tecnico-el-estudio.html> Afirma: *“El estudio técnico se basa en un análisis de la función de producción, que indica cómo combinar los insumos y recursos utilizados por el proyecto para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente. El estudio técnico es realizado habitualmente por especialistas en el campo objetivo del proyecto (ingenieros, educadores, técnicos, etc.) y propone identificar alternativas técnicas que permitirían lograr los objetivos del proyecto y, además, cumplir con las normas técnicas (ambientales, agrónomas, sectoriales, de seguridad, etc.). Además propone diseños de proyectos de*

"tecnologías apropiadas", compatibles con la disponibilidad de recursos e insumos en el área donde se realiza el proyecto."

El estudio técnico debe demostrar la viabilidad técnica del proyecto así como también justificar cual es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto.

Las decisiones que se adopten como resultado del estudio técnico determinaran las necesidades de capital y de mano de obra que tendrá que atenderse para ejecutar el proyecto y para ponerlo en operación.

2.10.1. TECNOLOGÍA

La página [http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa#Algunos_hitos_tecnol.C3.B3gicos_prehist.C3.B3ricos](http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa#Algunos_hitos_tecnol%C3%B3gicos_prehist%C3%B3ricos). Afirma: *"Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una fábrica de juegos de sala tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar madera, etc."*

2.10.1.1. FUNCIONES DE LA TECNOLOGÍA

La página [http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa#Algunos_hitos_tecnol.C3.B3gicos_prehist.C3.B3ricos](http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa#Algunos_hitos_tecnol%C3%B3gicos_prehist%C3%B3ricos). Afirma: *"Históricamente las tecnologías han sido usadas para satisfacer necesidades esenciales (alimentación, vestimenta, vivienda, protección personal, relación social, comprensión del mundo natural y social), para obtener placeres corporales y estéticos (deportes, música, hedonismo en todas sus formas) y como medios para satisfacer deseos (simbolización*

de estatus, fabricación de armas y toda la gama de medios artificiales usados para persuadir y dominar a las personas)”.

A través de la tecnología que existe en la actualidad el esfuerzo de las personas se ve reducido permitiendo así un mejor y más rápido desempeño laboral, haciendo que se ofrezcan productos de buena calidad a menores costos. Permitiendo que se mejore la economía de los fabricantes.

2.10.1.2. IMPACTOS DE LA TECNOLOGÍA

La página http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa#Algunos_hitos_tecnol.C3.B3gicos_prehist.C3.B3ricos. Afirma: “La elección, desarrollo y uso de tecnologías puede tener impactos muy variados en todos los órdenes del quehacer humano y sobre la naturaleza. Uno de los primeros investigadores del tema fue McLuhan, quien planteó las siguientes cuatro preguntas a contestar sobre cada tecnología particular: ¿Qué genera, crea o posibilita?, ¿Qué preserva o aumenta?, ¿Qué recupera o revaloriza?, ¿Qué reemplaza o deja obsoleto?”

2.10.1.3. TIPOS DE TECNOLOGÍA

La página http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa#Algunos_hitos_tecnol.C3.B3gicos_prehist.C3.B3ricos. Afirma:

2.10.1.3.1. Tecnologías Blandas

“La tecnología blanda o flexible es la que no se puede palpar y son básicamente aquellos objetos intangibles, como pueden ser: los programas o el denominado software, sistemas operativos de toda

computadora. Tipo o clasificación de tecnologías que hacen referencia a los conocimientos tecnológicos de tipo organizacional, administrativo y de comercialización, excluyendo los aspectos técnicos. En otras palabras, hace referencia al know-how, las habilidades y las técnicas”

Para un mejor desempeño se debe considerar tener un buen sistema de operatividad y capacitaciones constantes del personal para así operar la maquinaria eficientemente sin provocar daños a las personas a la tecnología.

2.10.1.3.2. Tecnologías duras

La página www.alegsa.com/.ar/Dic/tecnologia.php Afirma: “Las tecnologías duras hacen referencia a aquellas que son tangibles, contrastando así con las tecnologías blandas. Una computadora o cualquier dispositivo electrónico son ejemplos de tecnologías duras. Por lo tanto la tecnología fija o dura es complementada por la flexible para que la maquina pueda maniobrar cualquier operación destinada”.

La maquinaria que se adquiere para ofrecer un mejor servicio debe contener partes tangibles e intangibles para un mejor funcionamiento y el personal que va a administrar este tipo de material debe estar bien capacitado para poder operarla.

2.10.2. PROCESOS PRODUCTIVOS

BACA, G. (2010); Pág.: 89. Afirma:”Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.”

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente utilizando de manera constante la materia prima y eficiencia en el uso del tiempo.

2.11. ESTUDIO FINANCIERO

ORIOLO, A. (2008); Pág.: 7. Afirma: *“Es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectiva de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas”*

Son las inversiones que se realizan, los ingresos y los gastos que tendrá la empresa al momento de ejecutar el proyecto. Para conocer si se requiere de financiamiento propio o de terceros.

2.11.1. INGRESOS

REY, J. (2009); Pág.: 41 Afirma: *“Son los incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones, monetarias o no, de los socios o propietarios”*

Es el valor monetario que recibe una empresa a cambio de entregar un bien o servicio y le ayuda a incrementar su patrimonio.

2.11.2. EGRESOS

REY, J. (2009); Pág.: 41. Afirma. *“Son los decrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de salidas o disminuciones en el valor de los activos, o de reconocimiento o aumento del valor de los pasivos, siempre que no tengan su origen en*

distribuciones, monetarias o no, a los socios o propietarios, en su condición de tales.”

Es el dinero que se destina para la elaboración de un producto para este ser ofrecido en un mercado y así poder generar utilidades.

2.11.2.1. MATERIA PRIMA

BRAVO, M. y UBIDIA, C. (2007); Pág.: 19. Afirma: *“Es el material o materiales sobre los cuales se realiza la transformación, se identifica plenamente con el producto elaborado.”*

Son elementos que a través de un proceso y uso de tecnología sufren un cambio y se convierten en un producto para ser ofrecido a los consumidores para cumplir con sus necesidades insatisfechas.

2.11.2.2. MANO DE OBRA

BRAVO, M. y UBIDIA, C. (2009); Pág.: 19. Afirma: *“Es el salario que se paga a los trabajadores que intervienen directamente en la fabricación del producto.”*

Es la remuneración por la intervención que hace el hombre sea en esfuerzo físico o mental para poder transformar los materiales en productos terminados.

2.11.2.3. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Son los costos que no se relacionan directamente con la manufactura del producto pero si contribuyen y forman parte de los costos de producción y estos son: los materiales indirectos (combustible,

envases), la mano de obra directa (pago personal mantenimiento) y otros costos indirectos (seguros, arriendo, agua, luz, teléfono).

2.11.3. GASTOS

SARMIENTO, S. (2010), Pág. 37: Afirma: “*Son todos los gastos monetarios, que significan desembolsos para la empresa, los q van a estar en función de u organización (en un ejercicio económico).*”

Son los egresos que realiza el empresario para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar.

2.11.3.1. CLASIFICACIÓN DE LOS GASTOS

BRAVO, M. (2009); Pág. 194. Afirma.:

2.11.3.1.1. *Gastos Administrativos: son todos los gastos que se relacionan en forma directa con la oficina o departamento administrativo, tales como: Sueldos, arriendos, aporte patronales IESS, depreciaciones, amortizaciones, seguros, impuestos.*

2.11.3.1.2. *Gastos de Venta: son todos los gastos que se relacionan con la oficina o departamento de ventas, tales con: sueldo personal de ventas, publicidad, comisiones, cuentas incobrables.*

2.11.3.1.3. *Gastos financieros: se relacionan con el interés que paga la empresa a los bancos o financieras por los préstamos concedidos para su financiamiento.*

Se pueden clasificar en gastos administrativos, los cuales se relacionan con el departamento administrativo como: Sueldos, arriendos,

depreciaciones, etc. Gastos de Venta: ya que se relacionan con el departamento de ventas, como: sueldo personal de ventas, publicidad, comisiones. Y también en gastos financieros como el interés que paga la empresa a financieras por préstamos adquiridos.

2.11.4. FINANCIAMIENTO

ABRAHAM, H. (2008). Pág.: 66. Afirma: *“Así se conoce el monto de la inversión. El siguiente paso es la forma de obtener los recursos que requiere la empresa para realizar sus operaciones. Saltarse este paso y omitir un esquema de pago del financiamiento, sobre todo en lo que se refiere a las cifras de los pagos y las fechas de vencimiento cuando se trate de créditos, ocasiona trastorno en las etapas constructiva y operativa lo que trae como consecuencia que las obras queden sin terminar o que se paralicen las actividades y haya pérdidas cuantiosa, en especial para empresas pequeñas”*.

Es la cantidad de dinero que se destina para el buen funcionamiento de la empresa y que siga operando con normalidad.

2.11.4.1. CAPITAL DE TRABAJO

VARELA, R. (2010); Pág.: 244, Afirma: *“Es el dinero necesario para mantener la empresa en funcionamiento. Es una inversión que está representada por la necesidad que tiene la mayoría de las organizaciones de tener:*

Inventarios: de materia prima, producto en proceso, producto terminado y repuesto.

Cartera: ósea la financiación que se brinda a los compradores para el pago de sus facturas.

Colchón de efectivo: ósea el dinero necesario para cubrir los costos y gastos de operación durante un periodo, por si se atrasan los ingresos.

Crédito de proveedores: o sea la financiación que nos brindan nuestros proveedores de materias primas, servicios e insumos.

Es el recurso que se requiere para que una empresa pueda operar normalmente, estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para así poder cumplir las necesidades de la empresa a tiempo ya que es utilizado para insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE MERCADO

La investigación llevada a cabo, demostró que la producción de juegos de sala en la provincia de Imbabura no está dirigida directamente al consumidor final, también se determinó que no existen estrategias de venta y que muchas personas desconocen de la existencia de fábricas productoras de juegos de sala y de la calidad con la que se fabrica los muebles dentro de la localidad.

El aumento de la competencia proveniente de otras provincias hace que la oferta aumente en mayor porcentaje que la demanda lo que provocaría que en el mercado exista una saturación del producto teniendo como consecuencia una tendencia a la baja de precios, y disminuyendo los ingresos de los artesanos imbabureños.

La presente propuesta, es la búsqueda de alternativas y la adquisición de maquinaria con nueva tecnología, para diferenciarse de la competencia, mejorando la productividad, optimizando los costos de producción y lograr altos niveles de productividad y competitividad.

3.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

Los juegos de sala son fabricados con madera de “laurel”, esponja de color negro, blanca y verde, tela elaborada a base de hilo y goma, los cuales al ser terminados brindan comodidad y confort ideal para el descanso, también por sus diseños genera estética y buena presencia para el hogar.

3.3 MERCADO META

La fábrica “Muebles Ideal” encaja en un mercado de competencia perfecta ya que se desenvuelve en un mercado con alto nivel de competencia. La cobertura de mercado será en los sectores urbanos del Cantón Ibarra por ser donde mayor nivel de ingresos existe.

Con el presente proyecto se pretende obtener un producto de mejor calidad y a menores costos para obtener una competencia perfecta. También aplicar estrategias para poder llegar directamente al consumidor final, y en un mediano plazo abrir nuevos mercados dentro de la provincia de Imbabura en cantones como Antonio Ante, Cotacachi y Otavalo además del mercado de la Provincia del Carchi.

3.4 SEGMENTACION DEL MERCADO

Al mercado se divide en diferentes secciones dependiendo de los gustos, preferencias y nivel de ingresos de los consumidores para así satisfacer de la mejor manera las expectativas del cliente, es lo que influyen directamente a los juegos de sala.

Para la determinación del poder de compra de los consumidores se toma en cuenta el factor económico que depende de los ingresos netos que tienen cada familia. Los juegos de sala en el mercado local están dirigidos a segmentos de población de estrato social medio, medio alto y alto.

3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la actualidad las fábricas productoras de juegos de sala no cuentan con la tecnología adecuada para satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores, por lo cual los artesanos imbabureños requieren el mejoramiento de la maquinaria para ofertar productos de buena calidad y a mejores costos para entrar en un mercado competitivo y así obtener un mejoramiento económico y por ende una mejor calidad de vida.

Se determinó que la oferta dentro de la provincia de Imbabura es de la siguiente manera: en el Gremio de Artesanos Profesionales se encuentran registrados 45 socios, los mismos que tienen una capacidad de producción en promedio de 3 juegos de sala semanales, dato tomado de la pregunta número 3 de la encuesta realizada a los fabricantes de juegos de sala, al año cuentan con una producción de 6.480 juegos de sala de lo cual el 58% de la producción es juegos de sala de 7 puestos y el 42% restante es de juegos de sala de 10 puestos.

CUADRO N° 16

CÁLCULO ESTIMADO DE LA OFERTA DE JUEGOS DE SALA

Nº de Artesanos	Producción Mensual de Juegos de sala de 7 puestos	Producción Mensual de Juegos de Sala de 10 puestos	Producción anual de Juegos de Sala de la Competencia	Producción anual de Juegos de Sala
45	3.786	2.742	6.528	13.056

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Por el Autor

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Debido a la inexistencia de datos históricos sobre la producción y comercialización de juegos de sala, se toma la información proporcionada por la Sta. Margarita Torres Asistente Administrativa del Gremio de Artesanos Profesionales de la Ciudad de Ibarra con la cual se procede al cálculo de la tasa de crecimiento tomando en cuenta el registro de la incorporación de artesanos en el gremio, crecimiento que se lo considera razonable y con el cual se realiza la proyección de la oferta.

CUADRO N° 17

REGISTRO DE ARTESANOS EN EL GREMIO	
2000	69
2002	70
2003	72
2010	75
2011	83

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Por el Autor

TASA DE CRECIMIENTO

$$i = \sqrt[10]{\frac{83}{69}} - 1$$

$$i = 0,0995$$

CUADRO N° 18
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA JUEGOS DE SALA DE 7 PUESTOS	OFERTA JUEGOS DE SALA DE 10 PUESTOS	OFERTA DE LA COMPETENCIA	OFERTA TOTAL
2012	3.786	2.742	6.528	13.056
2013	4.163	3.015	7.178	14.355
2014	4.577	3.315	7.892	15.783
2015	5.033	3.644	8.677	17.354
2016	5.533	4.007	9.540	19.081
2017	6.084	4.406	10.490	20.979

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Por el Autor

La oferta que se estima para el 2017 será de 20.979 juegos de sala, considerando la tasa de crecimiento que se obtuvo a través de los datos obtenidos del registro de la incorporación de los artesanos al Gremio que es de 9,95%. Se debe considerar que los datos proyectados de la oferta pueden variar debido a los factores externos y el comportamiento del mercado.

3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Una vez aplicada la técnica de la encuesta a la población de la zona urbana de la ciudad de Ibarra y realizado su respectivo análisis se determina que existe la suficiente aceptación para la implementación de nueva tecnología en la fábrica “Muebles Ideal”.

En la actualidad esta actividad productiva sigue teniendo gran acogida por los ibarreños, estos desean contar con juegos de sala de buena calidad que les brinde comodidad a la hora de descansar.

Cada una de las personas encuestada cuenta con diferentes tipos de preferencia en cuanto tiene que ver con diseños, tamaño y color; es por lo que se debe ofrecer una variedad de modelos de juegos de sala considerando la buena calidad y el precio de adquisición.

Para satisfacer las diversas necesidades de los consumidores la fábrica “Muebles Ideal” se encamina al mejoramiento de sus productos, con la implementación de tecnología se logrará acceder al mercado ibarreño con productos de calidad, variedad de diseños, precios accesibles para la ciudadanía y a la vez existirá la oportunidad de expandirse a los demás mercados de la provincia de Imbabura y Carchi.

Los datos para determinar el comportamiento de la demanda han sido tomados de la pregunta número 3 (preferencia de los consumidores en el modelo de juegos de sala) de la encuesta aplicada a los habitantes de los sectores urbanos de la ciudad de Ibarra por ser donde mayor nivel de ingresos existe.

CUADRO N° 19

CÁLCULO ESTIMADO DE LA DEMANDA DE JUEGOS DE SALA

OPCIONES DE CONSUMO	PORCENTAJE	POBLACIÓN PROYECTADA	Nº DE FAMILIAS	POBLACIÓN SEGMENTADA (35,90)	DEMANDA ANUAL
JUEGO DE 7 PUESTOS	83%	119.383	29.846	10.715	10.836
JUEGO DE 10 PUESTOS	17%	24.452	6.113	2.195	2.220
TOTAL	100%	143.835	35.959	12.909	13.056

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado: Por el Autor

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la presente investigación se ha considerado que la oferta es igual a la demanda, debido a que los artesanos aseveran que toda su producción (12 juego de sala mensuales) es adquirida en su totalidad por los consumidores, hay que tomar en cuenta que el presente proyecto estudia la factibilidad del incremento de tecnología en el área de producción, por ende incremente la producción y venta de productos a costos más accesibles, lo cual promoverá a la recuperación del promedio de ventas históricas, incluso se podría tener la posibilidad de incursionar en nuevos mercados a mediano plazo. Por lo que la demanda proyectada para los siguientes 5 años se determina:

CUADRO N° 20
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	POBLACIÓN PROYECTADA	NUMERO DE FAMILIAS	POBLACIÓN SEGMENTADA 35,9%	DEMANDA ANUAL JUEGOS DE SALA DE 7 PUESTOS	DEMANDA ANUAL JUEGOS DE SALA DE 10 PUESTOS	DEMANDA TOTAL ANUAL (igual a la oferta)
2012	144.344	36.086	12.955	10.836	2.220	13.056
2013	147.029	36.757	13.196	11.915	2.440	14.355
2014	149.764	37.441	13.441	13.100	2.683	15.783
2015	152.550	38.137	13.691	14.404	2.950	17.354
2016	155.387	38.847	13.946	15.837	3.244	19.081
2017	158.277	39.569	14.205	17.413	3.566	20.979

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Por el Autor

Se estima que la demanda de juegos de sala en los próximos cinco años es decir en el año 2017 se incrementará aproximadamente a 17.413 juegos de sala de 7 puestos y 3.566 juegos de sala de 10 puestos.

3.7 BALANCE DE LA OFERTA Y DEMANDA

En este punto se debería determinar la demanda a satisfacer existente de juegos de sala en la ciudad de Ibarra, pero en el actual estudio no se tiene como objetivo el análisis de una demanda a satisfacer sino más bien la recuperación de las ventas históricas, que en los últimos años se han visto afectadas por la falta de tecnificación en el área de producción, por ende el siguiente cuadro especifica lo antes mencionado.

CUADRO N° 21

Balance de la Oferta – Demanda Proyectada

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA A SATISFACER
2012	13.056	13.056	0
2013	14.355	14.355	0
2014	15.783	15.783	0
2015	17.354	17.354	0
2016	19.081	19.081	0
2017	20.979	20.979	0

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Por el Autor

Mediante este análisis se puede observar que en la ciudad de Ibarra existe una oferta de 13.056 juegos de sala en el año 2012, frente a una demanda de 13.056 juegos de sala, obteniendo así una demanda a satisfacer NULA de juegos de sala. Lo que quiere decir que el mercado está cubierto con la demanda existente, con la implementación del estudio se recuperará un porcentaje de venta, disminuyendo las ventas de la competencia.

La fábrica “Muebles Ideal” en la actualidad fabrica 16 juegos de sala mensuales, 192 juegos de sala al año, por lo que se requiere la implementación de tecnología para así recuperar el mercado que ha sido afectado por el ingreso de fabricantes provenientes de otras provincias y llegar directamente al consumidor final, brindando de esta manera un mejor servicio a los pobladores de la ciudad de Ibarra.

3.8 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS.

Una vez realizado el estudio respectivo para determinar el precio de cada juego de sala de 7 puestos y de 10 puestos en el 2012 es de un promedio de \$ 450,00 y \$550,00 dólares respectivamente ya que la mayoría de las personas están dispuestas a pagar este precio por cada juego de sala.

Para establecer el precio de los juegos de sala y considerando que el precio es uno de los factores más importantes para los consumidores a la hora de adquirir un producto se tomó en cuenta el costo de producción, el precio de la competencia, el precio que los consumidores que están dispuestos a pagar, y el margen de utilidad que permita a la fábrica tener un desempeño económico adecuado.

Para determinar el precio para los cinco años posteriores se hará un incremento de acuerdo al promedio de la tasa de inflación anual en nuestro país que para el 2012 es del 4,38%.

CUADRO N° 22

PROYECCIÓN PRECIO DE LOS JUEGOS DE SALA DE 7 PUESTOS

AÑOS	PRECIO DE VENTA
2012	450,00
2013	470,00
2014	490,00
2015	512,00
2016	534,00
2017	582,00

Fuente: Encuestas Realizadas.

Elaborado: Por el Autor.

CUADRO N° 23

PROYECCIÓN PRECIO DE LOS JUEGOS DE SALA DE 10 PUESTOS

AÑOS	PRECIO DE VENTA
2012	550,00
2013	574,00
2014	599,00
2015	625,00
2016	653,00
2017	681,00

Fuente: Encuestas Realizadas.

Elaborado: Por el Autor.

3.9 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO

3.9.1 Análisis de la Comercialización

Las estrategias de comercialización son los medios a través de los cuales se espera conseguir una ventaja sobre los competidores, atraer a los compradores, y lograr una utilización óptima de los recursos.

Las estrategias utilizadas para recuperar el mercado es ofrecer productos de buena calidad a precios accesibles para los consumidores así como también realizar promociones aumentando una pieza más en cada juego de sala.

En base a la investigación de mercado realizada, se determinó que los juegos de sala se ofertaran a los consumidores pertenecientes a la clase media, media alta y alta a través de:

- ✓ Comerciantes
- ✓ Directamente al Consumidor

3.9.2 Distribución

La fábrica “Muebles Ideal” distribuirá los juegos de sala a través de dos tipos de canales.

3.9.2.1 *Canal Directo*

Este tipo de canal permitirá entregar los juegos de sala directamente al consumidor, aquí la fábrica podrá posicionarse en el mercado ya que ofertara productos de buena calidad a precios accesibles para la población.



3.9.2.2 *Canal Indirecto*

Mediante este canal se distribuirá los productos a través de comerciantes a los cuales se les entregará los juegos de sala en los locales, a precios al por mayor.



3.9.3 Presentación del Producto

3.9.3.1 Juego de Sala de 7 Puestos



3.9.3.2 Juegos de Sala de 10 Puestos

3.9.3.2.1 Juego de Sala “Luna”



3.9.3.2.2. Juego de Sala “Esquinero”



3.9.4 Publicidad

Las alternativas más eficaces para posicionarse en el mercado son la promoción y la publicidad del producto. La fábrica “Muebles Ideal” considera que para promocionar los juegos de sala se ofrece productos de buena calidad y con la garantía correspondiente lo que hace que los propios consumidores promocionen el producto.

3.10 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

Para efectuar el análisis de la competencia se utilizó el modelo de competencia de las cinco fuerzas de Michael Porter.

“Amenaza nuevos competidores”



Nuevos participantes que entran al mercado con precios más bajos y dejan al mercado en malas condiciones.

“La rivalidad entre Competidores”



Competir en un mercado con competidores que estén bien posicionados, se enfrentara a una guerra de precios y a la entrada de nuevos productos.

“Poder de Negociación de los Proveedores”



El precio de los insumos y de la materia prima puede hacer que se eleve el precio de venta de los productos terminados.

“Poder de Negociación de los Clientes”



Las exigencias de los clientes es de la reducción de precios mejor calidad y servicio lo que lograría una reducción en la utilidad de los artesanos.

“Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos”



Los productos sustitutos complica la situación económica de los artesanos si estos son elaborados más tecnológicamente y entran a un precio más bajo.

COMPETIDORES POTENCIALES: Para los fabricantes de Juegos de Sala, de la provincia de Imbabura, los competidores potenciales son las fábricas de fuera de la provincia, como por ejemplo Quito y Cuenca que están en la capacidad de poder cubrir la demanda que se incrementa, por la tecnología que poseen.

COMPETIDORES ACTUALES: Según la investigación realizada se estima de existe 45 fábricas productoras de juegos de sala que están asociados al gremio de Artesanos Profesionales de Imbabura. Por otro lado existe a nivel informal artesanos productores de juegos de sala que no están registrados en los respectivos gremios.

PROVEEDORES: Son constituidos por los comerciantes de la materia prima que es utilizada por los artesanos para la fabricación de juegos de sala como la madera, costales, caucho, esponja, tela y otros. Son los proveedores los que imponen los precios de la materia prima y estos influyen en el precio de venta de los juegos de sala.

CONSUMIDORES: Los compradores de los juegos de sala de 7 y 10 puestos son las familias de la ciudad de Ibarra de la clase media, media alta y alta que deseen contar en su hogar con productos de buena calidad que les brinde confort, también son las empresas públicas y privadas que deseen brindar comodidad para los clientes a la hora de esperar su turno.

PRODUCTOS SUSTITUTOS: Los productos con los que pueden ser sustituidos los juegos de sala de la fábrica "Muebles Ideal" son los muebles de madera y de hierro que fabrican otros artesanos imbabureños que por la accesibilidad el precio puede tener mayor acogida en el mercado, pero no ofrece garantía ya que el tiempo de duración es menor,

debido a los materiales utilizados para su fabricación como se muestra a continuación:



Como se ve claramente lo que utiliza la competencia para fabricar los juegos de sala y así reducir los costos de producción y entrar al mercado a ofrecer productos a menores precios son pañales que en el transcurso del tiempo esto se deteriora haciendo que los clientes incurran en gastos antes de lo previsto.

3.11 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Al haber realizado el análisis de la oferta y la demanda se determinó que no existe una demanda a satisfacer ya que el propósito

del estudio es cubrir un porcentaje de la demanda captada por los artesanos de otras provincias, el estudio de factibilidad representa una oportunidad para la fábrica ya que los consumidores desean adquirir juegos de buena calidad elaborada por artesanos imbabureños.

Por el resultado obtenido a través de la proyección de oferta - demanda se constató que existe una demanda a satisfacer que no puede ser cubierta por la fábrica "Muebles Ideal" por la falta de tecnología adecuada. Por lo que es necesario para la fábrica la adquisición de nueva maquinaria que permita aumentar la producción a un nivel óptimo y así aprovechar la demanda existente en el mercado.

El índice de la competencia es elevado en el mercado, por lo que la fábrica debe tomar decisiones para poder combatir a la competencia, con la implementación de tecnología se podrá cumplir con lo requerido, se generará un mejoramiento continuo, y así se obtendrá un mejor posicionamiento en el mercado.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del presente proyecto se ha considerado algunos factores como:

- ② La demanda potencial a satisfacer.
- ② La disponibilidad de materia prima.
- ② La disponibilidad de la mano de obra.

De acuerdo a lo obtenido en el estudio de mercado los propietarios de la fábrica “Muebles Ideal” se han planteado incrementar la producción de 192 a 306 juegos de sala anuales, mediante la implementación de tecnología y aumento del recurso humano para de esta manera poder cubrir un mayor porcentaje de la demanda existente en el mercado.

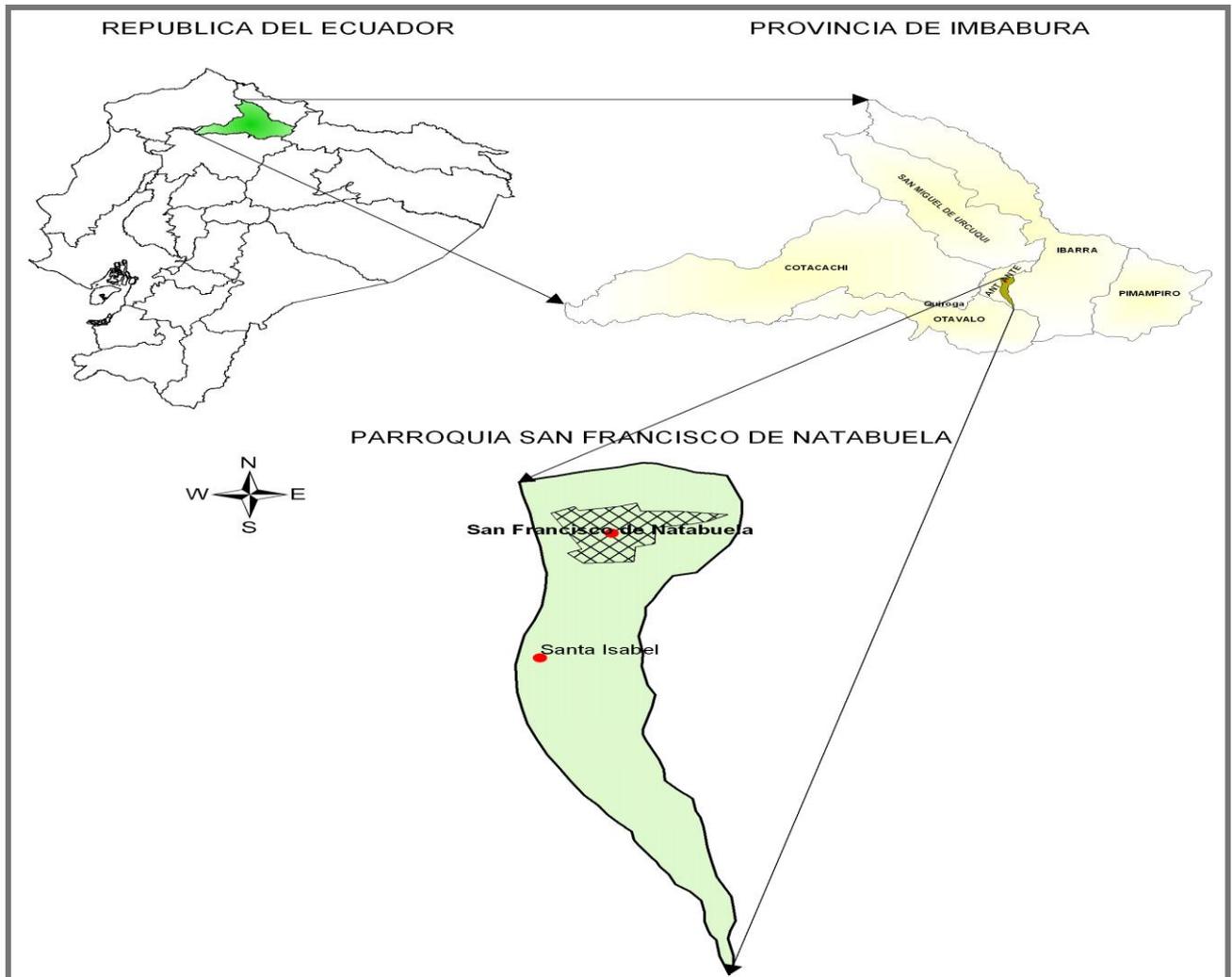
4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1 MACROLOCALIZACIÓN

La Fábrica “Muebles Ideal” está ubicada en la República de Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, parroquia de San Francisco de Natabuela.

GRÁFICO Nº 16

MAPA DE LA UBICACIÓN DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE NATABUELA

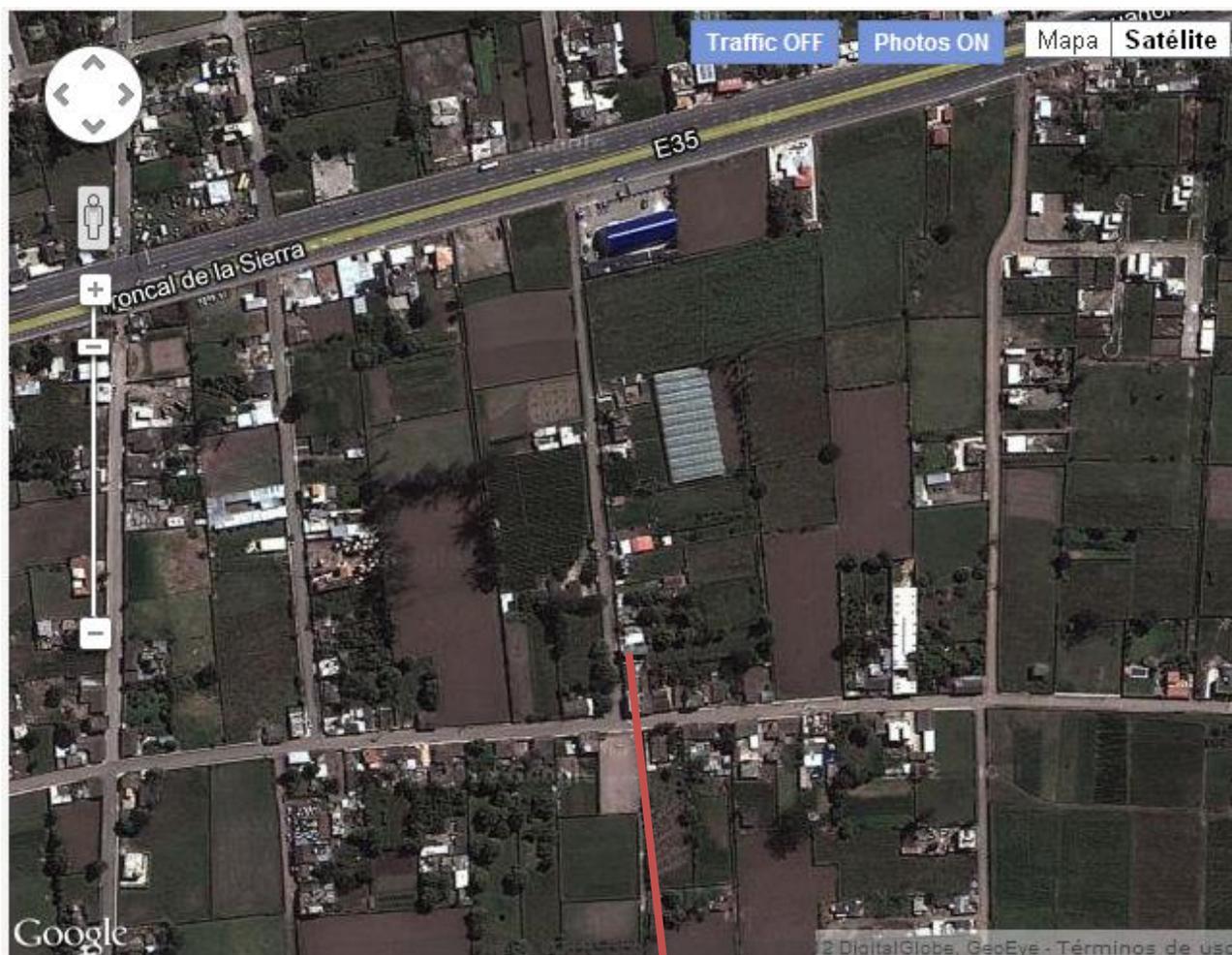


4.2.2 MICROLOCALIZACIÓN

La fábrica “Muebles Ideal” está ubicada en el sector Flores Vásquez en la calle Selva Alegre s/n y Flores Vásquez a una cuadra de la panamericana, cuenta con una estructura vial adecuada que facilita el acceso al transporte de la materia prima y de los productos terminados, cuenta con los servicios básicos necesarios para la producción.

GRÁFICO N° 17

UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA



Ubicación de la Fábrica
"Muebles Ideal"

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación de los juegos de sala y a la vez una utilización eficaz y eficiente de los recursos.

4.3.1 PROCESOS PRODUCTIVOS

Los procesos de producción que se realizan para obtener el producto terminado con la intervención del recurso humano es el siguiente:

4.3.1.1 Cortar la madera

Es el primer proceso para la producción, en la cual el carpintero con la ayuda de la máquina de cortar la madera, forma el armazón del juego de sala, utilizando goma blanca y clavos para una mejor resistencia.

El carpintero dedica cuatro horas y media para formar el armazón del juego de sala de 7 puestos y siete horas para formar el armazón de los juegos de sala “esquinero” o “luna”. Para cumplir con la propuesta del proyecto se debe implementar otra máquina de cortar madera y un carpintero más.

4.3.1.2 Colocar caucho y costal

Una vez obtenido el armazón del mueble se procede a colocar caucho y costal para seguir con el proceso de producción.

El trabajador dedica 2 horas para colocar caucho y costal en el armazón, para conseguir lo planteado y reducir el tiempo dedicado para este proceso los propietarios de la fábrica requieren adquirir dos clavadoras.

4.3.1.3 Colocar esponja

Después de colocar el caucho y los costales, se pone esponja alrededor del armazón para dar la forma de los juegos de sala, y así brindar una mejor comodidad y suavidad.

El trabajador dedica 2 horas en poner la esponja, pero con la propuesta del proyecto se requerirá de un aumento en el tiempo para realizar este proceso.

4.3.1.4 Cortar la tela

Mientras se realiza la colocación de caucho y costal otro trabajador procede a cortar la tela para el tapiz del mueble, este proceso se la hace manualmente con tijeras en este proceso se requiere de concentración ya que las medidas deben ser las apropiadas para que no exista deformidad con el armazón.

La fábrica dispone de una persona para realizar este proceso por lo que es necesario adquirir una cortadora de tela para en menos tiempo realizar mayor cantidad de cortes de tela para cada juego de sala.

4.3.1.5 Coser la tela

Después del proceso de cortado de la tela se procede a coser, este paso se lo realiza a través de una maquina industrial.

La fábrica dispone de tres máquinas para este proceso, pero requiere de una persona adicional para poder aprovechar al máximo la capacidad instalada y así cubrir un porcentaje mayor de la demanda.

4.3.1.6 Tapizar los juegos de sala

Una vez efectuado al armazón, los cortes y cocidos de la tela se tapiza los juegos de sala. En este proceso la habilidad y la experiencia tienen mucha importancia ya que de esto depende la calidad y la estética de los productos.

Para cubrir en mayor porcentaje la demanda existente en el mercado los propietarios requieren de la incorporación de dos personas más para el proceso de tapizado de los juegos de sala.

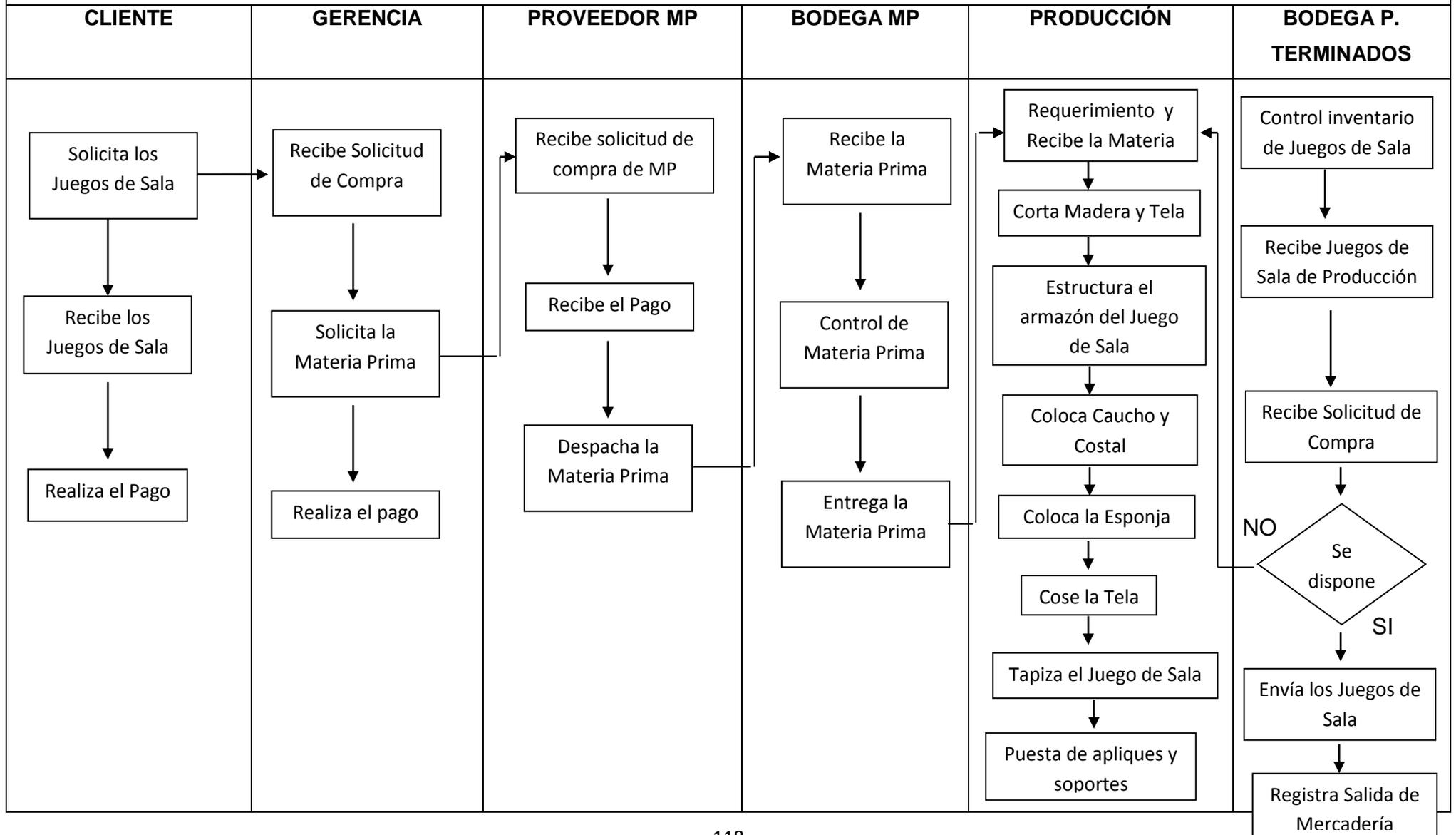
4.3.1.7 Acabados

Es el proceso en el que a los juegos de sala se les coloca los frentes y los soportes de madera. Luego se procede a la revisión de la calidad y se obtiene el producto terminado listo para ser comercializado en el mercado de la ciudad de Ibarra.

4.3.2. DIAGRAMA DE FLUJOS DE PROCESOS

El siguiente diagrama de flujos de procesos muestra cada operación unitaria para producir un juego de sala, desde el momento en el que la fábrica envía la solicitud de compra de materiales a los proveedores hasta cuando el producto llega al consumidor final o intermediario.

DIAGRAMA DE FLUJOS DE PROCESOS



--	--	--	--	--	--

4.3.2 TECNOLOGÍA

Para el desarrollo del presente proyecto se requiere de tecnología avanzada, debiendo realizar la compra la de maquinaria que se destinará para el área de producción y así lograr un mejoramiento continuo adaptándose a las volatilidades del mercado.

4.3.3 ACTIVOS FIJOS

4.3.3.1 Infraestructura física

Para la implementación de la nueva maquinaria se dispone de espacio suficiente, no siendo necesario realizar ninguna adecuación en el área con la cuentan los propietarios de la fábrica. Que es una propiedad de 2 plantas de 112m², de los cuales 108 m² ,corresponderá a la planta de tratamiento y corte de la madera (1), planta de corte y costura de la tela (2), planta de corte de la esponja (3), planta para tapizar los juegos de sala (4), bodegas, oficina y baño.

CUADRO N° 24
INFRAESTRUCTURA FÍSICA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (m ²)
Planta N° 1 de (8m * 3m)	24m ²
Planta N° 2 de (3m * 5m)	15 m ²
Planta N° 3 de (4m * 2m)	8 m ²
Planta N° 4 de (7m * 4m)	28 m ²
Bodega N° 1 de (4m * 3m)	12 m ²
Bodega N° 2 de (5m * 3m)	15 m ²
Oficina de (2m * 2m)	4 m ²
Baño de (2m * 1m)	2 m ²
TOTAL	108 m²

GRÁFICO N° 19
PLANTA BAJA

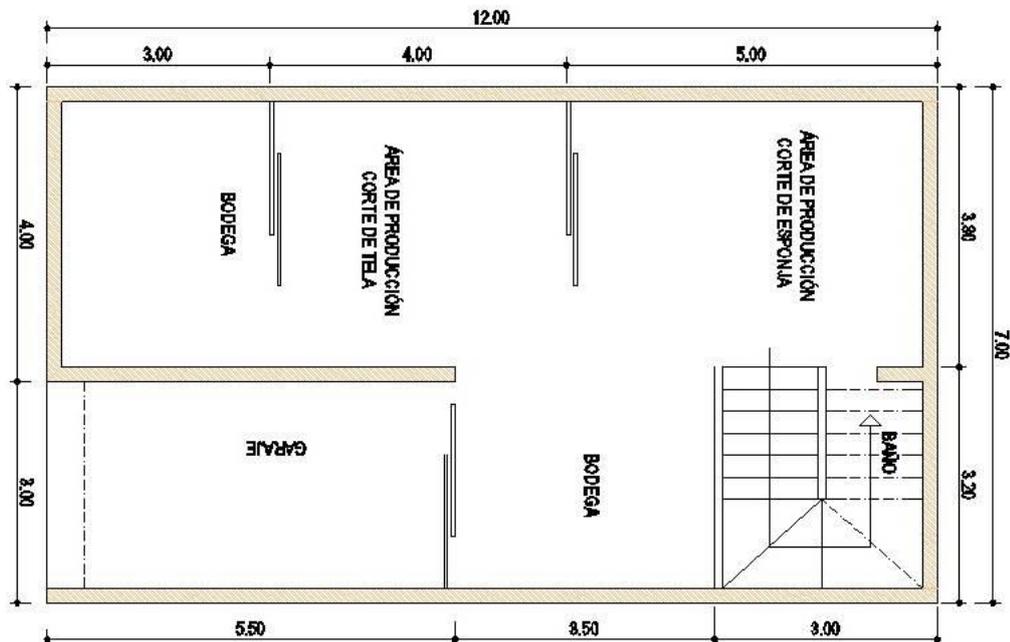
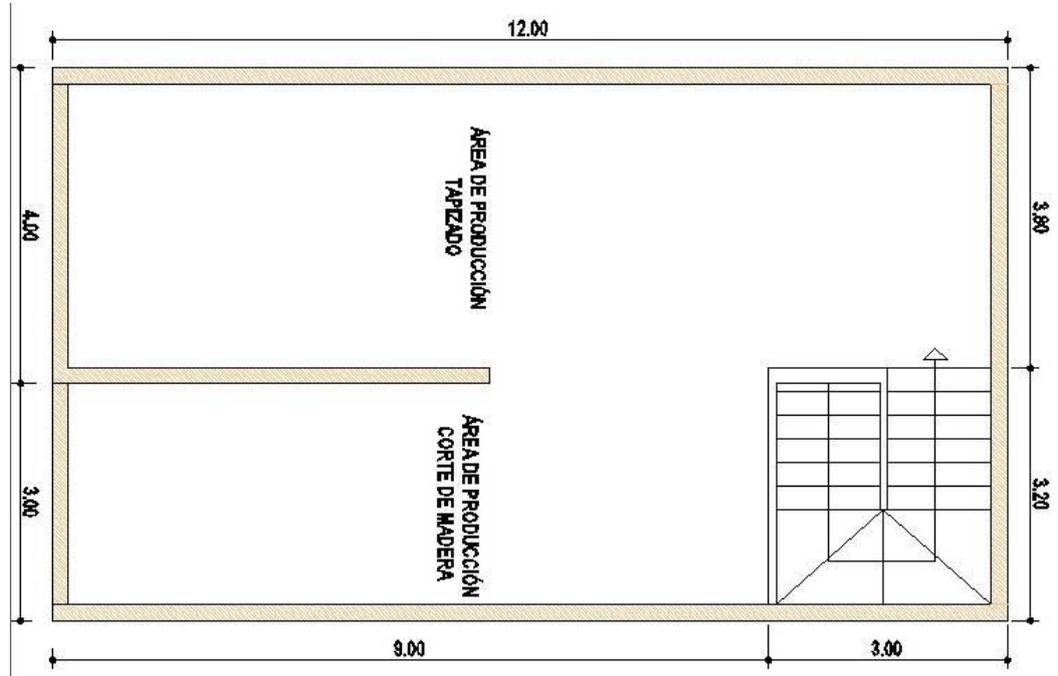


GRÁFICO N° 20
PRIMER PISO



4.3.3.2 Maquinaria y equipo

La maquinaria que se necesita para lograr la ampliación de la producción y reducir los costos de elaboración de los productos de la fábrica “Muebles Ideal” se detalla a continuación:

CUADRO N° 25
DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA

MÁQUINARIA Y EQUIPO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
Sierra de banco (madera)	1	649,90	649,90
Clavadoras	2	40,25	80,50
Máquina cortadora de tela	1	1000,00	1000,00
Máquina overlok PFAFF	1	1490,00	1490,00
Máquina recta PFAFF	1	790,00	790,00
Sierra de cinta	1	295,50	295,50
Compresor	2	894,12	1788,24
Generador de 5000w	1	1218,9	1218,90
Cepilladora Industrial	1	2100,00	2100,00
Tupi	1	3280,00	3280,00
Canteadora	1	695,00	695,00
Tronzadora	1	295,00	295,00
Torno de madera	1	1000,00	1000,00
Lijadora neumática	3	73,00	219,00
TOTAL		13821,67	14902,04

4.3.3.3 Equipo de computación

Para un mejor control de la fábrica se requiere de la adquisición de un equipo de computación el que se debe tomar en cuenta el tiempo de vida útil que es de tres años por tal motivo se deberá volver a comprar después, esto se detalla a continuación:

CUADRO N° 26
DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO (\$)
Computador	1	450
Impresora	1	115
TOTAL		565

4.3.3.4 Muebles y enseres

Los muebles y enseres para el desarrollo de las actividades productivas se muestran a continuación:

CUADRO N° 27
DESCRIPCIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO (\$)	V. TOTAL (\$)
Mesas de trabajo	2	92,00	184
TOTAL		92,00	184

Los muebles y enseres no requieren de mucha inversión ya que la fábrica cuenta con la mayoría de estos muebles para cumplir con lo requerido.

4.3.3.5 Vehículo

La fábrica no requiere de la adquisición de un vehículo ya que cuenta con una camioneta con la que se realiza el transporte de los juegos de sala a su destino final.

CUADRO N° 28
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	VALOR (\$)
Infraestructura Física	0,00
Maquinaria y Equipo	14.902,04
Equipo de Computación	565,00
Muebles y enseres	184
Vehículo	0,00
TOTAL	15.649,03

4.3.4 ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO N° 29
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR (\$)
Trámites de constitución	1	10,00
TOTAL		10,00

El valor de los activos diferidos no se tomará en cuenta para el estudio financiero debido a ser un valor tan insignificante frente a los otros gastos.

4.3.5 TALENTO HUMANO

El personal que se requiere para los procesos operativos descritos en el proyecto se detalla a continuación:

CUADRO N° 30

PERSONAL DE PRODUCCIÓN

DENOMINACIÓN	NÚMERO
Carpintero	2
Tapiceros	3
Cortador de tela	1
Ayudante de Tapicería	1
TOTAL	7

CUADRO N° 31

PERSONAL ADMINISTRATIVO

DENOMINACIÓN	NÚMERO
Gerente – Propietario	1
Auxiliar Administrativa	1
TOTAL	2

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para determinar los ingresos por venta de los juegos de sala, se tomó en cuenta una producción anual de 254 juegos de sala de 7 puestos, 28 juegos de sala de 10 puestos “LUNA” y 20 juegos de sala de 10 puestos “ESQUINERO” la producción es considerando la propuesta del proyecto de la ampliación e implementación de tecnología. El precio de venta tiene un incremento de 4,38%, de acuerdo al resultado promedio de la tasa de inflación emitida por el Banco Central del Ecuador.

**CUADRO N° 32
TASA DE INFLACIÓN**

2010	3,56%
2011	4,48%
2012	5,11%
PROMEDIO	4,38%

Fuente: Banco Central
Elaborado por: Autora
CUADRO N° 33

INGRESOS						
RUBROS	AÑOS					
	año base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
JUEGO DE 7 PUESTOS						
Cantidad (juegos de sala)	159	254	307	371	449	542
Precio (\$)	450	470	490	512	534	558
Valor (\$)	71.712	119.391	150.603	189.976	239.641	302.291
JUEGO DE 10 PUESTOS LUNA						
Cantidad (juegos de sala)	17	28	33	40	49	59
Precio (\$)	550	574	599	625	653	681
Valor (\$)	9.504	15.823	19.959	25.177	31.760	40.063
JUEGO DE 10 PUESTOS ESQUINERO						
Cantidad (juegos de sala)	13	20	25	30	36	43
Precio (\$)	550	574	599	625	653	681
Valor (\$)	7.012	11.674	14.726	18.575	23.432	29.557
TOTAL	88.228	146.887	185.288	233.728	294.833	371.911

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

5.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

El presente proyecto tiene como finalidad la inversión en nueva maquinaria y por ende establecer la rentabilidad obtenida después de dicha inversión. Por lo que la fábrica “Muebles Ideal” no cuenta con la maquinaria necesaria para poder cubrir la demanda existente en el mercado requiere de la inversión en nueva maquinaria para de esta manera poder ampliar la producción para estar acorde con lo requerido en el mercado local, así también se debe establecer los costos y gastos que intervienen en la elaboración de los juegos de sala.

A continuación se detalla las inversiones, los costos de producción y los costos indirectos de fabricación para la elaboración de los juegos de sala.

5.2.1 INVERSIÓN FIJA

5.2.1.1 Activos Fijos

La infraestructura física no requiere de ninguna inversión ya que el espacio disponible de la fábrica es adecuado para el desarrollo de la propuesta del proyecto. Y así lograr un aprovechamiento óptimo del espacio físico.

Para lograr un buen funcionamiento de la fábrica se requiere adquirir maquinaria para de esta manera lograr una ampliación en la producción de juegos de sala, también se requiere implementar un equipo de computación para una mejor administración, a la vez se requiere de la implementación de muebles y enseres. A continuación se detalla los

activos fijos que son indispensables para llevar a cabo la propuesta del proyecto.

CUADRO N° 34

ACTIVOS FIJOS	
CONCEPTO	VALOR (\$)
Maquinaria y Equipo	14.902,04
Equipo de Computación	565,00
Muebles y enseres (mesas de trabajo)	184,00
TOTAL	15.651,04

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Autora

5.2.1.2 Depreciación

La depreciación indica la disminución del potencial de servicio de los activos fijos, es decir el activo pierde el valor con el uso en el transcurso del tiempo.

La depreciación utilizada para el presente estudio es el método de línea recta.

CUADRO N° 35

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS						
CONCEPTO	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN	VR (valor – depreciación)	% DEP. ANUAL	CUOTA ANUAL DEP.
Máq y equipo	\$14.902,04	10	1.490,20	\$13.411,84	10%	1.341,18
Mue y enseres	\$184,00	10	18,4	\$165,6	10%	16,56
Equipo de Computación	\$565	3	188,33	\$376,67	33%	124,30
TOTAL				\$13.954,10		\$1.482,04

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Autora

5.2.1.3 Gastos Administrativo y de Ventas

Para los gastos administrativos se consideró: el sueldo del gerente y los gastos de suministros de oficina. Para los gastos de venta se considera: los gastos de transporte.

CUADRO N° 36

GASTO PERSONAL ADMINISTRATIVO						
Rubros	AÑOS					
	Año Base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
Gerente	600,00	654,00	713,00	777,00	847,00	923,00
Auxiliar administrativa	350,00	382,00	416,00	453,00	494,00	539,00
Total	950,00	1.036,00	1.129,00	1.230,00	1.341,00	1.462,00

Fuente: Tabla de Sueldos y Salarios del Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: Autora

El porcentaje que se utilizó para la proyección de los sueldos del personal administrativo es del 9% que se obtuvo mediante el cálculo de la tasa promedio de los datos históricos obtenidos de la tabla de salarios laborales del Ministerio de Relaciones Laborales, referencia Cuadro N° 19.

A continuación se detalla el cuadro de la remuneración anual de los gastos de personal administrativo considerando solo el aporte patronal (9,35%) debido a que el propietario de la fábrica pertenece al gremio de artesanos calificados.

CUADRO N° 37

REMUNERACIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO							
Rubros	AÑOS	Año Base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldo Básico Unificado		11.400,00	12.426,00	13.544,34	14.763,33	16.092,03	17.540,31
Aporte Patronal		1.065,00	1.161,83	1.266,40	1.380,37	1.504,60	1.640,02
Fondos de Reserva		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Décimo Tercer Sueldo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Décimo Cuarto Sueldo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total		12.465,90	13.587,83	14.810,74	16.143,70	17.596,64	19.180,33

Fuente: Tabla de Sueldos y Salarios del Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Autora

CUADRO N° 38

GASTOS ADMINISTRATIVOS (Suministros de Oficina)							
Rubros	Años	Año Base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
Suministros de Oficina (Hojas papel, lápices, borrador, factureros)		80,00	83,50	87,16	90,98	94,96	99,12
TOTAL		80,00	83,50	87,16	90,98	94,96	99,12

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

CUADRO N° 39

GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Rubros	AÑOS	Año Base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
Remuneración		12.465,90	13.587,83	14.810,74	16.143,70	17.596,64	19.180,33
Suministros de Oficina		80,00	83,50	87,16	90,98	94,96	99,12
Total		12.545,90	13.671,34	14.897,90	16.234,68	17.691,60	19.279,46

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

CUADRO N° 40

GASTO DE VENTA - TRANSPORTE						
AÑOS	Año Base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
Rubros						
COMBUSTIBLE						
Cantidad (KM)	416	583	749	915	1082	1248
Valor unitario	1,46	1,52	1,59	1,66	1,73	1,81
Valor total (\$)	607,50	882,82	1.191,39	1.519,92	1.874,95	2.258,16
LUBRICANTES						
Cantidad (KM)	2,90	4,06	5,2164	6,38	7,5348	8,69
Valor unitario	26,00	27,14	28,33	29,57	30,86	32,22
Valor total (\$)	75,348	110,11	147,77	188,52	232,55	280,08
REPUESTOS						
Cantidad (KM)	3	4	5	6	7	8
Valor unitario	3,00	3,13	3,27	3,41	3,56	3,72
Valor total (\$)	7,56	11,05	14,83	18,91	23,33	28,10
NUEMÁTICOS						
Cantidad (KM)	4	4	4	4	4	4
Valor unitario	150,00	156,57	163,43	170,59	178,06	185,86
Valor total (\$)	600	626,28	653,71	682,34	712,23	743,43
TOTAL	1.290,41	1.635,19	2.007,69	2.409,69	2.843,06	3.309,76

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

CUADRO N° 41

GASTO TOTAL DE VENTA						
AÑOS	Año Base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
Rubros						
Transporte	1.290,41	1.635,19	2.007,69	2.409,69	2.843,06	3.309,76
Total	1.290,41	1.635,19	2.007,69	2.409,69	2.843,06	3.309,76

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

CUADRO N° 42

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTA						
AÑOS RUBROS	Año Base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
Gasto Administrativo	12.545,90	13.671,34	14.897,90	16.234,68	17.691,60	19.279,46
Gasto de Venta	1.290,41	1.635,19	2.007,69	2.409,69	2.843,06	3.309,76
Depreciación activos	0,00	1.696,94	1.696,94	1.696,94	1.508,60	1.508,60
Total	13.836,31	17.003,46	18.602,53	20.341,31	22.043,26	24.097,82

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

Para el incremento de los gastos en los años posteriores se considera el resultado del promedio de la tasa de inflación anual emitida por el Banco Central que es de 4,38. En la depreciación de los activos para los años 4 y 5 disminuye debido a que a partir del tercer año ya no se considera al equipo de computación ya que la vida útil es de 3 años, es decir contablemente ya no tiene valor.

5.2.2 INVERSIÓN VARIABLE

En los costos de producción se considera todos los elementos que intervienen en la fabricación de los juegos de sala como son: materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. A continuación se detalla dicha inversión tomando en cuenta la adquisición de la nueva maquinaria.

5.2.2.1 Materia Prima Directa

Para la fabricación de los juegos de sala se requiere de materia prima directa como: madera, esponja (blanca y negra), tela, lienzo blanco y negro, costal, caucho, grapas mesas y frentes. La cantidad de estos materiales varía dependiendo del modelo del juego de sala.

La cantidad de juegos de sala se obtuvo del estudio de mercado realizado; de los resultados obtenidos de la oferta captada por los artesanos de otras provincias la fábrica al ofrecer productos de buena calidad y presentar estrategias de comercialización acaparará un proporción de las ventas de la competencia con un porcentaje de 1,75%, esto debido a la capacidad de producción considerando la maquinaria que se instalará y el incremento de los trabajadores.

A continuación se detalla el cuadro de la producción total anual en porcentajes de cada uno de los tipos de juegos de sala dependiendo el número de puestos, este porcentaje se puede obtener de los datos obtenidos en las encuestas y de los datos históricos de la fábrica, en este caso en las dos opciones tienen mayor acogida los juegos de sala de 7 puestos pero para este estudio se considera los datos históricos de la fábrica:

CUADRO N° 43

PORCENTAJE HISTÓRICO (2006-2011) DE ACOGIDA DE LOS JUEGOS DE SALA	
Juegos de 7 Puestos	83%
Juegos de 10 Puestos "LUNA"	9%
Juegos de 10 puestos "ESQUINERO"	8%

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

Obteniendo como resultado para cada juego de sala la siguiente producción anual:

CUADRO N° 44

PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ANUAL EN PORCENTAJES DE CADA PRODUCTO				
años	Juegos de 7 puestos (83%) (a)	Juegos de 10 puestos luna (9%) (b)	Juego de 10 puestos esquinero (8%) (c)	Oferta (a + b + c)
2012	159	17	17	192
2013	254	28	28	306
2014	307	33	33	370
2015	371	40	40	447
2016	449	49	49	541
2017	542	59	59	653

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

A continuación se detalla los materiales directos utilizados para cada juego de sala:

CUADRO N° 45

Costo de Materia Prima- JUEGOS DE 7 PUESTOS						
AÑOS						
Rubros	Año Base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
Cantidad (juegos de sala)	159	254	307	371	342	380
Valor unitario esponja negra c/juego	52,20	54,49	56,8	59,36	61,96	64,68
Valor total (\$)	8.318,59	13.849,30	17.469,95	22.037,16	27.798,39	35.065,79
Valor unitario esponja blanca c/juego	4,80	5,01	5,23	5,46	5,70	5,95
Valor total (\$)	764,93	1.273,50	1.606,43	2.026,41	2.556,17	3.224,44
Valor unitario costales c/juego	2,20	2,30	2,40	2,50	2,61	2,73
Valor total (\$)	350,59	583,69	736,28	928,77	1.171,58	1.477,87
Valor unitario caucho	2,55	2,66	2,78	2,90	3,03	3,16
Valor total (\$)	406,37	676,55	853,42	1.076,53	1.357,97	1.712,98
Valor unitario tela	100,80	105,22	109,82	114,63	119,65	124,90
Valor total (\$)	16.063,49	26.743,47	33.735,08	42.554,52	53.679,65	67.713,24
Valor unitario lienzo blanco	3,32	3,47	3,62	3,78	3,94	4,11
Valor total (\$)	529,08	880,84	1.111,12	1.401,60	1.768,02	2.230,24
Valor unitario lienzo negro	1,40	1,46	1,53	1,59	1,66	1,73
Valor total (\$)	223,10	371,44	468,54	591,04	745,55	940,46
Valor unitario grapas	4,00	4,18	4,36	4,55	4,75	4,96
Valor total (\$)	637,44	1.061,25	1.338,69	1.688,67	2.130,14	2.687,03
Valor unitario madera	43,20	45,09	47,07	49,13	51,28	53,53
Valor total (\$)	6.884,35	11.461,49	14.457,89	18.237,65	23.005,56	29.019,96
Valor unitario mesa	25,00	26,10	27,24	28,43	29,68	30,98
Valor total (\$)	3.984,00	6.632,81	8.366,84	10.554,20	13.313,41	16.793,96
Valor unitario frentes	22,00	22,96	23,97	25,02	26,12	27,26
Valor total (\$)	3.505,92	5.836,87	7.362,82	9.287,69	11.715,80	14.778,68
TOTAL	41.667,86	69.371,19	87.507,06	110.384,24	139.242,24	175.644,66

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

CUADRO N° 46

Costo de Materia Prima- JUEGOS DE SALA DE 10 PUESTOS "LUNA"						
AÑOS						
Rubros	Año Base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
Cantidad (juegos de sala)	17	28	33	40	49	59
Valor unitario esponja negra c/juego	61,20	63,88	66,68	69,60	72,65	75,83
Valor total (\$)	1.057,54	1.760,65	2.220,94	2.801,57	3.533,99	4.457,89
Valor unitario costales c/juego	2,00	2,09	2,18	2,27	2,37	2,48
Valor total (\$)	34,56	57,54	72,58	91,55	115,49	145,68
Valor unitario caucho	2,55	2,66	2,78	2,90	3,03	3,16
Valor total (\$)	44,06	73,36	92,54	116,73	147,25	185,75
Valor unitario tela	112,00	116,91	122,03	127,37	132,95	138,77
Valor total (\$)	1.935,36	3.222,11	4.064,47	5.127,05	6.467,43	8.158,22
Valor unitario lienzo blanco	4,98	5,20	5,43	5,66	5,91	6,17
Valor total (\$)	86,05	143,27	180,72	227,97	287,57	362,75
Valor unitario lienzo negro	2,00	2,09	2,18	2,27	2,37	2,48
Valor total (\$)	34,56	57,54	72,58	91,55	115,49	145,68
Valor unitario grapas	4,00	4,18	4,36	4,55	4,75	4,96
Valor total (\$)	69,12	115,08	145,16	183,11	230,98	291,37
Valor unitario madera	55,80	58,24	60,80	63,46	64,78	67,24
Valor total (\$)	1.205,28	1.605,30	2.024,98	2.554,37	3.221,16	4.064,54
TOTAL	4.225,48	7.034,83	8.873,97	11.193,91	14.120,36	17.811,88

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

CUADRO N° 47

Costo de Materia Prima- JUEGOS DE 10 PUESTOS "ESQUINERO"						
AÑOS						
Rubros	Año Base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
Cantidad (juegos de sala)	13	20	25	30	36	43
Valor unitario esponja negra c/juego	57,60	60,12	62,76	65,50	68,37	71,37
Valor total (\$)	734,33	1.22,56	1.542,18	1.945,35	2.453,93	3.095,46
Valor unitario esponja blanca c/juego	4,80	5,01	5,23	5,46	5,70	5,95
Valor total (\$)	61,19	101,88	128,51	162,11	204,49	257,96
Valor unitario costales c/juego	2,40	2,51	2,61	2,73	2,85	2,97
Valor total (\$)	30,60	50,94	64,26	81,06	102,25	128,98
Valor total unitario caucho	2,55	2,66	2,78	2,90	3,03	3,16
Valor total (\$)	32,51	54,12	68,27	86,12	108,64	137,04
Valor unitario tela	123,20	128,60	134,23	140,11	146,24	152,65
Valor total (\$)	1.570,65	2.614,92	3.298,54	4.160,89	5.248,68	6.620,85
Valor unitario lienzo blanco	4,98	5,20	5,43	5,66	5,91	6,17
Valor total (\$)	63,49	105,70	133,33	168,19	212,16	267,63
Valor unitario lienzo negro	1,50	1,57	1,63	1,71	1,78	1,86
Valor total (\$)	19,12	31,84	40,16	50,66	63,90	80,61
Valor unitario grapas	4,00	4,18	4,36	4,55	4,75	4,96
Valor total (\$)	63,49	105,70	133,33	168,19	212,16	214,96
Valor unitario madera	43,40	45,30	47,29	49,36	51,52	53,77
Valor total (\$)	553,30	921,16	1.161,99	1.465,77	1.848,97	2.332,35
Valor unitario mesa	25,00	26,10	27,24	28,43	29,68	30,98
Valor total (\$)	318,72	530,62	669,35	844,34	1.065,07	1.343,52
Valor unitario frentes	22,00	22,96	23,97	25,02	26,12	27,26
Valor total (\$)	280,47	466,95	589,03	743,02	937,26	1.182,29
TOTAL	5.595,46	8.327,24	8.975,06	9.979,33	11.144,16	12.855,68

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

Para la proyección de los precios de la materia prima se consideró el promedio de la tasa de inflación anual emitida por el Banco Central es de 4,38%.

CUADRO N° 48

RESUMEN DE LOS COSTOS DE MATERIA PRIMA						
Rubros	AÑOS					
	Año Base (2012)	2013	2014	2015	2016	2017
Juego de sala de 7 puestos	41.667,86	69.371,19	87.507,06	110.384,24	139.242,24	175.644,66
Juegos de sala de 10 puestos "luna"	4.225,48	7.034,83	8.873,97	11.193,91	14.120,36	17.811,88
Juegos de sala de 10 puestos "esquinero"	5.595,46	8.327,24	8.975,06	9.979,33	11.144,16	12.855,68
TOTAL	49.608,72	82.591,62	104.183,74	131.420,74	165.778,36	209.118,18

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

Obtenidos los valores anuales de los costos de producción de los juegos de sala se procede a calcular el costo unitario de producción:

CUADRO N° 49

DETALLE DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA POR C/JUEGO DE SALA			
TIPO DE MUEBLE	COSTO MPD	OFERTA POR CADA TIPO DE JUEGO DE SALA	COSTO DE MPD PARA CADA JUEGO DE SALA
Juego de sala de 7 puestos	41.667,86	159	\$262,06
Juegos de sala de 10 puestos "LUNA"	4.225,48	17	\$248,56
Juegos de sala de 10 puestos "ESQUINERO"	3.715,38	13	\$285,80
TOTAL	49.608,72	189	

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora.

5.2.2.2 Mano de Obra Directa

La mano de obra directa que requiere la fábrica para su normal funcionamiento y así poder cubrir una parte de la oferta captada de competidores de otras provincias es de 7 trabajadores, este resultado se tomó de acuerdo al estudio de mercado realizado, tomando en cuenta una producción semanal de 8 juegos de sala.

Para conocer el incremento del sueldo de los trabajadores se considera los datos históricos del sueldo básico unificado.

CUADRO N° 50

DATOS HISTÓRICOS DEL SUELDO BÁSICO UNIFICADO

TABLA DEL SUELDO BÁSICO UNIFICADO		
AÑOS	S.B.U	PROMEDIO
2006	180	0,00
2007	196	0,09
2008	200	0,02
2009	218	0,09
2010	240	0,10
2011	264	0,10
2012	292	0,11
2013	318	0,09
PROMEDIO		0,09

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales.
Elaborado por: Autora

Según el cálculo realizado de la tasa de crecimiento; considerando los datos históricos obtenidos de la tabla de salarios laborales del Ministerio de Relaciones Laborales, se obtiene que la tasa de crecimiento para los sueldos y salarios de los años posteriores es del 9%. Porcentaje que se

utilizará para el cálculo de la proyección de los sueldos y salarios de la mano de obra de la fábrica

PROYECCIÓN DEL SUELDO BÁSICO UNIFICADO

CUADRO N° 51

AÑOS	S.B.U.
2014	345,00
2015	374,00
2016	406,00
2017	441,00
2018	478,00

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Autora

PROYECCIÓN ANUAL DE LOS COSTOS DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO N° 52

PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE LA MANO DE OBRA						
Rubros	AÑOS					
	Año Base	1	2	3	4	5
MANO DE OBRA MENSUAL TAPICERO	550,00	600,00	653,00	712,00	776,00	846,00
MANO DE OBRA MENSUAL CARPINTERO	400,00	436,00	475,00	518,00	565,00	615,00
MANO DE OBRA MENSUAL CORTADOR DE TELA	318,00	347,00	378,00	412,00	449,00	489,00
MANO DE OBRA AYUDANTE	318,00	347,00	378,00	412,00	449,00	489,00
MANO DE OBRA ANUAL	19.032,00	20.745,00	22.612,00	24.647,00	26.865,00	29.283,00

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Autora

A continuación se detalla la proyección anual de los costos de la mano de obra directa que se requiere para llevar a cabo el proyecto considerando

el personal de producción que se detalló en el capítulo IV que es de 7 trabajadores.

CUADRO N° 53

MANO DE OBRA						
Rubros	AÑOS					
	Año Base	1	2	3	4	5
Tapicero	550,0	1.199,00	1.307,00	1.425,00	1.553,00	1.692,00
Carpintero	400,00	1.308,00	1.426,00	1.554,00	1.694,00	1.846,00
Ayudante tapicero	318,00	347,00	378,00	412,00	449,00	489,00
Cortador de tela	318,00	347,00	378,00	412,00	449,00	489,00
TOTAL	1.586,00	3.200,24	3.488,26	3.802,21	4.144,40	4.517,40

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales.

Elaborado por: Autora

El propietario de la fábrica al pertenecer al gremio de artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano goza de los siguientes beneficios:

Exoneración de impuestos a las exportaciones de artesanías.

Exoneración del pago de décimos, fondos de reserva, utilidades y bonificación complementaria a favor de operarios y aprendices.

Los artesanos amparados por esta ley no están sujetos a las obligaciones impuestas a los patronos en general por la actual legislación.

Exoneración de impuestos relacionados con la transferencia de dominio de inmuebles destinados a talleres artesanales.

Exoneración de patentes.

Declaración semestral, en ventas con tarifa 0%

Los beneficios antes mencionados se encuentran descritos en el artículo 16 de la Ley de Defensa del Artesano.

A continuación se detalla el cuadro de la remuneración anual de la mano de obra directa considerando solo el aporte patronal por lo mencionado anteriormente en los beneficios del artesano.

CUADRO N° 54

REMUNERACIÓN PERSONAL DE PRODUCCIÓN						
Rubros	AÑOS					
	Año Base	1	2	3	4	5
Sueldo Básico Unificado	19032,00	38402,88	41859,14	45626,46	49732,84	54208,80
Aporte Patronal	1.779,49	3.590,67	3.913,83	4.266,07	4.650,02	5.068,52
Fondos de Reserva	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Décimo Tercer Sueldo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Décimo Cuarto Sueldo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	20811,49	41993,55	45772,97	49892,54	54382,86	59277,32

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales.

Elaborado por: Autora

5.2.2.3. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

En los costos indirectos de fabricación se consideran los costos que no están relacionados directamente con la elaboración de los juegos de sala, en este caso son: luz, agua, teléfono, goma blanca, cemento de contacto y los clavos.

CUADRO N° 55

COSTO INDIRECTOS DE FAFRICACIÓN						
Rubros	AÑOS					
	Año Base	1	2	3	4	5
(goma blanca, cemento de contacto, clavos, luz y agua, teléfono)						
Cantidad (unidades)	189	302	365	441	533	644
Cantidad (7 puestos)	159	254	307	371	449	542
Cantidad (luna)	17	28	33	40	49	59
Cantidad (esquienero)	13	20	25	30	36	43
Precio (7 puestos)	18,00	18,79	19,61	20,47	21,37	22,30
Valor (\$)	2.868,48	4.775,62	6.024,12	7.599,02	9.585,65	12.091,65
Precio (LUNA)	15,00	15,66	16,34	17,06	17,81	18,59
Valor (\$)	259,20	431,53	544,35	686,66	866,17	1.092,62
Precio (ESQUINERO)	18,00	18,79	19,61	20,47	21,37	22,30
Valor (\$)	229,48	382,05	481,93	607,92	766,85	967,33
TOTAL	3357,16	5589,20	7050,40	8893,60	11218,68	14151,60

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

Para obtener la proyección de los costos indirectos de fabricación se procede a calcular el incremento con el promedio de la tasa de inflación anual emitida por el Banco Central que es de 4,38%.

5.2.2.4. RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

CUADRO N° 56

COSTOS TOTAL DE PRODUCCIÓN						
Rubros	AÑOS					
	Año Base	1	2	3	4	5
Materia Prima Directa	49.608,72	82.591,62	104.183,74	131.420,74	165.778,36	209.118,18
Ctos. Indirectos Fab.	3.357,16	5.589,20	7.050,40	8.893,60	11.218,68	14.151,60
Mano de Obra	20.811,49	41.993,55	45.772,97	49.892,54	54.382,86	59.277,32
Total	73.777,37	130.174,38	15.7007,11	190.206,88	231.379,90	282.547,11

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

5.2.3. CAPITAL DE TRABAJO

Para determinar el capital de trabajo se considera los costos directos e indirectos y los gastos administrativos y de venta; El capital de trabajo se considerará para la operación del primer mes de puesta en marcha del proyecto.

Para el cálculo del capital de trabajo se debe considerar la producción mensual de cada juego de sala dependiendo del número de puestos debido a la acogida del mercado.

CUADRO N° 57

PRODUCCIÓN MENSUAL DE LOS JUEGOS DE SALA	
JUEGOS DE SALA	PRODUCCIÓN MENSUAL
DE 7 PUESTOS	13
DE 10 PUESTOS "LUNA"	1
DE 10 PUESTOS "ESQUINERO"	2
TOTAL	16

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO N° 58

CAPITAL DE TRABAJO		
CONCEPTO	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	130.174,38	10.847,86
GASTO VENTAS	1.635,19	136,26
GASTO ADMINISTRATIVO	13.671,34	1.139,28
TOTAL	145.480,90	12.123,41

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

El valor mensual del capital de trabajo que se requerirá para el primer año de puesta en marcha del proyecto es de \$12.123,41 valor que dividido para la cantidad de juegos fabricados mensualmente que es de 15 juegos de sala da como resultado un valor de capital de trabajo de \$475,06 dólares aproximadamente para cada juego.

5.3 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

5.3.1 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

Para determinar el monto económico requerido para la ampliación e implementación de tecnología en la fábrica se debe analizar el financiamiento de la propuesta que es por medio de financiamiento propio y externo (préstamo bancario), a continuación se muestra en el cuadro.

CUADRO N° 59

INVERSIÓN DEL PROYECTO	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipo	\$14.902,04
Equipo de Computación	\$565
Muebles y enseres	\$184
CAPITAL DE TRABAJO	\$12.123,41
TOTAL	\$27.774,45

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

Como se mencionó en el capítulo VI del Estudio Técnico, los activos diferidos no se tomaran en cuenta por ser un valor insignificante a comparación de los otros gastos.

CUADRO N° 60

VALOR DE LA INVERSIÓN				
Inversión Fija	15.651,04	FINANCIAMIENTO		%
Inversión Diferida	0	Crédito	20.000,00	69,5
Capital de Trabajo	12.123,41	Capital Social (Propio)	7.774,45	30,5
TOTAL INVERSIÓN	27.774,45	Total Financiamiento	27.774,45	100

5.3.2 FLUJOS DE PAGOS FINANCIEROS

El requerimiento del financiamiento externo del valor de \$20.000 Se recurre a un crédito a una institución financiera como es el Banco Nacional de Fomento a una tasa anual de 11% la cual se amortizará para 5 años plazo realizando pagos mensuales como se detalla a continuación:

CUADRO N° 61

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA					
Monto Capital:	20.000,00	Plazo:	60 MESES		
Tasa de Interés:	11,0%	0,11			
No.	Saldo Capital	Cuota	Interés	Amortización	Saldo Pendiente de pago
1	20.000,00	333,33	183,33	516,67	19.666,67
2	19.666,67	333,33	180,28	513,61	19.333,33
3	19.333,33	333,33	177,22	510,56	19.000,00
4	19.000,00	333,33	174,17	507,50	18.666,67
5	18.666,67	333,33	171,11	504,44	18.333,33
6	18.333,33	333,33	168,06	501,39	18.000,00
7	18.000,00	333,33	165,00	498,33	17.666,67
8	17.666,67	333,33	161,94	495,28	17.333,33
9	17.333,33	333,33	158,89	492,22	17.000,00
10	17.000,00	333,33	155,83	489,17	16.666,67
11	16.666,67	333,33	152,78	486,11	16.333,33
12	16.333,33	333,33	149,72	483,06	16.000,00
13	16.000,00	333,33	146,67	480,00	15.666,67
14	15.666,67	333,33	143,61	476,94	15.333,33
15	15.333,33	333,33	140,56	473,89	15.000,00
16	15.000,00	333,33	137,50	470,83	14.666,67
17	14.666,67	333,33	134,44	467,78	14.333,33
18	14.333,33	333,33	131,39	464,72	14.000,00
19	14.000,00	333,33	128,33	461,67	13.666,67
20	13.666,67	333,33	125,28	458,61	13.333,33

21	13.333,33	333,33	122,22	455,56	13.000,00
22	13.000,00	333,33	119,17	452,50	12.666,67
23	12.666,67	333,33	116,11	449,44	12.333,33
24	12.333,33	333,33	113,06	446,39	12.000,00
25	12.000,00	333,33	110,00	443,33	11.666,67
26	11.666,67	333,33	106,94	440,28	11.333,33
27	11.333,33	333,33	103,89	437,22	11.000,00
28	11.000,00	333,33	100,83	434,17	10.666,67
29	10.666,67	333,33	97,78	431,11	10.333,33
30	10.333,33	333,33	94,72	428,06	10.000,00
31	10.000,00	333,33	91,67	425,00	9.666,67
32	9.666,67	333,33	88,61	421,94	9.333,33
33	9.333,33	333,33	85,56	418,89	9.000,00
34	9.000,00	333,33	82,50	415,83	8.666,67
35	8.666,67	333,33	79,44	412,78	8.333,33
36	8.333,33	333,33	76,39	409,72	8.000,00
37	8.000,00	333,33	73,33	406,67	7.666,67
38	7.666,67	333,33	70,28	403,61	7.333,33
39	7.333,33	333,33	67,22	400,56	7.000,00
40	7.000,00	333,33	64,17	397,50	6.666,67
41	6.666,67	333,33	61,11	394,44	6.333,33
42	6.333,33	333,33	58,06	391,39	6.000,00
43	6.000,00	333,33	55,00	388,33	5.666,67
44	5.666,67	333,33	51,94	385,28	5.333,33
45	5.333,33	333,33	48,89	382,22	5.000,00
46	5.000,00	333,33	45,83	379,17	4.666,67
47	4.666,67	333,33	42,78	376,11	4.333,33
48	4.333,33	333,33	39,72	373,06	4.000,00
49	4.000,00	333,33	36,67	370,00	3.666,67
50	3.666,67	333,33	33,61	366,94	3.333,33
51	3.333,33	333,33	30,56	363,89	3.000,00
52	3.000,00	333,33	27,50	360,83	2.666,67
53	2.666,67	333,33	24,44	357,78	2.333,33
54	2.333,33	333,33	21,39	354,72	2.000,00
55	2.000,00	333,33	18,33	351,67	1.666,67
56	1.666,67	333,33	15,28	348,61	1.333,33
57	1.333,33	333,33	12,22	345,56	1.000,00
58	1.000,00	333,33	9,17	342,50	666,67
59	666,67	333,33	6,11	339,44	333,33
60	333,33	333,33	3,06	336,39	0,00
		20.000,00	5591,67	25591,67	

Fuente: Banco Nacional de Fomento
Elaborado por: Autora

El plazo de los cinco años para amortizar la deuda se fundamenta en la capacidad de pago que tienen los propietarios dependiendo a la utilidad operacional que se percibirá en los años posteriores el interés es el más adecuado existente en el mercado financiero.

CUADRO N° 62

RESUMEN AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA		
AÑO	INTERÉS	CAPITAL
2012	1.998,33	4.000,00
2013	1.558,33	4.000,00
2014	1.118,33	4.000,00
2015	678,33	4.000,00
2016	238,33	4.000,00
TOTAL	5.591,67	20.000,00

Fuente: Banco Nacional de Fomento
Elaborado por: Autora

5.4 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

El balance general inicial o estado de situación inicial es el que permite reflejar la situación económica de la fábrica en una cierta fecha, este muestra contablemente los activos (lo que posee la fábrica), los pasivos (sus deudas), y la diferencia entre estos el patrimonio neto con el que cuentan los propietarios para su normal funcionamiento.

En los activos fijos se agrega la nueva inversión que se realizará para el cumplimiento de los objetivos de los propietarios, lo que está conformado por maquinaria y equipo, equipo de computación y los muebles y enseres (mesas de trabajo).

"MUEBLES IDEAL"

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivo Corriente	0,00
Bancos	12.123,41	Pasivo a largo plazo	20.000,00
Activo Fijo	20.941,04		
	<hr/>	PATRIMONIO	
		Inversión Propia	5.290,00
		Capital Social	<u>7.774,45</u>
	<hr/>	TOTAL PATRIMONIO	<u>13.064,45</u>
TOTAL ACTIVO	33.064,45	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	33.064,45

CONTADOR

GERENTE

5.5 Estado de Resultados

CUADRO Nº 63

"MUEBLES IDEAL"						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	1	2	3	4	5	
INGRESOS	146.887,09	185.288,12	233.728,42	294.832,58	371.911,34	
Ingresos Operacionales	146.887,09	185.288,12	233.728,42	294.832,58	371.911,34	
Ingresos no Operacionales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
- COSTOS DE PRODUCCIÓN	130.174,38	157.007,11	190.206,88	231.379,90	282.547,11	
= UTILIDAD BRUTA	16.712,71	28.281,01	43.521,54	63.452,67	89.364,23	
- GASTOS ADMINISTRATIVOS	13.671,34	14.897,90	16.234,68	17.691,60	19.279,46	
- GASTOS DE VENTAS	1.635,19	2.007,69	2.409,69	2.843,06	3.309,76	
- DEPRECIACIONES	1.696,94	1.696,94	1.696,94	1.508,60	1.508,60	
- GASTOS FINANCIEROS	1.998,33	1.558,33	1.118,33	678,33	238,33	
= UTILIDAD OPERATIVA - MARGEN OPERACIONAL	-2.289,08	8.120,15	22.061,90	40.731,08	65.028,08	
- PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
= UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	-2.289,08	8.120,15	22.061,90	40.731,08	65.028,08	
- IMPUESTO A LA RENTA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
= UTILIDAD NETA - MARGEN NETO	-2.289,08	8.120,15	22.061,90	40.731,08	65.028,08	

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

En el estado de resultados, se puede observar el comportamiento de los ingresos que tendrá la fábrica en los cinco años posteriores, así como los costos y gastos de producción.

El 15% de la participación de los empleados y el 25% del impuesto a la renta son exentos para el propietario de la fábrica por pertenecer al gremio de artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, según el artículo 17 de la Ley de Defensa del Artesano.

5.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. A continuación se detalla el flujo de caja proyectado.

CUADRO N° 64

FLUJO DE CAJA						
Rubros	AÑOS					
	Año Base	1	2	3	4	5
INVERSIÓN	3,3064,45					
INGRESOS						
Utilidad Operacional		-2.289,08	8.120,15	22.061,90	40.731,08	65.028,08
+Depreciación		1696,94	1696,94	1696,94	1508,60	1508,60
TOTAL INGRESOS OP.		-592,14	9817,09	23758,84	42239,68	66536,68
EGRESOS						
Pago financiamiento		1998,33	1558,33	1118,33	678,33	238,33
TOTAL EGRESOS OP.		1.998,33	1.558,33	1.118,33	678,33	238,33
+ Venta Activos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo Neto	3,3064,45	-2590,47	8258,75	22640,50	41561,35	66298,35

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

5.7 DETERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

5.7.1 COSTO DE CAPITAL O DE OPORTUNIDAD

Los porcentajes de las tasas para la ponderación se obtuvieron de las emitidas por el Banco Central y de las tasas de interés que brinda una de las instituciones financieras del país que ofrece las mejores tasas de mercado financiero.

CUADRO N° 65

DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL				
RUBROS	VALOR INVERSIÓN	Ponderación %	Tasas %	valor ponderado
Crédito	20.000,00	0,72	11	0,079
Cap. Propio	7.774,45	0,28	3,48	0,0000974
TOTAL	27.774,45	1,00		0,07931

Fuente: Banco Nacional de Fomento.

Elaborado por: Autora

Se obtiene que:

El costo del capital es de 7,93%.

La inflación anual es de 3,48%.

Estos datos nos sirven para proceder al cálculo de la tasa de descuento.

5.7.2 TASA DE REDESCUENTO O TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

Para el cálculo de la tasa se requiere de la inflación anual a diciembre del 2012 que es emitida por el Banco Central de Ecuador.

$$\begin{aligned}TR &= (1 + CK) * (1+INF) - 1 \\TR &= (1+ 0,079 * (1 + 0, 0348) - 1 \\TR &= 0, 1169 \\TR &= 11,69\%\end{aligned}$$

El porcentaje que se obtiene como la tasa de redescuento permite evaluar la inversión, para comprobar con la rentabilidad que generará el proyecto, y así conocer si es factible invertir en la implementación de tecnología.

5.8 Evaluación financiera

5.8.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Por medio del VAN se determina si el proyecto es viable económicamente, a través de descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto, a este valor se le resta la inversión inicial.

Inversión: 27.774,45 dólares

Tasa de Redescuento: 11,69%

CUADRO N° 66

VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJOS NETOS	FNA con 11.69%
1	-2590,47	-2.319,4
2	8258,75	6.620,8
3	22640,50	16.251,1
4	41561,35	26.710,6
5	66298,35	38.150,1
TOTAL	136168,47	85.413,22

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= \sum \text{FNA} - \text{Inversión} \\ \text{VAN} &= 85.413,22 - 27.774,45 \\ \text{VAN} &= 57.638,77 \end{aligned}$$

Al obtener que el VAN es mayor a cero se deduce que el proyecto es viable y la alternativa de inversión en tecnología es rentable desde el punto de vista económico.

5.8.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Mediante la TIR se encuentra la tasa que iguale la suma de los flujos descontados a la inversión inicial o hace que el valor actual neto sea cero.

CUADRO N° 67
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJOS NETOS	FNA con 50%
1	-2.590,47	-1.726,98
2	8.258,75	3.670,56
3	22.640,50	6.708,30
4	41.561,35	8.209,65
5	66.298,35	8.730,65
TOTAL	136.168,47	25.592,17

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= \sum \text{FNA} - \text{Inversión} \\ \text{VAN} &= 25.592,17 - 27.774,45 \\ \text{VAN} &= - 2.182,28 \end{aligned}$$

Utilizando una tasa de 0,50 mediante la cual se obtiene un VAN negativo en 2.182,47 dólares, y utilizando la tasa de descuento de 0,1169 que dio el VAN positivo, se procede a aplicar la fórmula de la TIR

$$TIR = TR_i + (TR_s - TR_i) \left[\frac{VAN_i}{(VAN_i - VAN_s)} \right]$$

$$TIR = 0,1169 + (0,50 - 0,1169) \left[\frac{57.638,77}{57.638,77 - (-2.182,28)} \right]$$

$$TIR = 0,49$$

Si la TIR es mayor a la tasa de redescuento se acepta la inversión caso contrario se rechaza.

$$TIR > TR$$

$$0,49 > 0,1169$$

ES ACEPTABLE EL PROYECTO

Al obtener que la tasa interna de retorno sea mayor que la tasa de redescuento se debe aceptar la inversión en la nueva maquinaria, ya que el rendimiento de la microempresa es mayor que el porcentaje que ganaría al invertir en plazo fijo en una institución financiera.

5.8.3 COSTO-BENEFICIO

La relación costo beneficio nos permite conocer la rentabilidad que se tiene por cada dólar invertido para la producción de los juegos de sala.

$$CB = \frac{\sum FNA}{INVERSIÓN}$$

$$CB = \frac{85.413,22}{27.774,45}$$

$$CB = 3.08$$

La razón costo – beneficio indica que la fábrica “Muebles Ideal” al llevar a cabo la implementación de tecnología por cada dólar invertido en la

producción de los juegos de sala generará una utilidad de 2,08 centavos. Por ende el proyecto es viable y se puede demostrar que los beneficios son mayores que los costos.

5.8.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Consiste en medir el tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su inversión inicial.

CUADRO N° 68

TIEMPO DE RECUPERACIÓN		
AÑOS	FLUJOS NETOS ACT.	FNA ACUMULADO
1	-2.319,4	-2.076,7
2	6.620,8	4.544,1
3	16.251,1	20.795,2
4	26.710,6	47.505,8
5	38.150,1	85.655,9
TOTAL	85.413,22	156.424,29

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

Inversión:	27.774,45
Flujo Neto 3 Año	<u>20.795, 20</u>
	6.979, 27

$$\text{Tiempo de Recuperación} = 6.979,27 / 26.710,60$$

$$= 0,261292009$$

$$\text{Tiempo de Recuperación} = 0,261292009 * 12 \text{ meses}$$

$$= 3,13550411 \text{ meses}$$

$$\text{Tiempo de Recuperación} = 3,13550411 * 30 \text{ días}$$

$$= 4 \text{ días}$$

El total de la inversión se recuperará en tres años, tres meses y cuatro días, tiempo en el cual los ingresos justificaran los egresos y permite cumplir con los objetivos del proyecto.

20.795,17 Lo que se recuperará en el tercer año

6.677,66 Lo que se recuperará en los tres meses

301,62 Lo que se recuperará en los cuatro días.

27.774,45 Inversión recuperada en tres años, tres meses y cuatro días

5.8.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la producción y venta de un producto, para los cuales se requiere identificar el comportamiento de los costos fijos y variables, tal cual lo demuestra a continuación:

PUNTO DE EQUILIBRIO JUEGOS DE SALA DE 7 PUESTOS

Precio de venta unitario		470,00
Costos y Gastos variables		69.371
Unidades Producidas		254
Costo Variable Unitario	(69.371 / 254)	272,92
Costo Fijo Total		3.016

Punto de Equilibrio Unidades

$$PE = \frac{CFTotal}{PV - CVUnitario}$$

$$PE = \frac{3.016}{470,00 - 272,92}$$

$$PE = 15 \text{ unidades}$$

Punto de Equilibrio de Ingresos

$$PE = \frac{CFTotal}{1 - \frac{CVUnitario}{PV}}$$

$$PE = \frac{3.016,00}{1 - \frac{272,92}{470}}$$

$$PE = 7.050,00 \text{ dólares}$$

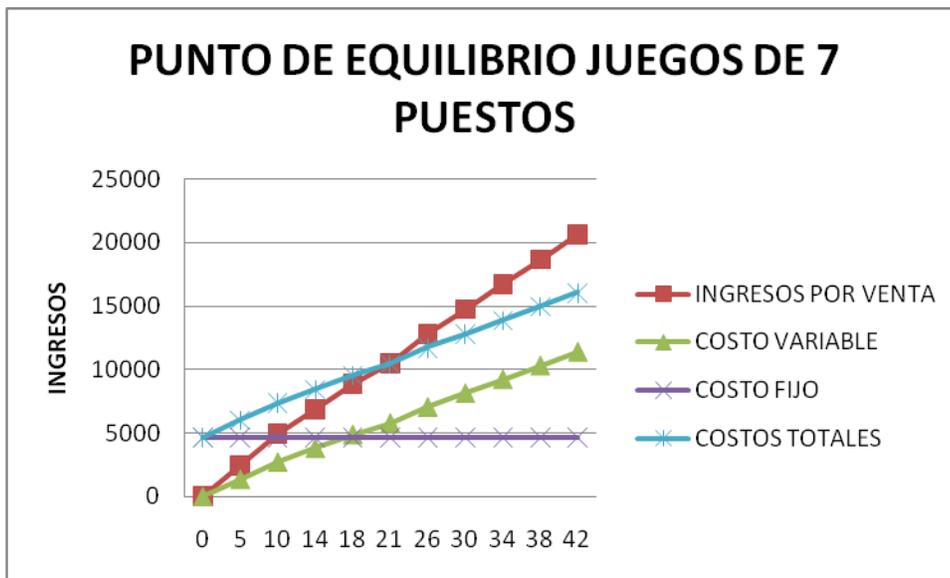
CUADRO N° 69
PUNTO DE EQUILIBRIO JUEGOS DE 7 PUESTOS

CANTIDAD DE UNIDADES VENDIDAS	0	5	10	15	20	25	30	35	40	45
INGRESOS POR VENTA	0,00	2348,55	4697,10	7198,43	9394,20	11742,75	14091,30	16439,85	18788,40	21136,95
COSTO VARIABLE	0,00	1364,61	2729,22	4182,61	5458,45	6823,06	8187,67	9552,28	10916,90	12281,51
COSTO FIJO	3015,82	3015,82	3015,82	3015,82	3015,82	3015,82	3015,82	3015,82	3015,82	3015,82
COSTOS TOTALES	3015,82	4380,43	5745,05	7050,00	8474,27	9838,88	11203,49	12568,11	13932,72	15297,33
BENEFICIO	-3015,82	-2031,88	-1047,95	0,00	919,93	1903,87	2887,81	3871,74	4855,68	5839,62

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

GRÁFICO N° 21



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO JUEGOS DE SALA DE 10 PUESTOS
"LUNA"

Precio de venta unitario	574,00
Costos y Gastos variables	7.035
Unidades Producidas	28
Costo Variable Unitario (7.861 / 31)	255,24
Costo Fijo Total	327

Punto de Equilibrio Unidades

$$PE = \frac{CFTotal}{PV - CVUnitario}$$

$$PE = \frac{327,00}{574,00 - 255,24}$$

$$PE = 1 \text{ unidad}$$

Punto de Equilibrio de Ingresos

$$PE = \frac{CFTotal}{1 - \frac{CVUnitario}{PV}}$$

$$PE = \frac{327,00}{1 - \frac{255,24}{574,00}}$$

$$PE = 574,00 \text{ dólares}$$

CUADRO N° 70

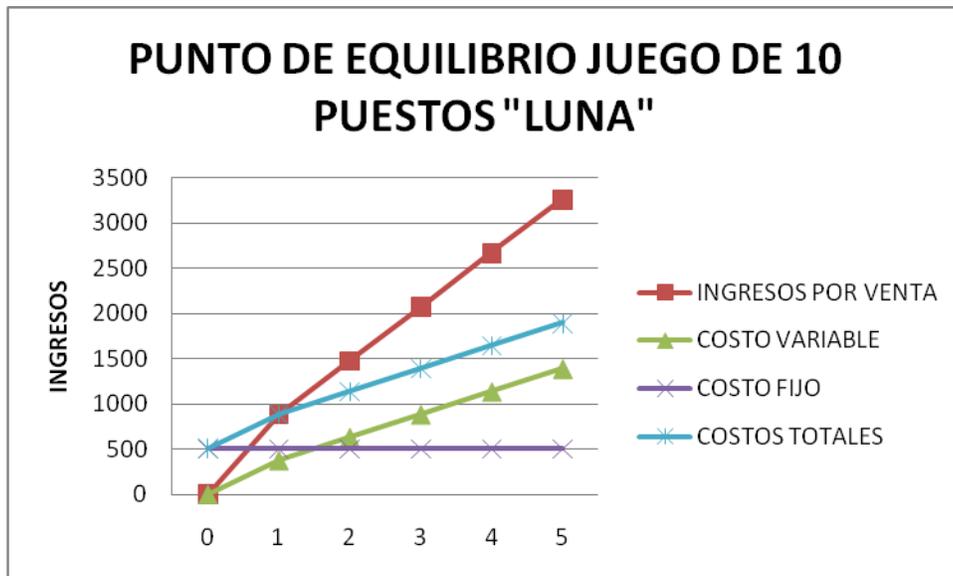
PUNTO DE EQUILIBRIO JUEGO DE 10 PUESTOS LUNA

CANTIDAD DE UNIDADES VENDIDAS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTA	0	589	1148	1722	2296	2870
COSTO VARIABLE	0	262	510	766	1021	1276
COSTO FIJO	327	327	327	327	327	327
COSTOS TOTALES	327	574,00	837	1093	1348	1603
BENEFICIO	-327	0	311	630	948	1267

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Autora

GRÁFICO N° 22



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO JUEGOS DE SALA DE 10 PUESTOS
"ESQUINERO"

Precio de venta unitario	574,00
Costos y Gastos variables	6.186,00
Unidades Producidas	20
Costo Variable Unitario (8.327,00 / 28)	304,19
Costo Fijo Total	291,00

Punto de Equilibrio Unidades

$$PE = \frac{CFTotal}{PV - CVUnitario}$$

$$PE = \frac{291,00}{574,00 - 304,19}$$

$$PE = 1 \text{ unidades}$$

Punto de Equilibrio de Ingresos

$$PE = \frac{CFTotal}{1 - \frac{CVUnitario}{PV}}$$

$$PE = \frac{291,00}{1 - \frac{304,19}{574,00}}$$

$$PE = 574,00 \text{ dólares}$$

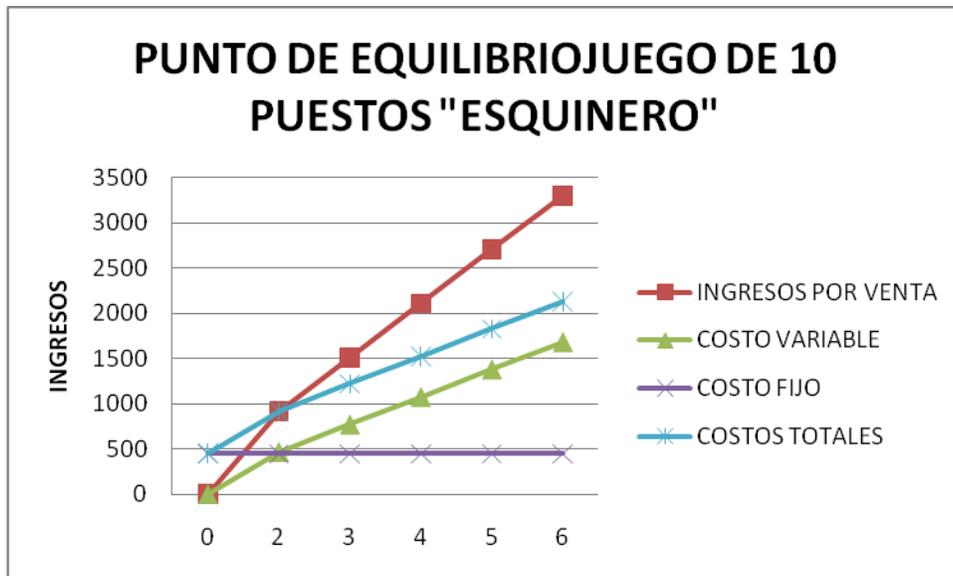
CUADRO N° 71

PUNTO DE EQUILIBRIO JUEGOS DE SALA DE 10 PUESTOS
"ESQUINERO"

CANTIDAD DE UNIDADES VENDIDAS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTA	0	618	1148	1722	2296	2870
COSTO VARIABLE	0	328	608	913	1217	1521
COSTO FIJO	291	291	291	291	291	291
COSTOS TOTALES	291	574,00	899	1203	1507	1812
BENEFICIO	-291	0	249	519	789	1059

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO N° 23



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

El resultado del punto de equilibrio permite evaluar un margen con el cual la fábrica no arroje pérdidas operacionales, indica la cantidad de juegos de sala que debe producirse y venderse para que los ingresos sean iguales a los costos para de esta manera no generar pérdidas para los propietarios de la fábrica.

Para que la fábrica no genere pérdidas operacionales requiere producir y vender 15 juegos de sala de 7 puestos, 1 juegos de sala de 10 puestos “LUNA” y 1 Juegos de sala de 10 puestos “ESQUINERO” anuales. Es decir se debe producir 17 juegos de sala anuales que es el volumen de venta por encima del cual la fábrica empieza a tener utilidades.

5.8.6. EVALUACIÓN ECONÓMICA

La evaluación económica, es la parte final de la sucesión del análisis de la factibilidad del proyecto, se calculó la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto, se determinó el volumen de producción óptimo para no generar pérdidas dentro de la fábrica, también se determinó los costos y gastos que incurren en la fase productiva. Después del estudio realizado se comprueba que existe un mercado potencial que debe ser aprovechado por los propietarios de la fábrica para obtener una mejor situación económica.

Los diferentes análisis financieros refleja las probables utilidades que generará el proyecto que por los resultados obtenidos resulta satisfactorio realizar la inversión, la recuperación de la inversión es en un tiempo adecuado, por lo tanto la puesta en marcha del presente proyecto permite

cumplir con los objetivos planteados y por los resultados de la evaluación financiera el proyecto es viable.

Si los propietarios de la fábrica requiere que los ingresos aumenten es aconsejable aumentar la producción, trabajando horas extras, y de esta manera cubriría un porcentaje mayor de la oferta asumida por la competencia de otras provincias.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 Nombre o Razón Social.

La empresa según su actividad, es una empresa industrial que se dedica a la producción de juegos de sala. Su razón social es “MUEBLES IDEAL”, está constituida como una empresa de actividad artesanal.

6.2 Logotipo de la Empresa



6.3 Permisos de Funcionamiento

Para el funcionamiento de la microempresa es necesario contar con los siguientes requisitos:

- Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Patente Municipal.
- Permiso de Bomberos.

Al existir la microempresa el propietario ya cuenta con todos estos permisos.

6.4 Base Filosófica.

La microempresa “Muebles Ideal” es una empresa productora de juegos de sala, la misma que brinda servicios de producción de juegos de sala, cuenta con personal calificado y maquinaria adecuada para ofrecer productos y servicios de buena calidad entre ellos están:

- Diseño de muebles.
- Fabricación de muebles bajo pedido.

6.5 Misión

Ofrecer productos de buena calidad con un alto nivel de confort, satisfaciendo las necesidades de los consumidores, contribuyendo con el desarrollo productivo y generando fuentes de empleo en la parroquia.

6.6 Visión

En el 2016 ser una empresa líder de su mercado en imagen, participación y calidad de los productos, enfocando sus esfuerzos hacia los

clientes anticipándose a sus necesidades, capacitando a su personal y logrando un buen nivel de competitividad, optimizando los recursos.

6.7 Principios y Valores.

Entre los principios y valores de “Muebles Ideal” se puede citar los siguientes:

- Responsabilidad:

Es un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, respondiendo de estos, responsabilidad en los despachos a nuestros clientes, entregando productos de calidad.

- Respeto:

El respeto a nuestros clientes y trabajadores para que estos nos acepten y continúen fabricando productos de buena calidad y adquiriendo nuestros productos.

- Honestidad:

Respetamos la ley, la moral y nuestros compromisos, cumpliendo con las negociaciones de los clientes y proveedores de materias primas e insumos.

- Equidad:

Dentro de la empresa para que exista una relación laboral armónica, y que entre todos se coopere para el desarrollo de la misma.

- Solidaridad:

Encaminar nuestra acción tomando en cuenta las necesidades de la sociedad, para un mejor desarrollo.

6.8 POLÍTICAS

Entre las políticas de “Muebles Ideal” se puede mencionar las siguientes:

- Servicio de calidad a los clientes.
- Una atención adecuada y personalizada.
- Satisfacción de los requerimientos de los clientes.
- Puntualidad y seriedad en el trabajo
- Productos de calidad.

- Resguardar con sigilo y confidencialidad todos los trabajos en la empresa realizados (tanto en su forma, precio y demás detalles que pueden ser exclusivos de cada cliente).
- Pagar los impuestos y demás gravámenes establecidos en la Ley.
- Participar activamente en los asuntos gremiales, sectoriales y regionales.
- Velar por la mejora de la calidad de vida.
- Utilizar, la tecnología que represente un menor riesgo para el ambiente.
- Respetar, en todo momento, la dignidad de la persona humana y los derechos que le son inherentes.
- Reconocer una remuneración adecuada.
- Velar por la seguridad, física y social de los empleados.
- Brindar capacitación adecuada.
- Promover un desarrollo integral.
- Velar por el crecimiento, desarrollo y competitividad de la empresa.

6.9Objetivos

- Incrementar la producción de juegos de sala para expandirse en el mercado a nivel provincial.
- Mejorar la calidad de vida de quienes participen directamente con la fábrica.

- Operar con seriedad, calidad y garantía cumpliendo con todos los compromisos comerciales adquiridos y lograr un buen prestigio con precios accesibles.
- Contribuir con el desarrollo de la comunidad generando fuentes de empleo.

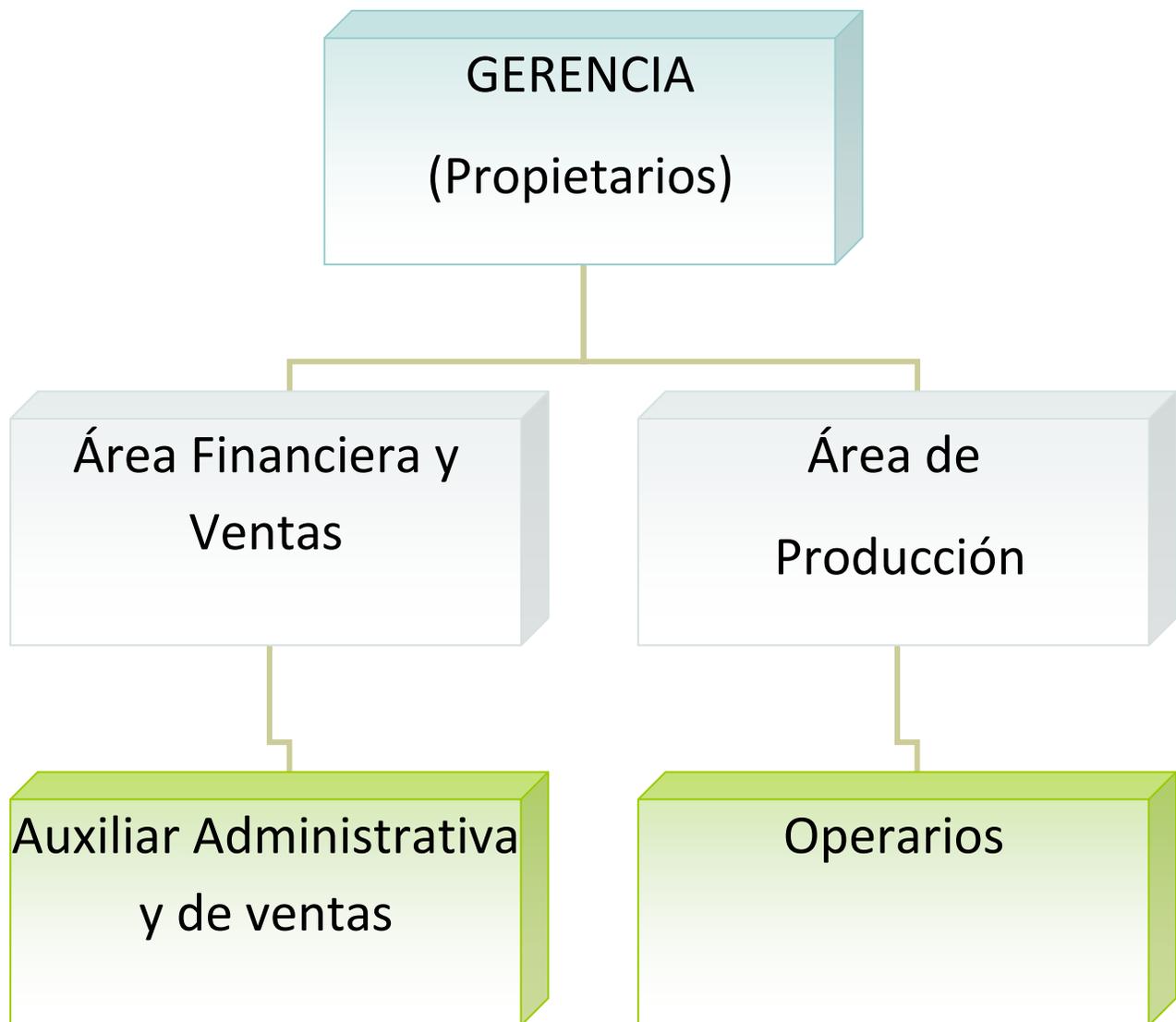
6.10 La Organización

Influye directamente en la descripción de los puestos de trabajo que pueda tener un trabajador dependiendo de sus condiciones laborales y su rendimiento profesional.

La estructura organizacional que utiliza la fábrica es horizontal ya que de esta manera favorece al trabajo en equipo y es lo que se requiere para ofrecer productos de buena calidad.

6.10.1 Organización Estructural

GRÁFICO Nº 01
ORGANIGRAMA DE LA FÁBRICA



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Autora

6.11 Descripción de Funciones.

Establece las funciones que debe realizar cada uno de los departamentos de la fábrica permitiendo el logro de los objetivos y consecuentemente de las metas mediante la optimización de recursos.

6.10.1. **Gerencia**

Es el responsable de la administración de la fábrica, dirige a un equipo de trabajo, vigilando el buen desempeño de cada una de las actividades.

6.10.1.1. *Principales Funciones*

- Planificar, organizar dirigir y controlar el funcionamiento de las actividades de la empresa.
- Toma de decisiones en producción, y comercialización.
- Seguimiento continuo de las operaciones para verificar cumplimiento de objetivos y metas.
- Proveer equipos y materiales necesarios para un buen desarrollo de las actividades.
- Brindar seguridad para los operarios.
- Buscar nuevos nichos de mercado.
- Analizar el comportamiento del mercado y de la competencia.

6.10.2. **Área Financiera y Ventas**

Es la responsable de llevar los registros contables de la fábrica, y de la comercialización de los juegos de sala, verificando si los objetivos se cumplen.

6.10.2.1. *Principales Funciones*

- Mantener los archivos en orden.
- Elaboración de informes respecto a su área.
- Organizar y atender los requerimientos de la administración de la fábrica.
- Responsable de la venta y promoción de los juegos de salas.
- Constatar si el producto está dentro de las exigencias del cliente.
- Verificar los cobros por venta y ayudar a la facturación.
- Buena atención a los clientes.

6.10.3. **Área de Producción**

Son los responsables de la elaboración de los juegos de sala de buena calidad y buena presencia para una mejor aceptación en el mercado. Son la base fundamental de la fábrica ya que si ellos no se cumplirían con los objetos planteados.

6.10.3.1. *Principales Funciones*

- Fabricación de los juegos de sala.
- Elaboración de órdenes del requerimiento de la materia prima.
- Entrega del producto terminado en el tiempo requerido.
- Entrega del producto en buena calidad.
- Mantenimiento y aseo del área de producción.
- Aplicar eficientemente cada proceso para la fabricación de los juegos de sala.
- Optimizar tiempo y costos en la producción.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPÁCTOS

El análisis de impactos pretende determinar las huellas y aspectos positivos y negativos que el proyecto genera en diferentes áreas.

Para el logro de los objetivos planteados se considera los siguientes impactos: Social, Económico, Ambiental y Ético. Al realizar el análisis de estos impactos:

- Se determina las áreas a analizarse.
- Se seleccionan numéricamente los niveles de impactos de acuerdo a la siguiente tabla.

CUADRO N° 72

TABLA DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	
VALORACIÓN CUANTITATIVA	VALORACIÓN CUALITATIVA
3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: El Autor.

- En cada área se debe determinar un serie de indicadores que representen el campo investigativo.
- A cada uno de los indicadores se asigna una ponderación positiva o negativa, dependiendo el nivel de incidencia que tenga dicho indicador.
- Realizamos la suma de los niveles de impacto por área y dividimos para el número de indicadores, así se obtiene el nivel de impacto del área.

A continuación se detalla el cuadro de ponderación con sus respectivos niveles y valores.

7.1 IMPACTO SOCIAL

CUADRO N° 73

MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL								
INDICADORES \ NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de Empleo							X	3
Mejoramiento de la Calidad de vida						X		2
Estabilidad Laboral							X	3
TOTAL						2	6	8

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: El Autor.

$$\text{Nivel de impacto Social} = \frac{\sum \text{nivel de impactos}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto Social} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto Social} = 2,67$$

La matriz da como resultado que el Impacto Social que tiene la fábrica es **Alto Positivo**. Por lo que al implementar la tecnología se incrementa las fuentes de empleo en la parroquia para mejorar la calidad de vida de los habitantes con el fin de cubrir las necesidades básicas de los mismos por lo que se pagará salarios justos, de igual manera aumentar la producción de la fábrica "MUEBLES IDEAL" para la obtención de una mayor rentabilidad a la vez que en el corto plazo se incremente en tamaño y se expanda a través de la venta de sus productos a diferentes ciudades del país.

7.2 IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO N° 74

MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO								
NIVEL DE IMPACTO INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Competitividad							X	3
Alternativa de inversión						X		2
Rentabilidad							X	3
Costos de Producción						X		2
TOTAL						4	6	10

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: El Autor.

$$\text{Nivel de impacto Económico} = \frac{\sum \text{nivel de impactos}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto Económico} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto Económico} = 2,5$$

De acuerdo a los resultados de la matriz el impacto económico que brinda la fábrica es **Alto Positivo**. Ya que al implementar tecnología se aumentará la producción satisfaciendo las necesidades de los demandantes, se aumentará los niveles de competitividad entre los artesanos, además disminuir el índice de desempleo existente en la parroquia, y tratar de que la misma sea reconocida a nivel nacional por los productos elaborados por los artesanos y

así poder mejorar los ingresos de la parroquia con el fin de obtener un mejor crecimiento económico. De la misma manera que los productos elaborados por la fábrica sean comercializados de manera rápida para incrementar la producción y así obtener una mayor rentabilidad.

7.3 IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N° 75

MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL								
NIVEL DE IMPACTO INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Contaminación Ambiental	X							-3
Aprovechamiento de los recursos			X					-1
Manejo de desperdicios					X			1
TOTAL	-3		-1		1			-3

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

$$\text{Nivel de impacto Ambiental} = \frac{\sum \text{nivel de impactos}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto Ambiental} = \frac{-3}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto Ambiental} = -1$$

La matriz da como resultado que el Impacto Ambiental que tiene la fábrica es **Bajo Negativo**, ya que se utiliza el recurso natural “madera” para la elaboración del mueble por lo cual se incentivará a la ciudadanía para cumplir con las medidas de política ambiental para no perjudicar a las generaciones futuras con la deforestación de los bosques por lo que se realizaran campañas con el fin de reforestar las áreas perjudicadas.

7.4 IMPACTO ÉTICO

CUADRO N° 76

MATRIZ DE IMPACTO ÉTICO								
NIVEL DE IMPACTO INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Honestidad							X	3
Transparencia							X	3
Confiabilidad							X	3
TOTAL							9	9

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: El Autor.

$$\text{Nivel de impacto Ético} = \frac{\sum \text{nivel de impactos}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto Ético} = \frac{9}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto Ético} = 3$$

El puntaje de la matriz se encuentra en el nivel alto positivo, lo que determina que la honestidad. La transparencia y la confiabilidad es un factor clave para la fábrica para así posicionarse en el mercado. El estudio empleará procedimientos que no perjudiquen a las demás microempresas de la misma rama y participará en beneficio de la sociedad cumpliendo con las leyes e impuestos establecidos.

7.1 IMPACTO GENERAL

Los impactos que genera el proyecto son expuestos en una sola matriz. En esta matriz se analizará los impactos que afectan el desarrollo del proyecto para tener una idea general de los mismos.

CUADRO N° 77

MATRIZ DE IMPACTO GENERAL								
NIVEL DE IMPACTO INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO SOCIAL							X	3
IMPACTO ECONÓMICO							X	3
IMPACTO AMBIENTAL			X					-1
IMPACTO ÉTICO							X	3
TOTAL			-1				9	8

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: El Autor.

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\sum \text{nivel de impactos}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto General} = \frac{8}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto General} = 2$$

En forma general se concluye que la implementación de tecnología para la fabricación de juegos de sala de la fábrica “Muebles Ideal” generará un impacto medio positivo, considerándose como factible para su aplicación.

CONCLUSIONES

Del estudio de factibilidad para la implementación de tecnología para la fabricación de juegos de sala de la fábrica “Muebles Ideal”, de la parroquia San Francisco de Natabuela, del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, se establecen las siguientes conclusiones:

- El estudio es técnicamente viable debido a que los materiales, equipos y tecnología requeridos para la producción y comercialización de juegos de sala son de fácil acceso.
- A través del diagnóstico realizado se determinó que en el mercado local existen consumidores que desean adquirir juegos de sala de buena calidad elaborado por artesanos imbabureños.
- Al existir demanda de los juegos de sala, la producción contará con un alto grado de aceptación. El proyecto cubrirá el 1,75% de la demanda a satisfacer.
- Con la implementación de tecnología le permite a los propietarios de la fábrica optimizar los costos de producción y la capacidad instalada para así poder ofertar productos a precios competitivos.
- El estudio de factibilidad para la implementación de tecnología en el aspecto económico, ha demostrado ser rentable, resultando factible para su inversión ya que el porcentaje de utilidad es mayor al que ofrece el mercado financiero.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar al máximo los materiales y la tecnología adquirida, entregando productos de buena calidad que brinden comodidad y confort a los clientes, a la vez ofreciendo un buen servicio al momento de la venta de los juegos de sala.
- Aprovechar la oportunidad de la demanda existente, cumpliendo con los estándares de calidad establecidos para que los clientes se beneficien con los productos y no les represente gasto en el futuro.
- En el mercado local existe demanda a recuperar lo que beneficia a los propietarios de la fábrica para cumplir con sus objetivos económicos. Los propietarios de la fábrica deben contar con un stock de juegos de sala para ciertas temporadas donde la demanda aumenta en un mayor porcentaje.
- Controlar los costos y gastos de la fábrica, así como vender los juegos de sala directamente al consumidor eliminando a los intermediarios, para que el precio de venta sea accesible a los clientes.
- Aprovechar la factibilidad del proyecto realizando la inversión para obtener un mayor margen de utilidad, lo cual favorece a los propietarios de la fábrica para crecer económicamente.

BIBLIOGRAFÍA

- ABRAHAM, H. (2008). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Quinta edición. Editorial Thomson.
- BRAVO, M. y UBIDIA, C. (2007). Contabilidad de Costos. Primera edición. Editorial Nuevo Día. Quito.
- BRAVO, M. (2009). Contabilidad General. Novena edición. Editorial Nuevo día. Quito.
- CANTOS, E- (2009). Diseño y Gestión de Microempresas. Editorial Propad, Quito.
- FERNANDEZ, V. (2007). Manual para Elaborar un Plan de Mercadotecnia. Tercera edición. Editorial Mc Graw Hill. Madrid.
- FORSYTH, P. (2010). MARKETING las herramientas mas novedosas. Primera edición. Colección nueva economía. Quito.
- GARNICA, C. y MAUBERT, C. (2009). Fundamentos de Marketing. Primera Edición. Editorial Pearson, México.
- MONTEROS, E. (2005). Manual de Gestión Microempresarial. Universitaria Loja.
- NUÑEZ, R. (2007). Manual para la Elaboración de Proyectos de Inversión. Primera Edición. Editorial Trillas.

- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN LA CIENCIA Y LA CULTURA. (2009). Hablemos de la Artesanía. Editorial Unesco, Paris.
- ORIOL, A. (2008). Análisis Económico Financiero. 20ava edición. Editorial Gestión 2000.
- PEREZ, V. (2007). Calidad total en la Atención al Cliente. Primera edición. Editorial Ideas Propias. España.
- REY, J. (2009). Contabilidad General. Segunda edición. Editorial Paraninfo. España.
- SAPAG, N. (2007). Preparación y Evaluación de Proyectos. Editorial Mc Graw Hill.
- SARMIENTO, R. (2010). Contabilidad de Costos. Segunda Edición. Impresos Andinos S.A. Quito – Ecuador.
- SOTO, R. (2007). Pequeña Empresa. Editorial Pymes, Lima.
- VACA, G. (2010). Evaluación de Proyectos. Quinta edición. Editorial Mc Graw Hill. México.
- VARELA, R. (2010). Evaluación Económica de Proyectos de Inversión. Séptima edición. Editorial Mc Graw Hill. Bogota – Colombia.

- ZANNI, E. (2008). PATOLOGÍA DE LA MADERA, degradación y rehabilitación de estructuras de madera. Primera edición. Editorial Brujas. Argentina.

LINKOGRAFÍA

- www.es.wikipedia.org/wiki/F%C3%A1brica
- www2.uiah.fi/projekti/metodi/215 editada Pentti Routio
- <http://www.uiah.fi/projects/metodi/238.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa#Algunos_hitos_tecnol.C3.B3gicos_prehist.C3.B3ricos
- www.alegsa.com/.ar/Dic/tecnologia.php
- http://www.angelfire.com/dragon2/informatica/estudio_de_factibilidad.htm
- <http://solidaridad2010.blogia.com/2011/020306-concepto-de-diagnostico..php>
- <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-tecnico-el-estudio.html>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Encuestas aplicadas a los habitantes de las parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra.

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información para determinar la factibilidad de la implementación de tecnología para la fabricación de jugos de sala de la fábrica “MUEBLES IDEAL”.

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que usted crea conveniente y se acerque a su realidad.

Cuestionario:

1.- ¿Usted conoce si en la provincia existen fábricas que se dedican a la producción y comercialización de juegos de sala?

Si () **No** ()

2.- ¿Está dispuesto a adquirir juegos de sala de buena calidad elaborados por artesanos imbabureños.

Si () **No** ()

3.- ¿Qué modelo de juego de sala Ud. Prefiere?

Tapizado de 7 puestos () **Tapizado de 10 puestos**()

4.- ¿Cuál es el valor que usted destina/ría en la compra de juegos de sala para su hogar?

Tapizado de 7 puestos de \$450 a \$500 ()

Tapizado de 10 puestos de \$550 a 600 ()

5.- ¿Su compras de juegos de sala lo realizaría?

Con tarjeta de crédito () Con cheques ()

Letras de Cambio ()

6.- ¿Dónde compra usted los juegos de sala?

En los almacenes () En los talleres ()

7.- ¿Su elección anterior se debe a?

Calidad () Precio ()

Diseño () Modelos y colores ()

Las anteriores ()

8.- ¿Conoce los materiales con los son elaborados los juegos de sala que se comercializan en la ciudad de Ibarra?

Si () **No** ()
Un poco ()

9.- ¿Con que frecuencia compra los juegos de sala?

Anual () **Cada Dos Años** ()
Cada Cinco Años ()

10.- ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

Entre 100 y 200 () **Entre 201 y 300** ()
Entre 301 y 400 () **No aplica** ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

Entrevista aplicada a los fabricantes de juegos de sala de la ciudad de Ibarra

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información para determinar la factibilidad de la implementación de tecnología para la fabricación de jugos de sala de la fábrica MUEBLES IDEAL.

CUESTIONARIO:

1.- ¿La producción anual de su taller es vendida en:

Su totalidad () Parcial () En qué porcentaje?.....

2.- ¿Con su taller alcanza a abastecer los juegos de sala requeridos por los clientes?

Si () No ()

3.- ¿Cuál es su capacidad de producción mensual de los juegos de sala?

.....
.....

4.- ¿Qué porcentaje cree usted que se ha disminuido la demanda con respecto a los años anteriores por el ingreso de competidores de otras provincias?

.....
.....

5.- ¿Ha ampliado su taller en base a la expansión de la demanda

Si () No ()

6.- ¿Qué limitaciones ha tenido usted para no poder cumplir con lo requerido por sus clientes?

.....
.....

7.- ¿Estaría dispuesto a cambiar la madera por otro producto debido a la escasez de la madera.

Si () No ()

8.- ¿De qué forma comercializa su producción:

Vendiendo a los almacenes ()

Entregando directo a los clientes

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Entrevista aplicada al director del Gremio de Artesanos.

OBJETIVO: La presente entrevista tiene como finalidad recopilar información para determinar la factibilidad de la implementación de tecnología para la fabricación de jugos de sala de la fábrica MUEBLES IDEAL.

Cuestionario:

1.- ¿Cual es el objetivo del Gremio?

.....
.....
.....

2.- ¿Cuáles son las políticas?

.....
.....
.....

3.- ¿Considera usted que los talleres tienen una estructura organizacional y un manual de funciones artesanal?

.....
.....

4.- ¿Qué tiempo de funcionamiento tiene el Gremio?

.....
.....

5.- ¿Usted cree que los artesanos tienen algún tipo de problema al comercializar sus productos?

.....
.....

6.- ¿Considera que hay competencia proveniente de otros lugares?

.....
.....

7.- ¿La demanda de los artesanos imbabureños se ha visto afectada por la competencia proveniente de otras provincias?

.....
.....

8.- ¿Existe ayuda por parte del gobierno a los artesanos imbabureños?

.....
.....

9.- ¿Los talleres imbabureños de producción de juegos de sala cuentan con mano de obra calificada?

.....
.....

10.- ¿Qué porcentaje cree que los artesanos consideran como utilidad del precio de los productos que fabrican?

.....
.....

11.- ¿Cuentan con un plan de capacitación artesanal para los artesanos?

.....
.....

12.- ¿En qué área se capacita más a los artesanos?

.....
.....

13.- ¿Con que frecuencia capacitan a los artesanos?

.....
.....
.....

14.- ¿Existen problemas en las capacitaciones de los artesanos?

.....
.....

15.- ¿En un promedio cuantos trabajadores tienen las fabricas medianas de juegos de sala?

.....
.....

16.- ¿El nivel tecnológico de los talleres que fabrican juegos de sala es alto, medio o bajo?

.....
.....

17.- ¿A que considera usted que se debe que el nivel tecnológico de los talleres no se innova con frecuencia?

.....
.....

18.- ¿Qué problemas frecuentes tienen los talleres artesanales para la fabricación de juegos de sala?

.....
.....

19.- ¿Considera usted que los artesanos estarían dispuestos a implementar tecnología si el Estado otorga créditos con interés más bajos y aplazamiento del tiempo de pago?

.....
.....

20.- ¿Qué beneficios aspiraría que el Estado de al artesano?

.....
.....

21.- ¿Qué ventajas traería llevar a cabo una feria anual de muebles?

.....
.....

22.- ¿Considera que la infraestructura y la maquinaria que disponen los artesanos son adecuadas para la fabricación de juegos de sala?

.....
.....

23.- ¿Cuáles son los beneficios de pertenecer al gremio de artesanos?

.....
.....

24.- ¿Existen lugares dónde los artesanos puedan adquirir los insumos para el normal funcionamiento de sus talleres?

.....
.....

25.- ¿Conoce si los artesanos tienen algún tipo de financiamiento con sus proveedores?

.....
.....

26.- ¿Considera que la fabricación de juegos de sala les ha permitido a los artesanos obtener un ingreso adicional y una mejora de la calidad de vida de sus familiares?

.....
.....

27.- ¿Usted cree que los productos de los artesanos son reconocidos en el mercado local por su calidad?

.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

DATOS HISTÓRICOS DE LA FÁBRICA:

RESUMEN DE VENTAS	
AÑO	VENTAS TOTALES (\$)
2004	13780
2005	18131
2006	27514
2007	22006
2008	26990
2009	35526
2010	30716

**Fuente: Investigación directa.
Elaborado por: El Autor**