



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y
COMERCIALIZACION DE MUEBLES DE OFICINA EN LA PARROQUIA LA
ESPERANZA CANTÓN PEDRO MONCAYO PROVINCIA DE PICHINCHA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTOR(A):

MOROCHO FARINANGO EVELYN CAROLINA

DIRECTOR

ECON. CERVANTES FERNÁNDEZ LUIS ARTURO

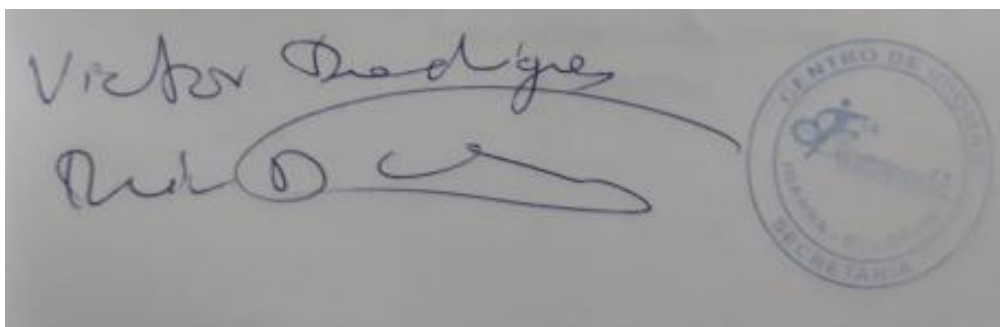
IBARRA, 2019

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de emprendimiento tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de muebles de oficina en la parroquia La Esperanza, Cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha. Para llevar a cabo este estudio, se inicia con la realización de un diagnóstico situacional, mediante la cual se analiza la información correspondiente a los aspectos económicos, sociales, demográficos, tecnológico y regulatorio, con la finalidad de determinar y analizar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, lo que a su vez ha permitido identificarla oportunidad de inversión para llevar a cabo la propuesta. Posteriormente se realizó el estudio de mercado identificando la oferta, demanda, e incluso la demanda insatisfecha, información que fue recopilada a través de la entrevista y las encuestas a la muestra poblacional, el estudio técnico facilitó determinar el entorno idóneo para la creación de la microempresa, la compra de material necesario y proveedores de materia prima, insumos, igualmente el estudio financiero ayudó a establecer la inversión con relación a los ingresos, costos y gastos que mantendrá la microempresa, es decir definir la estructura del financiamiento y todo lo relacionado con la puesta en marcha del proyecto a través de los estados e indicadores financieros. En cuanto a la estructura organizacional se analizó los aspectos legales y administrativos para el correcto manejo de la empresa, finalmente se procedió al análisis de los diferentes impactos que como emprendimiento generará una vez ejecutado como son el impacto social, económico, ambiental los cuales dieron como resultado que serán positivos para la colectividad y medio ambiente. Finalmente se pudo confirmar la factibilidad de la realización del proyecto.

ABSTRACT

This project aims to determine how feasible is the creation of a microenterprise to manufacture and market office furniture in La Esperanza parish, in Pedro Moncayo Canton, in the province of Pichincha. The study began with a situational diagnosis, where the social, demographic, technological and regulatory aspects are analyzed, in order to determine allies, opponents, opportunities and risks to identify the investment opportunity for this proposal. Subsequently, the market study was carried out to identify supply, demand, non-satisfied demand, this information was gathered through an interview applied to the population sample, and the technical study provided the ideal environment for the creation of the microenterprise, the purchase of necessary material and suppliers of raw materials. The financial study established the investment related to the income, the costs and the expenses, to sustain the microenterprise, through financial statements and indicators the financial structure and other components related to the implementation of this project were defined. In the organizational structure the legal and administrative aspects were analyzed for the appropriate company management, finally the different impacts of the company are considered, such as the social, economic and environmental. Confirming the feasibility of this project.



Victor D. D.

SECRETARIA

AUTORÍA

Yo, Evelyn Carolina Morocho Farinango portador de la cedula de ciudadanía N.º 172787298-6, declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí descrito: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES DE OFICINA EN LA PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTON PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA.”**, es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes de información y referencias bibliográficas incluidas en este documento.



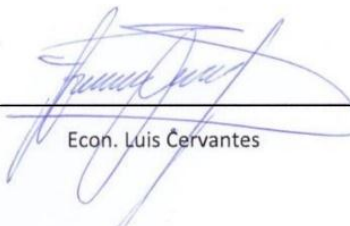
Evelyn Carolina Morocho Farinango

C.I: 172787298-6

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada Evelyn Carolina Morocho Farinango, para obtener el título de **INGENIERIA COMERCIAL**, cuyo tema es: “**CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES DE OFICINA EN LA PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTON PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA.**”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación del tribunal examinador que se le asigne.

Atentamente,



Econ. Luis Cervantes



CESION DE DERECHOS A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

TECNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

Yo, Evelyn Carolina Morocho Farinango, portador de la cedula de identidad N.º 172787298-6, 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 (es) del trabajo de grado denominado: : “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES DE OFICINA EN LA PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTON PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERIA COMERCIAL 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 entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma: _____

Nombre: Evelyn Carolina Morocho Farinango

Cedula: 172787298-6

Fecha: 12 de junio del 2019.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172787298-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Morocho Farinango Evelyn Carolina		
DIRECCIÓN:	Tabacundo, La esperanza, Vicente Solano, calle valencia.		
EMAIL:	caromorocho@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	022112-019	TELÉFONO MÓVIL:	0989851932
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES DE OFICINA EN LA PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTON PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA”		
AUTOR:	Morocho Farinango Evelyn Carolina		
FECHA:	12 de junio del 2019		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	Pregrado		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera Comercial		
ASESOR/DIRECTOR:	Econ. Luis Cervantes		

2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra de la presente autorización es original y se ha desarrollado sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad Técnica del Norte en caso de reclamo de terceros.

Ibarra, a los 12 días del mes de junio del 2019.

AUTORA:



Morocho Farinango Evelyn Carolina

C.I: 172787298-6

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado principalmente a Dios, por haber permitido llegar hasta este punto, haberme dado salud para lograr mis objetivos y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, Natividad y Enrique, por ser el regalo más preciado que Dios me dio, por todo su amor, su apoyo fundamental e incondicional y sacrificio en todos estos años. A mi madre por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por toda su motivación, pero más que nada por su amor. A mi padre, por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor, son los mejores padres.

A mis hermanos, Vinicio, Danny, Jeremy y Maite por estar siempre presentes con su cariño, amor y por el apoyo incondicional y moral que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida y por creer en mí.

A mi pareja, Joao por todo su apoyo incondicional en estos momentos tan importantes para mí, por ser la pareja idónea quien me brinda todo su amor, comprensión, a través de sus consejos y paciencia me ayudó a concluir esta meta.

Carolina Morocho

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi gratitud a Dios, por ser mi guía, por todas sus bendiciones y acompañarme en el transcurso de mi vida.

Agradezco infinitamente a mis padres, Natividad y Enrique, por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente en todos estos años, por ser mi mayor inspiración, que, a través de su amor, apoyo, paciencia, buenos valores me ayudan a trazar mi camino. Los amo con mi vida.

Agradezco de corazón a mis hermanos Vinicio, Danny, Jeremy y Maite por estar siempre pendientes de mí en todo momento del proceso de mi vida estudiantil, porque siempre confiaron y creyeron en mí, en que lograría esta meta.

Agradezco de todo corazón a Joao, por ser un apoyo incondicional, gracias por todo su amor, paciencia y respaldo que me ha brindado y poder cumplir mis objetivos.

A todas las personas, familiares, amigos que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Carolina Morocho

PRESENTACIÓN

Para ejecutar el presente proyecto se seguirá una metodología que define los componentes o las etapas del estudio del emprendimiento y que se interactúan de manera directa con los objetivos específicos descritos.

Capítulo I. Diagnóstico situacional el cual permitió conocer y establecer aspectos relevantes como la ubicación donde se pretende desarrollar el proyecto de forma efectiva, se determinó antecedentes y datos históricos de los establecimientos que incurieron anteriormente en este tipo de emprendimiento.

El Capítulo II hace referencia a la base científica sobre todos los temas y subtemas a tratarse a través de la investigación. El Marco Teórico es una investigación preliminar sobre documentos y libros para tomar decisiones en el diseño de la investigación, sirve para tener una teoría o modelo teórico como referencia para saber qué es lo que se investigará.

El capítulo III constituye el estudio de mercado en el cual se determinará la aceptación del producto, oferta, demanda, así como también determinará las estrategias de comercialización.

En el capítulo IV se realizará un estudio técnico que consistirá en determinar la localización del proyecto, además se detallarán los procesos de producción, comercialización, equipos, materia prima, talento humano, obteniendo un presupuesto, para determinar su inversión y financiamiento.

El capítulo V tratará sobre el estudio financiero que determinará la factibilidad del proyecto a través de presupuestos, indicadores y estados financieros para tener una visión clara de la situación económica que tendrá la microempresa.

En el Capítulo VI tratará sobre la forma en la que el emprendimiento pasará a convertirse en una microempresa puesto que deberá contar con todos los permisos legales para su constitución y con el respectivo manual de funciones para sus empleados, así como también con su misión, visión, políticas, filosofía y valores corporativos para su buen desempeño.

En el capítulo VII se establecen los principales impactos que generará la creación de la microempresa en los aspectos: social, económico y ambiental. Finalmente, se determinará las conclusiones y recomendaciones de aspectos claves y relevantes que pueda generar la factibilidad del proyecto.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	II
ABSTRACT	III
AUTORÍA	IV
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	V
CESION DE DERECHOS A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE.....	VI
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VII
CONSTANCIAS	VIII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTOS.....	X
PRESENTACIÓN	XI
1. TEMA:	XXIV
2. ANTECEDENTES.....	XXIV
3. JUSTIFICACIÓN.....	XXIV
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	XXV
5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	XXV
6. OBJETIVOS.....	XXVI
7. DESARROLLO	XXVI
CAPITULO I.....	23
1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	23
1.1. INTRODUCCIÓN	23
1.2. OBJETIVOS	23
1.2.1. Objetivo general.....	23
1.2.2. Objetivos específicos.....	23
1.3. Variables Diagnósticas.....	24
1.4. Indicadores.....	24
a) Aspecto económico.....	24
b) Aspecto social.....	24
c) Aspecto Demográfico.....	25
d) Aspecto Tecnológico	25
e) Aspecto Reglamentario	25
1.5. Matriz De Relación Diagnostica.....	25
1.6. Análisis De La Matriz Diagnostica.....	27
1.6.1. Aspecto económico	27

1.6.2. Aspecto Social	28
1.6.3. Aspecto demográfico	30
1.6.4. Aspecto Tecnológico	32
1.6.5. Aspecto Regulatorio	35
1.7. Matriz AOOR	38
1.8. Determinación de la oportunidad del negocio	39
CAPITULO II.....	41
2. MARCO TEORICO	41
2.1. Microempresas.....	41
2.2. Beneficios de una microempresa	42
2.3. Sector de la actividad industrial	43
2.4. Sector de la metalmecánica	44
2.5. Muebles.....	44
2.6. Tipos de muebles	45
2.7. Muebles de oficina	46
2.8. Tipos de muebles de oficina.....	46
2.9. Materiales complementarios	47
2.10. Talento humano	48
2.11. Estudio de mercado	49
2.12. Segmentación de mercado.....	49
2.14. Oferta	50
2.15. Demanda	51
2.16. Precio.....	52
2.17. Comercialización	53
2.17. Localización	53
2.18. Micro Localización.....	53
2.19. Macro localización.....	54
2.20. Tamaño del proyecto	55
2.21. Inversion.....	55
2.22. Capacidad instalada	56
2.23. Costos de producción.....	57
2.24. Gastos Administrativos	57
2.25. Gastos de venta.....	58
2.26. Gastos Financieros	58
2.27. Capital de Trabajo	59
2.28. Presupuesto de ingreso.....	59

2.29. Presupuesto de gastos	60
2.30. Estados financieros	60
2.31. Visión	61
2.32. Misión.....	62
2.33. Organigrama estructural	62
2.34. Impacto económico.....	63
2.35. Impacto social	63
2.36. Impacto Ambiental.....	64
CAPITULO III	65
3. ESTUDIO DE MERCADO	65
3.1. INTRODUCCIÓN	65
3.2. OBJETIVOS	65
3.2.1. Objetivo General	65
3.2.2. Objetivos Específicos.....	65
3.3. Variables e indicadores	66
a) Producto	66
b) Demanda	66
c) Oferta	66
d) Precio	66
e) Comercialización	67
3.4. Relación matriz de Estudio de Merado.....	68
3.5. Identificación del Producto	69
3.5.1. Características del producto	72
3.6. Segmentación del mercado	73
3.6.1. Identificación de la población	73
3.6.2. Mercado meta	73
3.6.3. Cálculo de la muestra	74
3.6.4. Formula	74
3.6.5. Cuadros de resultado	75
3.6.6. Entrevista	86
3.7. Análisis de la demanda	86
3.8. Análisis de la oferta	88
3.8. Demanda insatisfecha	88
3.9. Análisis y determinación de los precios	89
3.10. Estrategias de comercialización.....	90

3.10.1. Marketing Mix (4Ps)	91
3.10.2. Producto	91
3.10.3. Precio.....	92
3.10.4. Plaza	92
3.10.5. Promoción	93
3.11. Conclusiones del estudio de mercado	93
CAPITULO IV	94
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	94
4.1. INTRODUCCIÓN	94
4.2. OBJETIVOS	94
4.2.1. Objetivo general.....	94
4.2.2. Objetivos específicos.....	94
4.3. Localización del proyecto	95
4.3.1. Macro localización.....	95
4.3.2. Micro localización.....	97
4.4. Tamaño del proyecto	99
4.4.1. Capacidad del proyecto.....	99
4.4.2. Disponibilidad de Recursos Financieros	99
4.4.3. Disponibilidad de materia prima.....	100
4.4.4. Disponibilidad de mano de obra	101
4.5. Inversión del proyecto	101
4.5.1. Distribución de áreas.....	101
4.5.2. Infraestructura física	102
4.6. Flujograma de procesos	104
4.6.1. Procesos de producción	104
4.7. Inversiones	106
4.7.1. Activos fijos	106
4.7.2. Infraestructura	107
4.7.3. Costos de producción.....	110
4.8. Gastos administrativos	115
4.8.1. Sueldos.....	115
4.8.2. Servicios básicos.....	116
4.9. Gasto ventas	116
4.10. Gastos de constitución	117
4.11. Capital de trabajo	117

4.12. Resumen de la inversion Total.....	118
4.12. Financiamiento.....	119
4.12. Amortización de la deuda	119
CAPITULO V	121
5. ESTUDIOS FINANCIEROS	121
5.1. INTRODUCCIÓN	121
5.2. OBJETIVOS	121
5.2.1. Objetivo general.....	121
5.2.2. Objetivos específicos.....	121
5.3. Presupuesto de ingresos	121
5.4. Presupuesto de costos y gastos	123
5.4.1. Costos directos de fabricación	123
5.4.2. Costos indirectos de fabricación	124
5.4.3. Resumen costo de producción.....	125
5.4.4. Gastos administrativos.....	126
5.4.5. Gasto ventas.....	127
5.4.6. Gastos financieros	127
5.4.7. Gasto depreciaciones	128
5.4.8. Gastos de constitución	128
5.5. Estados financieros	129
5.5.1. Estado de situación inicial	129
5.5.2. Estado de resultados	131
5.5.3. Flujo de efectivo	132
5.6. Evaluación financiera.....	133
5.6.1. Punto de equilibrio.....	133
5.7. Conclusión del capítulo	135
CAPITULO VI.....	136
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	136
6.1. INTRODUCCIÓN	136
6.2. OBJETIVOS	136
6.2.1. Objetivo general.....	136
6.3. Nombre de la Microempresa.....	137
6.4. Logotipo.....	138
6.5. Misión	138
6.6. Visión.....	138

6.7. Principios	139
6.8. Políticas.....	139
6.8.1. Políticas de producción	139
6.8.2. Políticas de calidad.....	139
6.8.3. Políticas de comercialización.....	140
6.8.4. Políticas de talento humano	140
6.8.5. Políticas ambientales.....	140
6.9. Valores	141
6.10. Organigrama Estructural.....	142
6.11. Manual de funciones	142
6.11.1. UNIDAD ADMINISTRATIVA.....	143
6.11.2. OPERARIO.....	144
6.11.3. VENTAS.....	145
6.12. Aspectos legales de funcionamiento.....	147
6.12.1. Requisitos para sacar el Ruc.....	147
6.12.2. Requisitos para permiso de bombero.....	147
6.12.3. Requisitos para obtener la patente.....	148
CAPITULO VII.....	149
7. IMPACTOS	149
7.1. INTRODUCCIÓN	149
7.2. OBJETIVOS	149
7.2.1. Objetivo general.....	149
7.2.2. Objetivos específicos.....	149
7.3. Evaluación de impactos	150
7.4. Análisis de impactos	150
7.5. Impacto económico.....	151
a) Generación de empleo	152
b) Desarrollo del sector.....	152
c) Inversiones.....	152
d) Productividad.....	152
7.6. Impacto social	153
a) Fuentes de trabajo.....	154
b) Calidad de vida	154
c) Trabajo en equipo	154
d) Producto novedoso	154

7.7. Impacto ambiental.....	155
a) Manejo adecuado de los desechos	155
b) Contaminación ambiental.....	156
c) Perjudicial para la salud.....	156
d) Ubicación sectorial	156
CONCLUSIONES.....	158
RECOMENDACIONES	160
BIBLIOGRAFÍA	162
ANEXOS	168

TABLA DE CONTENIDO

Tabla 1 Matriz relación diagnostica	26
Tabla 2 Tipos de maquinaria	32
Tabla 3 Inventario de herramientas	33
Tabla 4 Tipos de maquinarias.....	34
Tabla 5 Matriz AOOD	38
Tabla 6 Matriz de estudio de mercado	68
Tabla 7 Segmentación del mercado.....	73
Tabla 8 Frecuencia de adquisición	76
Tabla 9 Tipos de muebles.....	77
Tabla 10 Frecuencia de compra.....	78
Tabla 11 Aspectos	79
Tabla 12 Precio referencial.....	80
Tabla 13 Probabilidad de compra.....	81
Tabla 14 Canal comercial	82
Tabla 15 Medio publicitario	83
Tabla 16 Formas de pago.....	84
Tabla 17 Promociones	85
Tabla 18 Comportamiento de la demanda actual	88
Tabla 19 Análisis de la oferta.....	88
Tabla 20 Demanda insatisfecha.....	89
Tabla 21 Determinación del precio	90
Tabla 22 Capacidad de producción	99
Tabla 23 Disponibilidad de materia prima	100
Tabla 24 Distribución de la planta.....	102
Tabla 25 Adecuación de la planta	107
Tabla 26 Equipo tecnológico.....	107
Tabla 27 Herramientas.....	108
Tabla 28 Maquinaria.....	108
Tabla 29 Suministros de oficina	109
Tabla 30 Muebles y Enseres.....	109
Tabla 31 Resumen de la inversion fija	110
Tabla 32 Materia prima directa en sillas	111
Tabla 33 Materia prima directa en escritorios	111

Tabla 34 Materia prima directa en archivadores	112
Tabla 35 Materia prima directa en bibliotecas	112
Tabla 36 Sueldos y salarios	113
Tabla 37 Materia prima indirecta en sillas	113
Tabla 38 Materia prima indirecta en escritorios	114
Tabla 39 Materia prima indirecta en archivadores	114
Tabla 40 Materia prima indirecta en bibliotecas	115
Tabla 41 Salario de mano de obra indirecta	115
Tabla 42 Servicios básicos	116
Tabla 43 Gasto publicidad.....	116
Tabla 44 Gasto constitución	117
Tabla 45 Inversión de capital de trabajo.....	118
Tabla 46 Resumen de la inversión.....	118
Tabla 47 Financiamiento	119
Tabla 48 Amortización de la deuda.....	120
Tabla 49 Presupuesto de ingresos.....	122
Tabla 50 Mano de obra directa anual	123
Tabla 51 Materia prima directa	124
Tabla 52 Materia prima indirecta anual.....	124
Tabla 53 Resumen de costos de producción.....	125
Tabla 54 Salario de mano de obra indirecta	126
Tabla 55 Servicios básicos anuales	126
Tabla 56 Resumen gastos administrativos	127
Tabla 57 Gasto ventas.....	127
Tabla 58 Resumen de interés.....	128
Tabla 59 Gastos depreciables anuales	128
Tabla 60 Gastos depreciables anuales	129
Tabla 61 Estado de situación inicial	130
Tabla 62 Estado de resultados	131
Tabla 63 Flujo de efectivo	132
Tabla 64 Punto de equilibrio	133
Tabla 65 Análisis punto de equilibrio.....	135
Tabla 66 Evaluación de impactos.....	150
Tabla 67 Nivel de impacto.....	151

Tabla 68 Nivel de impacto.....	153
Tabla 69 Nivel de impacto.....	155

TABLAS DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Porcentaje en educación	29
Ilustración 2 Porcentaje de la población.....	30
Ilustración 3 Porcentaje de ocupación por actividad	31
Ilustración 4 Escritorios de oficina.....	70
Ilustración 5 Sillonería	71
Ilustración 6 Biblioteca.....	71
Ilustración 7 Archiveros.....	72
Ilustración 8 Frecuencia adquisición mueble	76
Ilustración 9 Tipo de mueble	77
Ilustración 10 Frecuencia de compra.....	78
Ilustración 11 Aspectos	79
Ilustración 12 Precio referencial.....	80
Ilustración 13 Probabilidad de compra.....	81
Ilustración 14 Canal comercial	82
Ilustración 15 Medio Publicitario	83
Ilustración 16 Forma de pago	84
Ilustración 17 Promociones	85
Ilustración 18 Las 4 Ps de la mercadotecnia	91
Ilustración 19 Macro localización	96
Ilustración 20 Macro localización	96
Ilustración 21 Micro localización.....	98
Ilustración 22 Infraestructura.....	103
Ilustración 23 Flujograma de procesos.....	104
Ilustración 24 Punto de equilibrio	134
Ilustración 25 Logotipo	138
Ilustración 26 Organigrama Estructural	142

1. TEMA:

“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES DE OFICINA EN LA PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTON PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA.”

2. ANTECEDENTES

El Cantón Pedro Moncayo, Provincia de Pichincha se encuentra en la Zona 2 de planificación, la cual cuenta con 5 Parroquias con un total 33 172 habitantes, su población económicamente activa se dedica a la agricultura, ganadería, florícola y en un porcentaje de 20% se dedica al sector de metal mecánica. Actualmente, en la Parroquia La Esperanza existen 4 microempresas que se dedican a la fabricación de muebles de oficina.

El área del sector metalmecánica en la parroquia La Esperanza busca incrementar sus ventas y abrirse a nuevos mercados, dando la oportunidad de generar más fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida y actualmente la matriz productiva en el país se encuentra promoviendo el desarrollo en las micro y pequeñas empresas encaminadas a la fabricación de productos procesados y en este caso la fabricación de muebles de oficina, y así tener menos importaciones y se pueda promover el trabajo nacional.

Así como el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) busca incrementar la producción nacional, el Ministerio de Ambiente controla y regula el impacto ambiental que causan las industrias.

3. JUSTIFICACIÓN

La implementación de una fábrica de muebles de oficina en el sector metalmecánico, surge como una idea de mejorar o satisfacer la posible demanda insatisfecha mejorando las condiciones y calidad de vida de los clientes, la misma que se encontraría ubicada en

la Parroquia La Esperanza, Cantón Pedro Moncayo, la provincia de Pichincha, esta microempresa contará con un proceso de producción muy estricto utilizando las herramientas, maquinarias y materia prima con altos estándares de calidad adecuados para la fabricación de cada uno de sus muebles y nosotros como microempresa tenemos la obligación de implantar normas ambientales en nuestra empresa, así como el uso adecuado y racional de la materias primas a utilizarse en la fabricación del mueble de oficina, con los retazos de materiales se podría realizar pequeños basureros, porta papeles entre otros, tratando de reutilizar siempre la materia prima, y a sí mismo con la pintura electrostática que utilizaremos para pintar los muebles tiene que ser amigable para el medio ambiente y con los residuos de pintura podemos pintar y crear algún producto.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A pesar de la existencia de 4 micro empresas dedicadas a la fabricación de muebles de oficina en la Parroquia La Esperanza, se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha por parte de los clientes, puesto que no se sienten conformes y a gustos con los precios y diseños que ofrecen las mismas, y por ello el surgimiento de la oportunidad para la creación de una nueva microempresa de muebles la cual ofrecerá a sus clientes productos de buena calidad con precios accesibles y cómodos, permitiendo la penetración a nuevos mercados por la innovación, variedad y diseños del mueble a gusto y preferencia del cliente.

5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Existe la oportunidad de crear una microempresa de fabricación y comercialización de muebles de oficina en La Parroquia La Esperanza del Cantón Pedro Moncayo?

6. OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Crear una microempresa dedicada de fabricación y comercialización de muebles de oficina en la parroquia La Esperanza, Cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha.

6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Desarrollar un diagnóstico situacional del entorno para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Elaborar un marco teórico conceptual y legal.
- Realizar un estudio de mercado para determinar demanda, oferta, precios y comercialización de los productos.
- Elaborar un estudio técnico que permita delimitar la localización, tamaño y las inversiones que requeriría el proyecto.
- Efectuar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.
- Diseñar la estructura técnica organizacional del proyecto para la creación de la microempresa.
- Establecer los principales aspectos que generará la implementación del proyecto.

7. DESARROLLO

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.1. INTRODUCCIÓN

Según datos de la Federación Ecuatoriana de Industrias del Metal (FEDIMETAL), el sector contribuye a la economía nacional con 1.8% del PIB, a nivel de toda la industria manufacturera el sector metalmeccánico representa aproximadamente el 12% de su PIB.

La capacidad de producción de la industria metalmeccánica ecuatoriana supera los 2.1 millones de toneladas al año, está presente con sus productos en todas las actividades económicas relacionadas con la agricultura, la agroindustria, la industria manufacturera, de hidrocarburos, de generación y transmisión de energía eléctrica, de telecomunicaciones, transporte, así como en comercio y servicios. Su mayor concentración está en Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Latacunga y Manta.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Desarrollar un diagnóstico situacional del entorno para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto para lograr establecer la oportunidad de la inversión.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar la situación económica actual del cantón Pedro Moncayo.
- Determinar el entorno demográfico y geográfico del sector para identificar la población al cual va dirigido el producto.
- Identificar los aspectos sociales del Cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha.

- Identificar los aspectos tecnológicos para llevar a cabo el proceso de producción de los muebles.
- Determinar los aspectos legales para la creación de la microempresa dedicada a la fabricación de muebles para oficina.

1.3. Variables Diagnósticas

En el diagnóstico situacional se va a tomar en cuenta al momento de realizar el texto de la investigación, se utilizará como referencia algunas variables, las mismas que permitirá avanzar dicho diagnóstico de la mejor manera.

- Aspecto Económico
- Aspecto Social
- Aspecto Demográfico y Geográfico
- Aspecto Tecnológico
- Aspecto Regulatorio

1.4. Indicadores

a) Aspecto económico

- Sector Industrial
- Sector Servicios
- Sector comercial

b) Aspecto social

- Educación
- Cultura

c) Aspecto Demográfico

- Población
- PEA
- Ubicación territorial

d) Aspecto Tecnológico

- Maquinaria
- Herramientas
- Materia prima
- Redes sociales

e) Aspecto Reglamentario

- Leyes
- Permisos

1.5. Matriz De Relación Diagnostica

La matriz de relación diagnostica o de operacionalización de las variables se estructura en base a los objetivos específicos que se requiere obtener del diagnóstico situacional.

Tabla 1 Matriz relación diagnostica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTES
Determinar la situación económica actual del cantón Pedro Moncayo.	Aspecto económico	<ul style="list-style-type: none"> • Sector industrial • Sector servicios • Sector comercial 	Investigación documentada	Secundarias
Identificar los aspectos sociales del Cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha.	Aspectos sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Educación • Cultura 	Investigación documentada	Secundaria INEC
Determinar el entorno demográfico y geográfico del sector para identificar la población al cual va dirigido el producto.	Aspecto demográfico y geográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Población • PEA • Ubicación territorial 	Investigación documentada	Secundarias INEC
Identificar los aspectos tecnológicos para llevar a cabo el proceso de producción de los muebles.	Aspecto tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria • Herramientas • Materia prima • Redes sociales 	Investigación documentada	Secundarias
Determinar el aspecto regulatorio para la creación de la microempresa dedicada a la fabricación de muebles de oficina.	Aspecto regulatorio	<ul style="list-style-type: none"> • Leyes • Permisos 	Investigación documentada	Secundarias

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

1.6. Análisis De La Matriz Diagnostica

1.6.1. Aspecto económico

1.6.1.1 Sector industrial

Las empresas industriales hacen parte del sector secundario de la economía nacional, y forman parte de sector económico más importante del país

El sector industrial en la provincia de Pichincha crece a un ritmo moderado, este sector industrial ha logrado un crecimiento moderado durante los últimos 5 años en lo que implica la transformación de materias primas a través de lo más variados procesos.

En el Cantón Pedro Moncayo las industrias toman un rol muy importante y se considera a esta actividad como un potencial aliado, debido a que nos proveerá de materia prima en el cual nos ayudará en la creación de la microempresa de fabricación y comercialización de muebles de oficina creando muebles con mejores diseños, de alta calidad e innovadores.

1.6.1.2. Sector servicios

Otro de los factores muy importantes que debemos tomar en cuenta y que debemos conocer dentro de la variable económica es el sector servicio o sector terciario, ya que se tomará en consideración el servicio que se brindará tanto como en lo comercial, en el transporte y el personal técnico para el mantenimiento preventivo de la maquinaria, herramientas y equipos, con lo cual poder obtener un proceso de fabricación más eficiente y eficaz satisfaciendo los distintos requerimientos del consumidor, si sabemos detectar bien a los servicios que se brindan en el Cantón Pedro Moncayo podremos detectar a nuestra posible competencia y de esta manera la estudiaremos más a fondo para evitar problemas en el futuro

1.6.1.3. Sector comercial

El sector comercial en el aspecto económico tiene un papel protagónico en la compra y venta de bienes al por mayor o menor, ya que, a pesar de los avances tecnológicos, el comercio en el Cantón Pedro Moncayo representa la principal fuente de empleos en la economía local, ya que el sector se ha diversificado y ha adquirido nuevas tendencias para lograr un desarrollo económico, integrado y acelerado; capaz de propiciar un aumento en el número de empleos creados.

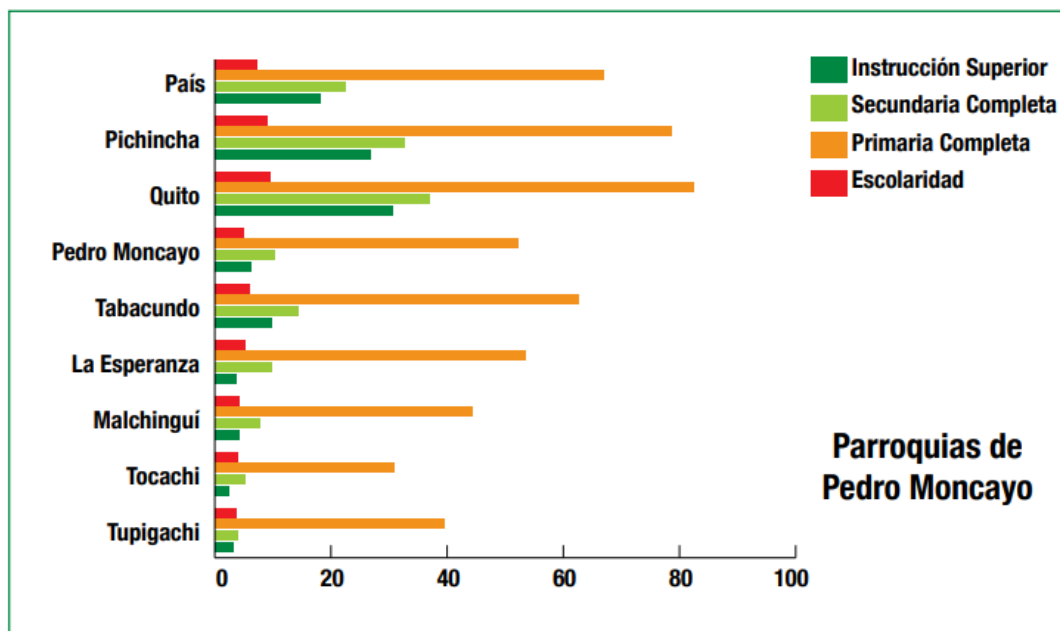
1.6.2. Aspecto Social

1.6.2.1. Educación

En el Cantón Pedro Moncayo provincia de Pichincha la población en educación es del 5% en escolaridad, 52% en primaria completa, seguidamente de un 10% en secundaria completa y finalmente encontramos la etapa de Instrucción superior con un porcentaje del 9%, con estos datos estadísticos podemos decir que la mayoría de población en educación corresponde con un 52% a la primaria completa.

Y a la actualidad, con el aumento de empresas, instituciones educativas, en Tabacundo, se podrá tener una mayor demanda de muebles para las oficinas.

Ilustración 1 Porcentaje en educación



Fuente: SIISE v 3.5 INEC

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Carolina Morocho

1.6.2.2. Cultura

La ciudad de Tabacundo es la sede del Primer Encuentro de Patrimonios Culturales Inmateriales del Ecuador, que es uno de los proyectos ganadores de los Fondos Concursables 2016-2017 del Ministerio de Cultura y Patrimonio, en el Cantón Pedro Moncayo se realiza la cultura a través del arte, la danza y la música. Conjuntamente con la Unidad de Cultura, de la Dirección de Gestión de Desarrollo Comunitario Integral se puede llevar a cabo o proponer diversos proyectos culturales en beneficio del Cantón Pedro Moncayo. Ya que la cultura también se relaciona con el desarrollo de nuestra actitud pues nuestros valores influyen en la forma en que vivimos, esto nos ayuda a fortalecer el desarrollo e identidad bajo un enfoque de interculturalidad y desarrollar la industria turística con alternativa de mejorar la matriz productiva.

1.6.3. Aspecto demográfico

1.6.3.1. Población y PEA

Ilustración 2 Porcentaje de la población

• El cantón PEDRO MONCAYO cuenta con 5 parroquias.	
• Representa el 3.5% del territorio de la provincia de PICHINCHA (aproximadamente 0.3 mil km ²).	
Población:	33.2 mil hab. (1.3% respecto a la provincia de PICHINCHA).
Urbana:	30.3%
Rural:	69.7%
Mujeres:	50.8%
Hombres:	49.2%
PEA:	57.9% (1.2% de la PEA de la provincia de PICHINCHA)

Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

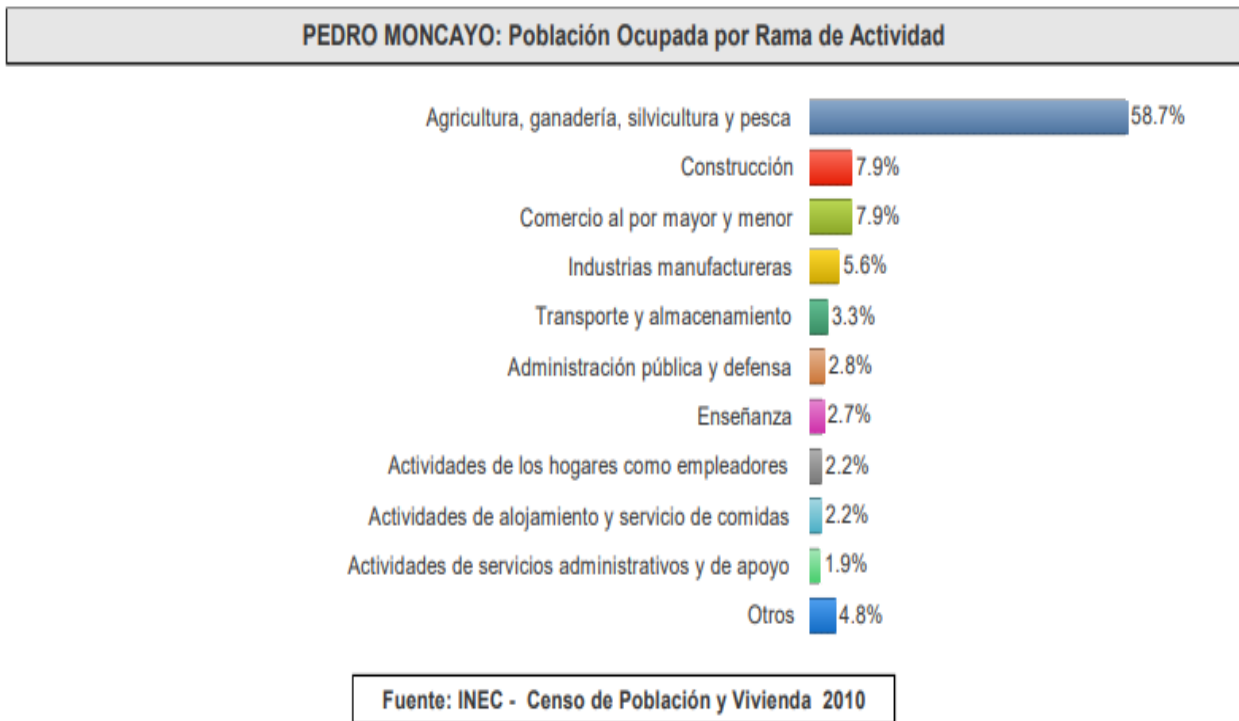
Fuente: INEC 2010
Elaborado por: Carolina Morocho

Según los últimos datos obtenidos del INEC la población del cantón Pedro Moncayo fue de 33.172 habitantes, (1.3% respecto a la provincia de Pichincha). En relación al sexo se descompone en el 50.8% corresponde a mujeres y 49.2% corresponde a hombres, podemos observar que según datos anteriores solo el 30.3% vive en la zona urbana y el 69% vive en la zona rural del Cantón Pedro Moncayo.

La PEA, Según los últimos datos obtenidos del INEC encontramos que la población económicamente activa (PEA) del cantón Pedro Moncayo es del 57.9% de habitantes correspondiente al total de la población (1.2% de la PEA de la provincia de Pichincha).

PEA-población ocupacional por rama de Actividad

Ilustración 3 Porcentaje de ocupación por actividad



Fuente: INEC

Elaborado por: Carolina Morocho

1.6.3.2. Ubicación Territorial

El Cantón Pedro Moncayo, se encuentra ubicado dentro de la hoya de Guayllabamba, asentada en la vertiente sur del nudo de Mojanda, al nororiente de la Provincia de Pichincha. Forma parte de la cuenca hidrográfica del río Esmeraldas, conformada por los ríos Guayllabamba, San Pedro, Pita, Pisque y Blanco que desembocan en el Pacífico. Tabacundo constituye la cabecera cantonal de dicho cantón, y el punto central de comercio, además forman parte del cantón las Parroquias de Malchinguí, Tocachi, La Esperanza, Tupayachi.

Se encuentra aproximadamente a 50 km de la ciudad de Quito, y está atravesado por la carretera Panamericana Norte.

1.6.4. Aspecto Tecnológico

1.6.4.1. Maquinaria

La microempresa podrá contar con la mejor maquinaria del país, esta maquinaria podrá ayudar a reducir el tiempo y los costos de producción de los muebles, aumentando y favoreciendo su eficiencia y eficacia, con un tipo de maquinaria más tecnológica se puede realizar nuevos diseños de muebles e introducir al mercado nuevas tendencias, gracias a los avances tecnológicos de las maquinarias.

Tabla 2 Tipos de maquinaria

Maquinaria	Dimensiones
Dobladora nacional de tol	2.50 mts x 1.50 mts
Cizalla/ cortadora de tol	1.10 mts x 0.80x 0.90
Suelda mick	250 amperios
Despuntadora	0.50 mts x 0.50mt x 0.50 mts
Dobladora de tubo	0.90 mts x 150 mts

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

Las fotografías de la maquinaria se encuentran en anexos1.

1.6.4.2. Herramientas

Las herramientas de trabajo en un taller de metalmecánica son indispensables para fabricación de muebles de oficina, para esto se hace uso de las herramientas fundamentales para diseñar y formar el mueble y para una fabricación más eficaz y eficiente, se es necesario obtener herramientas tecnológicas que nos permitan minimizar tiempo y costos de producción.

Tabla 3 Inventario de herramientas

Herramienta Inventario
Esmeril
Caladora
Taladro
Escuadra
Rayador
Metro
Tijeras de tol
Martillo
Gafas
Guantes
Mascarillas
Traje de pintura
Desarmador
Playo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

1.6.4.3. Materia prima

La materia prima es quizás uno de los elementos más importantes a tener en cuenta para el manejo del costo final de un producto. El valor del producto final, este compuesto en buena parte por el valor de las materias primas incorporadas. Igualmente, la calidad del producto depende en gran parte de la calidad misma de las materias primas.

Si bien es cierto que el costo y la calidad de un producto final, depende en buena parte de las materias primas, existen otros aspectos que son importantes también, como lo es el proceso de transformación, que, si no es el más adecuado, puede significar la ruina del producto final, así las materias primas sean la de mejor calidad, o que el producto resulte más costoso.

Las materias primas hacen parte del aspecto más importante en una microempresa y es el relacionado con los costos. La materia prima es utilizada principalmente en las microempresas industriales que son las que fabrican un producto.

Tabla 4 Tipos de materias primas

Materia prima	Unidad de medida
Láminas de tol laminado al frio negro	2.44 mts x 1.22 mts
Tubos	6 mts. 7/8 x 1.1
Tubo redondo	6 mts. 3 pul x 1.5
Tornillería	1/4 -1/2-3/4
Tuercas	1/4" hasta 5 "
Tableros melamínicos	1.50 mts x 1.50mts
Tablas para sillas	
Líquido para el lavado de muebles	1 galón
Pintura electrostática	1 caja
Telas	1 metro
Cuerina	1 metro
Esponja	2 mts x 1.50 mts
Cemento de contacto	1 galón
cinta de embalaje	30 mts
Rodachines	Unidades
Hexagonales	Unidades
Jaladeras	Unidades
Bisagras	Unidades
Cerradura	Unidades
Tapones grandes- pequeños	Unidades
Llanta para plataformas	Unidades
Regatones	Unidades
Brazo para sillas	Unidades
Pasa cables negros- plomos	Unidades
Porta niveladores redondos y cuadrados	Unidades

Escuadras	Unidades
Conos	Unidades
Grapas	Unidades
Huaipe industrial	Unidades
Spray paint	Unidades
Niveladores	Unidades

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

1.6.4.4. Redes sociales

En la actualidad las redes sociales son una nueva tendencia; es utilizada como una nueva herramienta de trabajo y se convierte en una oportunidad para promocionar los muebles de oficina, de esta forma la microempresa puede ganar clientes y aumentar sus ventas mediante la publicación de los productos en las redes sociales, ya que con esta nueva tecnología se puede encontrar gente para relacionarse en línea y realiza negocios. Está formado por personas que comparten alguna relación, principalmente de amistad, mantienen intereses y actividades en común, o están interesadas en explorar los intereses y las actividades de otros. El desarrollo de una nueva tecnología ha llevado a la creación de nuevos sistemas informáticos que permiten formar nuevas redes sociales

1.6.5. Aspecto Regulatorio

1.6.5.1. Permiso de Funcionamiento

Es un documento que avala el funcionamiento de la microempresa otorgado por el SRI, GAD Municipal y el cuerpo de bomberos, luego de haber realizado la inspección debida, garantizando el funcionamiento, verificando todas las medidas de seguridad que el negocio debe tener.

1.6.5.2. RUC

EL RUC o Registro Único de Contribuyentes, es el número que identifica a cada contribuyente que realiza una actividad económica. El documento que usted recibió en su inscripción, es la constancia del registro de su actividad, y en él podrá apreciar sus datos personales, y los de su actividad económica, así como su número de RUC que está conformado por su número de cédula más los dígitos 001. Tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos, y proporcionar información a la administración tributaria.

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, que realicen actividades económicas permanentes, ocasionales o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo a inscribirse es TREINTA DÍAS contados a partir de la constitución o inicio de las actividades económicas.

Requisitos

- Original y copia de la cédula de identidad.
- Original del último certificado de votación.
- Original del documento que indique la dirección domiciliaria actual o donde se desarrolle la actividad económica (sea una planilla de agua, luz o teléfono).
- El documento original de la calificación Artesanal, si es Artesano.

1.6.5.3. Patente Municipal

La patente municipal corresponde al permiso que otorga cada GAD Municipal para la ejecución de todo tipo de actividad económica, dentro de cada cantón. Este documento incluye la cancelación de una tasa anual, para su obtención es necesario presentar la siguiente documentación e información:

- Formulario de declaracion para obtener la Patente Municipal
- Copias de la cedula de ciudadanía y papeleta de votacion del ultimo proceso electoral del Propietario o Representante legal.
- Copia del RUC actualizado
- Copias de las declaraciones del impuesto a la Renta si ejerce actividades economicas previas al registro en el Cantón Pedro Moncayo.
- Copia del titulo de crédito del impuesto predial del año en curso del propietario del inmueble en donde funciona la actividad económica, y/o copia del contrato de arrendamiento o autorización del propietario para el funcionamiento si el bien no es rentado.
- Copia de pago de planilla de servicios básicos, energía eléctrica, agua o teléfono.
- Original y copia de la Certificación Artesanal si aplica.

1.6.5.4. Permiso de bomberos

Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento para las empresas nuevas:

- Copia del pago de la patente municipal 2019

1.7. Matriz AOOR

Tabla 5 Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> a) Proveedores (cerraduras, tol, pintura electro estática, ferreterías). b) Equipos de profesionales especializados en el área de la metalmecánica. c) Tecnología y redes sociales. d) Dotar de maquinaria y herramientas apropiadas para un proceso de fabricación más eficiente y eficaz. e) Relación de talento humano altamente calificado. f) Permisos de funcionamiento en regla y vigentes. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Competencia de empresas de fabricación de muebles de oficinas en el sector. b) Costos de la materia prima altos. c) Posicionamiento en el mercado ya que al ser una nueva microempresa nos encontraremos en desventaja con respecto a la competencia
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> a) Financiamiento del banco BanEcuador, por ser emprendimiento de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Inestabilidad económica. b) Incremento de precios para la adquisición de materia prima.

<p>b) Mejoramiento en la matriz productiva en el sector industrial de la metalmecánica.</p> <p>c) Aumento de empresas, instituciones educativas, en Tabacundo, por ende, mayor demanda de muebles para las oficinas.</p> <p>d) Introducción de nuevos diseños y muebles al mercado.</p> <p>e) Exoneraciones de impuestos para nuevos emprendimientos.</p>	<p>c) Mayor competencia del sector industrial de la metalmecánica en el Cantón Pedro Moncayo.</p> <p>d) Productos competitivos/importados.</p> <p>e) Cambios en los aspectos regulatorios o legales.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

1.8. Determinación de la oportunidad del negocio

Luego de la investigación realizada a través de las variables de diagnóstico situacional; se ha podido determinar que el emprendimiento de crear una microempresa de fabricación y comercialización de muebles de oficina en La Parroquia La Esperanza del Cantón Pedro Moncayo en la provincia de Pichincha, es una oportunidad en lo que se refiere a la ejecución. Lo que permitió determinar los principales aliados como son los proveedores de la materia prima, que estarán disponibles para ofrecer sus material a costos razonables, también de dotar de una maquinaria y herramientas tecnológicas que permiten tener un proceso de fabricación más eficiente y eficaz, contando con personal altamente capacitado en el sector metalmecánica, se pudo determinar una gran oportunidad mediante el mejoramiento de la matriz productiva en el sector industrial de la

metalmecánica y con la oportunidad de un financiamiento externo a tasa de intereses bajas, es un proyecto adecuado para aportar al sector de la industria que se dedica a brindar una forma innovadora y de calidad.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. Microempresas

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en Ecuador las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizar diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes: comercio al por mayor y al por menos, agricultura, silvicultura y pesca, industrias manufactureras, construcción, transporte, almacenamiento, y comunicaciones y otros. (Andrade, Iriarte, & Zambrano, 2016)

Las PYMES constituyen un factor importante para el crecimiento socio-económico de cada país, lo que da origen la necesidad de incrementar su desempeño y requerir la implementación de estrategias que benefician las operaciones, todo con la finalidad de reducir los costos de operación, mejorar la eficiencia de los procesos, los niveles de inventario, calidad de los productos y por supuesto incrementar la productividad. (Yance, Solís, Burgos, & Lia, 2017)

Las microempresas son entidades económicas de tamaño pequeño, las cuales cuentan con diversas características para su funcionamiento, las microempresas cuentan con un máximo de 10 trabajadores, sus ingresos y gastos tienen un monto máximo y tienen una limitación por ser una unidad económica pequeña.

2.2. Beneficios de una microempresa

Según (Dobón, 2018), afirma que: Las microempresas cuentan con varios beneficios tales como:

- Una mayor flexibilidad, ya que no cuenta con una estructura rígida. Además, los trabajadores suelen estar más adaptados a los cambios, ya que en ocasiones pueden tener que ocupar diferentes puestos y colaborar. Sus equipos suelen ser multidisciplinarios.
- Se pueden hacer transformaciones siempre que se quiera y de manera mucho más sencilla. Y es que las decisiones son mucho más rápidas, no hay una gran cadena de mando difícil a la que llegar ni miles de trámites para tomar decisiones. Se pueden adaptar mucho mejor al mercado, dentro de sus capacidades.
- Tienen mayores posibilidades de conocer al cliente y saber lo que necesitan, por lo que les es más fácil llegar al cliente.
- Es un nuevo modelo de negocio, si no existiera se perderían muchas posibilidades y empleos, así que ¿por qué no existir? Son una posibilidad interesante para muchos emprendedores.
- Es una fuente generadora de empleos, al igual que las otras empresas.

Normalmente, las microempresas son de propiedad y administración de los propios empresarios, que a su vez trabajan ellos mismos o sus familiares. De hecho, se encuentran dentro de la economía informal.

2.3. Sector de la actividad industrial

El sector industrial o secundario es el conjunto de actividades que implican la transformación de materias primas a través de los más variados procesos productivos. Normalmente se incluyen en este sector la siderurgia, las industrias mecánicas, la química, la textil, la producción de bienes de consumo, bienes alimenticios, el hardware informático, etc. Este sector comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación de materias primas y otros tipos de bienes o mercancías. Para su desarrollo, la industria necesita materias primas, maquinarias y equipos para transformarlas y el recurso humano. (Dgetpd, 2018)

El ámbito de la cadena de siderúrgica y metalmecánica, al igual que en los demás países, en el Ecuador es amplio y abarca múltiples sectores de actividades económicas: en la siderurgia, mediante la obtención y utilización del hierro, el acero, aluminio, bronce y en metalmecánica con relación a los productos obtenidos en los procesos metalúrgico, para la fabricación de partes, piezas o productos terminados con función propia (bienes de capital). La industria de metalmecánica ecuatoriana le integran de 19.000 empresas relacionadas con fabricación de:

- Partes y piezas de fundición ferrosa y no ferrosa
- Laminación de productos de acero largos (varilla, barras, perfiles).
- Trefilados de acero.
- Trefilados de cobre y aluminio (conductores eléctricos).
- Conformados planos (paneles), conformados largos (tuberías soldada).
- Estructuras livianas y pesadas.
- Línea blanca.

- Carrocerías y complementos de transporte.
- Carpintería metálica (mobiliario)

La industria es un conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados, de forma masiva. Existen diferentes tipos de industrias, según sean los productos que se fabriquen.

2.4. Sector de la metalmecánica

La industria metalmecánica, es el sector que comprende las maquinarias industriales y las herramientas proveedoras de partes a las demás industrias metálicas, siendo su insumo básico el metal y las aleaciones de hierro, para su utilización en bienes de capital productivo, relacionados con el ramo. Este tipo de máquinas que se utiliza para dar forma a piezas sólidas, principalmente metales, su característica principal es su falta de movilidad, ya que suelen ser máquinas estacionarias, el modelo de la piza se realiza por la eliminación de una parte del material, que se puede realizar por arranque de viruta, por estampado, corte o electroerosión. (Castilla, 2017)

La metalmecánica se ha convertido en una industria que incursiona en varias otras que están en continuo desarrollo. La participación conjunta de la primera con las demás avanza paralelamente a las exigencias de producción y a parámetros establecidos internos y extranjeros.

2.5. Muebles

Se entiende normalmente por mobiliario todo aquel elemento o ítem que sirva para decorar los ambientes de casa y que tengan la posibilidad de ser motivo de lugar. El mobiliario es el grupo de muebles que existen en una vivienda, aunque también pueden entrar dentro de este grupo de

elementos de decoración y accesorios que completan el espacio y lo hacen más apropiado para la vivienda. (Abc, 2018)

Se conoce como mueble al objeto movable que haya sido diseñado y fabricado con el objetivo de ser ubicado en el interior de un inmueble para ser usado como medio de descanso, de almacenamiento o para otros usos. Ejemplo: las mesas, camas, sillas, sillones, etc. (Portal informativo y de contenidos, 2016)

La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. (Bustamante, 2015)

Una empresa de muebles es el lugar donde se fabrica diversos diseños de mobiliarios que sirven de decoración para el hogar u oficina.

2.6. Tipos de muebles

Son elaborados en base a materiales duraderos y muy resistentes, donde los materiales de mayor uso son la de madera y metal, aunque a partir del siglo XX, también se fabrican muebles de cartón, de resina, de tejidos, etc. Existen diversos tipos de muebles acorde a su material como:

- Muebles metálicos
- Muebles tapizados
- Muebles de tableros aglomerado

Los muebles también pueden ser clásicos, modernos, tradicionales. Los cuales son muebles que se distinguen por su diseño y acabados

Muebles clásicos: son muebles que se destacan por el uso de colores cálidos y por tener líneas muy sobrias. En su mayoría se elaboran en base a maderas teñidas, y suelen tener acabados artesanales, entre las maderas más utilizadas se destaca la caoba, el cerezo y el nogal.

Muebles modernos: son muebles que se destacan por el uso de las líneas ligeras en su fabricación y por acentuar al máximo el estilo minimalista. Los mismos logran diferenciarse por ser muy prácticos y funcionales.

2.7. Muebles de oficina

El mobiliario para una oficina se debe tener en cuenta el diseño y la instalación de los muebles en espacio, los colores, el material de que este fabricado y su funcionalidad, es decir que el mobiliario debe adecuarse al tipo de tu trabajo que desarrollas día a día. Los muebles están fabricados de madera, plástico y metal ya se mezclado o por separado. Cuando se decora una oficina se requiere de la renovación de todos los muebles, es importante que reconozcas tus propias necesidades y que observes los modelos de muebles que ofrece el mercado. (Decoración de oficina, 2017)

Los muebles de oficina son adecuados para una mayor conformidad y confort en una oficina o despachos.

2.8. Tipos de muebles de oficina

Tipos de mobiliario para una oficina:

- Escritorios
- Sistema modular
- Sillas

- Módulo de Cómputo
- Recepción
- Armarios
- Mesas de junta y mesas modulares

Primeramente, para que perfecciones tu oficina con el mobiliario, tienes que basarte mucho en el diseño apropiado que te permita que aproveches cada rincón del ambiente. Asimismo, el mobiliario debe hacerte sentirte muy cómodo, además debe cumplir una función específica.

Mobiliario de oficina de metal. - Existen diferentes tipos de metal para los muebles de oficina. Se caracterizan principalmente por la dureza, firmeza y durabilidad. Una oficina con mobiliario de metal se identifica por la frialdad, aunque hoy en día el mercado ofrece un estilo muy moderno. Además, el metal hace una perfecta combinación con el vidrio. (Decoración de oficina, 2017)

El mobiliario resulta ser el toque final y en muchos casos el más evidente de la remodelación. Es un hecho que en buena parte de las remodelaciones el mobiliario es prácticamente toda la remodelación y la obra civil se limita a reparar y pintar paredes o cambiar alfombras. De ahí que la atención que prestamos al mobiliario es muy especial.

2.9. Materiales complementarios

Los materiales empleados en su elaboración suelen ser:

Madera: Tuvo un gran protagonismo desde los egipcios hasta el mueble estilo Art Nouveau, y todavía sigue siendo el material preferido por muchas personas. Los tipos de maderas más empleados son las de pino, cerezo, castaño, haya, roble, etc.

Metal: Después de la primera guerra mundial, con el advenimiento del Movimiento Moderno y los diseños de Marcel Breuer con tubo de acero curvado. (Heyderman & May, 2011)

Los materiales que se utilizan en la fabricación de cada mueble son estrictamente relaciones con épocas pasadas, porque desde hace años se comenzó en el arte de los mismo.

2.10. Talento humano

La gestión del talento humano ha pasado por diferentes enfoques y planteamiento. En la sociedad industrial se aborda con base en procesos administrativos lineales enfocados en objetivos puntuales dentro de un área y las personas se consideran como recursos del proceso productivo. La nueva sociedad del conocimiento, en cambio, la gestión del talento humano se asume como un proceso flexible donde las personas son protagonistas de la transformación social. Trabajan de manera colaborativa y se enfocan en una visión compartida, articulando las diferentes áreas. Es así como, en este nuevo entorno social, la gestión del conocimiento en el proceso. (Tobon & Parra., 2016)

Es el recurso que dinamiza todas las actividades y procesos organizacionales; por lo cual requiere de la aplicación de políticas y normas que generen bienestar social en pro del beneficio de la comunidad y el entorno de las empresas. (Almeida, Mora, & Moncayo, 2015)

La gestión de talento humano se refiere al conjunto de saberes y hacer de los individuos o grupos de trabajo en las organizaciones, pero también a sus actividades, habilidades, convicciones, aptitudes, valores, motivaciones y expectativas respecto al sistema individuo, organización, trabajo y sociedad.

2.11. Estudio de mercado

Es un conjunto de acciones sistematizadas para aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda de los consumidores, ello mediante el conocimiento de respuesta del mercado, proveedores y competencia ante un producto o servicio, analizando la oferta y demanda, así como los precios y canales de distribución. (Rodríguez, 2016)

La investigación de mercados es un actividad más amplia y diversa de los que generalmente se piensa. Probablemente, todos hemos completado alguna vez encuestas comerciales, ya sea en papel, por papel o internet. La investigación comercial, sin embargo, va muchos más allá. No consiste simplemente en preguntar a determinados consumidores su opinión o percepción a cerca de un producto o servicio concreto. (Rosendo Ríos , 2018)

Es un proceso metódico de recopilación e interpretación de datos e información referente al mercado, proveedores y clientes, este análisis ayuda a medir el grado de aceptación de un producto o servicio que se va a implementar.

2.12. Segmentación de mercado

La segmentación de mercados, también conocida como segmentación de clientes o segmentación de audiencias, es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas. La segmentación como término general puede dividirse en otras grandes categorías más precisas como segmentación por edad. Al usar este tipo de técnica, las campañas de marketing son más efectivas debido a que impactan a las personas correctas con contenido adaptado a cada una de ellas. (Rafael Ángel, 2018)

La segmentación de mercados se refiere al proceso de división de consumidores en grupos menores, basándonos en las necesidades o características que tengan en común, éste es sólo el primer paso para generar una estrategia de marketing. (Carrillo, 2017)

La segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

2.13. Productos

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por lo tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo. (Financieros, 2019)

Un producto es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucra o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (utilidades impacto social, etc.) (Thompson, 2017)

Podemos decir que un producto que puede ser procesado y puedes ser es un bien tangible o intangible que ofrece una empresa a sus consumidores para satisfacer sus necesidades y sacar beneficios económicos del mismo.

2.14. Oferta

La oferta es el conjunto de ofertas hechas en el mercado por los bienes y servicios a la venta. La curva de oferta recoge la localización de puntos correspondientes a las cantidades ofertadas de un bien o servicio particular a diferentes precios. (Policonomics, 2017)

En economía definimos oferta como aquella cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos. Mas concretamente, la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales de cada tipo de producto e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente. (Pedrosa, 2018)

La oferta es la cantidad de productos o servicios que están destinados a la venta.

2.15. Demanda

La demanda que una persona, una familia, una empresa o un consumidor en general tiene de un determinado producto o servicio puede estar influenciado por un gran número de factores que determinarán la cantidad de producto solicitado o demandado o, incluso, si este tiene demanda o no. (República, 2017)

La demanda es el valor global del mercado que expresa las intenciones adquisitivas de los consumidores. La curva de la demanda muestra la cantidad de un bien específico que los consumidores o la sociedad están dispuestos a comprar en función del precio del bien y a la renta disponible. (Policonomics, 2017)

Es la cantidad de productos o servicios que están dispuestos a adquirir los consumidores a un precio que el oferente esté dispuesto a ofrecer.

2.16. Demanda insatisfecha

Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto: dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. (Vásquez, 2017)

En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente. (Roberto, 2015)

La demanda insatisfecha es la diferencia entre demanda y oferta es decir cuando la demanda excede a la oferta y este excedente puede ser cubierto en el mercado.

2.16. Precio

El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria. Para que se produzca una transacción el precio tiene que ser aceptado por los compradores y vendedores. Por ello, el precio es un indicador del equilibrio entre consumidores y ahorradores cuando compran y venden bienes o servicios. (Economipedia, 2018)

El precio es el valor en dinero en que se estima el costo de algo, sea un producto, bien o servicio. Como tal. El precio suele medirse por unidades monetarias, a las cuales se les ha asignado un valor específico que varía de país a país, y que son empleadas para en la compra-venta de bienes y mercancías. (Significados, 2018)

El precio es un pago o recompensa que se brinda a cambio de un bien o servicio, normalmente estas primas o pagos se refieren a la utilización de unidades monetarias los cuales la realizan dos partes un comprador y un vendedor.

2.17. Comercialización

La comercialización de un producto o servicio, se centra en la acción de comercializar, que consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarlas de las vías de distribución que permiten que llegue al público final. La comercialización se basa en todas las técnicas y decisiones enfocadas a vender un producto en el mercado, con el objetivo de conseguir los mejores resultados posibles. (Pyme, 2016)

Comercialización es cualquier actividad o el funcionamiento de una actividad que implica el flujo de productos o servicios desde el punto de producción inicial hasta las manos de los consumidores. La comercialización es el flujo de productos y de servicios a los consumidores y las transacciones que faciliten o manejen ese flujo. (Proyect, 2015)

La comercialización es un proceso mediante el cual los bienes producidos llegan al consumidor por medio de canales de distribución y puntos de venta.

2.17. Localización

El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas localizaciones con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario. (Calderón, 2018)

La localización nos permite estudiar el sitio en el cual podrá ser ubicado el proyecto para así poder ser rentable y sostenible.

2.18. Micro Localización

La micro localización de un proyecto o empresa es la ubicación específica, dentro de una zona macro de mayor alcance, en donde se asentará definitivamente una empresa o proyecto. Hay un

dicho que dice que las tres consideraciones más importantes en los negocios son la ubicación, la ubicación y la ubicación. (Corvo, 2018)

Micro localización, elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio. Los factores que se deben de tomar en cuenta para su ubicación son: Existencias de vías comunicacionales, medios de transporte, y disponibilidad de área para los requerimientos actuales y futuras ampliaciones.

2.19. Macro localización

La macro localización es la localización general del proyecto, es decir la zona general en donde se instala la empresa o negocio, la localización tiene por objetivo analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, donde se trata de un proyecto desde el punto de vista social. Así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región. (Garduño, 2012)

La macro localización de un proyecto o empresa consiste en decir la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio; describe la zona geográfica general en la que se va a encontrar el proyecto. Las ciudades y las regiones surgen a través de la simbiosis de beneficios que se generan a partir de la agrupación de empresas y personas. (Corvo T. , 2018)

Macro localización, tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

2.20. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en funciones de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un periodo de tiempo determinado. Se debe buscar siempre un tamaño óptimo, es decir el que asegure lo más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios y costos sociales. (Tomás, 2018)

El tamaño del proyecto se representa por la capacidad instalada o capacidad de producción. La cual viene expresada en unidades de producción por un periodo de tiempo determinado. El tamaño óptimo es aquel que genera la mayor rentabilidad. Se puede basar tanto en la demanda presente como en la futura. Se debe considerar la capacidad de reserva y la posibilidad de cometer los equipos a sobrecarga. El tamaño del proyecto se determina atendiendo a: la demanda del mercado, los consumidores e insumos, la tecnología y los equipos de capacidad financiera, el proceso técnico, la organización. (Zúñiga, 2015)

El tamaño del proyecto está en función de la capacidad de la planta en la producción de bienes y generación de servicios.

2.21. Inversion

El término inversión se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio a futuro más o menos probable. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone en disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incrementen con las ganancias que genera ese proyecto empresarial. (Vizcaya, 2017)

Se habla de inversión cuando destinamos tu dinero para la compra de bienes que no son de consumo final y que sirve para producir otros bienes, también hablamos de inversión cuando utilizas tu dinero en productos o proyectos que se consideran lucrativos, ya sea la creación de una empresa o la adquisición de acciones. Toda inversión tiene implícito un riesgo, que debes contemplar antes de tomar decisiones. (Colpatria, s.f.)

La inversión es el ingreso de un monto económico, prima o capital, para la generación de mayores ingresos en un futuro a corto mediano o largo plazo.

2.22. Capacidad instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. Es importante señalar que el hecho de estar cerca de la capacidad instalada no significa necesariamente que todos los recursos están cerca de su capacidad máxima. En realidad, no puede ser un equipo. (Nunes, 2015)

La capacidad instalada, se refiere a la capacidad máxima de producción sostenida de una instalación como una central eléctrica, una fábrica de productos, planta de combustible, refinería de metales, minería, etc. (Financiera, 2015)

La capacidad instalada de la planta hace referencia al volumen de producción que esta posee mediante la utilización de sus recursos en un tiempo determinado o propuesto.

2.23. Costos de producción

Al producir bienes o prestar servicios existen egresos denominados costos (alquiler de una fábrica, materia prima, sueldos, etc.). Los mismos que pueden dividirse en dos grandes grupos, costos fijos y costos variables. Unos de los objetivos más importantes de los costos es servir de base para el cálculo del valor de comercialización de un producto o servicio ya que éste se calcula como la suma del costo más el beneficio. Por esta razón, conocer o estimar correctamente los costos de producción es una tarea fundamental a la hora de gestionar o planificar cualquier tipo de emprendimiento comercial. (Economía.WS, 2019)

Estos costos dependerán de la materia prima que se utilice, la mano de obra que se necesita, el alquiler del local, el pago de impuestos y servicios como agua, electricidad, teléfono, entre otros. (Mártin, 2016)

Los costos de producción son gastos que tiene la empresa al fabricar algún bien o servicio para los cuales son muy importantes varios elementos para la conformación del mismo, tales como la materia prima, la mano de obra, la maquinaria y el capital.

2.24. Gastos Administrativos

Son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas. Estos gastos están relacionados con la organización en su conjunto en lugar de un departamento individual. Los salarios de los altos ejecutivos y los costos de los servicios generales como la contabilidad son ejemplos de gastos administrativos (Riquelme, 2017).

Los gastos Administrativos están netamente ligados en los procesos de dirección de una entidad o empresa siendo estos gastos no técnicos y son necesarios para el funcionamiento de una empresa o entidad.

2.25. Gastos de venta

Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos (Nunes, 2015) .

Los gastos de venta están ligadas a las operaciones o producción y venta de un artículo o bien siendo estas técnicas y operativas.

2.26. Gastos Financieros

Los gastos financieros son los que se producen como costes por la finalización ajena o por el cobro de servicios de entidades financieras. Este tipo de gastos afecta a todo tipo de personas, no sólo las sociedades o los autónomos sino también a cualquier persona que tenga una cuenta bancaria, una hipoteca o que, por ejemplo, realice cualquier tipo de compras a plazos. (Sol, 2018)

Los gastos financieros son aquellos que una organización busca para la obtención de financiación. Los que se destacan son las comisiones de préstamos y los intereses de préstamos y bonos.

2.27. Capital de Trabajo

Se define como capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Éste puede ser calculado como los activos que relación a los pasivos de corto plazo. (Pérez & Merino, 2019)

El capital de trabajo es considerado como aquellos recursos que necesita una empresa para poder realizar sus operaciones. De esta forma el capital de trabajo es lo que se llamas usualmente como activo corriente. Para poder operar, la empresa necesita recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades y tener funcionamiento óptimo de la empresa. (Salazar, 2017)

El capital de trabajo es la suma de activos corrientes menos la suma de pasivos corrientes, esto nos ayuda a determinar cuál es el capital de trabajo neto contable que existe en una empresa.

2.28. Presupuesto de ingreso

Es un documento que se desarrollar a partir de las previsiones de ingresos y egresos monetarios para un cierto periodo, se basa en las ventas logradas en el pasado y en las expectativas respeto a próximas actividades comerciales. (Ramirez, 2016)

Un presupuesto de ingresos es muy importante ya que de los dos ingresos que se concretan dependerán las ganancias. De los ingresos totales, se deben descontar luego los costos de producción y los diferentes gastos para así conocer los beneficios o las pérdidas, por lo tanto, un presupuesto de ingresos bien realizado es clave para prever si un determinado proyecto será rentable o no. (Pérez & Gardey, 2019)

El presupuesto de ingresos es todo documento que se registra toda la información sobre las ventas o ingresos que tiene la empresa.

2.29. Presupuesto de gastos

El presupuesto de gastos forma parte de un documento mayor; el presupuesto de tesorería, con el que podemos saber el dinero que la empresa ha invertido o gastado, por pago de entiende la salida del dinero líquido en la empresa y que pueden tener diferentes destinos: pueden ser pagos a proveedores, licencias, materiales, salarios. (Pyme, Presupuesto de gastos, 2016)

Un presupuesto de gastos es una herramienta de gestión conformada por un documento donde se registra las operaciones y los recursos financieros de una empresa en un periodo de tiempo determinado, es importante porque te permite visualizar con un alto nivel de exactitud el dinero que debe tener la empresa disponible para hacer frente a los egresos, además de que es la única forma mediante la cual puedes planificar, coordinar y controlar las operaciones claves de tu negocio. (Banco Popular, 2015)

El presupuesto de gastos son todos los gastos necesarios que posee la empresa o entidad para mantener el ritmo de manejo y para poder realizar sus actividades operantes en los periodos futuros.

2.30. Estados financieros

Se llaman estado financiero o estado contable a un tipo de informe o registro de tipo normal que suelen utilizar las empresas, personas y entidades, para tener constancia de las diferentes actividades económicas que realizan las mismas, además de las distintas modificaciones que en un periodo determinado pueden presentarse. (Definistas, Definición de Estado Financiero, 2019)

Los estados financieros, también denominados estados contables nos permite conocer cuál es la situación económica y financiera de una empresa durante un tiempo determinado. Los estados financieros son cada uno de los elementos que conforman las cuentas anuales de las empresas y que sirven para valor el momento en el que se encuentra cada organización después del ejercicio económico. (Pyme, Estados financieros básicos, 2016)

Los estados financieros son un registro formal de todas las actividades económicas que realiza una entidad o empresa en un periodo determinando.

2.31. Visión

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc. (Thompson, promonegocios, 2018)

La visión de una empresa describe sus planes, el mundo, sus clientes y sí misma. Es decir, indicar como le gustaría que el mundo fuese en algunos años. Esto incluye una idea de que cambios quieren ver el mundo. También como se imagina que la vida de sus clientes mejora. Y por último describir que tipo de organización les gustaría ser, aunque esto es lo menos importante de la visión. (Barraza, 2107)

La visión es lo que la empresa u organización se proyecta a un futuro, de cómo le gustaría ver el crecimiento de la misma describiendo el tiempo que puede ser a corto o largo plazo.

2.32. Misión

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y el para quien lo va a hacer, y es influenciada en momento concreto por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externo o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas. (Thompson, promonegocios, 2018)

La misión es lo que la organización desea lograr en un periodo de tiempo específico de tiempo. Si el propósito es por qué haces las cosas, la misión se trata de qué cosas haces. Una buena misión debe de describir que es lo que hace la empresa y lo que no. Tanto el presente como en el futuro, debe de proveer un enfoque a la dirección y sus colaboradores. (Barraza, 2107)

La misión es lo que la empresa quiere ser o hacer entender cuál será su objetivo o propósito ante los clientes.

2.33. Organigrama estructural

Un organigrama es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático. Permite analizar la estructura de la organización representada y cumple con un rol informativo, al ofrecer datos sobre las características generales de la organización. (Pérez & María, Definicion.de, 2019)

El organigrama de una empresa consiste en la representación gráfica de la estructura de la empresa, de manera que no solo representan a los empleados y recursos humanos de la empresa, sino que

también representan las estructuras departamentales, además de ser un buen esquema de las relaciones jerárquicas y competenciales dentro de la empresa. (Gestion.org, 2018)

El organigrama estructural nos permite conocer el orden de jerarquía con el cual está constituido la empresa y organización, y por ende nos permite conocer mejor los puestos y función cada persona dentro de la empresa.

2.34. Impacto económico

La idea de impacto económico, en este marco, alude al afecto que una medida, una acción o un anuncio general en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una empresa, una comunidad, una región, un país o el mundo. (Pérez J. , Definición de impacto económico, 2018)

El impacto económico es el que nos permite determinar el entorno económico en el cual se encuentra enfocado nuestro proyecto.

2.35. Impacto social

Impacto social se trata del resultado o la consecuencia de una determinada acción en una comunidad. Este concepto suele emplearse en el terreno corporativo para nombrar a los efectos que producen las actividades desarrolladas por una empresa. Independientemente de su funcionamiento interno, con sus ingresos, ganancias, etc. Las compañías provocan con su trabajo cotidiano múltiples consecuencias. (Pérez J. , Definición de impacto social, 2018)

Le impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones, este cambio también puede verse en la forma como se realiza el proceso o las

prácticas que se utilizan y que dependen, en gran medida, de la persona o personas que las ejecuta. (Romero, 2014)

El impacto social nos permite evaluar varias acciones en contra de nuestro proyecto y mitigar o controlar aspectos negativos, a lo que puede afectar las actividades ambientales a desarrollarse.

2.36. Impacto Ambiental

El impacto ambiental es otro impacto muy importante, ya que con el podemos saber si afectará la naturaleza, si habrá efectos nocivos o beneficios para nuestra naturaleza misma, si la factibilidad es demasiado negativa en cualquier de los impactos, la investigación simplemente no se realizaría. (Romero, 2014)

El impacto ambiental es la alteración del medio ambiental, provocado directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, en términos simples el impacto social es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza. (GRN, 2018)

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCIÓN

La finalidad del estudio de mercado es analizar los diferentes componentes y variables del mercado en cuanto a este tipo de bien se refiere.

El presente estudio de mercado se realizó a través de una investigación de mercado, para poder establecer y hacer énfasis en el análisis de la demanda, oferta, precio, y comercialización adecuada para un correcto posicionamiento en el mercado. Después de este análisis se formula estrategias de mercadeo y comercialización acuerdas con las necesidades manifestadas por los consumidores.

3.2. OBJETIVOS

3.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para determinar el producto, la demanda, oferta, precios y comercialización de los productos.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Conocer las características, diseño y presentación que el producto requiere.
- Analizar la demanda del producto que requiere el mercado.
- Determinar la oferta del producto en el mercado.
- Analizar el precio del producto que los clientes estén dispuestos a pagar por los muebles de oficina.

- Determinar la forma de comercialización del producto.

3.3. Variables e indicadores

a) Producto

- Características
- Beneficios
- Presentación
- Diseño

b) Demanda

- Cantidad de muebles
- Frecuencia

c) Oferta

- Cantidad
- Donde
- Frecuencia

d) Precio

- Precio de venta
- Precio a pagar por el cliente

e) Comercialización

- Producto
- Precio
- plaza
- Promoción

3.4. Relación matriz de Estudio de Merado

Tabla 6 Matriz de estudio de mercado

Variables	Indicadores	Técnica	Información
Producto	• Características	Encuesta	Primario
	• Beneficios	Observación	Secundaria
	• Presentación	Opinión de expertos	
	• Diseño		
Demanda	• Cantidad de muebles	Encuesta	Primario
	• Frecuencia	Observación	Secundaria
		Opinión de expertos	
Oferta	• Cuanto	Encuesta	Primario
	• Donde	Opinión de expertos	Secundaria
	• Frecuencia	Observación	
Precio	• Precio de venta	Encuesta	Primario
	• Precio a pagar por el cliente	Observación	Secundaria
			Opinión de expertos
Comercialización	• Producto	Encuesta	Primario
	• Plaza	Observación	Secundaria
	• Promoción	Opinión de expertos	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora de la investigación

3.5. Identificación del Producto

El mobiliario de oficina es un conjunto de muebles que sirve para facilitar el uso y actividades habituales en el lugar de trabajo. Los mismo están enfocados al aprovechamiento de espacios, la decoración estética, la ergonomía, y demás factores que permitan optimizar ambientes que sean más frescos y cómodos para trabajar.

Los muebles diseñados y elaborados en melamínico y metálicos, brindan elegancia, satisfacción, calidad, confort y comodidad al lugar de trabajo. Este tipo de muebles son sutiles y vanguardistas debido a su forma de proyectar en el espacio de trabajo.

Para elegir el mobiliario de oficina más adecuado, se debe enfocar en relación al lugar de trabajo y a nuestras necesidades. Por lo tanto, dentro del mobiliario de oficina existen muebles claves para su correcto funcionamiento tales como: escritorios de oficina, silloneria, bibliotecas, archivadores.

ESCRITORIOS DE OFICINA. – El escritorio es un tipo de mueble y una clase de mesa. Es usado frecuentemente en el entorno de trabajo y de oficina. Los escritorios de oficina se encuentran disponibles en muchos estilos y formas. Los aspectos a tomar en cuenta antes de comprar un escritorio de oficina es el tamaño de la zona donde se colocará, el tipo de decoración en la oficina y la función principal de la oficina. Los escritorios también pueden ser personalizados para el usuario, incluyendo elementos adicionales para crear un espacio de trabajo ergonómico.

Ilustración 4 Escritorios de oficina



Fuente: <https://eventtech.me/>

SILLONERIA.- En el mobiliario para las oficinas uno de los productos más demandados son las sillas de oficina es uno de los muebles más importante, en ella vamos a permanecer la mayor parte del día. Elegirla bien, nos evitara problemas de salud en el futuro debemos elegir bien el mobiliario de oficina.

Para ello ofrecemos 3 consejos básicos a la hora de elegir una silla:

1. La silla de oficina se debe adaptar para que el usuario coja una buena postura al sentarse
2. La silla de oficina se compone de 4 piezas fundamentales (asiento, respaldo, apoyabrazos y base) la combinación de todas ellas y lo ergonómicas que sean nos proporcionaran una mayor o menor comodidad
3. No elegir sillas de oficina ya que al no ser lo suficientemente ergonómicas nos exponremos a dolores de espalda.

Ilustración 5 Silloneria



Fuente: <http://www.mueblesduffy.com/laempresa.htm>

BIBLIOTECAS. – Estos mobiliarios han sido ideados para tener organizados documentos, libros o expedientes. La productividad de una oficina no sólo se trata de darle una buena decoración sino adquirir mobiliario funcional que haga más fácil su trabajo y esto se logra con el orden.

Ilustración 6 Biblioteca



Fuente: <https://www.muebleshitters.com.ar/>

ARCHIVADORES. – Los archivadores, y los libreros han sido muebles que han estado siempre ligados a las oficinas, esto se debe a que ellos son unos de los importantes eslabones del buen funcionamiento de una empresa.

Antiguamente los archiveros eran elaborados con materiales muy pesados y con poca estética, en la actualidad existe una extensa gama de modelos, tamaños y colores que se pueden ajustar al diseño interior de la oficina, caso similar pasó con las bibliotecas y los libreros.

Ilustración 7 Archivadores



Fuente: <https://www.mercadolibre.com.uy/>

3.5.1. Características del producto

Unas de las características primordiales de los muebles de oficina es una capacidad alta de adaptación en la interacción con el usuario, también son muebles ergonómicos, duraderos, y diseñados estéticamente. Optar por comprar sillas, archivadores, bibliotecas y escritorios de oficina ergonómicas ayudará a mejorar el rendimiento, productividad y concentración de tus trabajadores, además de su salud y comodidad durante su jornada laboral.

3.6. Segmentación del mercado

3.6.1. Identificación de la población

Para la elaboración del presente Estudio de Mercado, se ha considerado a estudiar el número de empresas por tamaño como las microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas y grandes empresas, existentes en el cantón Cayambe y Pedro Moncayo de la provincia de Pichincha, que se pudo determinar mediante la investigación en los respectivos GAD municipales, en la Dirección de Avalúos y Catastros. La segmentación de mercado es importante ya que nos ayuda a dividir el mercado en partes más pequeñas de posibles compradores que tienen necesidades acordes con los productos que la microempresa ofrece.

Tabla 7 Segmentación del mercado

Número de empresas por tamaño	
Cantón Cayambe	
Microempresas	533
Pequeñas empresas	37
Medianas empresas	8
Grandes empresas	3
Cantón Pedro Moncayo	
Microempresas	269
Pequeñas empresas	25
Medianas empresas	5
Grandes empresas	1
Total	881

Fuente: Investigación de campo 2018

Elaborado por: Carolina Morocho

3.6.2. Mercado meta

La microempresa tiene como mercado meta la venta de muebles de oficina a las empresas, instituciones y negocios del Cantón Cayambe y del Cantón Pedro Moncayo en

la provincia de Pichincha. Definido el mercado meta, la micro empresa determinará sus objetivos en función de éste y dirigirá hacia ellas todos sus esfuerzos de producción.

3.6.3. Cálculo de la muestra

Después de haber hecho la identificación respectiva de la población a la cual va dirigida nuestro producto se procede a calcular el tamaño de la muestra, siendo esta la siguiente:

DATOS

Dónde:

N = Es el tamaño de la población

P = probabilidad de aceptación

Q = Probabilidad en contra

K = Nivel de confianza

E = Error muestral

n = Tamaño muestral

N = 881

P = 0.5

Q = 0.5

K = 1.96

E = 0.05

n = x

3.6.4. Formula

Luego de haber segmentado el mercado, procedemos a calcular el tamaño de la muestra para ello se utilizará la siguiente fórmula, considerando los datos ya determinados, por lo tanto, el mercado meta es de 881 empresas del Cantón Pedro Moncayo y Cantón Cayambe.

MUESTRA DE LA POBLACION

$$n = \frac{K^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + K^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (881)}{(0,05)^2(881 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = 268 \text{ encuestas}$$

3.6. Resultados y análisis de la encuesta

Una vez realizada las respectivas encuestas, acorde al resultado de la muestra, se realizará el respectivo análisis e interpretación de la información.

- Modelo de encuesta se encuentra en el anexo 3.

3.6.5. Cuadros de resultado

1.- ¿Usted estaría dispuesto a adquirir muebles para su oficina u hogar?

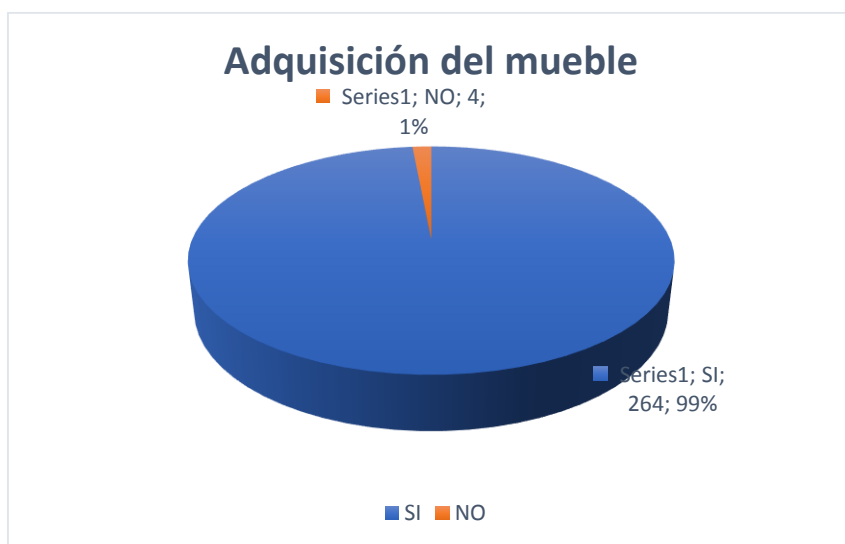
Tabla 8 Frecuencia de adquisición

Categoría	Encuestados	Porcentaje
SI	264	98.5%
NO	4	1.5%
TOTAL	268	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

Ilustración 8 Frecuencia adquisición mueble



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

ANALISIS: mediante las encuestas realizadas, se pudo determinar que la mayoría de personas encuestadas si estarían dispuestas a comprar un mueble para su oficina y hogar, con un 99% de aceptación, y se determina que si estarían dispuestas a comprar este tipo de muebles.

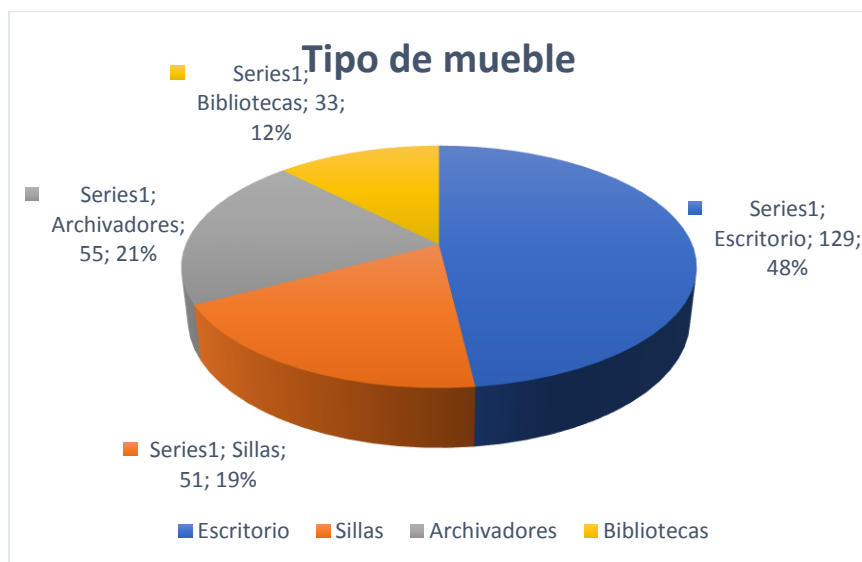
2.- ¿Qué tipo de mueble compraría?

Tabla 9 Tipos de muebles

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Escritorio	129	48%
Sillas	51	19%
Archivadores	55	21%
Bibliotecas	33	12%
Total	268	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

Ilustración 9 Tipo de mueble



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

ANÁLISIS: mediante la encuesta realizada se puede determinar que la mayoría de encuestados prefiere comprar un escritorio de todo el mobiliario de oficina como algo más primordial y necesario para uso de la oficina.

3.- ¿Con que frecuencia compraría muebles para su oficina u hogar?

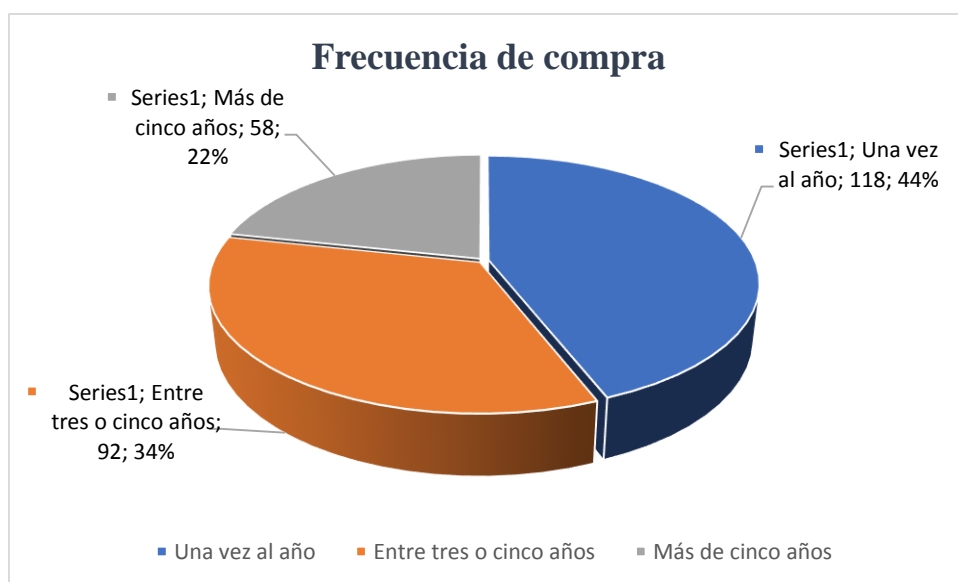
Tabla 10 Frecuencia de compra

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Una vez al año	118	44%
Entre tres o cinco años	92	34%
Más de cinco años	58	22%
Total	268	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

Ilustración 10 Frecuencia de compra



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

ANÁLISIS: mediante las encuestas realizadas se puede determinar que la mayoría de personas tendrían una frecuencia de compra de un mobiliario de oficina una vez al año, seguidamente de las personas que lo adquirirán entre tres a cinco años y por último la frecuencia de más de cinco años.

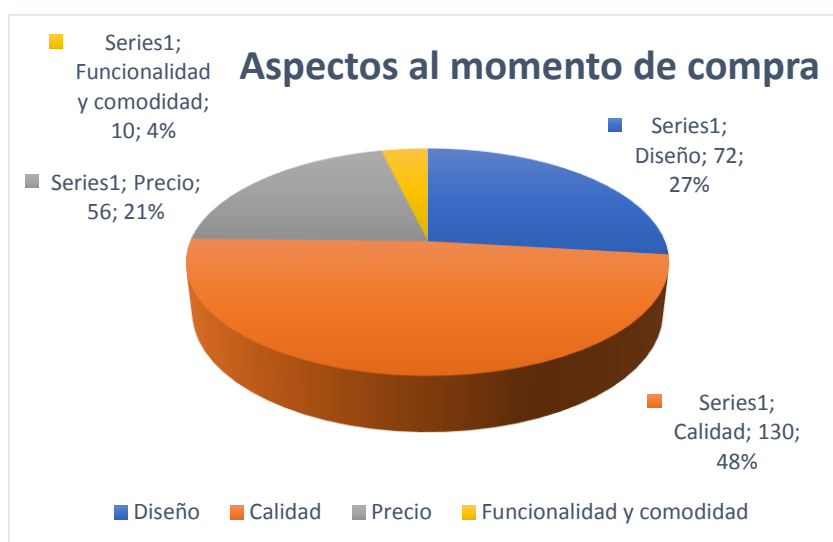
4.- ¿Qué aspecto toma en cuenta al momento de comprar muebles para su oficina u hogar?, seleccione una sola opción.

Tabla 11 Aspectos

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Diseño	72	21.80%
Calidad	130	41.70%
Precio	56	16.90%
Funcionalidad y comodidad	10	19.60%
Total	268	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

Ilustración 11 Aspectos



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

ANÁLISIS: mediante las encuestas realizadas se puede determinar que el aspecto más importante al momento de adquirir un mueble de oficina es la calidad del producto, seguidamente por el aspecto del diseño que debe ser más innovador y variado.

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos mobiliarios?

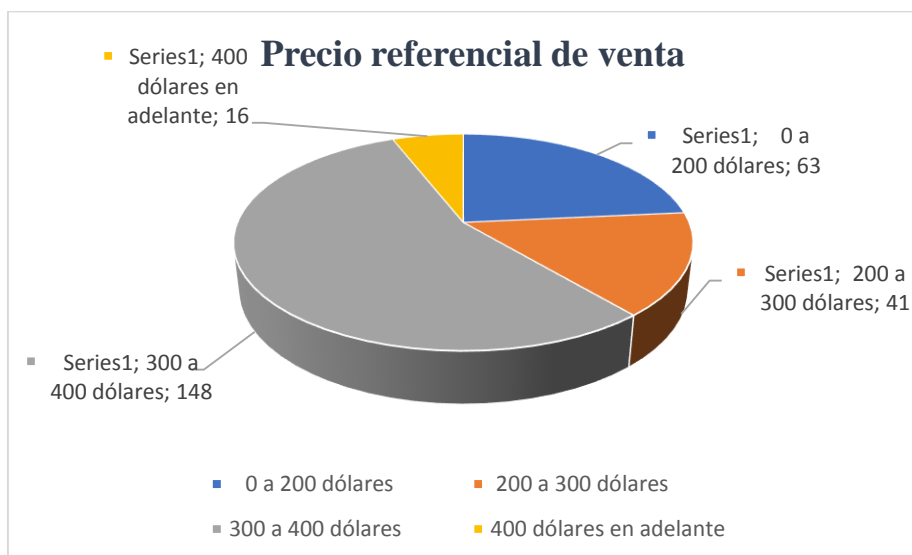
Tabla 12 Precio referencial

Categoría	Encuestados	Porcentaje
0 a 200 dólares	63	23.50%
200 a 300 dólares	41	15.30%
300 a 400 dólares	148	55.20%
400 dólares en adelante	16	6%
Total	268	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

Ilustración 12 Precio referencial



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

ANÁLISIS: mediante las encuestas realizadas se puede determinar la mayoría de personas optan por pagar un precio promedio entre los \$300.00 a \$400.00 para la adquisición del mobiliario de oficina.

6.- ¿Compraría usted algunos de estos muebles de oficina?

Tabla 13 Probabilidad de compra

Categoría	Encuestados	Porcentaje
SI	258	96.3%
NO	10	3.7%
TOTAL	268	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

Ilustración 13 Probabilidad de compra



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

ANÁLISIS: mediante las encuestas realizadas se puede determinar que la mayoría de personas si están dispuestas a comprar un mueble de oficina. De esta manera se puede decir que este producto si tendría una buena acogida.

7.- ¿Dónde le gustaría encontrar este tipo de muebles de oficina?

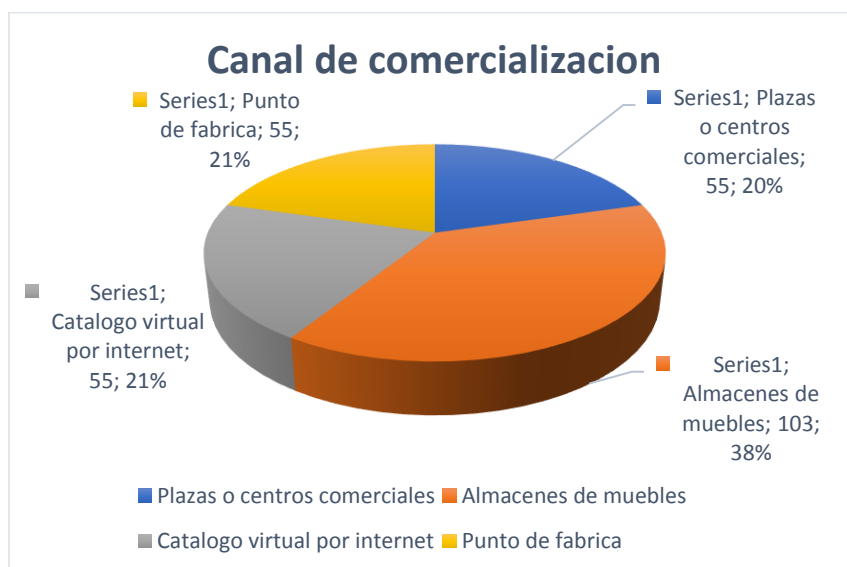
Tabla 14 Canal comercial

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Plazas o centros comerciales	55	21.20%
Almacenes de muebles	103	36.40%
Catalogo virtual por internet	55	21.20%
Punto de fabrica	55	21.20%
Total	268	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

Ilustración 14 Canal comercial



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

ANALISIS: se puede determinar que el canal de distribución más preferido o frecuentado por las personas es en los almacenes de muebles, seguidamente por catálogos virtuales, esto nos da por determinar que los muebles son más adquiridos si se encuentran en almacenes por su facilidad de accesibilidad.

8.- ¿Cuál cree que es el mejor medio de publicidad para el conocimiento de un negocio de muebles de oficina?

Tabla 15 Medio publicitario

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Radio	18	6.70%
Prensa	23	8.60%
Televisión	83	31.00%
Redes sociales	144	53.70%
Total	268	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

Ilustración 15 Medio Publicitario



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

ANALISIS: mediante las encuestas realizadas se pudo determinar que el mejor medio publicitario es mediante las redes sociales, ya que en la actualidad la mayoría de personas cuenta con una red social en donde se informa de promociones de productos y creación de nuevos negocios.

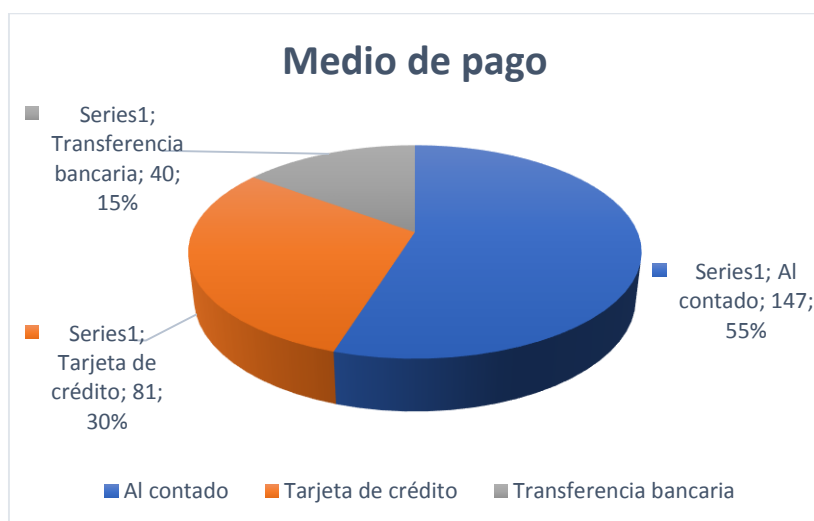
9.- ¿Cuál es la forma de pago que usted opta al momento de cancelar su compra?

Tabla 16 Formas de pago

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Al contado	147	54.90%
Tarjeta de crédito	81	30.20%
Transferencia bancaria	40	14.90%
Total	268	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

Ilustración 16 Forma de pago



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carolina Morocho

ANÁLISIS: mediante las encuestas realizadas se pudo determinar que la forma de pago por la adquisición de los muebles de oficina, en la gran mayoría de personas es al contado, seguidamente del pago con tarjetas de crédito y por última opción las transferencias bancarias.

10.- ¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse?

Tabla 17 Promociones

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Descuentos directos	146	54.50%
Precios especiales	100	37.30%
Premios	22	8.20%
Total	268	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

Ilustración 17 Promociones



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

ANÁLISIS: mediante las encuestas realizadas se pudo determinar que la mayoría de personas al momento de adquirir un mueble, como promoción prefiere tener descuentos directos en sus compras o comprarlos a precios especiales.

3.6.6. Entrevista

Para el desarrollo de la investigación se creyó conveniente aplicar entrevistas a micro empresas que ofrecen servicios similares a este tipo de fabricación y comercialización de muebles, para ello el primer entrevistado fue el propietario de Maxi-Muebles en la Parroquia la Esperanza, Barrio El Rosario, supo manifestar que él anualmente oferta 44 mobiliarios de oficina porque cuenta tan solo con un trabajador a medio tiempo, y el precio de mobiliario es de \$ 385.00, seguidamente se entrevistó al propietario de Produ-muebles en la Parroquia la esperanza, Barrio Vicente Solano, el cual supo manifestar que anualmente oferta 46 mobiliarios de oficina a un precio anual de \$396.00, también se entrevistó al propietario de Metálicas Morocho en la Parroquia La Esperanza, Barrio 6 de Enero, el cual supo manifestar que tiene una oferta anual de 45 mobiliarios de oficina a un precio de \$423.00, y por último se entrevistó al propietario de Multi-Industrias Morocho, en la Parroquia La Esperanza, Barrio El Rosario, el cual supo manifestar que su oferta anual es de 47 mobiliarios de oficina a un precio de \$410.00 por cada mobiliario.

3.7. Análisis de la demanda

Para determinar la demanda actual se ha realizado una investigación de campo utilizando el método de las encuestas a la población del Cantón Pedro Moncayo y Cayambe, en donde se determina y encontrar un alto grado de representatividad en los resultados obtenidos y tenemos como resultado que si existe una demanda actual de muebles de oficina, y se ha tomado en cuenta la pregunta N°1 de la encuesta, ¿Usted estaría dispuesto a adquirir muebles para su oficina u hogar?, y como resultado podemos obtener que un 98.5% de encuestados en Cayambe y Pedro Moncayo de la provincia de Pichicha, y la frecuencia de compra anual con un 44%, si están dispuestas a adquirir este

tipo de muebles para sus negocios u hogar y también se determina que existe la suficiente aceptación para la creación de esta microempresa.

En cuanto a su diseño, tamaño y color se puede decir que cada persona encuestada tiene diferentes tipos de preferencia, por lo que este mercado hoy en día debe ofertar varias clases y modelos de muebles de metal tomando además en consideración el gusto y bolsillo de los clientes.

CÁLCULO

Demanda actual = Población x % de aceptación anual

Demanda actual = 868 x 44%

Demanda Actual = 382

Mobiliario de oficina (Juegos de oficina)

Está conformado por:

- Escritorio
- Sillas
- Archivador
- biblioteca

La demanda representa uno de los aspectos más importantes en el presente proyecto, por la incidencia de la implantación o no, de la micro empresa de fabricación y comercialización de muebles de oficina.

Tabla 18 Comportamiento de la demanda actual

Total, de la población del año 2018	98.5% de la población que estarían dispuesto a adquirir un mueble anual	Frecuencia anual demandada (44%)	Frecuencia de compra anual	Total, de compras de muebles anual
881	868	382	Una vez al año	382
Demanda Total en el Mobiliario de Muebles de Oficina				382

3.8. Análisis de la oferta

Según el análisis de resultados de la investigación de campo, se puede apreciar que 4 microempresas de fabricación y comercialización de muebles del sector ofertan 182 muebles anualmente.

Tabla 19 Análisis de la oferta

Oferta	
Microempresas comerciales	Anual
Maxi-muebles	44
Produ-Muebles	46
Metálicas M.	45
Multi-industrias M.	47
Total	182

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

3.8. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha, que se estableció para un año según el estudio de mercado es de aproximadamente 200 mobiliarios de oficina, dicha cantidad está representada con juegos de mobiliarios (escritorio, silla, archivador y biblioteca), ya que se refiere a los principales productos que la microempresa pretende fabricar y comercializar.

Y según la información obtenida, resultado de la investigación aplicada, se muestra que existe una demanda insatisfecha, dando lugar a un proyecto que pueda cubrir dicho mercado, debido a que existe una demanda de 382 mobiliarios y una oferta de 182 mobiliarios, dando como resultado una demanda insatisfecha de 200 mobiliarios.

Tabla 20 Demanda insatisfecha

Mobiliario de oficina	
Demanda	382
Oferta	182
Demanda insatisfecha	200

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

3.9. Análisis y determinación de los precios

En cuanto al análisis y establecimiento del precio se lo determina mediante la observación directa aplicada a las siguientes microempresas, considerando los precios de venta de la competencia de las micro empresas comerciales que se encuentran ubicadas en el Sector La Esperanza del Cantón Pedro Moncayo, ya que se debe establecer precios similares o referenciales a los que ya están estipulados en el mercado o de la competencia, salvo que se posea una diferenciación en calidad, disponibilidad, distribución del producto o servicio post venta con el cliente. Y entre ellas tenemos los precios referenciales de las 4 microempresas existentes en el sector:

Tabla 21 Determinación del precio

Mobiliario de oficina					
Microempresas comerciales	Escritorio	Silla	Archivador	Biblioteca	Precio total
Maxi-muebles	150.00	55.00	90.00	90.00	385.00
Produ-Muebles	160.00	60.00	80.00	96.00	396.00
Metálicas M.	170.00	53.00	95.00	105.00	423.00
Multi-industrias M.	165.00	65.00	90.00	90.00	410.00
Precio promedio	\$161.25	\$58.25	\$88.75	\$95.25	\$404.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carolina Morocho

Con respecto a las fijaciones de los precios en los muebles planteados se lo realizó en base a referencias de otras microempresas competidoras del sector, con esta fijación de precios anteriores se buscará penetrar en el mercado, tomando en cuenta que la industria del mueble es una competencia perfecta ya que el precio de los muebles, va acorde a la oferta y la demanda del mercado.

La micro empresa se asegurará de establecer el precio promedio de manera competitiva, el cual se pudo determinar mediante la competencia y será de \$404.00 que se venderá cada mobiliario, tomándose en cuenta que son productos innovadores de excelente calidad, elaborados en materia prima de calidad.

3.10. Estrategias de comercialización

La estrategia de comercialización de mercado que la microempresa implementará es uno de los aspectos más importantes para la venta de muebles, por ello la microempresa de muebles debe aplicar las estrategias del marketing Mix, que consiste en planificar y

direccionar con el éxito en el futuro de la empresa, siempre basándose en la demanda existente en el mercado.

3.10.1. Marketing Mix (4Ps)

El marketing estratégico es una metodología de análisis y conocimiento del mercado, con el objetivo de detectar oportunidades que ayuden a la empresa a satisfacer las necesidades de los consumidores de una forma más óptima y eficiente, que el resto de competidores.

Ilustración 18 Las 4 Ps de la mercadotecnia



Fuente: <https://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>

Elaborado por: Autora de la investigación

3.10.2. Producto

Mediante los productos se dará a conocer los atributos, la características y beneficios que el cliente recibirá al momento de adquirir su mobiliario de oficina y a su vez al usarlo.

- Ofrecer productos de alto estándar de calidad
- Responsabilidad y amabilidad con una excelente atención al cliente

- Seleccionar la materia prima para la elaboración del producto tomando en cuenta principalmente la calidad, así como también gustos y preferencias del cliente.

3.10.3. Precio

- El precio se establecerá de acuerdo a la competencia, ya que el precio referencial de nuestra competencia es perfecto para tener un estimado de precios para la introducción al mercado, también se debe tomar en cuenta las necesidades, tendencias y comportamientos del mercado con el fin de brindar un buen servicio y conseguir una imagen positiva frente a los clientes con precios justos y razonables.
- Se disminuye y se incrementa el precio de los mobiliarios de oficina de acuerdo al comportamiento que tenga el mercado, lo ideal es tener una competencia sana que permita sobresalir de manera eficiente ganando más clientes.
- En el caso de penetración, al ingresar al mercado con precios accesible que brinde utilidad, aunque no sea en gran porcentaje.

3.10.4. Plaza

- Los muebles de oficina se van a comercializar directamente desde la planta en el sector La esperanza del Cantón Pedro Moncayo al canal de distribución que será directo a nuestro consumidor final o a los diversos almacenes, los cuales serán entregados bajo pedido y entregados por encomiendas.
- Analizar un área de cobertura viable y realizar envíos a domicilio de los productos ofertados en la micro empresa.

3.10.5. Promoción

- Las estrategias de publicidad y promoción es un proceso muy importante de la microempresa de muebles porque debe enfocarse en las promociones que más llame la atención a los clientes y aplicarlas correctamente.
- Según las encuestas realizadas la promoción que más prefieren los clientes son los descuentos directos por el fabricante.
- Los medios de publicidad favoritos de los clientes en la actualidad son las redes sociales y medios de comunicación como radio y televisión.

3.11. Conclusiones del estudio de mercado

- El estudio de mercado ha ayudado a demostrar que el producto que se pretende ofrecer, es aceptado en el mercado, esto gracias a la recolección y análisis de datos que se ha realizado, mediante las encuestas formuladas a nuestros posibles clientes y las entrevistas a los competidores.
- Gracias al cálculo de la diferencia de la oferta y demanda, se pudo constatar que existe una demanda insatisfecha en la venta de muebles de oficina, para lo cual la idea de crear una micro empresa de fabricación y comercialización de muebles, con la cual se pretende satisfacer la demanda insatisfecha total.
- También se pudo determinar los principales canales de comercialización para darse a conocer al público dentro del mercado local, se utilizaría las redes sociales como primera opción, ya que permitirá tener un mayor acercamiento a los posibles clientes, otro medio publicitario que beneficiará a nuestros clientes es mediante la televisión, donde puedan observar los diseños de muebles que la microempresa estará ofreciendo a su mercado.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. INTRODUCCIÓN

El presente capítulo pretende ayudar con información cualitativa y cuantitativa para el desarrollo del proyecto, además nos ayuda a encontrar el área adecuada para el desarrollo del emprendimiento, y beneficiará al momento de identificar cada una de las inversiones y los costos a los que se tendrá que acudir para dar inicio al proyecto de emprendimiento.

Por ende, se puede decir que en su mayoría este capítulo tiene que ver con los resultados que se obtuvieron luego del estudio de mercado, ya que se busca de una u otra manera cubrir de una forma parcial o total la demanda insatisfecha con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. Objetivo general

Elaborar un estudio técnico que permite delimitar la localización, tamaño y las inversiones que requeriría el proyecto.

4.2.2. Objetivos específicos

- Establecer la ubicación más adecuada para la ejecución del proyecto.
- Definir el tamaño del proyecto.
- Establecer un diseño adecuado para la elaboración del proyecto.
- Describir el proceso de fabricación de los muebles de oficina.
- Establecer la inversión necesaria para la ejecución del proyecto

4.3. Localización del proyecto

En lo que se enfoca al ámbito territorial en el cual se procede a desarrollarse el presente proyecto de la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de muebles de oficina en la parroquia La Esperanza, Cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha, la cual se determina la macro y micro localización, a través de un análisis de ubicación de acuerdo a las necesidades de la empresa de tal modo que nos permite determinar una localización específica y concreta del proyecto.

4.3.1. Macro localización

La micro localización de la microempresa de fabricación y comercialización de muebles de oficina, se determinará en una localización estratégica que permitirá tener accesibilidad a su materia prima, mano de obra y que pueda tener mejor acceso para las ventas de muebles y se considera la siguiente zona, región, provincia o área en la cual se localizará:

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Pichincha

Cantón: Pedro Moncayo

MAPA DE MACRO LOCALIZACIÓN

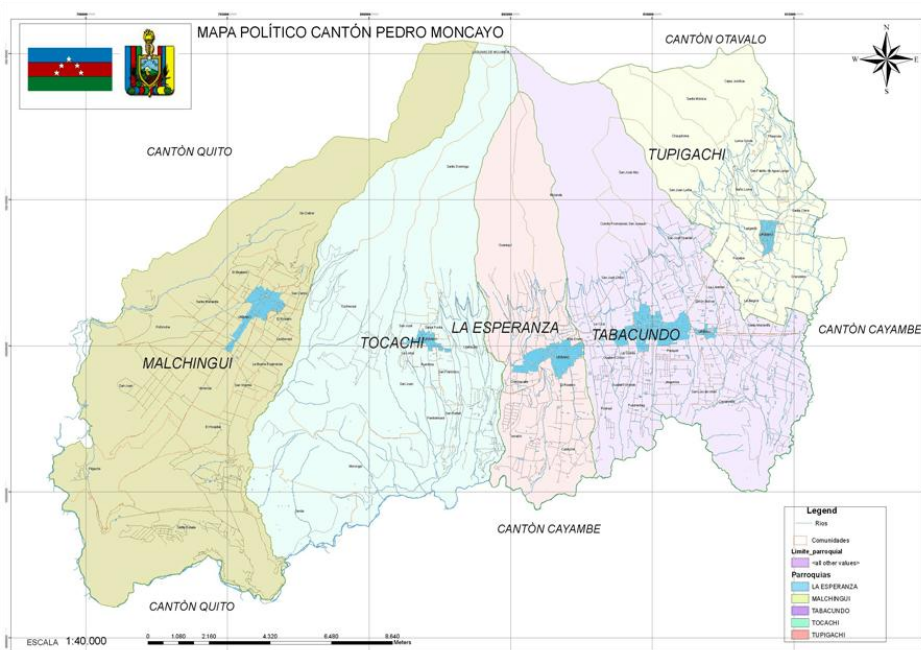
Ilustración 19 Macro localización



Fuente: <http://www.pedromoncayo.gob.ec/index.php/canton/ubicacion-geografica>

Elaborado por: Autora de la investigación

Ilustración 20 Macro localización



Fuente: GAD Municipal Pedro Moncayo

Elaborado por: Autora de la investigación

El Cantón Pedro Moncayo, se encuentra ubicado dentro de la hoya de Guayllabamba, asentada en la vertiente sur del nudo de Mojanda, al nororiente de la Provincia de Pichincha. Forma parte de la cuenca hidrográfica del río Esmeraldas, conformada por los ríos Guayllabamba, San Pedro, Pita, Pisque y Blanco que desembocan en el Pacífico. La

altitud va desde 1730m.s.n.m; los centros poblados están ubicados en las laderas medias del volcán Mojanda entre las cotas de los 2848m.sn.m, a los 2952m.s.n.m. Tabacundo constituye la cabecera cantonal de dicho cantón, y el punto central de comercio, además forman parte del cantón las Parroquias de Malchinguí, Tocachi, La Esperanza, Tupayachi. Detrás del análisis de macro localización, se reconoce al Cantón Pedro Moncayo para la ubicación de la microempresa fabricante y comercializadora de muebles de oficina, con el fin de fortalecer, reactivar e incrementar el contexto económico y apoyar el desarrollo local y regional con el objeto de mejorar la producción empresarial en el área del sector metalmecánico.

4.3.2. Micro localización

Debido a los recursos necesarios, tanto materiales (planta física y maquinaria), como recursos humanos que se utilizará en la fábrica, la microempresa se creará en la parroquia La Esperanza, en donde se presenta una moderada diversificación como predominio de fábricas de muebles de oficina, este sector se caracteriza por tener varios fabricantes de muebles, de tal manera que la implantación de la misma se ha considerado la siguiente ubicación:

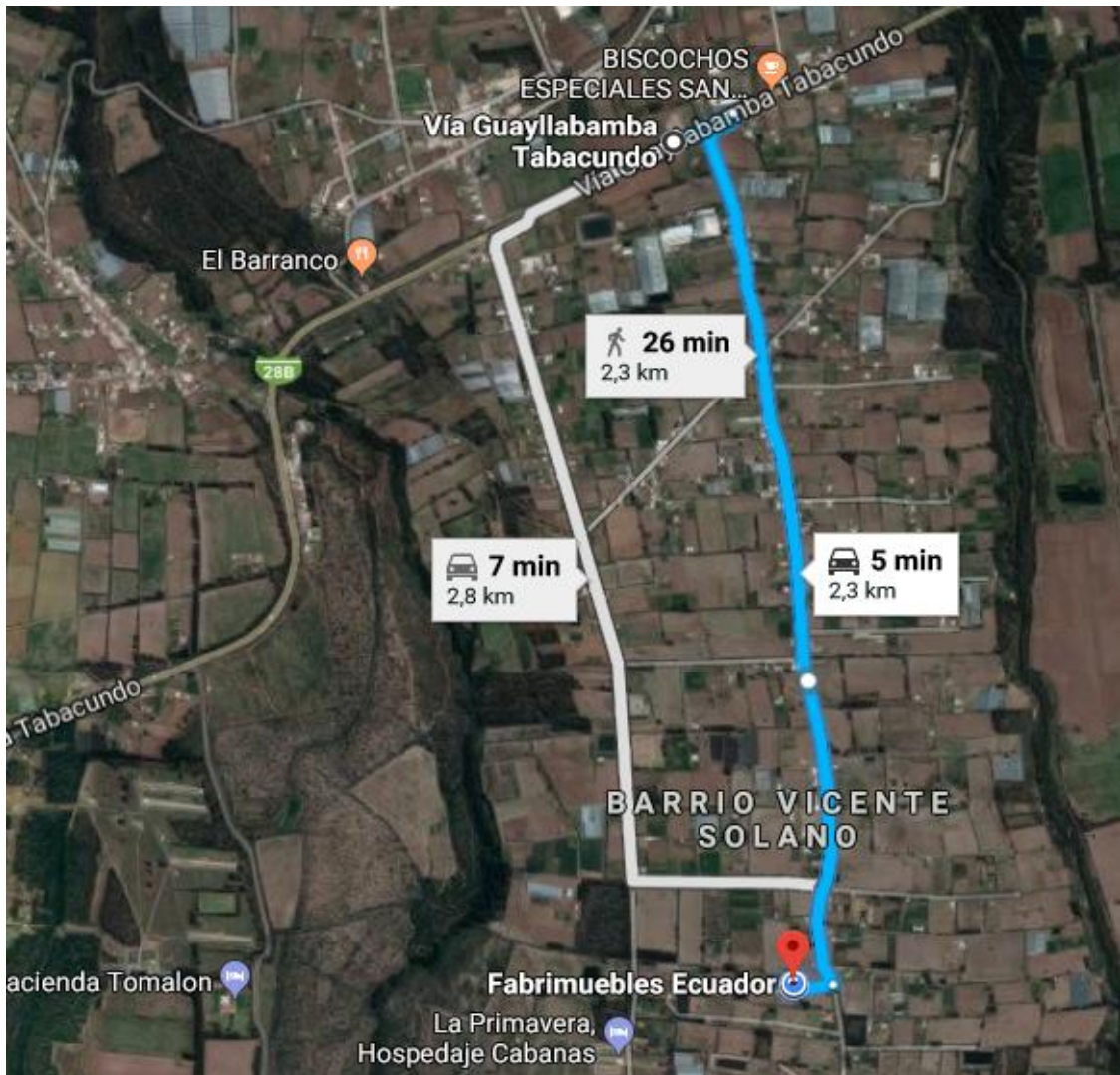
Cantón: Pedro Moncayo

Parroquia: La Esperanza

Barrio: Vicente Solano

Dirección: Calle Valencia- N° 09-119

Ilustración 21 Micro localización



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps>
Elaborado por: Autora de la investigación

La ubicación exacta de la microempresa es de muebles de oficina, será en la parroquia La Esperanza, barrio Vicente Solano, Calle Valencia- N° 09-119, a 2,3 km del suroeste de la vía Guayllabamba Tabacundo/E28B, que en la actualidad en ingreso a la microempresa cuenta con dos vías de acceso las cuales están detalladas en el mapa de ingreso a la fábrica.

4.4. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto de manera eficaz es importante definir los siguientes componentes como: capacidad de producción, disponibilidad de recursos financieros, disponibilidad de materia prima y la disponibilidad de la mano de obra.

4.4.1. Capacidad del proyecto

El elemento más importante para determinar el tamaño del proyecto es generalmente la cuantía de la demanda insatisfecha que ya fue establecida en el estudio de mercado, siendo un punto primordial para determinar el tamaño del proyecto, pues gracias a la misma se tiene la certeza de la capacidad de mobiliarios que el mercado requiere, el emprendimiento tendrá la capacidad de satisfacer la demanda actual insatisfecha, misma que con el pasar del tiempo y el debido posicionamiento en el mercado ira aumentando a través de la promoción y selección de canales de distribución estratégicos.

Tabla 22 Capacidad de producción

Categoría	Capacidad mensual	Capacidad anual
Mobiliarios	17	200
Cantidad a producir		200

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

Como se puede observar en el cuadro anterior se estima fabricar y comercializar un estimado de 17 mobiliarios mensualmente y alrededor de 200 mobiliarios anualmente.

4.4.2. Disponibilidad de Recursos Financieros

Para establecer la disponibilidad y requerimientos de los recursos financieros que utilizará la microempresa de muebles, se tomó en cuenta los parámetros aceptables de

inversión, en el cual se ve aceptable la inversión total y se llevará a cabo con financiamiento de préstamos bancarios e inversión propia.

Para que el presente estudio tenga posibilidad de realizarse se acudirán a instituciones financieras, las cuales puedan otorgarnos un crédito con la menor tasa de interés posible, con la que se nos permita realizar los pagos mensuales en su debido tiempo.

4.4.3. Disponibilidad de materia prima

La materia prima necesaria para la fabricación del mueble de oficina está conformada por materiales estrictamente calificados, con los más altos estándares de calidad para garantizar el cumplimiento y calidad de fabricación de cada mueble, dentro de la disponibilidad de insumos y materia prima se cuenta con los proveedores necesarios para adquirir los materiales e insumos, entre ellos tenemos:

Tabla 23 Disponibilidad de materia prima

PROVEEDOR	MATERIA PRIMA
Ferretería Ferrigon, Ferri Cabas, Ferretería Familiar	Láminas de tol laminado al frío, tubos metálicos
Topesa	Tornillería
Pelikano, Servitablero	Tableros melamínico
Engivet	Líquido para el lavado de muebles
Don polo, Wesco,	Pintura electroestática
Comercial rocha, James	Telas, cuerina, esponja, grapas, cintas de embalaje, Cemento de contacto

Fuente: Investigación de campo 2018

Elaborado por: Autora de la investigación

Los precios van a variar de acuerdo a la calidad de la materia prima e insumos, y el periodo de pago a los proveedores, el material que se encuentra en constante variación de precio son las láminas de tol, puesto que en temporadas tiende a subir de precio o

mantenerse constante. El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de la microempresa de muebles, ya que de esto depende directamente la calidad del producto que se va a ofrecer, la entrega oportuna del mismo, así como la imagen que los consumidores tendrán de ella. Esto implica la búsqueda de proveedores cercanos y de prestigio, el mismo que nos permite obtener muebles de calidad.

4.4.4. Disponibilidad de mano de obra

Para la implementación de la microempresa se buscará al mejor recurso humano calificado, adicionalmente conformaremos un excelente equipo de profesionales especializados con conocimientos en las áreas de: soldadura, tolería, tapicería, para complementar nuestro portafolio de servicios y ofrecer la ejecución de proyectos integrales, de toda clase de muebles de oficina en general desde su diseño.

4.5. Inversión del proyecto

En este apartado se analizará la información técnica y económica que requiere el proyecto, misma información que nos facilitará diseñar y ejecutar dicho proyecto.

4.5.1. Distribución de áreas

Las áreas de la fábrica de producción de la microempresa serán distribuidas de acuerdo al espacio físico real con el que va a contar, es decir, se estableció de acuerdo a los m² totales que dispone la microempresa, los cuales son de 192 m², que permitan el proceso de fabricación del producto de acuerdo a la necesidad del proyecto, los metros cuadrados para cada departamento están distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 24 Distribución de la planta

DISTRIBUCIÓN	ÁREA (m2)
Bodega de inventario	18m2
Administración	18m2
Producción	42m2
Horno de pintura	18m2
Armado y embalado	12m2
Baño	6m2
Parqueadero	78m2

Fuente: Investigación de campo 2018

Elaborado por: Autora de la investigación

4.5.2. Infraestructura física

El diseño se lo realizará de acuerdo a las necesidades de la microempresa dependiendo del equipo, muebles, maquinaria y herramientas que necesite para una mejor presentación de la microempresa.

A continuación, se representa la distribución de la planta con las áreas necesarias para la fabricación del mueble de oficina.

Ilustración 22 Infraestructura

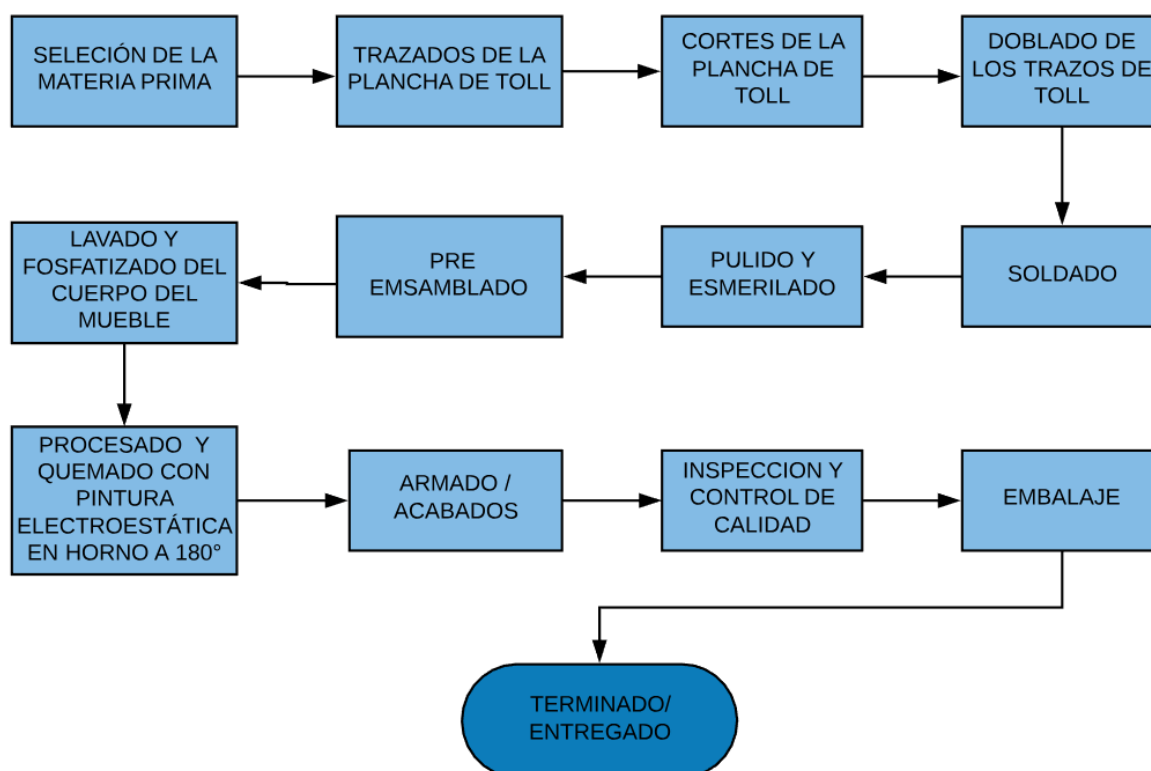


Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.6. Flujograma de procesos

Ilustración 23 Flujograma de procesos



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.6.1. Procesos de producción

Existen varias maneras de fabricar un mueble de oficina nuestro proceso de producción será el siguiente:

- **Selección de la materia prima:** una vez seleccionado el tipo de mueble a realizar se procede a la compra y selección de la materia prima que se va a utilizar en el proceso de fabricación.
- **Trazados de la plancha de tol:** a continuación, se procede a trazar las medidas y dimensiones del cuerpo o estructura del mueble.

- **Cortes de la plancha de tol:** una vez trazado los cortes para la estructura del mueble, se debe realizar lo cortes de las planchas de tol.
- **Doble de los trazos de tol:** se procede a realizar los dobles de los retazos de tol anteriormente cortados.
- **Soldado:** con los dobleces listos se debe continuar con la soldadura de los dobles para formar el diseño y forma del mueble.
- **Pulido y esmerilado:** se procede a tomar fallas en la estructura del mueble con el pulido y esmerilado, para que al momento de pintar no tenga ninguna imperfección.
- **Pre-ensamblado:** el mueble debe estar correctamente pre-ensamblado con todas sus medidas y cortes precisos para que encaje perfectamente sus partes y piezas en su dimensión y estructura final.
- **Lavado y fosfatizado del cuerpo o estructura del mueble:** una vez realizado el pre ensamblado, se precede con el lavado y fosfatizado mediante productos químicos altamente especiales, que ofrecen una barrera química contra la corrosión y como beneficio secundario aumentando la adherencia de la pintura.
- **Procesado y quemado con pintura electroestática en un horno a 180°:** una vez que el mueble se ha secado se realiza un proceso de pintado con pintura electroestática y cocinado en un horno a 180° dejando enfriar los cuerpos o estructuras de los muebles antes de ser retirados del horno.
- **Armado/ensamblado:** el mueble es retirado del horno y se procede con el armado y ensamblado de las piezas.

- **Inspección y control de calidad:** este proceso es uno de las más importantes dentro de las fases del proceso de fabricación del mueble, ya que son medidas que nos permiten verificar el estándar de control de calidad, comprobando si el mueble está bien realizado en todas sus terminaciones finales, y que no exista ninguna falla en su estructura, esto nos permite garantizar a nuestro cliente en su durabilidad, calidad, funcionalidad y comodidad del mueble.
- **Embalaje:** una vez que el mueble está terminado con todos sus acabados perfectamente realizados, se envuelve con cartón y plástico de embalaje para una mayor protección y seguridad.
- **Terminado/ entregado:** una vez realizado todos sus procesos de fabricación, el mueble está listo para ser entregado a nuestros clientes, cumpliendo con todas las exigencias y requerimientos.

4.7. Inversiones

Para determinar la inversión adecuada del emprendimiento, nos basamos en la determinación de los activos fijos y activos corrientes, con los cuales se empezará a creación de la micro empresa de fabricación y comercialización de muebles de oficina.

4.7.1. Activos fijos

Es indispensable adquirir los implementos necesarios para dar inicio a las actividades de fabricación y comercialización del mueble de oficina, para lograr una producción efectiva y de alta calidad se detallan los siguientes:

4.7.2. Infraestructura

La infraestructura es el conjunto de elementos necesarios para que una micro empresa pueda funcionar, la cual cuenta con 192m2 de adecuación de la planta.

Tabla 25 Adecuación de la planta

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
<u>BIENES INMUEBLES</u>			
Infra estructura	192m2	\$ 8	\$ 1,536.00
Total			\$ 1,536.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.7.2.1. Equipo Tecnológico

En este punto nos referimos a los bienes tecnológicos que son indispensables para el desarrollo normal de la micro empresa de fabricación y comercialización de muebles.

Tabla 26 Equipo tecnológico

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
<u>EQUIPO TECNOLÓGICO</u>			
Computadora	1	\$500	\$500
Teléfono fijo	1	\$60	\$60
Impresora	1	\$120	\$120
Total			\$680

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.7.2.2. Herramientas

En lo que se refiere a herramientas se detallan los siguientes artículos que intervienen en la fabricación mobiliario de oficina.

Tabla 27 Herramientas

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
<u>HERRAMIENTAS</u>			
Esmeril	1	\$59	\$59
Taladro	1	\$112	\$112
Escuadra	1	\$5	\$5
Metro	2	\$4	\$8
Tijeras de tol	1	\$12	\$12
Martillo	2	\$4	\$8
Desarmador	1	\$6	\$6
Playo	2	\$9	\$18
Total			\$228

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.7.2.3. Maquinaria y equipo

Para poner en marcha el proyecto es necesario tener en cuenta las siguientes maquinarias y equipos que son indispensables y que permitan realizar una producción adecuada y eficiente para poder satisfacer la demanda propuesta.

Tabla 28 Maquinaria

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
<u>MAQUINARIA</u>			
Dobladora nacional de tol	1	\$1,500	\$1,500
Cizalla/ cortadora de tol	1	\$800	\$800
Suelda mig	1	\$550	\$550
Despuntadora	1	\$400	\$400
Dobladora de tubo	1	\$350	\$350
Total			\$3,600

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.7.2.4. Suministros de oficina

Para el proceso de organización y administración de la micro empresa, es muy necesario contar con los siguientes suministros de oficina.

Tabla 29 Suministros de oficina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
<u>SUMISTROS DE OFICINA</u>			
Grapadora	1	\$5	\$5
Perforadora	1	\$4	\$4
Resma de papel bon	1	\$4	\$4
Total			\$13

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.7.2.5. Muebles y Enseres

En lo que refiere a muebles y enseres, es el mobiliario necesario para iniciar las actividades del proyecto de emprendimiento, el cual se considera indispensable invertir para una mejor adecuación y atención a los clientes.

Tabla 30 Muebles y Enseres

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
<u>MUEBLES Y ENSERES</u>			
Estación de trabajo	1	\$180	\$180
Sillón Gerencial	1	\$150	\$150
Archivador	1	\$90	\$90
Biblioteca	1	\$110	\$110
Sillas para visita o espera	2	\$35	\$70
Total			\$600
<u>Total</u>		\$5,161	\$6,657

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.7.2.6. Resumen de inversión

Todos los activos fijos antes mencionados, clasificados y presupuestados, son de uso tangible y que son de necesidad primordial para el funcionamiento y operación de la microempresa “Fabrimuebles”, dichos activos no son destinado a la venta o no pueden ser fácilmente liquidados, es decir, convertidos en dinero como ingresos de la misma.

Tabla 31 Resumen de la inversion fija

Detalle	Cantidad
Infraestructura	\$1,536
Equipo Tecnológico	\$680
Herramientas	\$228
Maquinaria y equipo	\$3,600
Suministros de oficina	\$13
Muebles y enseres	\$600
Total	\$6,657

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.7.3. Costos de producción

4.7.3.1. Materia prima directa

La materia prima directa que será utilizada para la fabricación de los muebles se identifica directamente con la producción, ya que los materiales representan un alto porcentaje en el costo de la elaboración del producto, considerando para ello los siguientes materiales mensuales de acuerdo a su etapa de crecimiento y para todo si ciclo productivo, desglosando de la siguiente manera:

Tabla 32 Materia prima directa en sillas

Concepto	Unidad de medida	SILLA		
		Cantidad	Valor por unidad	Valor mensual de 17 sillas
Tubos redondos	7/8*1.1 mm	15	\$6	\$90
Esponja negra	4 cm	3	\$8	\$23
Cuerina negra	1 metro	5	\$3	\$16
Planchas de tablero	2.40*2.40	1.5	\$30	\$45
Pintura	Kg	4	\$6	\$24
Total			\$53	\$198

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

En la tabla N° 32 se representa la materia prima directa para la elaboración mensual de 17 sillas censas y los costos directos imprescindibles para su fabricación.

Tabla 33 Materia prima directa en escritorios

Concepto	Unidad de medida	ESCRITORIO		
		cantidad	valor por unidad	Valor mensual de 17 escritorios
Tablero	2.40*2.15	6	\$90	\$540
Tol	1.20*2.15	34	\$16	\$544
Pintura	Caja	1	\$115	\$115
Total			\$221	\$1,199

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

En la tabla N° 33 se representa la materia prima directa para la elaboración mensual de 17 escritorios estándar y los costos directos imprescindibles para su fabricación.

Tabla 34 Materia prima directa en archivadores

ARCHIVADOR				
Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Valor por unidad	Valor mensual de 17 archivadores
Tol	1.20*2.15"0.70"mm	51	\$16	\$816
Pintura	Caja	2	\$115	\$230
Total			\$131	\$1,046

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

En la tabla N° 34 se representa la materia prima directa para la elaboración mensual de 17 archivadores y los costos directos imprescindibles para su fabricación.

Tabla 35 Materia prima directa en bibliotecas

BIBLIOTECA				
Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Valor por unidad	Valor mensual de 22 archivadores
Tol	1.20*2.15"0.70"mm	51	\$16	\$816
Pintura	Caja	2	\$115	\$230
Total			\$131	\$1,046

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

En la tabla N° 35 se representa la materia prima directa para la elaboración mensual de 17 bibliotecas y los costos directos imprescindibles para su fabricación.

4.7.3.2. Mano de obra directa

La mano de obra directa es el elemento básico, ya que será empleada directamente para la producción y fabricación del producto, y “Fabrimuebles” contará con dos

trabajadores de altos conocimientos en la rama de metalmecánica, el sueldo y salario se determinó de acuerdo al Código de Trabajo Ecuatoriano.

Tabla 36 Sueldos y salarios

Cargos	Tiempo	Cantidad	INGRESOS			Vacaciones	Aporte Patronal	Valor Mensual	Valor Anual
			Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto				
Operario	T. completo	1	\$400	\$33	\$33	\$0	\$45	\$511	\$6,129
Operario	T. completo	1	\$394	\$33	\$33	\$0	\$44	\$504	\$6,043
Total								\$1,014	\$12,172

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.7.3.3. Costos indirectos de fabricación

La materia prima indirecta en la fabricación de los muebles de oficina con los materiales

Tabla 37 Materia prima indirecta en sillas

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	SILLA	
			Valor por unidad	Valor mensual de 17 sillas
Apoya brazos	Unidad	34	\$1	\$31
Tapones	Unidad	68	\$0	\$3
Cemento de contacto	Litro	0.5	\$6	\$3
Cinta de embalaje	Unidad	1	\$10	\$10
Total			\$17	\$46

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

En la tabla N°37 se representa la materia prima indirecta para la elaboración mensual de 17 sillas y los costos indirectos no tan fundamentales para su fabricación.

Tabla 38 Materia prima indirecta en escritorios

ESCRITORIO				
Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Valor por unidad	Valor mensual de 17 escritorios
Niveladores	Unidad	102	\$0	\$41
Chapa	Unidad	17	\$5	\$85
Haladeras	Unidad	51	\$0	\$20
Cinta de embalaje	Unidad	1	\$10	\$10
Total			\$16	\$156

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

En la tabla N° 38 se representa la materia prima indirecta para la elaboración mensual de 17 escritorios y los costos indirectos no tan fundamentales para su fabricación.

Tabla 39 Materia prima indirecta en archivadores

ARCHIVADOR				
Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Valor por unidad	Valor mensual de 22 escritorios
Rodachines	Unidad	206	\$0	\$41
Haladeras	Unidad	51	\$0	\$20
Cinta de embalaje	Unidad	1	\$10	\$10
Total			\$11	\$72

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

En la tabla N° 39 se representa la materia prima indirecta para la elaboración mensual de 17 archivadores y los costos indirectos no tan fundamentales para su fabricación.

Tabla 40 Materia prima indirecta en bibliotecas

BIBLIOTECA				
Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Valor por unidad	Valor mensual de 17 escritorios
Chapa	Unidad	17	\$5	\$85
Niveladores	Unidad	68	\$0	\$27
Haladeras	Unidad	34	\$0	\$14
Cinta de embalaje	Unidad	1	\$10	\$10
Total			\$16	\$136

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

En la tabla N° 40 se representa la materia prima indirecta para la elaboración mensual de 17 bibliotecas y los costos indirectos no tan fundamentales para su fabricación.

4.8. Gastos administrativos

4.8.1. Sueldos

El cargo de secretaria es la que no se encuentra vinculada directamente con la fabricación del mueble o la tarea no se constituye directamente con la producción y por lo tanto se ha considerado de la mano de obra indirecta de una secretaria a medio tiempo con un salario y beneficios de acuerdo al Código de Trabajo Ecuatoriano.

Tabla 41 Salario de mano de obra indirecta

INGRESOS								
Cargos	Tiempo	Cantidad	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Valor Mensual
Secretaria	Medio tiempo	1	\$250	\$21	\$21	\$0	\$24	\$315
Total								\$315

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.8.2. Servicios básicos

El consumo estimado por consumo de servicios básicos de la microempresa es la siguiente:

Tabla 42 Servicios básicos

Servicios	Valor mensual
Teléfono	\$20
Luz	\$20
Agua	\$4
Internet	\$18
Total	\$62

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.9. Gasto ventas

Para hacer que se conozcan los nuevos productos y ampliación de la microempresa se aplicaran los siguientes gastos:

Tabla 43 Gasto publicidad

Concepto	Valor mensual
Publicidad y marketing	\$20
Transporte	\$80
Total	\$100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.10. Gastos de constitución

Dentro de los activos diferidos encontramos los gastos que se hacen durante el inicio del proyecto, los cuales cubrirán los costos de constitución de la microempresa de muebles de oficina.

Tabla 44 Gasto constitución

Concepto	Valor mensual	Valor Anual
Tramites de constitución en el SRI	\$2	\$25
Permiso Bomberos	\$7	\$80
Patente Municipal	\$8	\$90
Total	\$16	\$195

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.11. Capital de trabajo

El capital de trabajo se entiende como la inversión inicial de la microempresa necesaria para empezar a operar y está representado por los costos de producción, gastos administrativos, con el que comienza sus actividades la microempresa de producción de muebles de oficina, la misma tiene que cubrir los gastos con el capital antes de comenzar a producir, hasta recibir los primeros ingresos de la venta del producto terminado.

Para cubrir las primeras actividades de fabricación de mueble se proyecta con un capital que se describe a continuación:

Tabla 45 Inversión de capital de trabajo

Descripción	Valor mensual
Costos de producción	\$4,913
Materia prima directa	\$3,489
Mano de obra directa	\$1,014
Costos indirectos de fabricación	\$410
Gastos	\$477
Gastos administrativos	\$377
Gasto de ventas	\$100
Capital de trabajo por 1 mes	\$5,390

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.12. Resumen de la inversión Total

La inversión para la realización del presente proyecto está dada por \$ **12,242.00** los mismos que están distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 46 Resumen de la inversión

Descripción	Valor
Inversión fija	\$6,657
Capital de trabajo	\$5,390
Gastos de constitución	\$195
Total de inversión	\$12,242

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.12. Financiamiento

El financiamiento se obtendrá por recursos propios y externos. Para el externo se acudiría a la institución financiera como es el BanEcuador quienes otorgan un crédito enfocado a este tipo de emprendimiento de producción a un interés de 11%, del cual para el capital de trabajo se financiará en un 41 % que es de \$ 5,000.00 y el otro 59% mediante recursos propios que es de \$ 7,242.00.

Para la ejecución del proyecto se requiere de la cantidad total de **\$ 12,024.21**

Tabla 47 Financiamiento

Detalle	Valor	Porcentaje
Capital propio	\$7,242	59%
Financiamiento	\$5,000	41%
Total	\$12,242	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

4.12. Amortización de la deuda

El financiamiento externo se lo realizará en la institución financiera BanEcuador, y se solicitará un monto de \$ 5000.00, con una tasa de interés del 11%, con un plazo de 3 año (36 meses), con un gasto financiero total a pagar de \$ 5,847.92.

Institución Financiera	BanEcuador		
Monto Usd	\$ 5,000.00		
Tasa	11.0000%	Tasa Efectiva	11.5719%
Plazo	3 años		
Fecha De Inicio	22/02/2019		
Amortización Cada	30 días-Mensual		
Numero De Periodos	36 para Amortización Capital		

Tabla 48 Amortización de la deuda

TABLA DE AMORTIZACION					
N°	Vencimiento	Capital inicial	Interés mensual	Principal	Dividendo
		\$ 5,000.00			
1	23/03/2019	\$ 4,861.11	\$45.83	\$138.89	\$184.72
2	22/04/2019	\$ 4,722.22	\$44.56	\$138.89	\$183.45
3	22/05/2019	\$ 4,583.33	\$43.29	\$138.89	\$182.18
4	21/06/2019	\$ 4,444.44	\$42.01	\$138.89	\$180.90
5	21/07/2019	\$ 4,305.56	\$40.74	\$138.89	\$179.63
6	20/08/2019	\$ 4,166.67	\$39.47	\$138.89	\$178.36
7	19/09/2019	\$ 4,027.78	\$38.19	\$138.89	\$177.08
8	19/10/2019	\$ 3,888.89	\$36.92	\$138.89	\$175.81
9	18/11/2019	\$ 3,750.00	\$35.65	\$138.89	\$174.54
10	18/12/2019	\$ 3,611.11	\$34.38	\$138.89	\$173.26
11	17/01/2020	\$ 3,472.22	\$33.10	\$138.89	\$171.99
12	16/02/2019	\$ 3,333.33	\$31.83	\$138.89	\$170.72
13	17/03/2019	\$ 3,194.44	\$30.56	\$138.89	\$169.44
14	16/04/2020	\$ 3,055.56	\$29.28	\$138.89	\$168.17
15	16/05/2020	\$ 2,916.67	\$28.01	\$138.89	\$166.90
16	15/06/2020	\$ 2,777.78	\$26.74	\$138.89	\$165.63
17	15/07/2020	\$ 2,638.89	\$25.46	\$138.89	\$164.35
18	14/08/2020	\$ 2,500.00	\$24.19	\$138.89	\$163.08
19	13/09/2020	\$ 2,361.11	\$22.92	\$138.89	\$161.81
20	13/10/2020	\$ 2,222.22	\$21.64	\$138.89	\$160.53
21	12/11/2020	\$ 2,083.33	\$20.37	\$138.89	\$159.26
22	12/12/2020	\$ 1,944.44	\$19.10	\$138.89	\$157.99
23	11/01/2021	\$ 1,805.56	\$17.82	\$138.89	\$156.71
24	10/02/2019	\$ 1,666.67	\$16.55	\$138.89	\$155.44
25	12/02/2019	\$ 1,527.78	\$15.28	\$138.89	\$154.17
26	11/04/2019	\$ 1,388.89	\$14.00	\$138.89	\$152.89
27	11/05/2021	\$ 1,250.00	\$12.73	\$138.89	\$151.62
28	10/06/2021	\$ 1,111.11	\$11.46	\$138.89	\$150.35
29	10/07/2021	\$ 972.22	\$10.19	\$138.89	\$149.07
30	14/08/2021	\$ 833.33	\$8.91	\$138.89	\$147.80
31	09/09/2021	\$ 694.44	\$7.64	\$138.89	\$146.53
32	08/10/2021	\$ 555.56	\$6.37	\$138.89	\$145.25
33	07/11/2021	\$ 416.67	\$5.09	\$138.89	\$143.98
34	07/12/2021	\$ 277.78	\$3.82	\$138.89	\$142.71
35	06/01/2022	\$ 138.89	\$2.55	\$138.89	\$141.44
36	05/02/2022	\$ 0.00	\$1.27	\$138.89	\$140.16
					\$0.00
			\$847.92	\$5,000.00	\$5,847.92

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

La tabla de amortización certificada se encuentra en el anexo 3

CAPITULO V

5. ESTUDIOS FINANCIEROS

5.1. INTRODUCCIÓN

El presente capítulo tiene como finalidad realizar un análisis financiero del proyecto, para lo cual se realizarán presupuestos de ingresos, costos y gastos, los cuales serán proyectados a un año, y por lo tanto la elaboración de los respectivos Estados Financieros.

5.2. OBJETIVOS

5.2.1. Objetivo general

Efectuar el estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

5.2.2. Objetivos específicos

- Determinar el presupuesto de ingresos proyectados a de 12 meses.
- Determinar el presupuesto de egresos proyectados a 12 meses.
- Elaborar un estado de situación financiera inicial.
- Realizar un estado de flujo de caja.
- Conocer el punto de equilibrio.

5.3. Presupuesto de ingresos

Para el presupuesto de ingresos se tomará en cuenta la cantidad de mobiliarios de acuerdo a la capacidad instalada del proyecto en mobiliarios de oficina; del cual mensualmente es de 17 mobiliarios de que corresponden a posibles ventas en un lapso determinado de tiempo. A continuación, se presenta el presupuesto de ingresos correspondiente al proyecto de emprendimiento.

Tabla 49 Presupuesto de ingresos

<u>EMPRESA "FABRIMUEBLES"</u>													
PRESUPUESTO DE INGRESOS													
AL AÑO DE OPERACIÓN													
Mobiliario de oficina	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	VALOR TOTAL
Cantidad mensual	16	16	16	16	17	17	17	17	17	17	17	17	200
Valor unitario del mobiliario	\$404	\$404	\$404	\$404	\$404	\$404	\$404	\$404	\$404	\$404	\$404	\$404	
Valor total del mobiliario	\$6,464	\$6,464	\$6,464	\$6,464	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$80,800

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora de la investigación

Se prevé un total de \$ **80.800.00** dólares en ventas en un año.

5.4. Presupuesto de costos y gastos

Los costos y gastos van en función de la demanda insatisfecha que se va a tener anualmente en la venta del mobiliario de oficina, para el cual se toma en cuenta la mano de obra, materia prima directa y los costos indirectos de fabricación, los cuales incurrirán para que el emprendimiento se lleve a cabo de manera adecuada.

5.4.1. Costos directos de fabricación

5.4.1.1. Mano de obra directa

La mano de obra directa para la microempresa es quien se encargará de la elaboración de muebles en los procesos principales de producción. Para los cuales se ha determinado a dos personas a realizar el proceso de fabricación del bien. De la tal manera que no exista algún inconveniente por falta de mano de obra, puesto que la manipulación de materiales y maquinarias en varias ocasiones exige ser en parejas y los costos de inversión en sueldos, salarios y beneficios anualmente de los dos trabajadores será de \$ 12,172.00.

Tabla 50 Mano de obra directa anual

INGRESOS									
Cargos	Tiempo	Cantidad	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Valor Mensual	Valor Anual
Operario	T. completo	1	\$400	\$33	\$33	\$0	\$45	\$511	\$6,129
Operario	T. completo	1	\$394	\$33	\$33	\$0	\$44	\$504	\$6,043
Total								\$1,014	\$12,172

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.4.1.2. Materia prima directa

Para determinar el costo de la materia prima directa se analizó la cantidad de productos a fabricar y cantidad de materia prima mensual necesaria para su fabricación. Y el costo de inversión anual en materia prima directa de los 200 mobiliarios de oficina será de \$ 41,862.00.

Tabla 51 Materia prima directa

Concepto	Costo mensual	Costo anual
Sillas	\$198	\$2,370
Escritorio	\$1,199	\$14,388
Archivador	\$1,046	\$12,552
Biblioteca	\$1,046	\$12,552
Total mensual	\$3,489	\$41,862

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.4.2. Costos indirectos de fabricación

5.4.2.1. Materia prima indirecta

La materia prima indirecta es el material que no son primordial para la fabricación de muebles, y el costo de inversión anual de materia prima en la fabricación de 200 mobiliarios es de \$ 4,919.04.

Tabla 52 Materia prima indirecta anual

Concepto	Costo mensual	Costo anual
Sillas	\$46	\$556
Escritorio	\$156	\$1,874
Archivador	\$72	\$859
Biblioteca	\$136	\$1,630
Total mensual	\$410	\$4,919

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.4.3. Resumen costo de producción

Para el presupuesto de costos de producción se considera los costos incurridos para su producción, es decir al costo de producción, para el cual se tomará en cuenta el costo de fabricación de los mobiliarios, el cual anualmente sería de **\$58,953.00**.

Tabla 53 Resumen de costos de producción

EMPRESA "FABRIMUEBLES"													
PRESUPUESTO DE EGRESOS													
AL AÑO DE OPERACIÓN													
COSTOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Valor Total
MPD	\$3,489	\$3,489	\$3,489	\$3,489	\$3,489	\$3,489	\$3,489	\$3,489	\$3,489	\$3,489	\$3,489	\$3,489	\$41,862
MOD	\$1,014	\$1,014	\$1,014	\$1,014	\$1,014	\$1,014	\$1,014	\$1,014	\$1,014	\$1,014	\$1,014	\$1,014	\$12,172
CIF	\$410	\$410	\$410	\$410	\$410	\$410	\$410	\$410	\$410	\$410	\$410	\$410	\$4,919
TOTAL	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$58,953

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.4.4. Gastos administrativos

A continuación, se detalla los gastos administrativos que se incurrirán para el normal funcionamiento del proyecto.

5.4.4.1. Sueldos

Tabla 54 Salario de mano de obra indirecta

INGRESOS									
Cargos	Tiempo	Cantidad	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Valor Mensual	Valor Anual
Secretaria	Medio tiempo	1	\$250	\$21	\$21	\$0	\$24	\$315	\$3,783
Total								\$315	\$3,783

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.4.4.2. Servicios básicos

Tabla 55 Servicios básicos anuales

Servicios	Valor mensual	Valor Anual
Teléfono	\$20	\$240
Luz	\$20	\$240
Agua	\$4	\$48
Internet	\$18	\$216
Total	\$62	\$744

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.4.4.3. Resumen gastos administrativos

Tabla 56 Resumen gastos administrativos

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldo	\$315	\$3,783
Servicios	\$62	\$744
Total	\$377	\$4,527

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.4.5. Gasto ventas

Luego del estudio de mercado se evidenció que dentro de los gastos de venta es importante recalcar un rubro para la publicidad y los gastos en el transporte de venta del mobiliario.

Tabla 57 Gasto ventas

Concepto	Valor mensual	Valor Anual
Publicidad y marketing	\$20	\$240
Transporte	\$80	\$960
Total	\$100	\$1,200

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.4.6. Gastos financieros

Los Gastos Financieros son la suma del interés total del producto del préstamo a realizarse en la entidad financiera elegida y se detalla únicamente el valor de los intereses de la deuda a pagar de cada año, en este caso tiene un valor de \$ 848.00, valor total de tres años.

Tabla 58 Resumen de interés

Años	Valor mensual	Anuales
1	\$39	\$466
2	\$24	\$283
3	\$8	\$99
Total	\$71	\$848

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.4.7. Gasto depreciaciones

Los \$ 821 se refiere al gasto de depreciación de los activos fijos que se hacen cada año.

Tabla 59 Gastos depreciables anuales

Activo	Valor	% Depreciación	Valor mensual	Valor anual
Infraestructura	\$1,536	10%	\$13	\$154
Herramienta	\$228	10%	\$2	\$23
Equipo de cómputo	\$680	33%	\$19	\$224
Muebles y enseres	\$600	10%	\$5	\$60
Maquinaria y equipo	\$3,600	10%	\$30	\$360
Total			\$68	\$821

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.4.8. Gastos de constitución

Se estima estos gastos que son necesarios para ejecutar la microempresa, en la cual incluye certificaciones, permisos, tramites de constitución entre otros.

Tabla 60 Gastos de constitución anuales

Concepto	Valor mensual	Valor Anual
Patente Municipal	\$3	\$30
Permiso Bomberos	\$8	\$15
Tramites de constitución	\$5	\$150
Total	\$16	\$195

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.5. Estados financieros

5.5.1. Estado de situación inicial

El estado de situación inicial o balance general es un indicativo contable de cómo empezará la empresa “Fabrimuebles”, en donde puede apreciar que este proyecto de emprendimiento inicia sus actividades con el valor de activos de \$ 12,242, pasivos de \$5,000 y como patrimonio de \$ 7,242.

Tabla 61 Estado de situación inicial

EMPRESA "FABRIMUEBLES"
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL AÑO DE OPERACIÓN

Activo		Pasivo	
<u>Activo corriente</u>	\$5,390	<u>Pasivo corriente</u>	
Caja	\$5,390	Préstamo por pagar	\$5,000
<u>Activos fijos</u>	\$6,657	<u>Total pasivos</u>	\$5,000
Inmuebles	\$1,536		
Equipo tecnológico	\$680	Patrimonio	
Herramientas	\$228		
Suministros de oficina	\$13	Inversion propia	\$7,242
Maquinaria	\$3,600		
Muebles y enseres	\$600		
<u>Activos diferidos</u>	\$195		
Gasto constitución	\$195		
<u>Total activos</u>	\$12,242	Total pasivo + patrimonio	\$12,242

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.5.2. Estado de resultados

En el presente estados de resultados se puede visualizar flujos positivos, después de cancelar obligaciones y cubrir gastos.

Tabla 62 Estado de resultados

EMPRESA "FABRIMUEBLES"													
ESTADO DE RESULTADOS													
AL AÑO DE OPERACIÓN													
Cuentas	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Anual
Ventas	\$6,464	\$6,464	\$6,464	\$6,464	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$80,800
(-) costo de producción	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$4,913	\$58,953
(=) Utilidad bruta	\$1,551	\$1,551	\$1,551	\$1,551	\$1,955	\$1,955	\$1,955	\$1,955	\$1,955	\$1,955	\$1,955	\$1,955	\$21,847
(-) Gastos administrativos	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$4,527
(-) Gasto ventas	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$1,200
(-) Gastos depreciación	\$69	\$69	\$69	\$69	\$69	\$69	\$69	\$69	\$69	\$69	\$69	\$69	\$823
(-) Gasto constitución	\$195	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$195
(=) Utilidad Operaciones	\$810	\$1,005	\$1,005	\$1,005	\$1,409	\$1,409	\$1,409	\$1,409	\$1,409	\$1,409	\$1,409	\$1,409	\$15,020
(-) Gastos financiero (intereses)	\$46	\$45	\$43	\$42	\$41	\$39	\$38	\$37	\$36	\$34	\$33	\$32	\$466
(=) Utilidad antes de PT	\$765	\$961	\$961	\$961	\$1,369	\$1,369	\$1,369	\$1,369	\$1,369	\$1,369	\$1,369	\$1,369	\$14,554
(-) 15 % Participación trabajadores	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$2,183
(=) Utilidad neta	\$583	\$779	\$779	\$779	\$1,187	\$1,187	\$1,187	\$1,187	\$1,187	\$1,187	\$1,187	\$1,187	\$12,371

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.5.3. Flujo de efectivo

Tabla 63 Flujo de efectivo

EMPRESA "FABRIMUEBLES"													
FLUJO DE CAJA													
AL AÑO DE OPERACIÓN													
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo inicial	\$5390	\$5,390	\$6,084	\$6,975	\$7,867	\$8,760	\$10,058	\$11,357	\$12,658	\$13,960	\$15,264	\$16,568	\$17,874
Ventas del mes		\$6,464	\$6,464	\$6,464	\$6,464	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868	\$6,868
Total disponible		\$11,854	\$12,548	\$13,439	\$14,331	\$15,628	\$16,926	\$18,225	\$19,526	\$20,828	\$22,132	\$23,436	\$24,742
Pagos del mes													
Préstamo													
Total gastos		\$5,631	\$5,435	\$5,433	\$5,432	\$5,431	\$5,430	\$5,428	\$5,427	\$5,426	\$5,424	\$5,423	\$5,422
Amortización del crédito		\$139	\$139	\$139	\$139	\$139	\$139	\$139	\$139	\$139	\$139	\$139	\$139
Suma de egresos		\$5,770	\$5,574	\$5,572	\$5,571	\$5,570	\$5,568	\$5,567	\$5,566	\$5,565	\$5,563	\$5,562	\$5,561
Saldo final de caja		\$6,084	\$6,975	\$7,867	\$8,760	\$10,058	\$11,357	\$12,658	\$13,960	\$15,264	\$16,568	\$17,874	\$19,182

Fuente: Investigación De Campo

Elaborado Por: Autora De La Investigación

5.6. Evaluación financiera

5.6.1. Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio del presente proyecto, se lo determinará mediante dos campos, en cantidad de unidades y en cantidad de dólares, demostrando así en qué punto se igualan los ingresos totales a los costos relacionados con la fabricación del producto.

Tabla 64 Punto de equilibrio

Detalle	Valor
Costos Fijos	\$8,494
Mano de obra indirecta	\$3,835
Gasto ventas	\$1,200
Gasto Financiero	\$2,133
Depreciación	\$823
Servicios Básicos	\$504
Costos Variables	\$60,016
Materia Prima directa	\$41,862
Mano de obra directa	\$12,172
CIF	\$4,919
Servicios Básicos	\$240
Depreciación	\$823

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.6.1.1. Punto de equilibrio en dólares

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

$$PE\$ = \frac{8494}{1 - \frac{60016}{404}}$$

$$PE\$ = \$ 8.345,44$$

El punto de equilibrio en dólares es de \$ **8.345,44** es decir es el punto donde la microempresa no genera ni pérdidas de ganancias, ya que podrá cubrir los costos fijos y las utilidades operacionales.

5.6.1.2. Punto de equilibrio en unidades

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PV_q - CV_q}$$

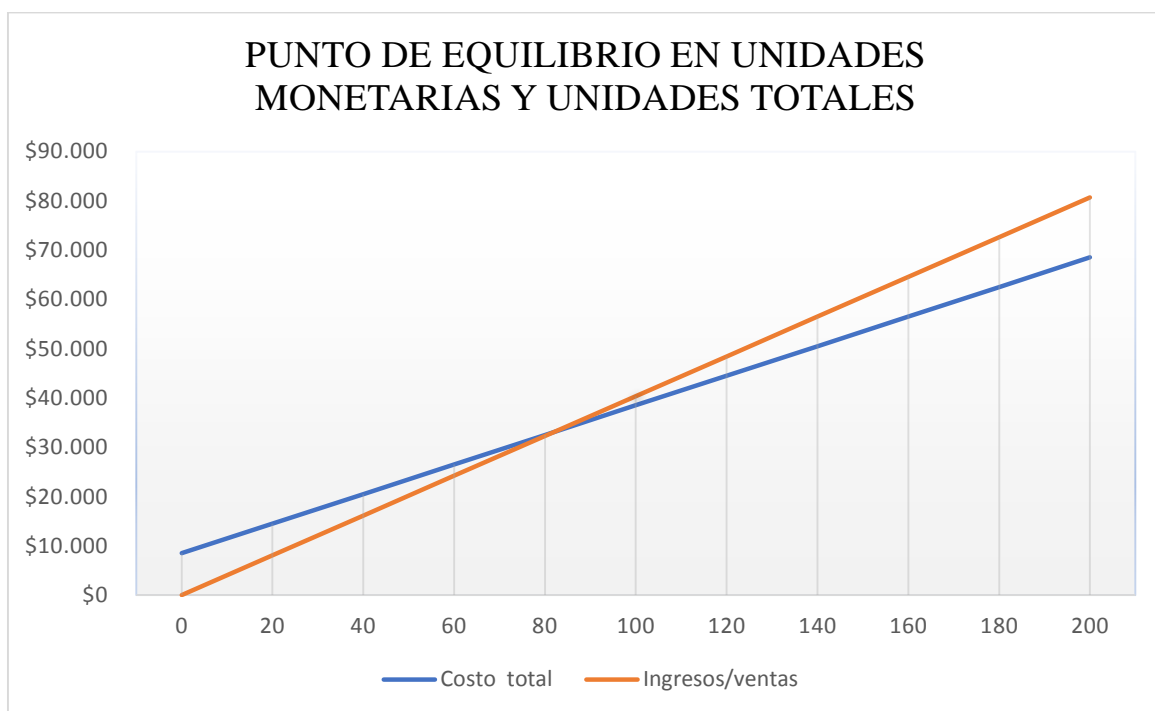
$$PE. Q = \frac{8\,494}{(404-300)}$$

$$PE. Q = 82 \text{ Mobiliarios}$$

Para el cual se deberá vender cerca de **82** mobiliarios al año, es decir, se tendrán que vender 82 unidades en el año para poder cubrir sus costos y gastos operativos y así poder comenzar a generar utilidades.

5.6.1.3. Gráfico del punto de equilibrio

Ilustración 24 Punto de equilibrio



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.6.1.4. Análisis del punto de equilibrio

Se puede apreciar que para que exista un punto neutral donde la microempresa no tenga pérdidas ni ganancias debe tener una venta de mínimo **82** mobiliarios al año, además el negocio debe generar **\$8.345,44** anuales para no tener pérdidas ya que si el valor es mayor al representado en punto de equilibrio quiere decir que el negocio está generando utilidades.

Tabla 65 Análisis punto de equilibrio

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO		
Precio de Venta	\$	404
Costo Variable Unitario	\$	300
Margen de Contribución	\$	104
Costos Fijos del Período	\$	8,494
Punto de Equilibrio Unidades por Período	\$	82
Utilidad Esperada		
Punto de Equilibrio en unidades monetarias	\$	33,023
Nivel de producción para alcanzar la utilidad	\$	82
Nivel de producción para alcanzar la utilidad en unidades monetarias	\$	33,023

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

5.7. Conclusión del capítulo

Mediante el cálculo de todos los estados financieros se ha determinado que resulta conveniente invertir en todos los recursos que interviene en el proceso de la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de muebles de oficina en la parroquia La Esperanza, Cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha, puesto que mediante los mismos se ha llegado a determinar las unidades necesarias a producir y vender y que el proyecto generaría ingresos que permitan seguir sosteniendo y seguir con la implementación de recursos necesarios para el desarrollo y mejora de la microempresa, y generaría utilidades atractivas para el negocio.

- Datos complementarios del modelo financiero en Excel.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. INTRODUCCIÓN

La parte organizacional es un aporte fundamental para la creación de un nuevo proyecto, ya que mediante un buen organigrama se puede tomar decisiones adecuadas las cuales son muy beneficiosas para la buena marcha de las actividades dentro de la organización.

Dentro del presente capítulo se analizará la parte legal y jurídica de la organización, además se da a conocer su razón social, políticas, valores corporativos, su organigrama estructural y funcional, el perfil del talento humano que se va a necesitar, al igual que el manual de funciones que dicho talento humano deberá cumplir, y entre otros aspectos que definirán el transcurso ideal en cuanto a la organización del proyecto, con la finalidad de garantizar una adecuada administración del proyecto de emprendimiento.

6.2. OBJETIVOS

6.2.1. Objetivo general

Diseñar la estructura técnica organizacional del proyecto para la creación de la microempresa.

6.2.2. Objetivo objetivos

- Determinar el nombre y razón social de la microempresa
- Establecer la misión, visión, valores, principios y políticas

- Diseñar el logotipo que identifica a la empresa y el producto a comercializar.
- Determinar la estructura organizacional de la microempresa con sus funciones principales
- Identificar los aspectos legales que rigen el establecimiento

6.3. Nombre de la Microempresa

“FABRIMUEBLES”

El nombre “Fabrimuebles” emerge de la combinación de dos palabras Fabri = fabricación y muebles = muebles, los cuales como unión y fusión se obtiene mencionado nombre.

Es una empresa que nace bajo los más altos estándares de calidad con las mejores intenciones de oportunidad y gracias a la conformidad de un grupo de especialistas con experiencia en la industria metalmecánica. Contaremos con un área de planta de fabricación, maquinaria de última tecnología y recursos humanos calificados.

Adicionalmente conformaremos en “Fabrimuebles” con un excelente equipo de profesionales especializados en las áreas de: pintura, soldadura, tolería, tapicería, para completar un excelente equipo de trabajo, en el cual se pueda realizar la ejecución de proyectos integrales.

6.4. Logotipo

Ilustración 25 Logotipo



Elaborado por: Carolina Morocho

6.5. Misión

“Fabrimuebles” es una microempresa de fabricación y comercialización de muebles de oficina en general, logrando satisfacer las expectativas de nuestros clientes con diseños novedosos, basándonos en un servicio rápido y efectivo, cumpliendo con los estándares de más alta calidad, permitiendo de esta manera ser un proveedor seguro y confiable.

6.6. Visión

En el año 2024, llegar a ser una microempresa reconocida a nivel nacional en la fabricación de muebles de oficina, logrando el reconocimiento de nuestros clientes por la calidad de nuestros productos, mediante el mejoramiento continuo, obtenido por el trabajo en equipo, calidad y creatividad de nuestro talento humano.

6.7. Principios

- Brindar asesoría técnica y dar soluciones integrales en remodelación y amoblamiento de oficinas u otros afines, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Proveer de los mejores diseños de muebles, escritorios, sillas, archivadores y bibliotecas para oficinas siempre con las mejores ofertas y mejor calidad.
- Fortalecer la formación y capacitación del recurso humano especializado en el sector productivo del mueble y afines

6.8. Políticas

Las políticas implementadas en la microempresa “FABRIMUEBLES” se puede mencionar de la siguiente manera:

6.8.1. Políticas de producción

- Prohibido fumar dentro de las instalaciones de la empresa.
- Uso de guantes, mandil, casco, botas de seguridad y gafas al momento de manipular la maquinaria, herramientas en todas las etapas de fabricación del mueble.
- Prohibido el uso de celular dentro de las horas de trabajo.

6.8.2. Políticas de calidad

- Valorar a los clientes.

- Gestionar el control de calidad de manera coherente y proactivo, para tener productos con los mejores estándares de calidad.
- Servicio de calidad siempre oportunos a nuestros clientes.

6.8.3. Políticas de comercialización

- Mantener precios competitivos.
- Se conservará un plan de publicidad y propaganda.

6.8.4. Políticas de talento humano

- Los horarios de entrada y salida serán estrictamente cumplidos y respetados por los trabajadores de la empresa.
- La puntualidad y seriedad en el trabajo.
- Contratar personal que cumpla con los requerimientos del puesto de trabajo.

6.8.5. Políticas ambientales

- Garantizar la calidad de los productos y una minimización en el impacto ambiental.
- Utilizar tecnología que no permita reducir los riesgos para el medio ambiente.
- Instalación de recipientes en las diversas áreas de la empresa para depositar los desechos, los cuales serán colocados en el recolector de basura al final de las labores diarias.

6.9. Valores

Los valores corporativos de la empresa “FABRIMUEBLES” son los siguientes:

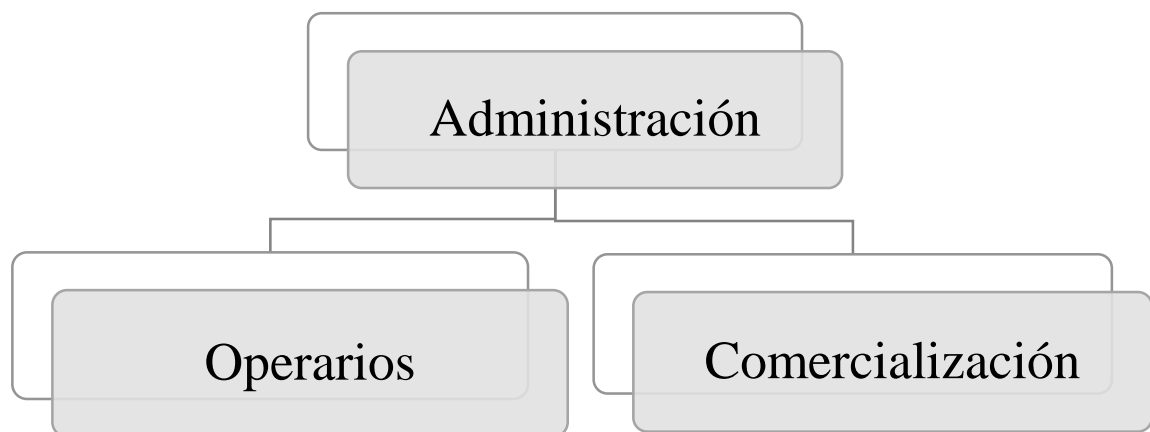
- **Cumplimiento:** mediante la realización de nuestra labor con compromiso y acorde de las características de control de calidad. En nuestra actividad, este valor se refleja de manera especial en la Puntualidad, Responsabilidad y organización con que se trataría a nuestros clientes.
- **Agilidad:** la facilidad y soltura con los cuales nos desarrollamos en nuestras labores y funciones, atendiendo de manera fluida, satisfactoria y confortable a nuestros clientes.
- **Servicio:** el personal en la atención al cliente refleja el entusiasmo, la vocación y el sentido de satisfacción propio por la asistencia a los demás. Mediante la efectividad, cordialidad, respeto y amabilidad en el trato con nuestros clientes, compañeros y socios comerciales.
- **Compromiso:** surge de la convicción personal y profesional en torno a los beneficios que trae el desempeño responsable y organizado de las actividades a cargo de cada miembro de “Fabrimuebles”
- **Innovación:** poner en práctica la creatividad del personal en cuanto a redefinición y / o reinención de nuevos productos, estrategias, actividades y funciones con proyección de mejora.
- **Excelencia:** todo el personal es altamente calificado, capacitado y especializado en su labor, para ofrecer al cliente los mejores resultados buscando la excelencia.
- **Honestidad y Transparencia:** son la base de la relación con nuestros Clientes y Proveedores, garantizando la integridad, el respaldo y seguridad.

- **Responsabilidad:** Oramos con seriedad, en consecuencia, con nuestros deberes y derechos como asociados, acorde con nuestro compromiso con empresa.
- **Respeto:** Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.
- **Confianza:** Cumplimos con lo prometido al ofrecer los mejores productos y servicios a un precio justo y razonable.

6.10. Organigrama Estructural

Microempresa “FABRIMUEBLES”

Ilustración 26 Organigrama Estructural



Elaborado por: Carolina Morocho

6.11. Manual de funciones

La microempresa “Fabrimuebles” con niveles orgánicos funcionales por lo que es necesario elaborar un manual de funciones la misma que contendrá la denominación de cargos, descripción de puesto, perfil de puesto, funciones y responsabilidades y requisitos para el cargo.

6.11.1. UNIDAD ADMINISTRATIVA

CARGO: Administrador

DESCRIPCIÓN: Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se desarrollan dentro de la microempresa.

Competencias

- Liderazgo
- Responsabilidad
- Iniciativa
- Comunicación
- Creatividad
- Autocontrol
- Trabajo en equipo
- Capacidad de planificar
- Capacidad de negociar

Funciones

- Ser el representante legal de la microempresa.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la microempresa.
- Liderazgo, orientación a resultados, influencia, trabajo en equipo.
- Ser proactivo en la toma de decisiones.
- Crear un ambiente de trabajo adecuado y orientado al bienestar de todos los que conforman la microempresa.
- Orientar y motivar al personal para alcanzar los objetivos planteados.
- Realizar alianzas estratégicas con clientes y proveedores.

- Administrar y organizar la empresa de forma óptima, para que se cumplan todas las metas en el tiempo definido.

Perfil

Instrucción: Estudios Superiores en Administración de Empresas

Formación: Conocimiento en temas de liderazgo, administración de Talento Humano y administración financiera.

Experiencia:

- Mínima de 1 año en trabajos similares
- Excelente presentación y buenas relaciones personales

6.11.2. OPERARIO

Cargo: Operario

Descripción: El operario de la microempresa debe realizar trabajos con manipulación de herramientas y maquinarias utilizadas en el taller del sector metalmecánica.

Funciones:

- Controlar y coordinar las actividades de producción.
- Inspeccionar el campo de producción.
- Planificación de actividades de soldadura, de corte, trazado y doblado de tol.

Requisitos:

Nivel Académico

- Título Bachiller.

Experiencia

- Experiencia de 3 meses talleres de metalmecánica.
- Conocimiento en soldar muebles de metal.

Perfil Profesional

- Puntualidad
- Responsable
- Honrado

Competencia General

- Programar y gestionar la producción.
- Cooperar en la implantación y desarrollo del plan de calidad y gestión ambiental en la microempresa.

Competencia Específica.

- Realizar las labores identificando prioridades y direccionando esfuerzos según la necesidad para cumplir con sus responsabilidades en los tiempos establecidos.

6.11.3. VENTAS

CARGO: Vendedor

DESCRIPCIÓN: Se encarga de la comercialización de los productos y de mantener contacto con los posibles clientes.

Competencias

- Autonomía
- Trabajo en equipo

- Sinceridad
- Responsabilidad
- Tolerancia
- Proactividad
- Honradez
- Creatividad

Funciones

- Presentar informes de las ventas efectuadas.
- Tener un control de las necesidades del consumidor.
- Cumplir con los objetivos de venta establecidos.
- Administrar su territorio de ventas.
- Establecer un nexo entre el cliente y la microempresa.
- Informar sobre las ventas realizadas y exigencias de los clientes.
- Contribuir activamente a la solución de problemas.
- Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la microempresa

Perfil

Instrucción: Bachiller

Formación: Conocimiento en temas relacionado a ventas, que maneje criterios de ventas y comercialización.

Experiencia:

- Mínima de 6 meses en ventas
- Excelente presentación y buenas relaciones personales

6.12. Aspectos legales de funcionamiento

6.12.1. Requisitos para sacar el Ruc

Deben inscribirse todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

Requisitos:

Personas naturales

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo
- El plazo de inscripción es de 30 días a partir de la constitución de la actividad económica.

6.12.2. Requisitos para permiso de bombero

Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento para las empresas nuevas:

- Copia del pago de la patente municipal 2018

Plan de emergencias institucional, actualizado año 2018. (solicitado en base al art. 257 y art 264 reglamento de prevención, mitigación y protección contra incendios).

Luego de aprobar la inspección adjuntar la siguiente documentación:

- Solicitud del Permiso de Funcionamiento.
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal o propietario

- Copia del RUC de los dos lados, donde debe constar la dirección del establecimiento con su respectiva actividad.
- Copia Patente Municipal 2018.
- Carpeta de cartón color amarilla

6.12.3. Requisitos para obtener la patente

El sujeto pasivo de este impuesto deberá presentar al GAD Municipal la siguiente documentación:

Personas naturales (no obligadas a llevar contabilidad).

- Formulario de declaracion para obtener la Patente Municipal
- Copias de la cedula de ciudadanía y papeleta de votacion del ultimo proceso electoral del Propietario o Representante legal.
- Copia del RUC actualizado
- Copias de las declaraciones del impuesto a la Renta si ejerce actividades economicas previas al registro en el Cantón Pedro Moncayo.
- Copia del titulo de crédito del impuesto predial del año en curso del propietario del inmueble en donde funciona la actividad económica, y/o copia del contrato de arrendamiento o autorización del propietario para el funcionamiento si el bien no es rentado.
- Copia de pago de planilla de servicios básicos, energía eléctrica, agua o teléfono.
- Original y copia de la Certificación Artesanal si aplica.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS

7.1. INTRODUCCIÓN

El fin del siguiente capítulo es realizar el análisis de los impactos económicos, sociales, y ambientales resultados de la ejecución del proyecto. Con la finalidad de apreciar cual es la magnitud, medida y contribución que han tenidos en los diferentes factores nombrados. Para lo cual es necesario realizar una matriz de evaluación la cual se muestra a continuación y en la cual se especifica el impacto que va a ser realizado, la tabla de medición, las variables o indicadores tomados en cuenta para que se pueda calificar obtener resultados que sean medibles y obtener un análisis claro los cuales se muestran a continuación.

Al analizar los impactos nos ayuda a prever las posibles consecuencias que puede tener la implantación del proyecto ce emprendimiento, dichas consecuencias pueden ser positivas como negativas, es por ello que es de vital importancia abalizar y evaluar cada uno de los impactos y si fuese el caso buscar soluciones.

7.2. OBJETIVOS

7.2.1. Objetivo general

Establecer los principales impactos que generará la implementación de proyecto.

7.2.2. Objetivos específicos

- Analizar que impactos generará el proyecto
- Evaluar los impactos del proyecto
- Determinar y valorar el nivel de impacto en el proyecto

7.3. Evaluación de impactos

Al realizar el análisis de impactos, se determinan las áreas a analizarse y se debe seleccionar numéricamente los niveles de impactos de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 66 Evaluación de impactos

Valoración cuantitativa	Valoración cualitativa
3	Impacto positivo alto
2	Impacto positivo medio
1	Impacto positivo medio
0	No hay impacto
-1	Impacto negativo bajo
-2	Impacto negativo medio
-3	Impacto negativo alto

Fuente: Investigación de campo 2018

Elaborado por: Autora de la investigación

En cada área se debe determinar una serie de indicadores que representen el campo investigado.

7.4. Análisis de impactos

Entre los impactos determinados en el desarrollo de este tema investigativo se puede mencionar a los siguientes:

- Económico
- Social
- Ambiental

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

7.5. Impacto económico

La realización del proyecto permitirá generar el desarrollo en el sector industrial de la metalmecánica, ofreciendo una nueva tendencia en la presentación de los muebles de oficina, a la vez se desea incentivar a la inversión, además con la utilización eficiente de los recursos se desea generar productividad para obtener una mayor rentabilidad en la microempresa.

Tabla 67 Nivel de impacto

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
Generación de empleo						X	
Desarrollo del sector						X	
Inversiones						X	
Productividad							x
Suma						6	3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\sum \text{Nivel de impacto}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{9}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = 2.25$$

Nivel de impacto = Impacto positivo medio

Análisis: Una vez realizada la matriz y aplicada la fórmula se determinó un indicador de impacto económico de 2.25, que nos refleja un impacto positivo medio.

a) Generación de empleo

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2, es decir que, a través de la creación de la microempresa de fabricación y comercialización de muebles de oficina, se podrá generar nuevas fuentes de trabajado para los habitantes del sector, y se contribuye de esta manera a reducir la tasa de desempleo.

b) Desarrollo del sector

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2, ya que el desarrollo del sector metalmecánico es uno de los sectores productivos, lo que ha permitido tener un constante desarrollo en el país, y también se ha visto beneficiado por las políticas nacionales de contratación pública, por ende, lo que se desea con el proyecto de implementar una nueva tendencia el diseños y presentación de los muebles, implementando nueva tecnología que permita dar un valor agregado en los acabados y estructuras de los muebles de oficina.

c) Inversiones

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2, ya que es uno de los factores importantes en la ejecución del proyecto, además los indicadores muestran que es aconsejable invertir nuestro dinero en la creación de la micro empresa de muebles de oficina ya que es una nueva manera de invertir el dinero.

d) Productividad

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3, ya que la utilización deficiente de los recursos materiales, humanos, tecnológicos y financieros permite generar niveles de aprovechamiento y de productividad al máximo nivel, de modo que se utilicen en la totalidad con mayor eficiencia y eficacia y evitando sus desperdicios.

7.6. Impacto social

Este proyecto nos permitirá medir nivel de impacto y su viabilidad social, con el fin de entender los elementos indispensables para la microempresa, ya que se encuentra comprometida con el bienestar y el desarrollo social permitiendo mejorar la calidad de vida de las familias, ya que es muy importante que las personas que formen parte del equipo de “FABRIMUEBLES” perciban un mejor ingreso, además ofrecer al mercado un producto más novedoso que logre satisfacer las necesidades de los clientes.

Tabla 68 Nivel de impacto

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
Fuentes de trabajo						X	
Calidad de vida						X	
Trabajo en equipo							x
Producto novedoso							x
Suma						4	6

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora de la investigación

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de impacto}}{\text{Número de indicadores}}$$

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

$$\text{Nivel de impacto social} = 2.5$$

$$\text{Nivel de impacto} = \text{Impacto positivo medio}$$

Análisis: Una vez realizada la matriz y aplicada la formula se determinó un indicador de impacto social de 2.5, que nos refleja un impacto positivo alto.

a) Fuentes de trabajo

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2, puesto que con la creación de la microempresa de fabricación de muebles de oficina, existe la oportunidad de generar fuentes de trabajo, sea en los proveedores de materia prima y en los trabajadores que formaran parte del proyecto.

b) Calidad de vida

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2, es esencial para el desarrollo de las familias y su calidad de vida para el personal que labora en la microempresa a crearse, esto permitirá generar un ingreso en la economía de las familias, para que de cierta manera logren satisfacer sus necesidades básicas, esto permite que el trabajador obtenga más conocimientos y destrezas, logrando dejar a un lado la desocupación.

c) Trabajo en equipo

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3, ya que se logrará fomentar una buena relación y un mejor ambiente colaborativo dentro de la microempresa “FABRIMUEBLES”, permitiendo obtener mejores resultados para lograr un trabajo con éxito y logrando satisfacer las exigencias de nuestros clientes.

d) Producto novedoso

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3, ya que la microempresa “FABRIMUEBLES” desea ofrecer un producto más novedoso, diferente, innovador que cumpla con todas las expectativas de los clientes y pueda sentirse a gusto y conforme con la adquisición del mueble de oficina.

7.7. Impacto ambiental

Tabla 69 Nivel de impacto

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
Manejo adecuado de los desechos					x		
Contaminación ambiental	x						
Perjudicial para la salud		X					
Ubicación sectorial		X					
Suma	-3	-4			2		

Fuente: Investigación de campo 2018

Elaborado por: Autora de la investigación

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{\sum \text{Nivel de impacto}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{-5}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = -1.25$$

Nivel de impacto = Impacto negativo bajo

Análisis: Una vez realizada la matriz y aplicada la fórmula se determinó un indicador de impacto social de -1.25, que nos refleja un impacto negativo bajo.

a) Manejo adecuado de los desechos

Este indicador tiene un nivel de impacto de 1, puesto que con la creación de la microempresa de fabricación de muebles de oficina, se debe mejorar el manejo de los desechos de materiales reciclables, teniendo una forma de clasificar, almacenar o reutilizar algunos materiales, para que así se pueda tener un máximo aprovechamiento y

generar medidas de mitigación, prevención o correctivas ambientales que permitan reducir o eliminar los impactos negativos generados para la actividad de mejora adecuada de los desechos ordinarios de la micro empresa “Fabrimuebles”.

b) Contaminación ambiental

Este indicador tiene un nivel de impacto de -3, ya que tener una empresa de fabricación de muebles de oficina, se requiere de materia prima de constante transformación lo cual en varias ocasiones el manejo de este tipo de materiales sólidos puede resultar perjudicial para el medio ambiente, si no se lleva un proceso adecuado de recursos inservibles, se debe llevar acabo procesos ambientales y lo que se respete a los reglamentos municipales y las leyes medioambientales, evitando la posible contaminación del medio ambiente.

c) Perjudicial para la salud

Este indicador tiene un nivel de impacto de -2, ya que si no se mantiene las medidas correctas de fabricación del mueble este impacto puede ser negativo, ya que los miembro de la micro empresa “Fabrimuebles” deben mantener siempre en claro cuáles son las políticas en el uso de uniformes, deben optar por tener siempre puestos sus cascos, guantes, traje de pintura, mandil, zapatos industriales, orejeras que son de principal uso para la prevención de enfermedades o catástrofes dentro del os procesos de producción de la micro empresa. .

d) Ubicación sectorial

Este indicador tiene un nivel de impacto de -2, debido al alto manejo de maquinaria ruidosa, la empresa ha optado que la mejor ubicación sectorial es en una zona rural del Cantón Pedro Moncayo, puesto que así podrá realizar sus procesos de fabricación y elaboración sin perjudicar a la población de su alrededor, sin embargo el impacto es negativo puesto que la micro empresa está lejos del centro de comercialización de bienes,

pero se ha optado por la idea de aumentar la publicidad por redes sociales o sitios web, donde los clientes puedan adquirir sus muebles en línea con facilidad y seguridad.

CONCLUSIONES

- Gracias al Diagnóstico Situacional se permitió establecer objetivos; socioeconómicos, comerciales, de producción y regulatorios, los cuales a su vez ayudaron a implementar variables e indicadores necesarios para evaluar la situación actual. Con lo cual se pudo empezar un análisis AOOR (aliados, oponentes, oportunidades y riesgos) para determinar aspectos importantes que ayudaron a identificar, describir y analizar cada aspecto interno y externo relevante en la creación de la microempresa. Con lo cual se pudo llegar a la conclusión de que existe oportunidad de crear una micro empresa nueva.
- El desarrollo del Marco Teórico permitió argumentar, conceptualizar y sustentar mediante la aclaración o definición de todos los temas que serían tomados en cuenta dentro del desarrollo del proyecto. Se direcciono la investigación mediante una bibliografía y linkografía actualizada, la cual fue analizada e interpretada para su mejor entendimiento y funcionalidad en el proyecto llevado a cabo con el fin de obtener los mejores resultados posibles.
- Mediante el estudio de mercado se estableció que existe una demanda insatisfecha en la venta de muebles de oficina en el Cantón Pedro Moncayo y Cantón Cayambe. También se pudo determinar la frecuencia con la que se adquiere un mobiliario, además de los precios más favorables y convenientes en promedio de la competencia, logrando definir estrategias comerciales para llegar al cliente.
- En el Estudio Técnico se identificó la macro localización y la micro localización del emprendimiento con el fin de encontrar el mejor lugar estratégico para la puesta en marcha del proyecto, además se estableció el monto de inversión que tendrá la micro

empresa, el personal, la maquinaria y equipo necesario para la creación efectiva del negocio.

- Los resultados del Estudio Financiero arrojaron una inversión inicial de \$ 12.242 que, al ser analizada con los presupuestos de ingresos, gastos, y el financiamiento dio como resultado que el presupuesto de caja muestra una utilidad positiva, por lo tanto, queda demostrado la viabilidad del proyecto, además gracias a estos datos obtenidos se permitió la elaboración de los estados financiero de la micro empresa “Fabrimuebles”
- En el Estudio Organizacional se fijó el nombre o razón social que llevará el negocio, además de las bases filosóficas que tendrá la empresa y también se determinó la estructura organizacional que implementará la micro empresa “Fabrimuebles” Temático conjuntamente con un manual de funciones del personal que forme parte de la organización.
- El fin de la evaluación de impactos fue determinar qué respuesta positiva o negativa se obtuvo en cada uno de los ámbitos que rodean o están expuestos a los procesos que se llevan a cabo por la micro empresa para lo cual se utilizó una matriz de evaluación. Para la investigación se consideró los impactos; económicos, sociales y ambientales, los cuales se analizaron a través de una matriz de valoración de impactos, como resultado tenemos que el proyecto de emprendimiento tiende a tener un impacto positivo dentro del ámbito social ya que de una u otra manera contribuye con la sociedad.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implantación del presente proyecto de emprendimiento ya que existe una demanda insatisfecha en el servicio de entretenimiento, de tal forma que se aproveche las oportunidades favorables que se presentan con el fin de crear un negocio sostenible.
- Realizar gradualmente un análisis más a fondo de las bases teóricas ya que el marco teórico es la base para realizar cualquier proyecto de investigación, con el fin de ampliar el conocimiento para la ejecución y puesta en marcha de este negocio.
- Aplicar estrategias de comercialización de tal forma que se pueda aprovechar la demanda insatisfecha existente ofreciendo un servicio de calidad con el fin de que el negocio logre posicionarse en el mercado, además de ayudar a conseguir nuevos clientes para el emprendimiento.
- Se recomienda aprovechar al máximo la capacidad instalada que se determinó ofreciendo un servicio de calidad, para ello es necesario que la infraestructura la maquinaria, los accesorios e implementos sean adecuados y modernos de tal forma que se pueda satisfacer las necesidades de los clientes tratando de asegurar la permanencia en el mercado.
- Al momento de poner en marcha el proyecto de emprendimiento se recomienda realizar un control periódico de la parte financiera como son los ingresos, costos y gastos con el fin de controlar el dinero que se invertirá para la creación del negocio.

- Cumplir con la filosofía institucional, motivar, capacitar y adaptar al personal a la estructura organizacional con la finalidad de que cada trabajador pueda involucrarse en forma directa con la microempresa logrando alcanzar los objetivos y metas que se plantearon en un inicio.
- Desarrollar estrategias que permitan potenciar los impactos positivos y mitigar los impactos negativos que genera el emprendimiento con la finalidad de corregir inconvenientes que se puedan presentar para la creación de la microempresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Almeida, T. J., Mora, Y. Y., & Moncayo, D. F. (10 de 10 de 2015). *La administración del talento humano*. Obtenido de La administración del talento humano": <http://www.eumed.net/rev/caribe/2015/10/talento-humano.htmlr>
- Andrade, C., Iriarte, M., & Zambrano, J. (2016). Características de las MIPYMES . *Revista científica dominio de las ciencias* , 11.
- Banco Popular, D. (15 de Enero de 2015). *¿POR QUÉ HACER UN PRESUPUESTO DE GASTOS?* Obtenido de Popular Impulsa: <https://www.impulsapopular.com/finanzas/por-que-hacer-un-presupuesto-de-gastos/>
- Barraza, H. (17 de Mayo de 2107). *Entrepreneur*. Obtenido de Cuál es la diferencia entre Propósito, Misión y Visión: <https://www.entrepreneur.com/article/294059>
- Bonta, P., & Farber, M. (s.f.). *199 Preguntas sobre marketing y publicidad*. Norma I.S.B.N .
- Bustamante, E. S. (2015). *La empresa*. el cid editor.
- Calderón, S. (2018). *Localización de proyectos* . Obtenido de es.scribd: <https://es.scribd.com/doc/61281301/Localizacion-de-Proyectos>
- Carrillo, A. (18 de julio de 2017). *Mecadotecnia total*. Obtenido de La segmentación de mercado: <https://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/la-segmentacion-mercado/>
- Castilla, R. (02 de 12 de 2017). *Ryan Maquinas-herramientas en la industria metalmecánica*. Obtenido de Ryan Maquinas-herramientas en la industria metalmecánica.
- Colombia, N. (2018). *Nubox*. Obtenido de ¿Qué son los estados financieros en contabilidad?: <https://blog.nubox.com.co/que-son-los-estados-financieros-en-contabilidad>
- Colpatria. (s.f.). *Que es la inversión*. Obtenido de educación financiera MULTIBANCA COLPATRIA: <https://www.manejatusfinanzas.com/Lainversi%C3%B3n/QUEESINVERSION/tabid/146/language/es-CO/Default.aspx>
- Corvo, T. (2018). *Lifeder*. Obtenido de Macrolocalización: Factores, Para Qué Sirve y Ejemplo: <https://www.lifeder.com/macrolocalizacion-proyecto-empresa/>
- Corvo, T. S. (2018). *lifeder.com*. Obtenido de Microlocalización: Factores, Para Qué Sirve y Ejemplos: <https://www.lifeder.com/microlocalizacion-proyecto-empresa/>
- Decoración de oficina. (2017). *Tipos de mobiliario para la oficina*. Obtenido de <https://decoraciondeoficina.com/tipos-de-mobiliario-para-oficina/>
- Dgetpd. (06 de 05 de 2018). Sector Industrial. República Dominicana.
- Dobón, M. (01 de 01 de 2018). *Las ventajas de las microempresas*.

- Dr. Alex Duque. (2014). Expsición de motivos. *Ordenanzas de patentes*, (pág. 18). Tabacundo.
- Economía.WS. (2019). *Economía web site*. Obtenido de Costos de producción : <http://www.economia.ws/costos-de-produccion.php>
- Economipedia. (2018). *Economipedia*. Obtenido de Precio: <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Ejemplode.com, R. (2018). *Ejemplo de Empresas industriales*. Obtenido de Ejemplo de Empresas industriales: https://www.ejemplode.com/58-administracion/4548-ejemplo_de_empresas_industriales.html
- El comercio. (25 de 10 de 2014). Sector metalmeccanica. *El sector de la metalmeccánica crece a un ritmo moderado*.
- El Telegráfo. (2016). Pichincha concentra 60% del sector metalmeccánico. *Pichincha concentra 60% del sector metalmeccánico*.
- Empresas, C. (2014). *Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife*. Obtenido de La ubicación de la empresa: <http://www.creacionempresas.com/planteamientos-previos-a-la-eleccion-de-negocio/la-ubicacion-de-la-empresa>
- Enciclopedia. (2018). *Impacto ambiental* . Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/impacto-ambiental/>
- Expenses, F. (2019). *Gastos financieros*. Obtenido de https://www.googleadservices.com/pagead/aclk?sa=L&ai=C6oJAUSAwXOqvComftOUPyaed8A26ycqyTYemv9i2CMD8wdqvCRABIO-V1SBg24GAgKQIoAHV7PXQA8gBCakCZYc6tIwesz6oAwGqBL0BT9DfIf_rHv2QYibzFdo4Ava8pKRALdycxITvELSOKwMFydVdSYJb-FmjfZDS7di1ttEugWG1QPa-_R4HvdhklXAnhwz8cPj6
- Financiera, E. (08 de Noviembre de 2015). *Encoclopedia Financiera* . Obtenido de Capacidad instalada : <https://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-capacidad-instalada.html>
- Financieros, C. d. (2019). *Marekting XXI*. Obtenido de Concepto de producto: <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Garduño. (24 de Enero de 2012). *Elaboracion de proyectos educativos y sociales*. Obtenido de Macro-localización y Micro-localización: <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>
- Gerence.com. (24 de Abril de 2018). *Capital de trabajo* . Obtenido de <https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- Gerencie. (19 de 06 de 2018). *Materia Prima*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/materia-prima.html>

- Gestion.org. (2018). *Que es un Organigrama de una Empresa*. Obtenido de Promonet Comunicaciones S.L.: <https://www.gestion.org/organigrama-de-una-empresa/>
- GRN. (2018). *IMPACTO AMBIENTAL* . Obtenido de Gestion de recursos naturales: <https://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>
- Hernández, L. (s.f.). *Presupuesto de Costo y Gasto*. Obtenido de Monografías: <https://www.monografias.com/trabajos88/presupuesto-costoy-gasto/presupuesto-costoy-gasto.shtml>
- Heyderman, E., & May, P. (2011). *Mobiliario (hogar y hábitos)*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Mobiliario>
- Mártin, J. (26 de Enero de 2016). *Que son los costos de producción*. Obtenido de Lavoz de los emprendedores : <https://www.pqs.pe/tu-negocio/costos-de-produccion-que-son>
- Moncayo, C. d. (16 de 02 de 2016). *REQUISITOS PARA EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EMPRESAS*. Obtenido de REQUISITOS PARA EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EMPRESAS: http://www.bpm.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=17:requisitos-para-el-permiso-de-funcionamiento-empresas&catid=2:uncategorised
- Morocho, C. (2018). Tabacundo.
- Nunes, P. (2015). *knoow*. Obtenido de Capacidad instalada: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- Nunes, P. (30 de 12 de 2015). *Know.net*. Obtenido de Enciclopedia tematica: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- Okdiario. (30 de 10 de 2015). *Economía*. Obtenido de <https://okdiario.com/economia/2015/10/30/funciones-basicas-empresa-15556>
- Pedro Moncayo, G. P. (2016). *Ubicación Geográfica*. Obtenido de Ubicación Geográfica: <http://www.pedromoncayo.gob.ec/index.php/2015-01-15-18-06-41/ubicacion-geografica>
- Pedrosa, S. (2018). *Economipedia*. Obtenido de Oferta: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Peiró, A. (2015). EL PRECIO. *ECONOMIPEDIA*.
- Pérez, J. (2018). *Definición de impacto económico*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/impacto-economico/>
- Pérez, J. (2018). *Definición de impacto social*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/impacto-social/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2019). *Definicion.de: Definición de presupuesto de ingresos*. Obtenido de <https://definicion.de/presupuesto-de-ingresos/>
- Pérez, J., & María, M. (2019). *Definicion.de*. Obtenido de Definición de organigrama: <https://definicion.de/organigrama/>

- Pérez, J., & Merino, M. (2019). *Definicion.de: Definición de capital de trabajo*. Obtenido de Definicion.de: Definición de capital de trabajo: <https://definicion.de/capital-de-trabajo/>
- Policonomics. (2017). *Policonomics made simple*. Obtenido de Oferta y demanda: <https://policonomics.com/es/oferta-demanda/>
- Portal informativo y de contenidos, E. d. (10 de 2016). *Tipos de muebles*. Obtenido de Tipos de cosas: <https://www.tiposdecosas.com/muebles.html>
- Porto, J. P. (2016). *Conformidad*.
- Pro Ecuador . (05 de 2018). *Metalmecánica y automotriz*. Obtenido de PRO ECUADOR Negocios sin fronteras: <https://www.proecuador.gob.ec/metalmecanica-y-automotriz/>
- Proyect, R. M. (2015). *Fundamentos de la comercialización*. Obtenido de Cars.uark: https://cars.uark.edu/ourwork/Risk-Management/marketing%20risk%20management%20spanish_combine.pdf
- PwC_Brochure. (s.f.). *Estudios de Impactos Económicos*. Obtenido de <https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf>
- Pyme, E. (2016). *Emprende Pyme*. Obtenido de Comercialización : <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>
- Pyme, E. (2016). *Estados financieros básicos*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/estados-financieros-basicos.html>
- Pyme, E. (2016). *Presupuesto de gastos*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/presupuesto-de-gastos.html>
- Rafael Ángel, B. R. (10 de abril de 2018). *Segmentación de mercados: definición, tipos y estrategia*. Obtenido de Ab Tasty: <https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>
- Ramirez, A. M. (12 de Abril de 2016). *prezi*. Obtenido de PRESUPUESTO DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS: <https://prezi.com/100cgtDIC93n/presupuesto-de-ingresos-costos-y-gastos/>
- República, B. d. (2017). *Banrepcultural*. Obtenido de Enciclopedia: http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Oferta_y_demanda
- Riquelme, M. (2017). *Gastos Administrativos. WEB Y EMPRESAS*.
- Riquelme, M. (25 de Octubre de 2017). *Web y Empresas*. Obtenido de ¿Qué Son Los Gastos Administrativos?: <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>
- Roberto, E. (24 de 08 de 2016). *MARKETING ESTRATEGICO*. Obtenido de MARKETING ESTRATEGICO: <http://robertoespinoza.es/2016/10/23/marketing-estrategico-concepto-ejemplos/>

- Roberto, K. y. (2015). *Demanda insatisfecha* . Obtenido de Marketing:
<https://marketingparados.wordpress.com/tag/demanda-insatisfecha/>
- Rodriguez, I. H. (26 de 01 de 2016). *EL ESTUDIO DE MERCADO EN LAS EMPRESAS*. Obtenido de EL ESTUDIO DE MERCADO EN LAS EMPRESAS: <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/>
- Romero, J. L. (2014). *Justificación: Impacto social, tecnológico, económico y ambiental* . Obtenido de <https://prezi.com/owvgusbxotqj/justificacion-impacto-social-tecnologico-economico-y-ambi/>
- Rosendo Ríos , V. (2018). *Investigación de mercados: Aplicación al marketing estratégico empresarial*. Madrid : Esic Editorial .
- Rosendo Yugcha Ch. (2016). Cultura viva e interculturalidad del Cantón pedro Moncayo. *Ley transparencia*, 20.
- Salazar, A. (24 de Noviembre de 2017). *ABC FINANZAS* . Obtenido de Capital de trabajo : <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/capital-de-trabajo>
- Santos, A. C. (2016). *Desarrollo del talento humano* . Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Significados. (2018). *Significados* . Obtenido de Significados de precio : <https://www.significados.com/precio/>
- Significados.com. (21 de Diciembre de 2016). *Misión*. Obtenido de <https://www.significados.com/mision/>
- Sol, S. d. (27 de Febrero de 2018). *Los gastos financieros, analizamos que son y sus particularidades*. Obtenido de <https://www.sdelsol.com/blog/contabilidad/gastos-financieros/>
- Teziutlán. (2008). *CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE MANTENIMIENTO INDUSTRIAL*. Puebla: Fracción I y II s/n Aire Libre C.P. 73960.
- Thompson, I. (Septiembre de 2017). *Marketing- Free*. Obtenido de Definición de producto : <http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Thompson, I. (2018). *promonegocios*. Obtenido de Misión y Visión: <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>
- Tobon, S., & Parra., H. (2016). *La Gestión Del Talento Humano en Latinoamérica: Análisis de Algunas Experiencias*. kresearch Corporation, 2016.
- Tomás, U. S. (2018). *Proyecto de fase I*. Obtenido de Tamaño del proyecto: http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/requerimientos_de_recursos.html
- Vásquez, L. (2017). *scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

- Vizcaya, B. B. (15 de Mayo de 2017). *¿ Qué es la inversión?* Obtenido de BBVA creando oportunidades : <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>
- Yance, C., Solís, L., Burgos, I., & Lia, H. (2017). La importancia de las PYMES en el Ecuador . *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, 2*.
- Zúñiga, C. (22 de Enero de 2015). *Tamaño del proyecto* . Obtenido de Elección del tamaño del proyecto : <https://es.slideshare.net/carolinazuniga14855/tamao-de-proyecto>

ANEXOS

Anexo 1: Fotos de las maquinarias

Dobladora nacional de tol

Costo: 1.500 dólares



Fuente: Mercado libre

Cizalla/ cortadora de tol

Costo: 800 dólares



Fuente: Mercado libre

Suelda mick

Costo: 1000 dólares



Fuente: Mercado libre

Dobladora de tubo

Costo: 350 dólares.



Fuente: Mercado libre

Anexo 2: modelo de encuesta

27/5/2019 ENCUESTA ENCUESTA

¿Compraría usted algunos de estos productos?
Marca solo un óvalo.

Sí
 No

ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los habitantes del Cantón Cayambe y Pedro Moncayo, Provincia de Pichincha con el objetivo de medir el grado de aceptación de los muebles para oficina u hogar; para determinar demanda, oferta, precios y comercialización mediante la creación de una micro empresa fabricadora y comercializadora de la misma.
Por favor, lea cada pregunta cuidadosamente y responda.

***Obligatorio**

1.- ¿Usted estaría dispuesto a adquirir muebles para su oficina u hogar? *
Marca solo un óvalo.

Sí
 No

2.- ¿Qué tipo de mueble compraría? *
Marca solo un óvalo.

Escritorios
 Sillas
 Archiveros
 Bibliotecas

3.- ¿Con qué frecuencia compraría muebles para su oficina u hogar? *
Marca solo un óvalo.

Menos de dos años
 Entre tres o cinco años
 Más de cinco años

4.- ¿Qué aspecto tiene en cuenta al momento de comprar muebles?, seleccione una sola opción. *
Marca solo un óvalo.

Diseño
 Calidad
 Precio
 Funcionalidad y comodidad

5.- ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por este producto? *
Selecciona todos los que correspondan.

Opción 1

¿Dónde le gustaría encontrar este producto?
Seleccione todos los que correspondan.

Pizzerías o centros comerciales
 Almacenes de muebles
 Catálogo virtual por internet
 Punto de fábrica

¿Cuál cree que es el mejor medio de publicidad para el conocimiento de su producto?
Marca solo un óvalo.

Radio
 Prensa
 Televisión
 Redes sociales

¿Cuál es la forma de pago que usted opta al momento de comprar un mueble?
Marca solo un óvalo.

Tarjeta de crédito
 Transferencia bancaria

¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse?
Marca solo un óvalo.

Descuentos directos
 Precios especiales
 Premios

Con la tecnología de

<https://docs.google.com/forms/d/1u2G1qAmhSBx64urGx1UaCM4HVFNMgldsWRrJ4kGh6k/edit> 1/3

6. 6.- ¿Compraría usted algunos de estos productos? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No



ENCUESTA

7. 7.- ¿Dónde le gustaría encontrar este producto? *

Selecciona todas las que correspondan.

- Plazas o centros comerciales
- Almacenes de muebles
- Catalogo virtual por internet
- Punto de fabrica

8. 8.- ¿Cuál cree que es el mejor medio de publicidad para el conocimiento de un negocio? *

Marca solo un óvalo.

- Radio
- Prensa
- Televisión
- Redes sociales

9. 9.- ¿Cuál es la forma de pago que usted opta al momento de cancelar su compra? *

Marca solo un óvalo.

- Al contado
- Tarjeta de crédito
- Transferencia bancaria

10. 10.- ¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse? *

Marca solo un óvalo.

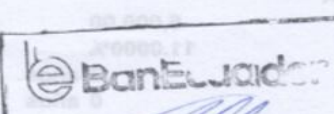
- Descuentos directos
- Precios especiales
- Premios

Con la tecnología de

Anexo 3: tabla de amortización

BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA					
MONTO USD		5,000.00			
TASA		11.0000%		T. EFECTIVA 11.5719%	
PLAZO		3 años			
GRACIA		0 años			
FECHA DE INICIO		22-feb-2019			
MONEDA		6			
AMORTIZACION CADA		30 días		MENSUAL	
Número de periodos		36		para amortizar capital	

No.	VENCIMIENTO	CAPITAL	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		5,000.00			
1	23-mar-2019	4,861.11	45.83	138.89	184.72
2	22-abr-2019	4,722.22	44.56	138.89	183.45
3	22-may-2019	4,583.33	43.29	138.89	182.18
4	21-jun-2019	4,444.44	42.01	138.89	180.90
5	21-jul-2019	4,305.56	40.74	138.89	179.63
6	20-ago-2019	4,166.67	39.47	138.89	178.36
7	19-sep-2019	4,027.78	38.19	138.89	177.08
8	19-oct-2019	3,888.89	36.92	138.89	175.81
9	18-nov-2019	3,750.00	35.65	138.89	174.54
10	18-dic-2019	3,611.11	34.38	138.89	173.26
11	17-ene-2020	3,472.22	33.10	138.89	171.99
12	16-feb-2020	3,333.33	31.83	138.89	170.72
13	17-mar-2020	3,194.44	30.56	138.89	169.44
14	16-abr-2020	3,055.56	29.28	138.89	168.17
15	16-may-2020	2,916.67	28.01	138.89	166.90
16	15-jun-2020	2,777.78	26.74	138.89	165.63
17	15-jul-2020	2,638.89	25.46	138.89	164.35
18	14-ago-2020	2,500.00	24.19	138.89	163.08
19	13-sep-2020	2,361.11	22.92	138.89	161.81
20	13-oct-2020	2,222.22	21.64	138.89	160.53
21	12-nov-2020	2,083.33	20.37	138.89	159.26
22	12-dic-2020	1,944.44	19.10	138.89	157.99
23	11-ene-2021	1,805.56	17.82	138.89	156.71
24	10-feb-2021	1,666.67	16.55	138.89	155.44
25	12-mar-2021	1,527.78	15.28	138.89	154.17
26	11-abr-2021	1,388.89	14.00	138.89	152.89
27	11-may-2021	1,250.00	12.73	138.89	151.62
28	10-jun-2021	1,111.11	11.46	138.89	150.35
29	10-jul-2021	972.22	10.19	138.89	149.07
30	09-ago-2021	833.33	8.91	138.89	147.80
31	08-sep-2021	694.44	7.64	138.89	146.53
32	08-oct-2021	555.56	6.37	138.89	145.25
33	07-nov-2021	416.67	5.09	138.89	143.98
34	07-dic-2021	277.78	3.82	138.89	142.71
35	06-ene-2022	138.89	2.55	138.89	141.44
36	05-feb-2022	0.00	1.27	138.89	140.16
					0.00
			847.92	5,000.00	5,847.92



BALCÓN DE SERVICIOS
AGENCIA CANTONAL
CAYAMBE