



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
MICRIOEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES
DE OFICINA EN METAL EN LA CIUDAD DE IBARRA”.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: CALDERON IMBAQUINGO MARIELA ELIZABETH

DIRECTOR: Msc. EDGAR FABIÁN MONTEROS ECHEVERRÍA MBA

Ibarra, Mayo, 2011

RESUMEN EJECUTIVO


El presente proyecto sirve como fuente de consulta para las personas interesadas, el cual brinda una investigación detallada para la creación de una microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal. Oportunidad de Inversión que resulta atractiva dado que se trata de una actividad netamente rentable siempre y cuando se dispongan de los recursos necesarios y el personal especializado para llevar a cabo esta actividad. Así mismo deben existir las condiciones favorables para la implantación de este tipo de proyecto. El presente trabajo pretende dotar a las empresas e instituciones públicas y privadas de la ciudad de Ibarra, artículos para amoblar sus oficinas y dependencias, tales como: escritorios, sillas, archivadores, anaqueles, pupitres; muebles que serán elaborados bajo estándares de calidad, con la finalidad de abastecer y satisfacer las necesidades de estos sectores. El desarrollo de esta investigación muestra la factibilidad técnica y económica para la implementación de una microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra. A continuación se presenta una síntesis de los datos, valores, productos, conclusiones y recomendaciones más relevantes de la presente investigación científica. Así como también de los factores que son necesarios para su constitución legal administrativa y financiera. En el estudio diagnóstico se demostró la necesidad de crear nuevas microempresas que apoyen el adelanto del cantón y de la provincia, el cual presenta grandes oportunidades en los aspectos geográfico, económico, social, salud, educación, cultural y político, los mismos que demuestran su valiosa contribución a la generación de mayores fuentes de ingresos y lo más importante satisfacer las necesidades de una parte de la demanda que esta desatendida con los muebles de oficina en metal, oportunidad que está siendo aprovechada por empresas que vienen de afuera quienes se están llevando los capitales. En el aspecto bibliográfico, existen diversos autores que brindan importantes definiciones en cuanto a los temas de producción y comercialización de muebles de oficina, conceptos que sustentan de mejor manera el aspecto técnico, económico, de procesos, aspectos contables, y sobre todo administrativos. En el estudio de mercado los principales productos en muebles de oficina en metal demandados por los clientes se encuentran: la línea de sillas de oficina, mesas hexagonales, escritorios secretarias, escritorios estudiantes, archivadores de 4 gavetas, anaqueles y pupitres de ángulo, de tal manera que existe una demanda insatisfecha por cubrir en torno a estos productos a nivel de mercado público y privado. La microempresa tendrá una capacidad de producción en muebles de metal de 15.821 unidades de producto en todas las líneas antes mencionadas, estableciéndose una capacidad a cubrir en el primer año del 70% hasta lograr cubrir el 100% de su capacidad. Del estudio económico financiero, se determinó que la inversión que se necesita para la creación de una microempresa de producción y comercialización de muebles en metal será de \$118.213,47, la misma que se podrá financiar con el 30% propio y el 70% vía crédito; se estiman que sus ingresos sean mayores a los costos y gastos, se cubrirán utilidades a los trabajadores y se pagarán impuestos según la Ley. El proyecto al ser evaluado económica y financieramente, dio como resultado un VAN de \$120.515,24; la TIR de 39,57%, un Beneficio/costo de 1,06 veces y un tiempo de recuperación de la inversión de 2,56 años, que significa 2 años, 6 meses y 21 días, lo cual se considera aceptable y por lo tanto factible de realizarlo. El proyecto generará impactos de puntuación media positiva en torno al manejo económico, social y ambiental. Por lo tanto se determina que la microempresa a crearse tiene como propósito fundamental solucionar un problema de desabastecimiento brindando productos de calidad que demandan diferentes sectores de la ciudad de Ibarra, además se pretende abatir un problema social como es el desempleo, logrando de alguna manera erradicar el nivel de pobreza y por ende mejorar las condiciones de vida del sector.

SUMMARY

The present project is good as consultation source for interested people, which offers a detailed investigation for the creation of a microenterprise producer and comercializadora of office furniture in metal. Opportunity of Investment that is attractive since it is an activity highly profitable provided they have the necessary resources and the specialized personnel to carry out this activity. Likewise the favorable conditions should exist for the installation of this project type. The present work seeks to endow to the companies and public and private institutions of the city of Ibarra, articles for amoblar its offices and dependences, such as: desks, seats, filing cabinets, shelves, desks; furniture that will be elaborated standard first floor of quality and with the prevailing purpose of to supply and to satisfy the necessities of these sectors. The development of this investigation shows the technical and economic feasibility for the implementation of a microenterprise producer and comercializadora of office furniture in metal in the city of Ibarra. Next it is presented a synthesis of the data, values, products, conclusions and more outstanding recommendations of the present scientific investigation. As well as the factors that are necessary for their administrative and financial legal constitution. In the diagnostic study the necessity was demonstrated of creating new microenterprise that support the advance of the canton and of the county, which presents big opportunities in its geographical, economic, social aspect, health, education, cultural and political, that which demonstrates its valuable contribution to the generation of sources of revenues and at the same time to cover the necessities of a part of the demand that not this being assisted with the office furniture in metal, opportunity that this being taken advantage of by companies that you/they come of out who the capitals are taking. In the bibliographical aspect, they exist diverse authors that make diverse descriptions in the production topics and commercialization of furniture in diverse materials, the same ones that sustain in a better way the technical, economic aspect, of processes, countable, and mainly administrative aspects. In the market study the main products in demanded metal furniture for the clients represent the line of office seats, hexagonal tables, desks secretaries, and desks students, filing cabinets of 4 drawers, shelves and angle desks, existing an unsatisfied demand to cover around these products at level of market public and private. The microenterprise will have a production capacity in furniture of metal of 15.821 product units in all the lines before mentioned, settling down a capacity to cover in the first year of 70% until being able to cover 100% of its capacity. Of the financial economic study, it was determined that the investment that is needed for the creation of a production microenterprise and commercialization of furniture in metal will be of \$118.213, 47, the same one that one will be able to finance with 30 own% and 70% via credit; they are considered that their revenues are bigger to the costs and expenses, they will cover utilities to the workers and taxes will be paid according to the Law. The project when being evaluated economic and financially, he/she gave as a result a they GO of \$120.515, 24; the TIR of 39, 57%, a Benefit/cost of 1, 06 times and a time of recovery of the investment of 2,56, years that it means 2 years, 6 months and 21 days, that which is considered acceptable and therefore feasible of carrying out it. The project will generate impacts of positive half punctuation around the economic, social and environmental handling, therefore it is determined that the microenterprise to be created seeks to solve a shortage problem offering products of quality that demand different sectors of the city, with this he/she seeks to fall a social problem as it is the unemployment, being able to eradicate the poverty and that somehow it can improve the conditions of life of the sector.

AUTORÍA

Yo, CALDERON IMBAQUINGO MARIELA ELIZABETH, con cedula de ciudadanía N°. 100271678.3, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mariela Calderon', is written over a dotted line. The signature is stylized and somewhat abstract.

CALDERON IMBAQUINGO MARIELA ELIZABETH

100271678-3

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Srta. CALDERON IMBAQUINGO MARIELA ELIZABETH para optar por el Título de Ingeniera Comercial, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES DE OFICINA EN METAL EN LA CIUDAD DE IBARRA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 10 días del mes de mayo del 2011.

| DATOS DE CONTACTO | | | |
|---|-----------|--|------------|
| IDENTIFICACION DE LA ENTIDAD: | DE | 100271678-3 | |
| FIRMA: | | Calderón Imbaquingo Mariela Elizabeth | |
| FIRMA: | | Av. Cristobal de Troya, Barrio Galo Larrea | |
| Msc. EDGAR FABIÁN MONTEROS ECHEVERRÍA MBA | | | |
| TELÉFONO FIJO: | 062409239 | TELÉFONO MÓVIL: | 0996267493 |
| DATOS DE LA OBRA | | | |



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERDSIDAD
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: | DE | 100271678-3 | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Y | Calderón Imbaquingo Mariela Elizabeth | |
| DIRECCIÓN: | Av. Cristóbal de Troya. Barrio Galo Larrea. | | |
| EMAIL: | marielyzabeth@outlook.com | | |
| TELÉFONO FIJO: | 062609239 | TELÉFONOMÓVIL: | 0996267493 |
| DATOS DE LA OBRA | | | |
| TÍTULO: | “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES DE OFICINA EN METAL EN LA CIUDAD DE IBARRA”. | | |
| AUTORA: | Calderón Imbaquingo Mariela Elizabeth | | |
| FECHA: | 2011-07-01 | | |

| | |
|--------------------------------|--|
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
| PROGRAMA: | (X) PREGRADO () POSTGRADO |
| TITULO POR EL QUE OPTA: | Ingeniería Comercial mención Administración de empresas |
| ASESOR /DIRECTOR: | Msc. EDGAR FABIÁN MONTEROS ECHEVERRÍA MBA |

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 01 días del mes de julio del 2011



CALDERON IMBAQUINGO MARIELA ELIZABETH

100333730-8

Facultado por Resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Con infinito amor:

Quiero dedicar este trabajo de grado en primer lugar a DIOS, quien es el dueño de mi vida y el hacedor de cada uno de mis sueños, quien me ha dado el talento y la fortaleza para alcanzar una de las metas más importantes de mi vida.

A la memoria de mi extinta madre Soñita quien con su infinito amor, apoyo y paciencia me motivo hasta el final para la culminación de mi carrera.

A mis amados hermanos: Juan C., Andrea P., Mayra A., Jessica L., y a mi familia en general quienes me han brindado su amor y apoyo incondicional, a quienes amo mucho y forman parte importante en mi vida.

A mi amado esposo Javier y a mis amados hijos Steven, Carolina y Andrés quienes fueron la inspiración más importante para la realización de este trabajo.

Mariela

AGRADECIMIENTO

Mi eterno agradecimiento en primer lugar es para mi DIOS por haberme dado la vida y ser el hacedor de cada uno de mis sueños. Por cuidar de mí en todo momento y darme la fortaleza para seguir adelante. Le doy gracias a Dios por todo lo que me ha hecho en mi vida y en la de mi familia.

A mi esposo Javier y a mis amados hijos; Steven, Carolina y Andrés David, el tesoro más maravilloso que me ha regalado Dios, MI FAMILIA, quienes constituyen el motivo más importante de mi lucha y superación.

A Soñita, mi extinta madre el agradecimiento más profundo por su amor, su apoyo y sobre todo por su ejemplo de lucha y perseverancia por alcanzar sus sueños, aun en los momentos más difíciles.

A mis amados hermanos; Juan Carlos, Patricia, Alejandra y Jessica por su amor y apoyo incondicional.

A la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a mis maestros de los cuales recibí la formación académica y sobre todo por su valiosa colaboración para la elaboración de este proyecto.

Mi sincero agradecimiento al Ingeniero Edgar Monteros, por su apreciable apoyo y sus sabios consejos para la realización de este trabajo.

Mariela

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|--------|
| RESUMEN EJECUTIVO | ii |
| SUMMARY | iii |
| AUTORÍA..... | iv |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR | v |
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERDSIDAD | |
| TÉCNICA DEL NORTE | vi |
| IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA..... | vi |
| CONSTANCIAS..... | vii |
| DEDICATORIA | viii |
| AGRADECIMIENTO | ix |
| ÍNDICE GENERAL | x |
| ÍNDICE DE TABLAS | xvi |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xx |
| PRESENTACIÓN..... | xxii |
| INTRODUCCIÓN | xxv |
| JUSTIFICACIÓN | xxviii |
| OBJETIVOS | xxx |
| OBJETIVO GENERAL..... | xxx |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | xxx |
| CAPÍTULO I | 31 |
| DIAGNÓSTICO SITUACIONAL | 31 |
| Antecedentes del diagnóstico..... | 31 |
| Antecedentes históricos del cantón Ibarra | 33 |
| Fundación..... | 33 |
| Batalla de la Independencia de Ibarra | 34 |
| Situación geográfica..... | 34 |
| Situación demográfica | 36 |
| Situación económica | 38 |
| Situación cultural | 38 |
| Gastronomía..... | 38 |
| Repostería | 38 |

| | |
|--|----|
| Nivel de crecimiento poblacional | 39 |
| Situación social | 40 |
| Desarrollo económico | 43 |
| Situación ambiental..... | 44 |
| Situación institucional..... | 45 |
| Situación política y democrática | 45 |
| Situación diagnóstica de la actividad productiva y comercial de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra | 46 |
| CAPÍTULO II..... | 48 |
| MARCO TEÓRICO..... | 48 |
| Microempresa | 48 |
| Introducción | 48 |
| Definición de Microempresa..... | 49 |
| Importancia de La Microempresa | 49 |
| Características de la Microempresa | 50 |
| Clasificación de la microempresa | 51 |
| Pasos para la puesta en marcha de una microempresa..... | 52 |
| Organización microempresarial | 53 |
| Herramientas organizacionales | 53 |
| Administración microempresarial..... | 57 |
| Departamentos Funcionales de la Microempresa | 61 |
| Constitución Legal de una Microempresa | 62 |
| Constitución legal de la Microempresa Metalmecánica | 63 |
| Requisitos para constituir un Taller Artesanal:..... | 65 |
| Requisitos para ser considerados Artesanos | 65 |
| Beneficios del Artesano | 66 |
| Legislaciones Vigentes | 68 |
| Requisitos Legales para ejercer la actividad Artesanal..... | 69 |
| Requisitos de Funcionamiento(SRI) | 70 |
| El Sector metalmecánico ecuatoriano | 71 |
| La Microempresa Metalmecánica productora de Muebles de Oficina | 72 |
| Producción | 75 |
| Definición | 76 |

| | |
|---|------------|
| Producción metalmecánica | 76 |
| Producción de muebles de oficina | 77 |
| Maquinaria y herramientas | 78 |
| Materiales e insumos..... | 80 |
| Procesos | 81 |
| Costos..... | 82 |
| Control de calidad..... | 84 |
| Comercialización | 85 |
| Definición | 85 |
| Tipos de comercialización | 86 |
| Comercialización de muebles de oficina | 87 |
| Sistema económico y financiero | 94 |
| La Inversión | 94 |
| Financiamiento de la inversión | 94 |
| Estados financieros aplicados en las microempresas..... | 96 |
| Establecimiento del costo de capital y tasa de descuento..... | 99 |
| Técnicas de evaluación financiera | 100 |
| Valor actual neto (VAN)..... | 100 |
| Punto de Equilibrio | 103 |
| Beneficio costo..... | 104 |
| Período de recuperación..... | 105 |
| CAPÍTULO III..... | 106 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 106 |
| Presentación | 106 |
| El producto..... | 107 |
| Sillas de oficina..... | 108 |
| Mesa Hexagonal Pre kínder | 108 |
| Escritorio secretaria | 109 |
| Escritorio estudiante..... | 109 |
| Archivadores de 4 gavetas | 110 |
| Anaqueles..... | 110 |
| Pupitre de ángulo | 111 |
| Mercado meta..... | 112 |

| | |
|--|-----|
| Segmento de mercado | 112 |
| Análisis de la oferta | 114 |
| Oferta real | 114 |
| Oferta Histórica y establecimiento de su tasa promedio..... | 115 |
| Proyección de la oferta..... | 116 |
| Análisis de la demanda | 117 |
| Demanda actual..... | 117 |
| Demanda histórica | 119 |
| Proyección de la demanda | 120 |
| Demanda insatisfecha | 122 |
| Competencia | 123 |
| Determinación del precio del producto..... | 123 |
| Precio de la Competencia..... | 123 |
| Precio del proyecto | 126 |
| Comercialización de muebles de oficina | 130 |
| Estrategias de mercado | 131 |
| Canales de distribución | 131 |
| Promoción..... | 132 |
| Publicidad | 132 |
| Conclusiones del estudio de mercado | 133 |
| CAPÍTULO IV..... | 135 |
| ESTUDIO TÉCNICO | 135 |
| Introducción | 135 |
| Localización del proyecto | 135 |
| Macro localización..... | 135 |
| Micro localización | 137 |
| Determinación de la localización óptima..... | 138 |
| Descripción de los factores de la micro localización..... | 140 |
| Tamaño del proyecto..... | 142 |
| Ingeniería del proyecto | 144 |
| Proceso productivo..... | 144 |
| Simbología para la representación del flujo de procesos productivos..... | 145 |
| Tecnología..... | 147 |

| | |
|---|------------|
| Maquinaria y equipo | 148 |
| Obras civiles..... | 150 |
| Presupuesto técnico..... | 152 |
| Inversiones Fijas | 153 |
| Inversiones diferidas | 158 |
| Capital de trabajo | 159 |
| Inversión total del proyecto | 160 |
| Financiamiento..... | 160 |
| Talento humano | 161 |
| CAPÍTULO V | 162 |
| EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO | 162 |
| Estado de situación financiera inicial | 162 |
| Determinación de los ingresos proyectados..... | 163 |
| Determinación de los egresos proyectados | 164 |
| Costo de ventas | 164 |
| Costos de distribución..... | 169 |
| Estados financieros proyectados | 179 |
| Estado de resultados con financiamiento | 179 |
| Flujo de efectivo financiero | 180 |
| Evaluación financiera..... | 180 |
| Costo de oportunidad | 180 |
| Valor actual neto (VAN)..... | 181 |
| Tasa interna de retorno (TIR) | 182 |
| Recuperación del dinero | 183 |
| Índice de beneficio-costo | 185 |
| Punto de equilibrio..... | 186 |
| CAPÍTULO VI..... | 192 |
| ESTRUCTURA ORGANIZATIVA..... | 192 |
| La empresa | 192 |
| Nombre o razón social | 192 |
| Base legal | 193 |
| Ley de Defensa del Artesano. | 193 |
| La junta de defensa del artesano (JNDA) | 193 |

| | |
|---|-----|
| Deberes y atribuciones de la junta nacional de defensa del artesano | 194 |
| Calificación artesanal..... | 195 |
| Requisitos de funcionamiento..... | 197 |
| Filosofía empresarial..... | 200 |
| Estructura organizacional..... | 201 |
| Niveles Jerárquicos..... | 202 |
| Organigrama estructural..... | 203 |
| Organigrama Posicional..... | 204 |
| Organigrama Funcional | 204 |
| Descripción de puestos | 205 |
| Estrategias operacionales | 209 |
| Producción | 209 |
| Comercialización | 211 |
| Control de actividades..... | 212 |
| CAPÍTULO VII | 215 |
| IMPACTOS | 215 |
| Impactos..... | 215 |
| Impacto económico..... | 216 |
| Impacto social | 218 |
| Impacto ambiental..... | 220 |
| Impacto global del proyecto..... | 221 |
| CONCLUSIONES | 223 |
| RECOMENDACIONES..... | 225 |
| BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA | 227 |
| LINKOGRAFÍA | 228 |
| ANEXOS | 229 |
| ANEXO A..... | 230 |
| ANEXO B..... | 231 |
| ANEXO C..... | 233 |
| ANEXO D..... | 237 |
| ANEXO E..... | 244 |
| ANEXO F..... | 246 |
| ANEXO G..... | 248 |

| | |
|--------------|-----|
| ANEXO H..... | 280 |
|--------------|-----|

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| 1. Situación geográfica..... | 35 |
| 2. Población..... | 37 |
| 3. Población urbana y rural de Ibarra..... | 40 |
| 4. Indicadores sociales | 42 |
| 5. Clasificación de la microempresa | 52 |
| 6. Maquinaria y Herramienta | 78 |
| 7. Materiales e Insumos | 81 |
| 8. Matriz de segmentación de Mercado Local | 113 |
| 9. Oferta actual de productos en muebles de oficina en metal al 2011..... | 115 |
| 10. Información histórica | 116 |
| 11. Resumen de la oferta proyectada | 117 |
| 12. Demanda real actual al 2011 | 118 |
| 13. Población de empresas públicas y privadas de la ciudad de Ibarra | 119 |
| 14. Consumo promedio anual histórico en muebles de oficina en metal en Ibarra | 120 |
| 15. Resumen de la demanda proyectada | 121 |
| 16. Balance Oferta- Demanda..... | 122 |
| 17. Precio de muebles en metal..... | 124 |
| 18. Precio promedio Productor: NORMETALCO | 124 |
| 19. Precio promedio Productor: Línea Nueva Mobiliaria..... | 125 |
| 20. Precio comparativo y promedio de los productos..... | 125 |
| 21. Precio Silla de oficina (1 unidad)..... | 126 |
| 22. Precio Mesa Hexagonal (1 unidad)..... | 127 |
| 23. Precio Escritorio estudiante (1 unidad)..... | 127 |
| 24. Precio Escritorio secretaria (1 unidad)..... | 128 |
| 25. Precio Archivador 4 gavetas (1 unidad)..... | 128 |
| 26. Precio Anaquel (1 unidad) | 129 |
| 27. Precio Pupitre de ángulo (1 unidad)..... | 129 |
| 28. Factores de localización..... | 138 |

| | |
|--|-----|
| 29. Categoría del factor según el sector | 139 |
| 30. Capacidad de planta de producción | 142 |
| 31. Capacidad a cubrir por el proyecto | 143 |
| 32. Maquinaria en unidades requeridas | 148 |
| 33. Herramientas necesarias en el proceso | 148 |
| 34. Muebles empleados en producción | 149 |
| 35. Equipos para seguridad de planta | 150 |
| 36. Materiales e insumos de producción | 150 |
| 37. Áreas y dimensiones | 150 |
| 38. Valor del terreno | 153 |
| 39. Valor de la construcción de la planta | 153 |
| 40. Valor de la maquinaria y equipo de producción | 154 |
| 41. Valor de las herramientas de producción | 155 |
| 42. Muebles de producción | 156 |
| 43. Valor del equipo de computación | 156 |
| 44. Valor de muebles y enseres de oficina | 156 |
| 45. Valor del equipo de oficina | 157 |
| 46. Valor del equipo de seguridad | 157 |
| 47. Valor del vehículo | 158 |
| 48. Total inversión fija | 158 |
| 49. Valor de la inversión diferida | 159 |
| 50. Valor del capital de trabajo | 159 |
| 51. Total inversión | 160 |
| 52. Financiamiento de la inversión | 161 |
| 53. Personal administrativo y de ventas | 161 |
| 54. Estado de situación inicial o de arranque | 162 |
| 55. Ingreso por ventas de los muebles de oficina | 163 |
| 56. Costo de ventas por mueble fabricado | 165 |
| 57. Costo Unitario de una silla de oficina al 2011: | 166 |
| 58. Costo Unitario de una mesa hexagonal al 2011: | 166 |
| 59. Costo Unitario de un escritorio de estudiante al 2011: | 167 |
| 60. Costo Unitario de un escritorio para secretaria al 2011: | 167 |
| 61. Costo Unitario de un archivador 4 gavetas al 2011: | 168 |

| | |
|---|-----|
| 62. Costo Unitario de un anaquel al 2011:..... | 168 |
| 63. Costo Unitario de un pupitre de ángulo al 2011: | 169 |
| 64. Sueldo básico histórico mensual..... | 169 |
| 65. Sueldo básico mensual proyectado según la Ley..... | 170 |
| 66. Sueldo básico del personal administrativo..... | 170 |
| 67. Remuneración anual personal administrativo..... | 170 |
| 68. Remuneración básica del personal operativo..... | 171 |
| 69. Remuneración anual personal operativo..... | 171 |
| 70. Pago de personal administrativo proyectado | 171 |
| 71. Suministros de oficina proyectado..... | 172 |
| 72. Servicios básicos proyectados..... | 172 |
| 73. Cálculo de la depreciación de activos fijos y el valor en libros..... | 173 |
| 74. Gasto depreciación proyectado | 173 |
| 75. Total gastos administrativo..... | 174 |
| 76. Valor del Sueldo mensual del vendedor | 174 |
| 77. Sueldo anual del personal de ventas proyectado..... | 175 |
| 78. Gasto publicidad proyectada..... | 175 |
| 79. Total gasto de ventas..... | 175 |
| 80. Tabla de amortización de la deuda programada por el proyecto | 176 |
| 81. Gasto financiero..... | 179 |
| 82. Estado de ingresos y egresos con financiamiento..... | 179 |
| 83. Flujo de efectivo con financiamiento..... | 180 |
| 84. Costo de capital..... | 180 |
| 85. Flujos netos actualizados | 182 |
| 86. Recuperación del dinero | 184 |
| 87. Beneficio costo..... | 185 |
| 88. Punto de equilibrio en base a CF y CV del primer año proyectado..... | 186 |
| 89. Punto de equilibrio por cada producto | 187 |
| 90. Sistema de calificación de impactos | 215 |
| 91. Impacto económico..... | 216 |
| 92. Impacto social | 218 |
| 93. Impacto ambiental..... | 220 |
| 94. Impacto global del proyecto..... | 221 |

| | |
|---|-----|
| 95. Ponderación de la muestra | 235 |
| 96. Experiencia en la actividad de fabricación | 248 |
| 97. Constitución de la empresa | 249 |
| 98. Personal de producción calificado | 250 |
| 99. Capacitación al personal del taller | 251 |
| 100. Control administrativo en el taller | 252 |
| 101. Estructura orgánico funcional | 253 |
| 102. Productos fabricados en el taller | 254 |
| 103. Producción de muebles de oficina en metal..... | 255 |
| 104. Muebles de oficina fabricados con mayor frecuencia | 256 |
| 105. Tipo de tecnología aplicada en la producción | 257 |
| 106. Tipo de mano de obra en el taller | 258 |
| 107. Volumen de muebles de oficina elaborados en metal al mes | 259 |
| 108. Estado de los equipos utilizados en producción | 260 |
| 109. Lugar de adquisición de materiales de producción..... | 261 |
| 110. Control de calidad en el proceso de producción | 262 |
| 111. Productos más demandados por los clientes en metal | 263 |
| 112. Muebles de oficina mas comercialñizados | 264 |
| 113. Tipo de mercado | 265 |
| 114. Volumen promedio de muebles comercializados al mes..... | 266 |
| 115. Canal de distribución aplicado..... | 267 |
| 116. Aplicación de medios de publicidad..... | 268 |
| 117. Empleo de sistema contable..... | 269 |
| 118. Actualización de la información contable | 270 |
| 119. Control en la información contable | 271 |
| 120. Estructura de la inversión del taller | 272 |
| 121. Cálculo del precio de los productos | 273 |
| 122. Tipo de empresa pública o privada encuestada | 274 |
| 123. Adquisición de muebles de oficina en metal | 275 |
| 124. Muebles de oficina adquiridos con más frecuencia | 276 |
| 125. Volumen de adquisición de muebles de oficina en metal al mes | 277 |
| 126. Adquisición directa del productor..... | 278 |
| 127. Aceptabilidad para la creación de la microempresa | 279 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1 Ibarra..... | 35 |
| Figura 2 Vista panorámica de la ciudad de Ibarra | 39 |
| Figura 3 Organización Funcional..... | 55 |
| Figura 4 Organigramas | 56 |
| Figura 5 Sillas de oficina | 108 |
| Figura 6 Mesa Hexagonal Pre kínder | 109 |
| Figura 7 Escritorio secretaria | 109 |
| Figura 8 Escritorio estudiante | 110 |
| Figura 9 Archivadores de 4 gavetas | 110 |
| Figura 10 Anaqueles | 111 |
| Figura 11 Pupitre de ángulo | 111 |
| Figura 12 Mapa de ubicación del proyecto..... | 136 |
| Figura 13 Croquis del sector El Sagrario | 137 |
| Figura 14 Diagrama de bloque del proceso general de los productos metálicos..... | 144 |
| Figura 15 Flujograma proceso de la producción general (estructura metálica, mobiliario, portones y ventanas) | 145 |
| Figura 16 Fachada Principal de la planta de producción y comercialización..... | 151 |
| Figura 17 Plano de distribución de la planta..... | 152 |
| Figura 18 Punto de equilibrio de sillas de oficina..... | 188 |
| Figura 19 Punto de equilibrio de mesa hexagonal –prekinder..... | 189 |
| Figura 20 Punto de equilibrio de escritorio secretaria | 189 |
| Figura 21 Punto de equilibrio de escritorio estudiante | 190 |
| Figura 22 Punto de equilibrio de archivador 4 gavetas..... | 190 |
| Figura 23 Punto de equilibrio de anaqueles | 191 |
| Figura 24 Punto de equilibrio de pupitre de ángulo..... | 191 |
| Figura 25 Logo de la empresa..... | 192 |
| Figura 26 Organigrama Estructural de la Microempresa PRODUMETAL | 203 |
| Figura 27 Organigrama Posicional de la Microempresa PRODUMETAL | 204 |
| Figura 28 Organigrama Funcional de la Microempresa PRODUMETAL..... | 204 |
| Figura 29 Experiencia en la actividad de fabricación..... | 248 |
| Figura 30 Constitución de la empresa..... | 249 |

| | |
|--|-----|
| Figura 31 Personal de producción calificado | 250 |
| Figura 32 Capacitación al personal del taller | 251 |
| Figura 33 Control administrativo en el taller | 252 |
| Figura 34 Estructura orgánico funcional..... | 253 |
| Figura 35 Productos fabricados en el taller..... | 254 |
| Figura 36 Producción de muebles de oficina en metal | 255 |
| Figura 37 Muebles de oficina más comercialñizados | 256 |
| Figura 38 Tipo de tecnología aplicada en la producción | 257 |
| Figura 39 Tipo de mano de obra en el taller | 258 |
| Figura 40 Volumen de muebles de oficina elaborados en metal al mes | 259 |
| Figura 41 Estado de los equipos utilizados en producción | 260 |
| Figura 42 Lugar de adquisición de materiales de producción | 261 |
| Figura 43 Control de calidad en el proceso de producción..... | 262 |
| Figura 44 Productos más demandados por los clientes en metal..... | 263 |
| Figura 45 Muebles de oficina más comercialñizados | 264 |
| Figura 46 Tipo de mercado | 265 |
| Figura 47 Volumen promedio de muebles comercializados al mes | 266 |
| Figura 48 Canal de distribución aplicado | 267 |
| Figura 49 Aplicación de medios de publicidad..... | 268 |
| Figura 50 Empleo de sistema contable | 269 |
| Figura 51 Actualización de la información contable | 270 |
| Figura 52 Control en la información contable | 271 |
| Figura 53 Estructura de la inversión del taller | 272 |
| Figura 54 Cálculo del precio de los productos..... | 273 |
| Figura 55 Tipo de empresa pública o privada encuestada | 274 |
| Figura 56 Adquisición de muebles de oficina en metal..... | 275 |
| Figura 57 Muebles de oficina adquiridos con más frecuencia..... | 276 |
| Figura 58 Volumen de adquisición de muebles de oficina en metal al mes | 277 |
| Figura 59 Adquisición directa del productor | 278 |
| Figura 60 Aceptabilidad para la creación de la microempresa | 279 |

PRESENTACIÓN

La empresa artesanal metalmecánica en la ciudad de Ibarra no ha tenido un crecimiento moderado en los últimos tiempos, logrando cubrir en pequeñas cantidades las necesidades de productos metálicos como son los muebles de oficina. Frente a esta situación y considerando que la tasa de crecimiento poblacional va en aumento así como también la necesidad de adquirir productos en metal, este proyecto analiza en su estudio los productores existentes en la ciudad de Ibarra, así como los compradores actuales de productos metálicos y sus derivados, así como la factibilidad económica para la creación de una microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra.

Con la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de muebles de oficina en metal, se logrará mejorar de manera substancial la calidad de los productos destinados a satisfacer las necesidades de los consumidores, además de perfeccionar los procesos técnicos, sistemáticos, administrativos y organizacionales, destinados a la producción de muebles de oficina en metal.

Para desarrollar y comprender este proyecto se lo ha distribuido en siete capítulos los mismos que a continuación se describen:

Capítulo I Diagnostico Situacional: En este capítulo se desarrolló el Diagnóstico de la situación actual de la producción y comercialización de muebles de oficina en metal en torno al área de influencia escogida, siendo en este caso la población de Ibarra, la misma que se enfocó en los aspectos económico, político, social, cultural, demográfico, geográfico, educativo, empresarial y comercial.

Capítulo II Marco Teórico: En este capítulo, se estableció un Marco teórico, en el cual se presenta la información del proyecto en base al aspecto bibliográfico de diversos autores, en

el que se analizó desde el área productiva en muebles de oficina en metal hasta la fase de comercialización. Además se plasmó un aporte del criterio del autor, en relación a los temas y subtemas planteados.

Capítulo III Estudio de Mercado: En este enunciado se estableció el tipo de producto, su naturaleza y usos; también se desarrolló un análisis del comportamiento de la oferta y la demanda y la demanda insatisfecha, así como la determinación del precio y sus respectivas proyecciones.

Capítulo IV Estudio Técnico del proyecto: Se determinó el tamaño, la localización, la ingeniería del proyecto con sus pertinentes equipamientos y procesos, distribución de planta, al igual que su presupuesto económico y financiero.

Capítulo V Estudio Económico y Financiero: En esta sección se determinó el presupuesto de ingresos y egresos, estados financieros proyectados, estado de situación inicial y el flujo de efectivo programado. Posteriormente se realizó la Evaluación Económica Financiera, tomando en cuenta la información de los estados financieros proyectados; además se determinó la tasa de redescuento y se aplicó los indicadores Valor Actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR). Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI), Beneficio –costo, Punto de equilibrio y análisis de sensibilidad del proyecto.

Capítulo VI Estructura Organizacional: En este apartado se determinó la estructura organizacional de la microempresa tomando como base la filosofía empresarial, el marco legal y la estructura orgánica y funcional.

Capítulo VII Análisis de impactos: Se estableció adicionalmente un análisis de impactos enfocados tanto en lo económico, social, productivo, comercial y ecológico.

Se complementa este trabajo con una serie de conclusiones, las cuales constituyen el balance final de esta investigación y representan en forma lógica, clara y precisa los resultados obtenidos. Fue necesario connotar para cada conclusión una recomendación planteando soluciones que responden a la problemática investigada.

Los anexos permiten explicar y ampliar el alcance, parámetros y condiciones de la investigación siendo entre otros: modelos de encuesta y entrevistas, fotografías, planos, copias de registros oficiales y recortes de periodísticos, entre otros.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo al Plan de Desarrollo de la ciudad de Ibarra del 2011, manifiesta que: Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, se encuentra ubicada al norte del país a 115 Km. Al noroeste de Quito y 125 km. Al sur de Tulcán. A una altura de 2.225 metros sobre el nivel del mar, con una población promedio de 157.000 habitantes; ciudad de tradición española que goza de un clima privilegiado y en la que conviven variedad de culturas y razas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura.

La ciudad de Ibarra constituye actualmente el centro urbano, comercial, industrial y turístico de una fértil región. A su atractivo se le une la cercanía de otras ofertas turísticas muy importantes: la laguna de Cuicocha, la ciudad de Otavalo, el pueblo de Cotacachi y el lago de San Pablo. Industrias y artesanías textiles, así como también unos solares próximos constituyen otros significativos recursos económicos de la ciudad.

La industria en general es un sector de alta productividad y de crecimiento, considerada hoy por hoy uno de los grandes motores de desarrollo socioeconómico de todas las regiones del país. En este ámbito la industria metalmecánica tiene gran incidencia dentro del desarrollo social y económico de nuestro país, por lo que es necesario la expansión de esta actividad, a través de nuevas unidades productivas inmersas en una económica de desarrollo y de globalización, las cuales con relación a la competencia de precios y de calidades de los productos de los mercados interno y externo, habrá de requerirse una mayor eficiencia en los factores productivos.

Sin embargo la industria ecuatoriana se ha desarrollado de manera poco significativa debido a la apertura de fronteras en nuestro país lo que ha dado lugar a la competencia local e internacional la misma que se vuelve más fuerte sobre todo para los pequeños productores

ecuatorianos. Motivo por el cual estas unidades productivas no han logrado desarrollarse en forma representativa.

De igual forma la ciudad de Ibarra ha mostrado un bajo crecimiento del sector metalmecánico, tornándose aún más vulnerable ante la creciente competencia local y nacional la cual afecta en gran medida a los pequeños y medianos productores de la ciudad.

En si tratándose específicamente del sector metalmecánico dedicado a la producción y comercialización de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra, se logró detectar un limitado crecimiento de este sector en los últimos tiempos, el cual a cubierto en una mínima parte las necesidades de estos productos a nivel de la ciudad.

Al no contar la ciudad de Ibarra con una microempresa eficiente, especialista en la elaboración de muebles de oficina en metalmecánica, traerá como consecuencia clientes insatisfechos con el producto, por motivos de calidad, cantidad y precios dando lugar a que la competencia local y nacional atienda las necesidades de este importante sector.

Frente a esta situación y tomando en cuenta que la tasa de crecimiento poblacional va en aumento así como también la necesidad de adquirir muebles de oficina metálicos por múltiples sectores, este proyecto analiza en su estudio los productores existentes en la ciudad de Ibarra, los compradores actuales de productos metálicos y sus derivados, además la factibilidad económica para implantar una planta productora y comercializadora de estos productos.

Con la creación de esta unidad productiva dedicada a la producción y comercialización de muebles de oficina en metal, se logrará perfeccionar de manera sustancial la calidad de los productos, en base al mejoramiento de la producción a través de procesos técnicos,

sistemáticos, administrativos y organizacionales, para lograr un producto de óptimas condiciones destinado a los consumidores.

A continuación se presenta una alternativa para superar la problemática detectada; La creación de una microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra la misma que tiene como objetivo primordial satisfacer las necesidades de múltiples sectores con la entrega oportuna de productos de calidad y a precios justos.

JUSTIFICACIÓN

Los motivos fundamentales para la creación de una microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra, nacen debido a la escasa existencia de microempresas especializadas en la elaboración de estos productos que cumplan eficazmente con los requerimientos de un alto nivel de consumidores. Problemática que será resuelta con la creación una microempresa eficiente capaz de proveer cantidad, variedad y calidad en productos a los diferentes centros de consumo.

Cabe recalcar que la microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal, tiene gran estímulo en el desarrollo socio económico de la ciudad, por cuanto es una rama productiva rápida y precisa que absorbe recurso humano en todas sus escalas, así como también capital, tecnología y maquinaria, que a través de un adecuado manejo de estos recursos permitirá el crecimiento económico de la microempresa, su participación competitiva en el mercado y sobre todo del aporte significativo al crecimiento económico de la ciudad y del país.

Por lo expuesto anteriormente es prioritario y una necesidad latente crear una microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra, cuyo objetivo principal será proveer a la comunidad productos ideales, acordes a sus necesidades, además de generar fuentes de empleo y sobre todo obtener rentabilidad para la microempresa.

La implantación de esta unidad productiva beneficiará en primer lugar a la comunidad, porque se entregara productos de excelentes condiciones, en cuanto a precio y calidad, así como también por la apertura de nuevas fuentes de empleo.

En lo referente a los beneficiarios indirectos se destacan los microempresarios, estudiantes y personas que están inmersas en esta área productiva, a través de la promulgación de

conocimientos actualizados que les permitirá mejorar la gestión administrativa – operativa de sus microempresas. Y de forma muy particular la beneficiaria indirecta será la autora de este proyecto.

El proyecto es viable en primer lugar porque se brindará solución a un problema de insatisfacción de la demanda en lo concerniente a calidad, cantidad y precio de los productos señalados, con respecto al financiamiento del proyecto se contará con la colaboración y el aporte económico de personas interesadas en la ejecución de este proyecto; En lo referente a los recursos, se dispondrá de recursos tanto materiales como tecnológicos y sobre todo del recurso humano técnico experimentado, elementos necesarios para la ejecución de este proyecto, cabe indicar que la predisposición y la preparación académica de la autora es relevante en la realización de este proyecto, gracias a los conocimientos impartidos por los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de La Universidad Técnica del Norte.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra, para proveer a la comunidad productos de excelente calidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico del sector a través de la aplicación de encuestas dirigidas a la comunidad ibarreña para determinar la necesidad y la aceptación de la nueva microempresa.
- Establecer las bases teóricas y científicas que sustenten la investigación.
- Desarrollar un estudio de mercado mediante la aplicación de encuestas y entrevistas, dirigidas a los gerentes propietarios de las microempresas similares y a la población para identificar la oferta y la demanda actual.
- Realizar el estudio técnico, que permita definir la infraestructura y el tamaño del proyecto.
- Realizar un estudio financiero del proyecto que permita comprobar la viabilidad y rentabilidad financiera.
- Determinar la estructura operativa para la administración y ejecución de la microempresa.
- Analizar los principales impactos que generará el proyecto, en los ámbitos, sociales, económicos, tecnológicos y ecológicos

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes del diagnóstico

Para la elaboración de la Presente Investigación fue necesaria la elaboración de un Diagnostico Situacional del lugar en el cual se pretende implantar la microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal, siendo en este caso la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

Para la realización del Diagnostico se consideró importante el estudio de los ámbitos, geográfico, demográfico, económico, cultural, poblacional, social, ambiental, institucional, político, de igual forma el ámbito de desarrollo de las microempresas dedicadas a la producción y comercialización de muebles de oficina en metal en la ciudad. Aspectos importantes los cuales ayudaron a determinar la factibilidad del proyecto. Es decir las condiciones favorables para la creación de la microempresa.

Para la elaboración del Diagnostico Situacional se utilizó encuestas y entrevistas dirigidas a los dueños y jefes de las microempresas productoras y comercializadoras de muebles de oficina, así como también al mercado objetivo u demanda insatisfecha, siendo en este caso las empresas e instituciones públicas y privadas de la ciudad de Ibarra.

Por consiguiente el Diagnostico realizado arrojó los siguientes resultados: Ibarra cuenta con varias microempresas metalmeccánicas dedicadas a la fabricación de muebles de

oficina, de las cuales pocas de ellas son competitivas, las mismas que no logran abastecer y satisfacer las necesidades de los consumidores.

Entre las microempresas metalmecánicas más relevantes tenemos a: Vialesa Modular, Línea Nueva Mobiliaria, Normetalco, y talleres Paulina en Natabuela, siendo esta última la única especializada con más de 20 años de experiencia, en la elaboración de muebles de oficina.

Una de las razones que han provocado el atraso de este sector es el difícil acceso a créditos bancarios, que les permita adquirir maquinarias con tecnologías apropiadas y nuevas para esta actividad y logren generar mayor productividad y rentabilidad.

Otro aspecto que se pudo conocer es la escasa capacitación y actualización dentro de estas microempresas como parte fundamental para el crecimiento de estas unidades productivas.

Se pudo establecer que existe un mercado importante que está dispuesto a adquirir los muebles de oficina que fabricara la nueva microempresa a instalarse.

Con este precedente se logró distinguir positivamente la aceptación para la creación de la microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina.

Tomando en consideración los aspectos anteriores señalados, es necesario que se establezca la creación de una microempresa moderna productora y comercializadora de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra, con el propósito de satisfacer las exigencias de múltiples sectores mediante la entrega oportuna de productos de calidad, cantidad y a precios adecuados.

1.2. Antecedentes históricos del cantón Ibarra

1.2.1. Fundación

La Villa de San Miguel de Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Ibarra y bajo mandato del Rey Felipe de España.

Los motivos para la construcción de la ciudad se produjeron por cuanto se necesitaba una ciudad de paso en la vía Quito-Pasto y la construcción de una ciudad con acceso rápido al mar. Es así como el asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fue construida en el valle de Caranqui, en los terrenos donados por Juana Atabalipa, nieta del Inca Atahualpa.

La Junta Soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia.

En la madrugada del 16 de agosto de 1868, la erupción del volcán Imbabura y el consiguiente terremoto devastaron la ciudad y la provincia. Ibarra quedó prácticamente destruida y fallecieron cerca de 20.000 personas. Los sobrevivientes de este suceso se trasladaron a los llanos de Santa María de la Esperanza, donde se reubicaron y vivieron por cuatro años. Gabriel García Moreno, fue comisionado por el Presidente de la República, para reconstruir la ciudad. Finalmente el 28 de abril de 1872, los ibarreños regresaron a la reconstruida ciudad. Esta fecha se considera la segunda más importante después de la fundación de Ibarra.

1.2.2. Batalla de la Independencia de Ibarra

En www.Ibarra.gob.ec, establece: “El 17 de julio de 1823, tuvo lugar la encarnizada Batalla de Imbabura, dirigida por Simón Bolívar, que liberó la región del dominio español. El coronel Agustín Agualongo, Comandante Realista de Pasto, aprovechando un posible descanso de Bolívar en El Garzal, en la provincia de Los Ríos, se sublevó el 12 de julio de 1823. Bolívar, escuchando que Agualongo había vencido al coronel Juan José Flores. Se pone en marcha a acabar con la insurrección de Pasto. Simón Bolívar después de 7 días de marchas forzadas vence a Agualongo. Bolívar reunió a sus tropas en Otavalo, y el 17 de julio de 1823, derrota a Agualongo en las calles de Ibarra, y cerca de la hacienda La Victoria, que se ubica al otro lado del Río Tahuando, lugar donde está la famosa Piedra Chapetona, que recuerda el hecho. Se dice que sobre esta piedra se encaramó Bolívar para dirigir a sus tropas a la victoria. La batalla guarda especial importancia por ser la única dirigida personalmente por el Libertador en territorio ecuatoriano”.

1.3. Situación geográfica

Ibarra está ubicada en la zona norte de Ecuador, a 115 Km. al noreste de Quito. Es la capital de la Provincia de Imbabura y conocida como la Ciudad Blanca, por ser Villa de los Españoles aún conserva su sabor de antaño, cada rincón guarda recuerdos del pasado que se proyectan al presente y donde armoniosamente se combina lo colonial con lo moderno.

Ibarra, es la Capital de Imbabura o Provincia Azul, cuya belleza escénica de lagunas de su entorno natural y cultural producen en el visitante la sensación de absoluta paz, diseñando y dibujando armoniosamente los espectaculares parajes de la Ciudad Blanca y de su ámbito cantonal.

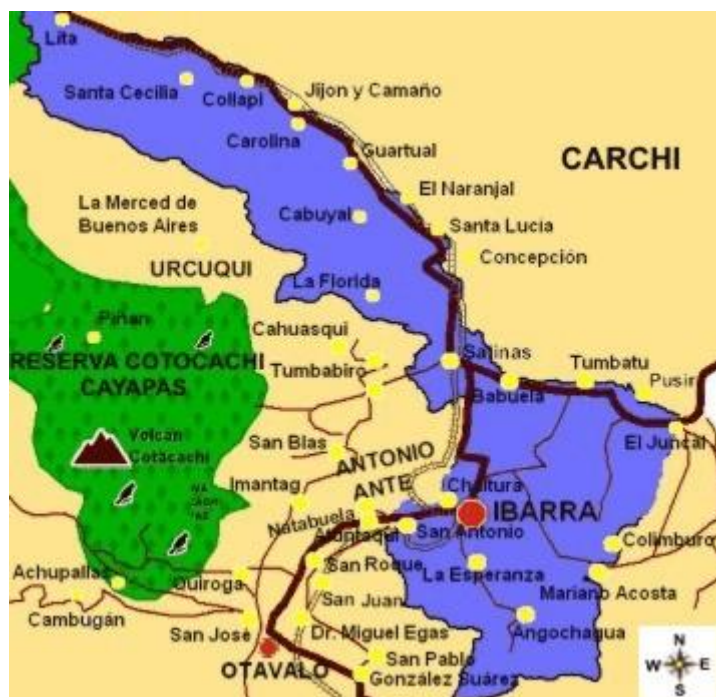


Figura 1 Ibarra

Tabla 1

Situación geográfica

| | |
|---------------------------|---------------------|
| PROVINCIA: | Imbabura |
| CANTON: | Ibarra |
| REGION: | Sierra Norte |
| CABECERA CANTONAL: | Ibarra |
| NOMBRE DEL ALCALDE | Ing. Jorge Martínez |
| SUPERFICIE (Km2): | 1093.3 |
| POBLACION TOTAL: | 172.853 habitantes |

Fuente: Municipio del cantón Ibarra al 2011
Elaboración: La autora

- **Ubicación:** La ciudad de Ibarra se encuentra ubicada en la zona norte del Ecuador. Se sitúa a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es Templado seco su temperatura media es de aproximadamente 14 y 19 grados centígrados, temperatura promedio 14°, 18° y 19 Celsius.
- **Población:** 172.853 habitantes.
- **Área:** 1.093.3 Km²
- **Altura:** 2.225 m.s.n.m.
- **Clima:** El clima es templado seco con una temperatura promedio anual de 18°
C. **Invierno:** Noviembre-Febrero y **Verano:** Marzo-Octubre
- **Actividad:** La ciudad de Ibarra se dedica principalmente a la actividad agrícola, comercial, industrial, a la prestación de servicios y al turismo. En lo concerniente a la actividad industrial se encuentra: la industria alimenticia, ganadera, artesanal, textil, y metalmecánica. Los productos que elaboran algunas de éstas industrias tienen gran acogida por mercados locales y nacionales, por cuanto son productos artesanales fascinantes a la vista y minuciosamente elaborados, tal es el caso de los bordados, tejidos, pinturas y tallados. Lo que ha hecho posible fácilmente la exportación.

Por lo tanto estos sectores necesitan ser impulsados para que sirvan como pilares de apoyo en el desarrollo socio-económico de la ciudad y el país.

1.3.1. Situación demográfica

Según el último censo realizado por el INEC la ciudad de Ibarra cuenta con una población total de 172.853 habitantes distribuida de la siguiente manera:

Tabla 2
Población

| Sector | N° de Habitantes | Porcentaje |
|--------|------------------|----------------|
| Rural | 50.577 | 29.26% |
| Urbano | 122.276 | 70.74% |
| | 172.853 | 100.00% |

Fuente: www.inec.gov.ec
Elaboración: La autor

Analizando en forma minuciosa el factor humano deducimos lo siguiente:

- La familia como unidad integrada hoy en día ha evolucionado considerablemente a través de los años, los horarios de trabajo son cada vez más complejos y las actividades laborales consumen cada vez más tiempo.

Para esta evolución se consideran las siguientes causas:

- No basta solo con un trabajo.
- Las escasas expectativas económicas.
- Incorporación de la mujer al mercado laboral.
- En las parejas en su mayoría los dos trabajan.

El mercado laboral también ha evolucionado, tendiendo a la flexibilidad, así como también a la movilidad geográfica, traslados cada vez más distantes sin tiempo para regresar al hogar entre una actividad y otra.

La remodelación de los bienes muebles, ha traído como efecto el crecimiento de la actividad manual de la fabricación artesanal en diferentes estilos, diseños y sobre todo en calidad de materiales, lo cual ha hecho que se desprendan en el mercado variedad de líneas de muebles tanto en madera, hierro y sobre todo en metal.

1.4. Situación económica

Ibarra cuenta con una historia que viene desde la época de los Incas, e incluso antes, cuando los Quitus y Caranquis dominaban, pasando por la dominación española y posteriormente los vestigios de la lucha por la libertad. Todos éstos hechos tienen testigos materiales que son atractivos turísticos potenciales, y no sólo eso, Ibarra también goza de paisajes fabulosos; y al ser multicultural y multirracial, un simple vistazo para tomar un tradicional helado de paila o pan de leche conforma una experiencia muy agradable. Todo esto sumado con los servicios, como la gran variedad de infraestructura hotelera, la convierten también en un lugar atractivo para alojarse dentro de la ciudad.

1.5. Situación cultural

1.5.1. Gastronomía

Entre la comida típica de esta ciudad destaca el consumo de una amplia variedad de maíces, habas, quinua, chochos, mellocos, ocas, etc. Es importante mencionar que parte de la dieta tradicional son las papas. Existe una bebida típica conocida como chapo que se realiza mediante la mezcla de harina cebada - denominada máchica-, panela y agua.

1.5.2. Repostería

- Son tradicionales los helados de paila, los cuales se preparan en pailas de bronce que se disponen sobre una cama de hielo con sal, envuelta en paja. La receta requiere mezclar en la paila el jugo de fruta, agua, panela, canela, claras de huevo y pimienta de olor, y batir los ingredientes con una cuchara de palo hasta obtener el punto de preparación. Estos helados fueron inventados por Rosalía Suárez, alrededor de 1897, y es tradicional degustarlos en la heladería que lleva su nombre, ubicada en el centro de la ciudad.

- El arrope de mora es otro de los dulces típicos de esta ciudad, el cual es un jarabe dulce de mora.
- Las nogadas son también golosinas tradicionales, realizadas a base de nueces de nogal y envueltas en cajas especiales.
- Empanadas de morocho.
- Café y Pan de Leche.

1.6. Nivel de crecimiento poblacional

Ibarra posee actualmente una población de 172.853 habitantes. El 70,74% de la población total está asentada en el sector urbano y 29,26% en el sector rural (Fuente: INEC al 2011)



Figura 2 Vista panorámica de la ciudad de Ibarra

Tabla 3
Población urbana y rural de Ibarra

- *Ambuqui*
 - *Angochagua*
 - *La Carolina*
 - *La Esperanza*
 - *Lita*
 - *Salinas*
 - *San Antonio*
 - *Ibarra*
-

Fuente: Plan de desarrollo Municipal del cantón Ibarra al 2011.
Elaboración: La autora

Actualmente la ciudad de Ibarra ha logrado un crecimiento poblacional del 2,5% en relación a los años anteriores (INEC al 2011), lo cual demuestra el aumento de la población y por ende la demanda de recursos necesarios para satisfacer sus necesidades.

1.7. Situación social

Ibarra ha experimentado un crecimiento demográfico similar a la media nacional. Sin embargo, en el sector rural las tasas de crecimiento son negativas debido al movimiento migratorio hacia las ciudades y al exterior, con el consiguiente deterioro de la unidad familiar.

Las principales causas de muerte en Imbabura se deben fundamentalmente a problemas sociales y de salud; en el ámbito social se puede determinar los decesos debido a la inseguridad y a la violencia intrafamiliar; en cuanto al tema salud se encuentra las diarreas de origen infeccioso, la desnutrición, los accidentes de transporte, la gripe AH1N1 y la neumonía, enfermedades y circunstancias, que pueden ser prevenibles. Frente a esta realidad la oferta de servicios de salud en la provincia es baja en todos los cantones, excepto en Ibarra,

por lo tanto es importante el apoyo gubernamental y coordinación de sus dependencias en la ejecución de programas de prevención, higiene, nutrición, atención primaria así como la dotación de personal especializado y responsable. La formación de un voluntariado de salud teórico práctico en medicina popular y tradicional; iniciar un proceso de educación ciudadana en temas preventivos y de promoción de un mejor estilo de vida; programas de mejoramiento la alimentación de la población infantil y la capacitación familiar en nutrición, las cuales son tareas urgentes. Además impulsar programas de concientización sobre el respeto a la vida y sobre todo a la unión y consolidación familiar como núcleo principal de las sociedades para su desarrollo.

Según www.Ibarra.gov.ec, determina: “aunque el nivel educativo en Imbabura ha mejorado en las últimas décadas, aún se mantiene bajo en las zonas rurales, es así que la tasa de analfabetismo global en la provincia es del 13.4% estas cifras, afecta indudablemente al área rural, por otra parte, siendo el porcentaje de matriculados en educación primaria y educación básica muy elevado, a medida que aumenta el nivel educativo, la proporción de matriculados va descendiendo y tan solo un 10% de la población termina los estudios universitarios”.

Se debe trabajar en la capacitación, control, seguimiento y evaluación a profesores y alumnos, mejorar la calidad de la enseñanza mediante la aplicación de una reforma educativa con carácter local, en la construcción y mejoramiento de unidades educativas con dotación de equipos y materiales requeridos acorde a la reforma curricular y en la participación de los padres y alumnos para el diseño y ejecución de proyectos educativos.

Ibarra ocupa el séptimo lugar en el índice de pobreza humana; el 33% de la población no satisface sus necesidades básicas y en la zona rural, solo el 10% de la población lo consigue.

Tabla 4
Indicadores sociales

| INDICES | PARROQUIAS | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------------|----------------|
| | AMBUQUIANGO | CHAGUA | LA CAROLINA | LA ESPERANZA | LITA SALINAS | SAN ANTONIO | IBARRA | CANTON IBARRA | |
| Incidencia de la pobreza de consumo | 86,88 | 96,72 | 93,55 | 86,23 | 90,55 | 86,91 | 66,54 | 76,46 | 78,10 |
| Brecha de la pobreza de consumo | 40,85 | 88,13 | 52,24 | 77,24 | 70,36 | 40,38 | 25,46 | 35,72 | 37,07 |
| Brecha de extrema pobreza de consumo | 13,82 | 25,31 | 23,37 | 20,75 | 22,81 | 13,12 | 5,87 | 13,48 | 14,06 |
| Índice de vulnerabilidad social | | | | | | | | | 51,70 |
| Hogares | 1.286 | 961 | 660 | 1.488 | 508 | 403 | 3.447 | 29.537 | 38.290 |
| Habitantes | 5.319 | 3.768 | 2.875 | 6.677 | 2.413 | 1.694 | 13.987 | 116.523 | 153.256 |

Fuente: Agenda 21 Imbabura
Elaboración: La autora

La dotación de agua potable en el sector urbano es aceptable, sin embargo en el sector rural el 70% carece de agua potable o con tratamiento para consumo humano, en el medio rural no existe alcantarillado y, en el mejor de los casos, éste aun es reemplazado por letrinización.

El servicio de telecomunicaciones igualmente se encuentra centralizado en las ciudades aunque cabe señalar que la electrificación está muy desarrollada pues la cobertura llega a amplios sectores de la población urbana y rural, la provincia dispone de dos vías principales que se encuentran en buen estado de mantenimiento, la panamericana norte y la

carretera Ibarra-San Lorenzo, el resto de la red vial es de segundo y tercer orden y requiere de un mantenimiento permanente como de un programa de ensanchamiento y de mejoras de sus obras complementarias.

El patrimonio artístico-cultural es de fabuloso nivel. Sin embargo, por falta de políticas culturales se ha limitado únicamente a las manifestaciones festivas y en parte a la gastronomía ligada a sus tradiciones étnicas y multiculturales.

En el aspecto laboral se puede apreciar una marcada desigualdad así, apenas el 25% de la población económicamente activa (PEA) son mujeres, en puestos de cierta importancia en las administraciones públicas un 11% son ocupados por mujeres mientras que en puestos directivos de organizaciones sociales mejora en una proporción algo superior en 10 puntos porcentuales, esto se da por cuanto las instituciones no disponen de mecanismos para promover la presencia de la mujer en puestos directivos.

La violencia intrafamiliar es uno de los problemas más graves que sufren las mujeres y los niños/as dentro de las familias; les provoca daños psicológicos y físicos, limita sus posibilidades de crecimiento y bienestar, al tiempo que destruye su autoestima

Se estima importante establecer políticas para fomentar las relaciones interculturales contra la discriminación, impulsar el turismo cultural, la educación, capacitación, convivencia de todos los grupos étnicos y culturales, la integración y el respeto.

1.8. Desarrollo económico

El desarrollo económico de la provincia y del Cantón Ibarra gira en torno al sector agropecuario, de servicios y sobre todo comercial y turístico. El sector agropecuario por el

volumen, la variedad de la producción o porque genera los mayores ingresos, mientras que el sector servicios genera un importancia ingreso dentro del producto interno bruto.

El atraso tecnológico hace del sector agropecuario una actividad de baja productividad y con una situación difícil de competitividad ante la globalización de la economía y la suscripción del tratado de libre comercio que se torna en una herramienta muy exigente en calidad y cantidad para los productores locales.

Las actividades de comercio y turismo (lagunas, lagos, restaurantes, hoteles, entre otros) han sido las que han logrado un incremento notable con respecto a los sectores agropecuarios e industriales como una tendencia general de la provincia y del cantón Ibarra a diferencia de los cantones cuyas variaciones son diferentes por las características específicas de cada uno de ellos.

Se ha identificado que el capital local no tiene interés en realizar inversiones en la industria más aún cuando se trata de penetrar en el mercado internacional por cuanto significa un alto grado de responsabilidad, pero tampoco puede postergarse el desarrollo de este sector. La inversión externa se hace necesaria para logra incursionar en este sector tanto por el monto como por la experiencia en el comercio exterior.

1.9. Situación ambiental

La provincia de Imbabura está conformada por nueve ecosistemas o zonas de vida bien diferenciadas; posee una gran diversidad natural, tierras fértiles con buena disposición de agua, un relieve provechosamente único y condiciones micro climáticas excepcionales que favorecen la formación de diversos ecosistemas y paisajes asociados: Fauna y flora nativas, minas de materiales pétreos y yacimientos mineros de naturaleza metálica, suelos de buena calidad y ricos en recursos hídricos.

Es importante mencionar que se da un alarmante proceso de degradación ambiental cuyas principales manifestaciones y causas son la contaminación, la deforestación, la degradación de bosques y páramos, las quemas con fines de ampliación frontera agrícola, la depredación y el mal manejo de los recursos naturales y de las cuencas hidrográficas, así como el deficiente manejo de basuras. Frente a esta situación, toda solución a corto, mediano y largo plazo requiere desarrollar acciones cruzadas siempre por un mecanismo de difusión, educación y sensibilización ambiental.

1.10. Situación institucional

Ibarra, que es la capital provincial, tiene la estructura técnico administrativa más amplia constituida por las Direcciones de obras públicas, de planificación, de educación y cultura, de medio ambiente y financiera. Además cuenta con las jefaturas de agua potable, de canales y de rentas. Con los departamentos de sanidad y de mercados. E instituciones semiautónomas como EMAPA, FONSALECI, CECAMI, el Patronato y la unidad de Participación Ciudadana.

1.11. Situación política y democrática

La administración del Gobierno Municipal se encuentra a cargo del Alcalde Ing. Jorge Martínez, quien luego de un proceso de planificación participativa para elaborar el Plan de Desarrollo Cantonal, en el que se identificó al comercio y al turismo como el eje de desarrollo de Ibarra. En combinación con el Estado como priorización se ha tomado la rehabilitación del ferrocarril, a fin de promocionar el turismo y sea éste el portador de ingresos para mejorar la economía del cantón; se han desarrollado algunos proyectos comunitarios, mejoramiento de infraestructura de escuelas rurales, mejoramiento de vías alternas en sectores rurales, capacitaciones comunitarias a nivel agrícola y ganadera,

adoquinados, mejoramiento de redes de alcantarillado y agua y otras obras que ayudan a mejorar las condiciones de vida de las parroquias del cantón.

En el tema de las relaciones institucionales del Gobierno Municipal con otros sectores, sería ficticio pensar en que todos están de acuerdo en todo; de hecho existen ciertos sectores que hacen oposición a la gestión municipal y la ponen en prohibición, especialmente con el tema de la invalidación de los mandatos. Sin embargo, el proceso de elaboración participativa de un Plan de Desarrollo Cantonal, la conformación del Consejo Cantonal de Desarrollo que representa a la Sociedad Civil Organizada como una instancia participativa en la toma de decisiones importantes y, el reciente proceso de elaboración participativa del presente instrumento ha permitido un acercamiento entre los diferentes sectores.

1.12. Situación diagnóstica de la actividad productiva y comercial de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra

La ciudad de Ibarra, en cuanto a la actividad productiva y comercial de los muebles de oficina en general, presentan una alta experiencia en fabricación, capacidad de producción y comercialización aceptable, optimización de materiales y mercados de entrega. En lo referente a la producción de muebles de oficina en metal, su nivel de trabajo en este tipo de material ha disminuido, por cuanto carecen de tecnologías avanzadas que limitan la productividad y calidad de los productos, tornándose vulnerables ante la competitividad local y nacional.

Existen mercados compradores de muebles de oficina en metal, tales como las empresas e instituciones públicas y privadas de la ciudad de Ibarra. Con estos antecedentes se puede determinar que las microempresas existentes al funcionar como talleres artesanales, no cuentan con una estructura orgánico funcional que les permita desarrollar sus actividades

en una forma más organizada; todo esto, producto de la ausencia de capacitación y calificación artesanal del personal, la aplicación de una tecnología en maquinaria y equipo tradicional y en estado regular, ausencia de previsión de materiales lo cual provoca demora en los trabajos realizados, la ausencia de planificación en el trabajo por obra realizado, la inexistencia de publicidad y promoción, la falta de un registro contable financiero y de costos adecuados y sus respectivos controles, lo cual les impide conocer sus costos, el nivel de rentabilidad alcanzado en su actividad y el retorno de su inversión. Esto provoca una mala asignación de los precios de los muebles de oficina en metal y que no están acorde a los precios de mercado, el mismo que impide a la actividad ser competitiva frente a la oferta de otros sectores del país.

La producción y comercialización de muebles de oficina elaborados en metal no ha logrado aún introducirse a nivel de mercados empresariales e institucionales públicos y privados de la ciudad de Ibarra, son pocos los productores que se dedican a elaborar muebles a base de este tipo de material, ya que la mayor parte lo hacen en hierro; de acuerdo a la investigación realizada se ha establecido la existencia de compradores directos de este tipo de producto,- muebles de oficina metálicos-, que no lo obtienen con facilidad y en mucho de los casos tienen que pagar precios altos para adquirirlos, es por ello que se justifica la creación de la nueva microempresa de producción de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra, que permita cubrir la demanda existente y manejar precios competitivos en mercados tanto internos como externos. (Ver anexo F).

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Microempresa

2.1.1. Introducción

El sector microempresarial ocupa actualmente un lugar muy importante en la conformación de la estructura económica y social del país, habiéndose constituido en motor de la riqueza nacional, proporcionando fuentes de trabajo y contribuyendo en gran medida al producto interno bruto.

Por su importancia económica, las microempresas han despertado gran interés en el desarrollo de la economía ecuatoriana. Se han hecho muchas investigaciones sobre el tema, las cuales enfrentan dificultades metodológicas, cuantitativas y teóricas, por lo complejo del concepto.

La falta de una definición básica sobre la microempresa ha llevado a diferentes estudios para intentar clasificaciones a partir del número de empleados, los medios de producción, la organización, la división del trabajo, el mercado atendido, etcétera, las cuales a menudo resultan insuficientes. Sin embargo su contribución a la economía nacional es sumamente importante.

Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de mejorar sus ingresos dicho de mejor manera por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas que poseen.

2.1.2. Definición de Microempresa

El autor del libro United Nations expresa: “El concepto de micro, pequeña y mediana empresa que en adelante se tomará para los fines de este estudio es el que proporciona la CONAMYPE, que determina que microempresa es una “Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, con un establecimientos fijo o ambulante que tiene un nivel de ventas brutas anuales de hasta 100.000 y hasta 10 trabajadores renumerados”, (United Nations, 2010, pág. 72)

Las definiciones anteriormente expuestas se las han distinguido por cuanto son enunciados claros y veraces los cuales permiten identificar a la microempresa como: “un ente económico creado con el propósito de atender y satisfacer las necesidades de un determinado sector u mercado con el fin de obtener ganancias”. Estas unidades productivas pueden ser de tipo personal y/o familiar, las cuales pueden dedicarse actividades de comercio, producción y servicio; ciertamente logran tener éxito a través del trabajo organizado y el uso adecuado de los conocimientos y recursos que dispone la microempresa.

La microempresa es aquella que inicia con un pequeño capital y con un limitado número de empleados.

2.1.3. Importancia de La Microempresa

La microempresa constituye un importante elemento para disminuir los niveles de desempleo y erradicar la pobreza en el país, ya que genera fuentes de empleo con ingresos adecuados que les permiten a los miembros de estas organizaciones cubrir sus necesidades básicas y mejorar su calidad de vida.

Además se puede establecer que las microempresas son el resultado de la iniciativa de personas emprendedoras que poseen o no la capacidad financiera e intelectual, crearon su

negocio sabiendo aprovechar las oportunidades de mercado con el propósito de obtener ciertos ingresos y alcanzar otros logros.

Es importante destacar que la microempresa contribuye significativamente a la economía nacional, pues constituye el generador del crecimiento económico del país, ya que abarca el desarrollo de varias actividades entre ellas: de producción; como las textiles y confecciones, la metalmecánica, las construcciones, el cuero y el calzado, entre otras; En síntesis su impacto es importante por cuanto genera fuentes de empleo lo cual permite mitigar la pobreza y mejorar las condiciones de vida, por otro lado contribuye al Producto Interno Bruto del país.

Más aun cuando se trata de la microempresa metalmecánica su aporte al crecimiento socio-económico del Ecuador es importante, porque se enfoca en la fabricación de productos que satisfacen las necesidades de importantes sectores como; comerciales, industriales, empresariales y educativos del país.

2.1.4. Características de la Microempresa

Entre las principales características que se identifica en una microempresa se hallan las siguientes:

- *La integración de sus miembros es de tipo familiar.*
- *Limitada cifra de obreros y empleados, inferior a 50 trabajadores.*
- *Su forma Jurídica toma la de sociedad individual o de responsabilidad limitada. Sin embargo si la microempresa se dedica a actividades industriales su base legal se sujetara a las disposiciones legales concernientes a la industria.*

- *Informalidad de su funcionamiento, en su mayoría no disponen de requisitos mínimos para su funcionamiento.*
- *El propietario es quien aporta el capital necesario para las operaciones normales de la empresa.*
- *La administración es independiente, el propietario cumple la función de gerente quien ejerce el control y la dirección general de la misma.*
- *Sus niveles de producción son pequeños, por la escasez de recursos disponibles.*
- *Carece de una estructura formal de organización en muchas áreas, por, lo que es imposible para los microempresarios establecer canales para delegar autoridad a sus subordinados.*
- *En la actualidad la microempresa crece a través de la reinversión de utilidades y también a los préstamos otorgados por instituciones financieras que apoyan el desarrollo micro empresarial.*
- *Tienen una forma de producción artesanal y moderna (maquinarias con tecnología avanzada y personal totalmente calificado) y también métodos de producción tradicionales y rudimentarios.*
- *El mercado local y regional es el objetivo primordial de la microempresa, esta característica depende de la habilidad del empresario para ofrecer un producto o servicio excelente o de mejor calidad. (Disponible en: www.cepyme.es)*

2.1.5. Clasificación de la microempresa

La microempresa se la puede clasificar en:

Tabla 5**Clasificación de la microempresa**

| CLASIFICACIÓN | CONCEPTO |
|-----------------|--|
| Microempresa | Menos de 10 empleados o menos de 2 millones en facturación |
| Empresa pequeña | Entre 10 y 50 empleados entre 2 y 10 millones de facturación |
| Empresa mediana | Entre 50 y 250 empleados o entre 10 y 50 millones |
| Empresa grande | Más de 250 empleados o más de 50 millones de facturación. |

Fuente: (Tormo, 2013)

Elaborado por: Autora

2.1.6. Pasos para la puesta en marcha de una microempresa

Para la puesta en marcha de una microempresa es necesario tomar en cuenta varios aspectos como describe a continuación el autor:

Los siguientes son los principios para poner en marcha un negocio “1) captar la atención del cliente, es decir sorprender mediante la novedad y la creatividad, 2) Desarrollar el interés a través de la técnicas de las visualizaciones, Provocar el deseo mediante la estética, éxitos personales, etc. que se producen en el consumo del producto o servicio anunciado 3) Conseguir la acción, que es el objetivo final de toda inversión en publicidad, comprar y consumir el producto o servicio anunciado” (Vargas, 2014, pág. 35)

Para el lanzamiento exitoso de una microempresa, es fundamental contar con un estudio previo en cuanto al mercado y sus condiciones, el producto, la competencia, las formas de comercialización, la disponibilidad de recursos, las formas de organización, su base legal y requisitos de funcionamiento.

2.1.7. Organización microempresarial

“La organización es el manejo de recursos materiales y humanos que persiguen la producción o prestar servicios con el fin de conseguir un fin.” (Oscar, 2013, pág. 1)

Las definiciones anteriormente señaladas se las ha prescrito por su acertada definición. De tal manera que se puede entender a la organización a nivel micro empresarial como la combinación de las actividades de todos los integrantes de la empresa, asignando funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, con el propósito, de aprovechar al máximo los elementos materiales, técnicos y humanos encaminados a la consecución de un mismo fin.

Es importante reiterar que la finalidad de la organización es crear una estructura organizacional, la cual permita delegar funciones, jerarquías y actividades necesarias, con el propósito de simplificar las mismas y establecer niveles de autoridad y responsabilidad dentro del grupo social y lograr los objetivos.

La estructura organizacional permite establecer niveles jerárquicos y funciones, aspecto fundamental para la correcta organización de una empresa.

2.1.8. Herramientas organizacionales

a) Manual de Funciones

“Un manual o perfil parte de la aplicación de conceptos básicos universalmente aceptados y fundamentados de tener en cuenta y analizar las características propias de cada empresa, su misión y su visión que nos permita definir las cualidades humanas, técnicas y cognoscitivas de las personas que requerimos vincular para desempeñar cargos en la empresa”, (William, 2012, pág. 30)

Con este precedente se puede establecer que el manual de funciones es un libro en el cual constan los objetivos de la organización, las funciones y responsabilidades de los

miembros y de cada área, jerarquías, entre otros, así como las disposiciones reglamentarias de la misma. Con el propósito de mantener una sociedad organizada.

b) Estructura de la organización

“Las compañías necesitan una estructura organizacional clara, especialmente, cuando llegan a ser grandes y complejas, pero la estructura se debería usar positivamente para llevar a cabo la estrategia de la compañía, no para malógrala, cualquier estructura tiene sus ventajas y desventajas que se pueden compensar con la verdadera voluntad de trabajar a través de la estructura, cualquiera sea esta”, (Mac Donald, 2014).

Las definiciones anteriormente señaladas muestran que la estructura organizacional se podrá determinar a través de la utilización de los organigramas que permiten visualizar las responsabilidades y jerarquías de la microempresa, más conocidos como la columna vertebral de la microempresa.

Se puede entender entonces que la estructura organizacional consiste en dividir, agrupar y coordinar las actividades de una organización, así mismo en establecer la autoridad y las relaciones jerárquicas con el propósito de fomentar la coordinación de las unidades departamentales de la organización. Dentro de esta tenemos: organización funcional, por producto, por proceso, acogiendo la más idónea para la empresa.

En síntesis es la división y el agrupamiento de las funciones y actividades en unidades específicas, con base en su similitud.

A continuación se da a conocer a cerca del organigrama Funcional:

- **Organización Funcional**

La organización por funciones reúne, en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se llama funciones.

Se asume que la organización funcional es la forma más lógica y básica de departamentalización. Pueden usarla las pequeñas empresas que ofrecen una línea limitada de productos, porque aprovecha con eficiencia los recursos especializados. Facilita mucho la supervisión, pues cada gerente, propietario u administrador, sólo debe ser experto en una gama limitada de habilidades. Además facilita el movimiento de las habilidades especializadas, para poder usarlas en los puntos donde más se necesitan.

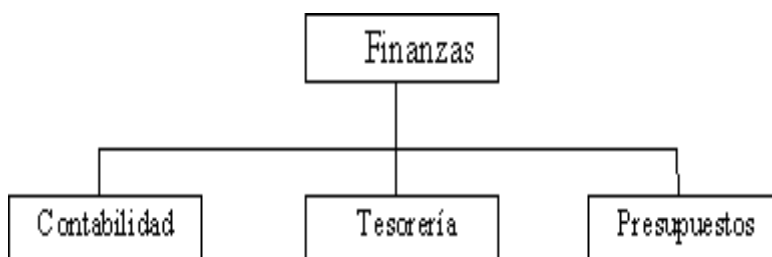


Figura 3 Organización Funcional

Los organigramas son útiles porque exhiben la estructura formal de la organización y quién es responsable de ciertas tareas.

c). **Organigramas**

También conocidos como Cartas o Gráficas de organización, son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización, que muestran las interrelaciones, las funciones, los niveles, las jerarquías, las obligaciones y la autoridad existentes dentro de ella. Dentro de los tipos de organigramas tenemos: organigrama vertical, horizontal, mixto, circular, escalar.

“Una organigrama es un modelo abstracto y sistemático, que permite tener una idea uniforme acerca de la estructura formal de una organización con una triple finalidad informar, analizar y jerarquizar”. Pág. 620

En este caso se muestra un organigrama de forma vertical, que generalmente es el más conocido y utilizado:

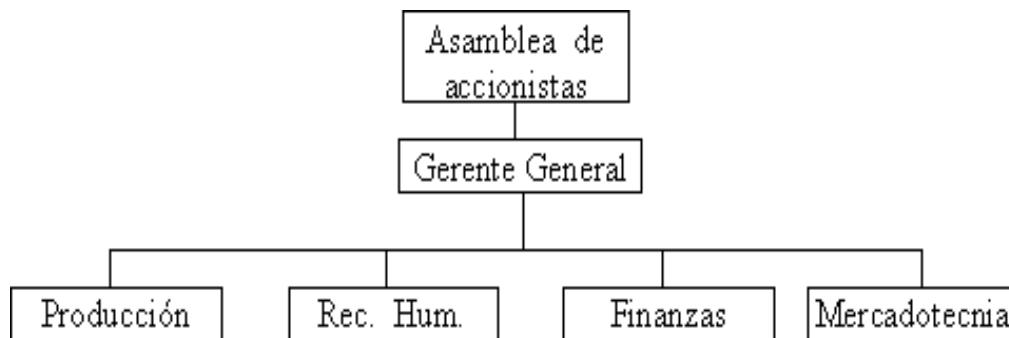


Figura 4 Organigramas

d). Flujograma

Es la representación simbólica de un procedimiento administrativo, los diagramas son medios gráficos que buscan la perfección en un proceso. Se conocen dos tipos, Diagramas de Flujo de Proceso y Diagramas de Bloque y de de bloque y de procesos.

e). Estatutos

Según el autor, VASQUEZ, Víctor (2001); define al estatuto de la siguiente manera: " Un Estatuto constituye el documento base de cualquier tipo de organización, dentro del cual conste: los fines, la regularización a las cuales deben someterse los miembro, así mismo sujetos a los estatutos del Estado, a través de los respectivos códigos y leyes pertinentes."

Es importante establecer un estatuto que constituya el documento base de la empresa, en el cual se determine los objetivos organizacionales, las leyes reglamentos a los cuales deben sujetarse los miembros, sujetándose o enmarcándose dentro de las leyes gubernamentales.

f) Reglamento Interno

Según, VASQUEZ, Víctor (2001); define al Reglamento Interno: "Es un conjunto de reglas y normas por las cuales regulariza las actividades de una empresa o sociedad organizada. El

reglamento interno debe realizarse con la participación de todos quienes están relacionados con la organización, estas reglas deben ser estrictas y deben sujetarse a los objetivos de la entidad y deben estar enmarcados dentro de los estatutos.

La definición anteriormente señalada permite definir al reglamento como el sinnúmero de normas las cuales un grupo de personas organizadas emiten, discuten y aprueba a nivel interno de la organización, para cumplir con los fines establecidos en los estatutos.

g) Registros Contables

Toda entidad económica deberá llevar el control de sus bienes a través de la contabilidad, utilizando registros auxiliares y los principales balances como: Balance general, de Resultados y Flujo de Caja.

2.1.9. Administración microempresarial

Me permito dar una definición personal, a cerca de este tema, puedo manifestar que la administración organizacional significa estar al frente de una empresa, ejerciendo la autoridad y el mando sobre las actividades de la misma. Teniendo la facultad de dirigir, organizar, ordenar, proveer, planificar, coordinar, y controlar las actividades dentro de la empresa con el fin de alcanzar las metas propuestas. Cabe destacar que el Administrador de una empresa tiene la responsabilidad de velar por los intereses de la empresa y manejar adecuadamente todos los recursos que ella dispone, como son: humanos, materiales, económicos, entre otros.

a) Etapas del Proceso Administrativo

- **La Planificación**

“Usando la planificación es posible realizar una análisis por memorizado del conjunto de actividades que deben llevarse al cabo para que un proyecto o plan cristalicen

en la realidad y asimismo, establecer un orden efectivo de ejecución”, (Matilla, 2011, pág. 43)

Se puede entender a la planificación como la determinación de los objetivos y la elección de los planes de acción, mediante la elaboración de un esquema detallado de las actividades que habrá de realizar la empresa en un futuro.

b) Coordinación

“Actividades que se asignan a unidades que no son semejantes, pero que necesitan su coordinación para realizarla”, (Pavía, 2014, pág. 10)

La Coordinación es la esencia de la Administración organizacional, mediante la cual se integran los esfuerzos, se pueden evitar a futuro complicaciones y conflictos, además se puede ahorrar tiempo logrando mayor eficiencia y eficacia.

De igual forma la coordinación permite la división del trabajo, esto quiere decir la asignación de funciones y tareas en los diferentes niveles de la empresa. Trabajando juntamente con la finalidad de que los objetivos se cumpla al cien por ciento y con la mayor brevedad posible, de otra manera cada departamento buscaría lograr sus propios intereses desviándose de las metas organizacionales.

De tal manera que la coordinación es el proceso de integrar los objetivos y actividades a fin de alcanzar las metas propuestas por la empresa.

c) Dirección

“La dirección se define como trabajo en equipo con habilidades para una labor conjunta en pos de la consecución de una visión común. La capacidad de armonizar las contribuciones individuales en favor de los logros”, (Gutierrez, 2014, pág. 1)

Esta etapa del proceso administrativo, conocida también como ejecución y liderazgo, es una función indispensable ya que pone en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planificación y la organización. A través de este proceso se establece la comunicación y la motivación necesarias con el propósito de que el personal se motive a desempeñar sus funciones en términos de alto rendimiento, calidad y eficiencia. Por lo cual la organización funcionara perfectamente

d) Control

“El control de gestión está limitado en el sentido de que no puede completar todos los parámetros involucrados en una actividad, aplicando diversos métodos en instrumentos que sean integrados a un sistema formal”. Pag.578.

Es importante controlar, comprobar o vigilar las actividades que está llevando a cabo una empresa. Para asegurar que el trabajo de los miembros está progresando en forma satisfactoria hacia el objetivo predeterminado.

• Actividades importante del Control

- Comparar los resultados con los planes generales.
- Evaluar los resultados contra los estándares de desempeño.
- Idear los medios efectivos para medir las operaciones.
- Comunicar cuales son los medios de medición.
- Transferir datos detallados de manera que muestren las comparaciones y las variaciones.
- Sugerir las acciones correctivas cuando sean necesarias.
- Informar a los miembros responsables de las interpretaciones.
- Ajustar el control a la luz de los resultados de control.

Según Víctor A, REINOSO, (1986), define a la estructura organizacional como: *“La estructura administrativa es la grafica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que se desarrollan”*. Pag.618

“La estructura organizacional se refiere a la forma en que se divide, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes, y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar, formalmente, en tres formas básicas: por función, por producto/mercadeo o en forma de matriz.” (Disponible.www.pymes.org)

Las definiciones anteriormente señaladas muestran que la estructura organizacional se podrá determinar a través de la utilización de los organigramas que permiten visualizar las responsabilidades y jerarquías de la microempresa, más conocidos como la columna vertebral de la microempresa.

Se puede entender entonces que la estructura organizacional consiste en dividir, agrupar y coordinar las actividades de una organización, así mismo en establecer la autoridad y las relaciones jerárquicas con el propósito de fomentar la coordinación de las unidades departamentales de la organización. Dentro de esta tenemos: organización funcional, por producto, por proceso, acogiendo la más idónea para la empresa.

En síntesis es la división y el agrupamiento de las funciones y actividades en unidades específicas, con base en su similitud.

A continuación se da a conocer a cerca del organigrama Funcional:

2.1.10. Departamentos Funcionales de la Microempresa

La empresa para desarrollar sus actividades de producción, comercialización y distribución de sus productos integra diferentes recursos como; humanos, financieros, materiales, los mismos que se encuentran distribuidos por departamentos, que más adelante se detallaran.

Es importante señalar que el recurso humano es considerado la base fundamental para el crecimiento y desarrollo de toda organización, en el cual se fomenta la participación activa de todos los trabajadores de la empresa, con el fin de mantener una relación de cooperación entre los directivos y trabajadores.

A continuación se detallan los departamentos que intervienen dentro de una organización:

- **Departamento de Contabilidad**

Este departamento corresponde al área financiera, constituye el nivel de apoyo de la empresa, el cual es el encargado de llevar en orden día a día todas las transacciones emitidas sea por ingresos y gastos, en los respectivos registros u libros contables. Los cuales permitan elaborar adecuados Estados financieros, para la toma oportuna de decisiones.

- **Departamento de Producción**

Considerado dentro del nivel de apoyo en la organización, El cual es el encargado de llevar a cabo las actividades de producción bajo estándares de calidad y en cantidades necesarias para cubrir las necesidades de los consumidores, en el cual se involucra materias primas, maquinaria, equipo, mantenimiento, herramientas, calidad, distribución entre otros, por lo cual este departamento constituye el área principal de la empresa.

- **Departamento de Ventas**

Este departamento está dentro del nivel de apoyo de la empresa, el cual es el encargado de establecer canales de comercialización y estrategias de ventas apropiadas para cumplir la tarea de vender y distribuir los productos.

2.1.11. Constitución Legal de una Microempresa

Toda actividad económica que se desea emprender, necesita como primer paso, constituirse legalmente, adoptando alguna forma jurídica que rija su actividad, para su legal funcionamiento y adecuado desarrollo.

De acuerdo al autor, MONTEROS, Edgar, (2005) en su obra titulada, Manual de Gestión Microempresarial, expresa: *“La forma jurídica que adopte la microempresa deberá estar en función directa de los intereses de sus propietarios y ajustados a la legislación vigente.*

Sin embargo la legislación vigente en el país, no pone impedimento a la constitución de sociedades mercantiles atípicas, es decir distintas a las que se encuentran reguladas por la Ley, tal es el caso de la empresa individual, en donde su dueño aporta el capital, su maquinaria y su familia son los trabajadores.” Pág. 17.

El autor sostiene que para iniciar cualquier actividad microempresarial se debe adoptar una forma jurídica que satisfaga los intereses de los dueños que rija su actividad y establezca su estructura legal y se ajuste a las Leyes actuales pertinentes. Indicando que las leyes actuales no impiden la conformación de otras sociedades.

2.1.12. Constitución legal de la Microempresa Metalmecánica

Las empresas metalmecánicas son unidades económicas que se desenvuelven dentro de la actividad industrial, por lo tanto su constitución legal y su actividad deberá enmarcarse dentro de las leyes industriales.

Cabe indicar que dependerá del monto de los activos productivos de la empresa para sujetarse a las leyes pertinentes a la industria. Es decir si la empresa tiene activos productivos inferiores a \$85.500 deberá inscribirse o afiliarse en la Junta Nacional de Defensa del Artesano el cual es el órgano que regula y ampara su actividad, el mismo que le da la calificación de artesano y de Taller Artesanal, por lo cual deberá acogerse a la Ley de Defensa del Artesano y a la Ley de Fomento artesanal. Si sobrepasa los \$85.500 en activos productivos obtienen la Calificación de Micro o pequeña industria y deberá inscribirse a la Cámara de la Pequeña Industria y deberá sujetarse a la Ley de Fomento de la Pequeña Industria. (Si obtiene calificación de Industria) debe afiliarse a la Cámara de Industrias y debe sujetarse a la Ley de Fomento Industrial. Y demás leyes pertinentes. El propósito de estas leyes consiste en orientar su actividad económica a su expansión y desarrollo y que sus propietarios logren una empresa legalmente constituida fortalecida y bien amparada.

a) Base Legal

La Microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal, se desenvuelve en la actividad industrial, por lo cual debe sujetarse a las leyes referentes a la industria, en tal virtud se **constituye legalmente o califica como “Taller Artesanal”**, por cuanto el monto de los activos productivos son inferiores a \$85.500 hecho por el cual deberá inscribirse a la Junta Nacional de Defensa del Artesano y sujetarse a la Ley de Defensa del Artesano la cual estipula, norma y ampara su actividad.

b) La Junta de Defensa del Artesano (JNDA)

Según la Ley de Defensa del Artesano. Art. 4: *“Créase la Junta Nacional de Defensa del Artesano como institución autónoma de derecho público, con personería jurídica, finalidad social, patrimonio y recursos propios.”*

Es el organismo que norma y ampara su actividad económica, siendo un organismo sin fines de lucro que agrupa y representa a los artesanos de la ciudad y provincia. Tiene como objetivo, Organizar y unificar a los artesanos de la provincia con la finalidad de representarlos, defenderlos, integrarlos y otorgarles servicios y beneficios empresariales de calidad, con equidad de género y solidaridad. Además la Calificación artesanal está a cargo de esta dependencia.

La Ley de Defensa del Artesano señala que La JNDA tiene la responsabilidad de velar por el estricto cumplimiento de esta Ley y demás leyes conexas relacionadas con el desarrollo del artesanado su defensa.

La JNDA, tiene la potestad de brindar la calificación de Taller Artesanal, como de brindar la calificación de artesanos y maestros calificados.

c) Calificación Artesanal

Es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos.

Los Maestros de Taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede.

2.1.13. Requisitos para constituir un Taller Artesanal:

La Ley de Defensa del Artesano menciona: Un Taller Artesanal es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, es un arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:

- Que la actividad sea eminentemente artesanal;
- Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayor de cinco;
- Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley, (\$85.500).
- Que la dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller; y,
- Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley. La formación profesional a nivel artesanal incluye el ciclo básico con tres años de estudio. Se aplicará de conformidad con el respectivo Reglamento.

2.1.14. Requisitos para ser considerados Artesanos

La calificación artesanal es la declaración efectuada por la Junta Nacional de Defensa del Artesano –JNDA – que tienen por objeto reconocer la calidad de maestro de taller; y este documento le hace acreedor a todos los beneficios estipulados en las leyes pertinentes.

Para obtener la calificación como artesano se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Presentar una solicitud de calificación o recalificación a la Junta Nacional Provincial o Cantonal del Artesano. Según sea el caso.
- Para tramitar el interesado deberá presentar el carné actualizado de afiliación que le acredite pertenecer a un organismo artesanal de su rama o interprofesional, en caso de no existir en su actividad propia. Esto puede exigir hasta los 55 años de edad del solicitante.
- Las solicitudes serán presentadas en formularios oficiales de la Junta, previo el pago del 5% del S.M.V.G.V.
- Las solicitudes presentadas a las Juntas provinciales o cantonales serán remitidas inmediatamente a la JNDA, con los formularios de investigación adjuntos para su respectiva aprobación, previa la inspección del taller artesanal.
- Los certificados de calificación deberán tramitarse en 15 días.
- Estos constituirán títulos suficientes ante el IESS, Ministerio de Finanzas, Municipalidades y cualquier otra entidad con la finalidad de hacer efectivas las exoneraciones y beneficios contemplados en la Ley.
- Este documento caducara a los 3 años por lo que deberá actualizarse terminando el periodo.

2.1.15. Beneficios del Artesano

Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano gozan de los siguientes beneficios:

- Exoneración hasta del ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la de maquinarias, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueron necesarios para la instalación, producción y tecnificación de los talleres artesanales.
- Exoneración total de los derechos, timbre, impuestos adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fuere empleada en la elaboración de productos de exportación.
- Exoneración total de los impuestos o capitales en giro.
- Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía.
- Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales, inclusive los de alcabala y de timbres, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de instalación, funcionamiento, ampliación, o mejoramiento de los talleres, centros y almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades.
- Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios.
- Exoneración de impuestos arancelarios adicionales a la importación de envases, materias de embalaje, siempre y cuando no se produzcan en el país.
- Exoneración total de los derechos, timbres e impuestos, reformas de estatutos, elevación del capital de asociaciones, gremios, cooperativas, uniones de artesanos u otras personas jurídicas reconocidas legalmente.

- Exoneración de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuciones establecidas para la obtención de la patente municipal y permisos de funcionamiento.

2.1.16. Legislaciones Vigentes

- **Ley de Defensa del Artesano.**

Según el Registro Oficial No. 71 Art. 1.- La ley de Defensa del Artesano, ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

- **Actividad Artesanal:** Es la practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas.
- **Artesano:** Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios;
- **Maestro de Taller:** Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la

Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos;

- **Operario:** Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller;
- **Aprendiz:** Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código del Trabajo.
- **Ley de Fomento Artesanal.**

Los artesanos continuarán gozando de las demás exoneraciones contempladas en el artículo 9 de la Ley de Fomento Artesanal, en cuanto más les beneficie.

2.1.17. Requisitos Legales para ejercer la actividad Artesanal

Según la Ley de Defensa del Artesano Art. 15: señala “Los maestros debidamente titulados y los artesanos autónomos podrán ejercer el artesanado, abrir y mantener sus talleres, una vez que se hayan registrado en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, la que les conferirá el Carnet Profesional Artesanal, al momento mismo de su registro.

Art.16. Los artesanos amparados por esta Ley no están sujetos a las obligaciones impuestas a los patronos, en general, por la actual legislación.”

En conclusión las leyes que regulan la actividad del Taller Artesanal son la ley de Defensa del Artesano y la Ley de Fomento Artesanal; Siendo el organismo que rige y norma su actividad la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Po lo que una vez que los maestros

calificados y los artesanos autónomos podrán ejercer su actividad, una vez que se hayan inscrito en la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

2.1.18. Requisitos de Funcionamiento (SRI)

El Servicio de Rentas Internas (SRI), Es el organismo encargado de hacer cumplir las obligaciones tributarias con el Estado (pago de impuestos) y emite los requisitos de funcionamiento.

Según el Servicio de Rentas., *“Para el legal desenvolvimiento de cualquier actividad económica se realiza los siguientes trámites de funcionamiento:*

- *La obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), en el Servicio de Rentas Internas.*
- *La Patente que se obtiene en el Municipio*
- *Permiso de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos.*
- *Registro Sanitario expedido por el Ministerio de Salud.”*

De tal manera que toda organización, para dar inicio a sus actividades económicas, deben constituirse legalmente Y sujetarse a las leyes vigentes correspondientes las cuales rigen y respaldan su actividad, además el Servicio de Rentas Internas (SRI), señala que Para el legal funcionamiento de la microempresa se debe obtener los registros y licencias que son requisitos necesarios para el desempeño de sus labores, y cumplir con la obligaciones tributarias.

2.1.19. El Sector metalmecánico ecuatoriano

El sector metalmecánico está conformado por todas las unidades económicas industrial-fabril, dedicadas a la producción metalmecánica la misma que está basada en la transformación de materias primas propias de esta actividad como el acero, el hierro, entre otros en la elaboración de productos mediante la aplicación de procesos propios.

Uno de los factores claves primordiales en el desarrollo de este sector es la complejidad del diseño del producto o elemento que se fabrica, mediante la aplicación del conocimiento científico y tecnológico apoyado por la tecnología utilizada e impulsado por capacidades organizativas.

Actualmente el sector metalmecánico genera alrededor de 250.000 empleos directos anuales, cuyo aporte al PIB es del 5%. De las exportaciones totales representa el 5% y el aporte al valor agregado bruto industrial es del 24%. Este sector productivo, muy importante en el desarrollo del país está representado por una variedad de empresas.

Dentro de los productos principales que se fabrican están, la construcción de equipos de hotelería y panadería, puertas y garajes automáticos, carrocerías, estanterías, equipos de acero inoxidable, de ozono, equipos hospitalarios, herramientas de corte para madera, servicios de matricería, fabricación de plásticos de ingeniería, servicios de galvanizado y procesos electrolíticos, equipos electrónicos y microprocesador, estructuras de acero y aluminio, ingeniería de sistemas de protección atmosférica, cauchos y plásticos en general, fundición de hierro, trefilados de acero y servicios de mantenimiento industrial y los muebles de oficina metálicos.

Cabe mencionar que la globalización obliga a tratar de utilizar la capacidad instalada ociosa de las empresas, debido a la dificultad de obtener mano de obra calificada, y también

por la introducción de productos de contrabando sin normas de calidad, creando una desleal competencia.

Actualmente existen empresas dinámicas que han logrado exportar e introducirse en el comercio internacional, tales como por ejemplo, Kubiec, Industria Metalquímica Galvano, Codehotel, Servi equipos, Acindec, Sismode, etc., y que brinda un claro ejemplo para seguir buscando mediante el trabajo individual y colectivo a muchas más empresas que se sumen a este grupo exportador. (www.pequeñaindustria.com.ec).

Por lo tanto existe la necesidad imperiosa de que la banca privada aporte con financiamiento al desarrollo de estas industrias grandes, pequeñas, medianas y microempresas, a través de créditos bajos y preferenciales; por lo cual también se hace un llamado a los gobernantes competentes para que les permitan trabajar en iguales y mejores condiciones que tienen otros países vecinos, mediante una efectiva y real agenda interna del país; y a la colectividad de igual manera para que consuman productos ecuatorianos bajo el lema “**consume lo nuestro**” porque de esta manera se brinda trabajo a un ecuatoriano más.

2.1.20. La Microempresa Metalmecánica productora de Muebles de Oficina

a) Situación actual en la provincia

La pequeña y microempresa dedicada a la producción de muebles de oficina dentro de la provincia de Imbabura, representa un factor decisivo para el crecimiento económico de la provincia, así mismo, constituye el sector de apoyo para el funcionamiento de los demás sectores empresariales, comerciales, industriales, institucionales, de servicio, ya que provee de muebles de uso general tales como sillas, mesas, escritorios, anaqueles, archivadores, entre otros, los cuales son utilizados en diferentes áreas y niveles jerárquicos de estos sectores.

Usualmente, la microempresa metalmecánica productora de muebles de oficina se caracteriza por poseer una estructura flexible a las condiciones cambiantes, lo cual se constituye en una fortaleza y a la vez en una debilidad para las mismas, la fortaleza radica en que les permite innovarse constantemente, por otra parte, la debilidad se presenta al momento de competir con las grandes empresas que cuentan con la capacidad de abarcar mercados más amplios. Cabe mencionar que la capacitación permanente es la clave para impulsar el desarrollo y la innovación tecnológica en este sector.

b) Importancia

Es bien conocido el impacto de la microempresa metalmecánica fabricante de muebles de oficina en el desarrollo económico de cualquier país y en particular por el aporte trascendental al sector empresarial, institucional, comercial e industrial. Por cuanto les provee de un sinnúmero de productos necesarios para el desenvolvimiento de las actividades de los sectores antes mencionados.

La presencia de estas microempresas incide en el desarrollo social y económico de la ciudad, provincia y del país, porque genera empleo y mejora la calidad de vida de quienes integran estas unidades productivas.

Las microempresas metalmecánicas deben tender a su expansión y a su avance dinámico, por lo cual es necesario propiciar ambientes favorables para que el desarrollo de los factores que generan capacidades competitivas pueda optimizarse y se facilite la evolución a empresas mayores que apliquen estrategias competitivas. El desarrollo de estos factores es responsabilidad de los empresarios y de la comunidad donde se instalan estas unidades empresariales y en especial del gobierno, que debe impulsar políticas económicas e industriales para el crecimiento y desarrollo de estas organizaciones.

El Sector Metalmeccánico ecuatoriano está empeñado en trabajar impulsando el desarrollo de todos los agremiados, incrementando la participación activa de las industrias, apuntando fundamentalmente a la capacitación, como eje principal para lograr mayor competitividad y por ende el crecimiento de la microempresa.

En relación a la Competitividad se encuentra determinada como: la capacidad o habilidad de una microempresa, un sector o un país para enfrentarse con éxito a otra industria, sector o país comparando la calidad y precio de sus productos o servicios. En esta capacidad influye la confiabilidad de la infraestructura y la facilidad de hacer negocios y comercializar.

Según Michael Porter, de la Universidad de Harvard, las empresas son las que compiten, no los países, de tal manera que las fortalezas o ventajas competitivas, no están en función de la riqueza de los recursos naturales, ni en la mano de obra barata y abundante, ni en los ambientes macroeconómicos, ni en la injerencia de la política gubernamental, sino en el ingenio humano: es decir, las fortalezas o ventajas competitivas están absolutamente en las manos del hombre.

Se especifican a continuación los factores que afectan directamente la competitividad y son los siguientes: factores de producción, condiciones de la demanda, estrategias de las empresas y sectores, complementándose además con la influencia de los elementos fundamentales de la casualidad –innovación y cambios de ruptura y el gobierno, creación y apoyo de factores, protección de la competitividad y regulaciones, como factores importantes de la competitividad.

Dentro del marco de Porter, la productividad está muy influenciada por factores internos y externos. Dentro de los externos está el ambiente macroeconómico donde funciona

la empresa mercados, políticas gubernamentales, rivalidad sectorial, etcétera; los factores internos hacen referencia a la estrategia y a las metas de la empresa, al uso de la tecnología, al fomento de la innovación, al manejo de los recursos humanos, entre otros.

En la medida en que las empresas mejoran su productividad mejoran sus objetivos económicos. Un lento crecimiento de la misma conduce necesariamente a un bajo consumo de sus productos en el mercado y esto puede señalar el comienzo de su desplazamiento y de su desaparición, ya que serán alcanzadas por sus competidores inmediatos nacionales o barridos por los competidores internacionales si se trabaja en un mercado de libre competencia.

En síntesis se puede afirmar que la competitividad se basa en la mejora de la productividad con calidad y esto se lo logra a través del liderazgo, del compromiso empresarial y gubernamental y de una positiva actitud mental, la cual necesariamente logra efectos inmediatos de competitividad.

Cabe recalcar que la productividad eficiente es el punto de partida con el cual se construye y amplía la competitividad. Lo único peligroso de la competitividad es ignorar su presencia.

2.2. Producción

La producción se refiere a la creación o procesamiento de bienes, con el uso de recursos bien llamados factores de producción como son capital, mano de obra y maquinaria entre otros.

2.2.1. Definición

“Obtención de uno o más productos, de acuerdo con el procedimiento más adecuado, con la utilización de medios humanos y materiales más adecuados y con el empleo métodos más eficaces”, (Cuatrecasas, 2012)

En referencia al enunciado anterior se puede decir que la producción desde un punto de vista económico, es la fabricación de bienes y servicios, mediante la utilización de factores de la producción. Con la finalidad de satisfacer las necesidades de las familias.

*Producción, desde la perspectiva técnica, se define como la combinación de una serie de elementos (factores de producción), que siguen una serie de procedimientos definidos previamente (tecnología) con la finalidad de obtener unos bienes o servicios (producto). Según al Departamento Nacional de Planeación, *Metalmecánica: proceso productivo*, (2002) Pág. 146*

Desde el punto de vista técnico, la producción se refiere al proceso de combinación de los factores productivos que sigue una serie procedimientos previamente establecidos, con el propósito de obtener un producto terminado.

2.2.2. Producción metalmecánica

Al entender como producción a la transformación de materias primas en productos terminados, a través de la óptima utilización de un sinnúmero de recursos para ser comercializados. Se puede deducir que la producción metalmecánica se refiere a procesos de transformación muy bien definidos, en donde se utilizan los factores de la producción como son: materias primas, maquinaria y equipo, tecnología, mano de obra. Con el propósito de obtener una amplia gama de productos, que satisfagan las necesidades de ciertos sectores de la población.

Por lo tanto la producción metalmeccánica está conformada por los siguientes eslabones: productos para el hogar y oficina, ferretería, artículos agropecuarios, maquinaria para otras industrias, máquinas primarias, maquinaria para el sector alimentos, para laminaría, agropecuaria, para petroquímica, para metalurgia y madera-textil-imprensa, para el comercio, maquinaria para la construcción y sobre todo muebles metálicos para diferentes sectores.

El producto metalmeccánico, tiene una variedad de procesos para su elaboración en diferentes formas y figuras desde las más sencillas hasta las más complejas de fabricación, dependiendo en gran medida del conocimiento y la creatividad del artesano o mecánico, con la finalidad de conseguir un producto diseñado al gusto del cliente, sea para su vivienda o lugar de trabajo. La producción conlleva una existencia de similitud de modo que el cliente se sienta a gusto, en cuanto al producto se refiere; Como por ejemplo el producto requerido debe de ser desde el exterior al interior, comprendiendo todas las facetas color, línea de cerrajería, estructura metálica, ventanas, portones, mobiliario, y sobre todo tratándose de muebles para oficina, los cuales deben responder a las necesidades del usuario y exigencias del bien mueble.

2.2.3. Producción de muebles de oficina

La producción de Muebles de oficina se da mediante un proceso de transformación de materias primas: como son el hierro aluminio, tol utilizando apropiadamente los recursos disponibles; como son recurso humano, recurso material, económico y tecnológico y las instalaciones físicas, principalmente destacando la mano de obra calificada y la tecnología avanzada en maquinaria y equipos, con el fin de obtener un producto competitivo con un diseño acorde a las necesidades de los consumidores.

2.2.4. Maquinaria y herramientas

Entre las máquinas y herramientas empleadas para la producción de muebles de oficina en metal tenemos las que a continuación se detallan en el siguiente cuadro

Tabla 6

Maquinaria y Herramienta

| MAQUINARIA HERRAMIENTA | Y | DESCRIPCION |
|------------------------------------|----------------|---|
| DOBLADORAS | | De tol De tubo en: cuadrado y redondo |
| CINSALLA (GUILLOTINA) | | Cortadora de Tol y sus discos: de pulir, de cortar y lijar. |
| SOLDADORAS | | Eléctrica De punto Mig (Tec. Avanzada) |
| TALADRADORAS | | Manual Pedestal |
| SIERRAS | | Para : madera, metal |
| ESMERILADORAS | | De superficie |
| PULIDORA O AMOLADORA | | Con sus respectivos discos: de pulir, cortar, lijar |
| COMPRESOR: | | Con sus accesorios de pintura: Manguera de presión y Pistola. |
| MAQUINA DE COCER INDUSTRIAL | | Necesaria para cocer los tapizados |
| PRENSAS | | Prensa para metal Prensa para madera |
| TIJERAS | | Para cortar tol Para cortar cuerina |
| MESA DE METÁLICA | TRABAJO | Mesa especial para que pase corriente. |

| | | |
|-----------------------------------|---------------------|---|
| MAQUINARIA HERRAMIENTA | Y | DESCRIPCION |
| HERRAMIENTAS PEQUEÑAS | | Entre ellas tenemos: Metro, escuadras, martillos, desarmadores, playos, nivel, tiza industrial, brocas, limas, llave de pico. |
| MAQUINARIA HERRAMIENTA | Y | DESCRIPCION |
| DOBLADORAS | | De tol De tubo en: cuadrado y redondo |
| CINSALLA (GUILLOTINA) | | Cortadora de Tol y sus discos: de pulir, de cortar y lijar. |
| SOLDADORAS | | Eléctrica De punto Mig (Tec. Avanzada) |
| TALADRADORAS | | Manual Pedestal |
| SIERRAS | | Para : madera, metal |
| ESMERILADORAS | | De superficie |
| PULIDORA O AMOLADORA | | Con sus respectivos discos: de pulir, cortar, lijar |
| COMPRESOR: | | Con sus accesorios de pintura: Manguera de presión y Pistola. |
| MAQUINA DE INDUSTRIAL | DE COCER | Necesaria para cocer los tapizados |
| PRENSAS | | Prensa para metal Prensa para madera |
| TIJERAS | | Para cortar tol Para cortar cuerina |
| MESA DE METÁLICA | TRABAJO | Mesa especial para que pase corriente. |
| HERRAMIENTAS PEQUEÑAS | | Entre ellas tenemos: Metro, escuadras, martillos, desarmadores, playos, nivel, tiza industrial, brocas, limas, llave de pico. |

2.2.5. Materiales e insumos

Las empresas en general que se dedican a la actividad industrial metalmeccánica, especialmente las que se dedican a la producción y comercialización de muebles de oficina en metal, se abastecen de materias primas básicas, las cuales se produce específicamente en dos lugares del país.

- a) **Costa:** Fumasa y Andesa, la primera que procesa chatarra para obtener la palanquilla, mientras que la segunda lo hace con palanquilla importada de Venezuela para transformar las varillas y perfiles que
- b) **Sierra:** Andec, que es una distribuidora de las dos anteriores citadas y se encarga básicamente de la comercialización para el norte, centro y parte de la región amazónica.

Las empresas mencionadas están bajo el control y dirección de “DINE” (Dirección de Industrias del Ejército), la cual constituye el mayor accionista, un monopolio de oferta nacional por lo tanto los precios son regulados por esta dirección.

Para la fabricación de muebles de oficina en metal se ha identificado las siguientes materias primas e insumos que son los siguientes:

Tabla 7

Materiales e Insumos

| MATERIALES E INSUMOS | DESCRIPCION |
|-----------------------------|--|
| Hierro | En sus diferentes presentaciones: <ul style="list-style-type: none"> - Láminas o planchas de tol y de acero, - Tubos: redondo, cuadrado - Varillas: redondo, cuadrado, rectangular, ovalado. - Ángulos - Platinas las mismas que son adquiridas en su mayor parte en la ciudad de Ibarra y Otavalo por ser los centros de mayor distribución que ofrecen una variedad en los materiales, con precios adecuados y en stocks suficientes. |
| Vidrio | <ul style="list-style-type: none"> - Necesario para el proceso de acabados en diferentes espesores, entre los más utilizados tenemos: vidrio bronce y blanco |
| Acero | <ul style="list-style-type: none"> - En láminas y planchas de diferentes espesores. |
| Madera | <ul style="list-style-type: none"> - actualmente se utiliza las planchas de MDF. |
| Otros Insumos | A continuación se detallan los insumos que se utilizan en la producción de muebles de oficina metálicos: <ul style="list-style-type: none"> - Cuerina, Corrosil, Esponja, Grapas, Tachuelas, Hilo Industrial, Disalcol pegamiento, Blancola, Electrodo, Tornillos, Cerraduras, Regatones. Pinturas, Tiner, Macilla, Cinta adhesiva o masqui, Filete Rodamientos. |

Elaboración: La Autora

2.2.6. Procesos

En referencia a este tema, SUMANTH, David, (1998) en su obra, Ingeniería Económico y Administración de la Productividad, define a los procesos como: “Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor. Pág. 45.

El autor sostiene que el proceso aplicado a la producción, constituye las acciones productivas cuyas actividades se desarrollan dentro de un marco procesal, las mismas que se dan al inicio y al final, hasta obtener como resultado un producto terminado de calidad.

2.2.7. Costos

En mención a este tema, GITTMAN, Lawrence; (2000), en su libro, Administración Financiera; menciona: “Todo proceso productivo implica el consumo de unos factores para la obtención del producto o servicio. Por ello, llamamos coste de producción al valor monetario de los diferentes factores consumidos en la producción de un bien o prestación de un servicio. Por tanto, el coste no se produce hasta que no se efectúa el consumo y se cuantifica en términos monetarios”. Pág. 86.

El coste es un concepto relativo, pues está compuesto por ciertos consumos valorados al precio pagados por ellos y consumos cuya certeza y valoración no es tan exacta ya que no pueden ser calculados con precisión y debe hacerse una estimación (por ejemplo: el consumo o desgaste de una máquina empleada en el proceso productivo).

La empresa necesita conocer, con la mayor exactitud posible, la magnitud del coste, pues este nos indica el sacrificio económico que ha de hacer la empresa para obtener los productos o servicios que el mercado solicita, para determinar el rendimiento de los factores y de la empresa en general.

Los Costos de Producción; son fundamentales los valores incurridos en la fabricación de los productos, estos son: MP, M/O Y CIF (Costos indirectos de fabricación). Sirviendo el CP, de referente para la fijación del precio de los productos.

a) Clasificación de los costes:

Se pueden clasificar de la siguiente manera los costos se pueden clasificar atendiendo a diferentes criterios:

- **Según su relación con la cantidad producida:**

- **Costes fijos (CF):** Son aquellos que para un determinado volumen de producción son constantes, aunque varíe la cantidad de producto obtenida. Son costes independientes del número de productos fabricados. Son característicos del corto plazo. Se producen por el mero hecho de existir la empresa, se generan en muchos casos aunque la empresa no produzca nada. Ejemplo: gastos mínimos de agua, luz, teléfono, mantenimiento de las máquinas, entre otros.
- **Costes variables (CV):** Aquellos que varían en función del volumen de producción, crecen al crecer la producción. Ejemplo: materias primas, mano de obra directa, entre otros. Su expresión es:

$$CV = CV_u * Q$$

- **Costes totales (CT):** Resulta ser la suma de los costes fijos y los costes variables.

$$CT = CF + CV = CF + CV_u * Q$$

- **Según su relación con el producto:**

- **Costes directos:** Son aquellos que están directamente implicados en la elaboración del producto y, por tanto, se pueden asociar perfectamente al producto o al centro (lugar) en el que ha originado el coste .ejemplo: materias primas, envases, entre otros.
- **Costes indirectos:** Son aquellos de los que no se puede saber con exactitud cuánto ha consumido cada producto, no puede asociarse perfectamente al producto y, por tanto, habrá que imputarlos a los productos o centros de coste atendiendo a algún criterio que la

empresa considere adecuado. Ejemplo: coste administración, desgaste de las máquinas, entre otros.

Por otra parte, todas las actividades que se realizan a lo largo del proceso productivo pueden agruparse en distintos centros o lugares de costos.

Estos costos son:

1. **Costes del centro de aprovisionamiento:** Recoge las actividades desarrolladas desde la solicitud de pedido de materiales a proveedores hasta la incorporación de estos al proceso de fabricación. Son los costes de aprovisionamiento y almacenamiento
2. **Costes del centro de transformación:** Abarca todo el proceso de fabricación del producto hasta el almacenamiento de los productos acabados o terminados se generan los costes de transformación: mano de obra, consumo de energía, amortización de los equipos, entre otros.
3. **Costes del centro de comercialización:** Comprende todas las funciones encaminadas a la venta del producto. Consisten en los costes de transporte y publicidad.
4. **Costes del centro de administración:** agrupa las tareas de dirección, organización y gestión del proceso productivo. Consisten en los costes de administración: tales como gestión de cobros y pagos, personal de administración y dirección, entre otros.

2.2.8. Control de calidad

“El control de calidad se puede considerar el proceso por el cual se valora la calidad real del sistema y se compara con los objetivos establecidos”, (Ordeñez, 2014, pág. 1)

Concepto que involucra la orientación de la organización a la calidad manifestada en la excelencia de sus productos, servicios, desarrollo de su personal y contribución al bienestar general. La definición de una estrategia asegura que la organización está llevando su actividad correctamente, haciendo las cosas que debe hacer para lograr sus objetivos y alcanzar el éxito deseado.

La calidad de los procesos productivos se mide por el grado de adecuación de estos a lograr la satisfacción de sus clientes (internos o externos). Esto implica la definición de requerimientos del cliente o consumidor, los métodos de medición y estándares contra que comparar la calidad.

2.3. Comercialización

2.3.1. Definición

De acuerdo al autor, BACA, Gabriel, (2001), en su obra titulada, Dirección de Mercadotecnia, análisis, planeación, implementación y control, define: ***“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”*** Pág., 52.

Es más que vender o hacer publicidad, significa analizar las necesidades de los clientes en cuanto al producto (cantidad, tipo calidad, tiempo, lugar) y satisfacerlas, suministrando a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades; además debe existir un proceso social desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad. Suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.

La comercialización es un proceso que incluye la planificación de la producción, organización, dirección y control de la toma de decisiones sobre las líneas de productos, los precios, la promoción y los medios de distribución.

Es el proceso encaminado a favorecer el desarrollo adecuado del producto el cual debe satisfacer las expectativas de los clientes y debe asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerido, garantizando así unas ventas rentables.

La comercialización será la base para el desarrollo de la empresa en donde exista el nexo entre proveedores y compradores de muebles de oficina en metal, asegurando que los productos necesitados lleguen al lugar, justo a tiempo, y al precio y en la cantidad solicitados, asegurando así unas ventas atractivas y la satisfacción de las necesidades de empresas e instituciones públicas y privadas quienes son los compradores potenciales.

Todo proceso de comercialización debe estar orientado a la entrega del producto requerido a los diferentes consumidores realizando un seguimiento del mismo hasta que llegue a manos del consumidor final.

2.3.2. Tipos de comercialización

KOTLER, Philip, (1999), establece que los tipos de comercialización aplicadas en combinación con el marketing, pueden ser: el estratégico y el operativo (táctico).

1. Estratégico:

Analiza las necesidades de los individuos y las organizaciones. Otra función que realiza es el seguimiento de la evolución del mercado e identifica los diferentes productos-mercado y segmentos actuales o potenciales. La función del marketing estratégico es pues

orientar a la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus recursos y a su saber hacer, y que ofrecen un recurso potencial de crecimiento y rentabilidad. El marketing estratégico fija la misión de la empresa.

2. Operativo o táctico:

Está centrado en la realización de un objetivo de cifras de ventas. Con determinados presupuestos de marketing autorizados debe realizar objetivos de cuota de mercado a alcanzar.

El autor sostiene que todo tipo de comercialización deberá involucrar para su proceso operativo, lo estratégico y lo táctico, lo cual hace que la comercialización pueda fluir de a mejor manera dentro de un mercado. El área comercial tiene seis funciones fundamentales relacionadas con la investigación de mercados, desarrollo de productos, fijación de precios, comunicación, promoción, venta y distribución de productos y servicios; todas estas permiten que la comercialización se vuelva muy dinámica en la gran cadena de comercialización de un producto.

2.3.3. Comercialización de muebles de oficina

La comercialización de muebles de oficina estará encaminada en conocer y satisfacer las necesidades de las empresas e instituciones públicas y privadas de la ciudad. Y buscar el medio adecuado para la entrega oportuna del producto al consumidor.

c) La Mezcla de Mercadotecnia

Para obtener una comercialización exitosa se necesita el planeamiento de la estrategia comercial que quiere decir encontrar oportunidades atractivas y elaborar estrategias comerciales rentables.

Una estrategia comercial especifica un mercado meta y una mezcla comercial afín.

- **Un mercado meta.** Esto es, un grupo bastante homogéneo (similar) de clientes a los que la firma desea atraer.
- **Una mezcla comercial.** Esto es, las variables controlables que la empresa concierta para satisfacer a este grupo meta.

A continuación se describen las variables de la mezcla comercial y/o Mix de Marketing:

d) El Producto

“El producto debe ajustarse al máximo a las necesidades y requerimientos de los consumidores reales y potenciales del sistema productivo donde se obtienen”, (Cuatrecasas, El producto, 2012)

El autor manifiesta que un producto no solo nos permite observar algo tangible sino que vas más allá de ser un mero objeto, así por ejemplo no compramos un mueble de oficina para mirarlo, sino porque proporciona un servicio de comodidad, en si las líneas de los productos muebles de oficina deben responder a las necesidades y gustos de los consumidores, es importante introducir nuevos productos con características más modernas. Ya que hoy los consumidores desean mejoras e innovaciones del producto.

e) El precio

En referencia a este tema, el autor, ARBOLEDA, Germán, (2001), en su libro denominado, Formulación, Evaluación y Control de Proyectos, expresa: “El precio es el valor expresado en dinero de un bien o un servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos” Pág. 55.

El autor determina la gran importancia que tiene el precio en relación al costo, lo cual implica una combinación de varios elementos que le permitan a la empresa lograr una ganancia aceptable a fin de cubrir sus costos. Existen dos determinantes principales del precio como son los costos de producción y la competencia. No resulta conveniente vender los muebles de oficina a un precio inferior a los costes de producción, pero es imposible hacerlo a un precio superior al de la competencia.

f) La Plaza

En relación al concepto de la Plaza, el autor, MESTRE, M. (2001); señala: “Un mercado puede ser definido como un lugar donde se reúnen compradores y vendedores, se ofrecen a la venta bienes o servicios y ocurre transferencia de propiedad. Puede ser definido también como la demanda de un producto o servicios. Por parte de ciertos grupos de compradores y vendedores, se ofrecen a las ventas bienes o servicios y ocurre transferencia de propiedad”. Pág. 75.

El autor sostiene que la plaza o mercado es el lugar donde se lleva a cabo el intercambio de bienes o servicios por un valor convenido. En el caso de la microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina la Plaza incluirá además decisiones sobre la distribución física. (Transporte). La Distribución es uno de los aspectos o variables de la mezcla de mercadotecnia, la distribución trata de donde se realizara el intercambio y el cómo hacer distribuir o hacer llegar el producto al consumidor.

g) La Promoción y Publicidad

Según el autor, STANTON, William, (2000), en su obra titulada, Fundamentos de Marketing, expresa: “La promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y / o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario”. Pág. 482,

Según el criterio del autor, la promoción y la publicidad radica en transferir información entre el vendedor y el mercado, para influir en su comportamiento de compra.

La publicidad, la venta directa y la promoción (las rebajas o baratas) de ventas son los principales métodos utilizados para impulsar la venta de un artículo y/o la comercialización del mismo. Los cuáles serán los pilares fundamentales para comercializar los productos muebles de oficina a través de una variada gama de estímulos orientados a promover la compra de los productos. Es importante apoyar las acciones de la fuerza de ventas y la publicidad en los momentos y lugares apropiados, ya sea en los puntos de venta o sus zonas adyacentes o bien donde se encuentra el consumidor para obtener las ventas esperadas.

En relación a la distribución del producto se lo puede efectuar a través de la venta directa a los consumidores finales. Además el responsable de la distribución física de los productos, establece los canales de distribución a utilizar y supervisa el transporte de bienes desde la fábrica hasta el almacén, y de ahí, al punto de venta final. Dentro del proceso de comercialización intervienen tres elementos claves: productor, intermediario y consumidor final.

1. La demanda, la oferta de mercado y el servicio al cliente

a) Demanda del producto

Según el autor, STATON, William; (2000), argumenta lo siguiente. “La demanda actual o llamada también efectiva es el nicho de mercado al cual se satisface con el producto. De acuerdo a las encuestas realizadas en el diagnóstico se obtiene que la demanda actual esta segmentada de la siguiente manera: en tipo de producto y establecimientos de expendio y consumo”. Pág. 96.

Este autor determina que la demanda de un producto se refiere al grado de necesidad a ser cubierta por la empresa lo más pronto posible y en forma segura.

b) Oferta del producto

En referencia a este tema, el autor, KOTLER, Philip; (1996), manifiesta: “El análisis de la oferta pretende explicar el comportamiento de los agentes económicos que actúan como productores, especialmente las empresas, La teoría de la oferta también proporciona una base sólida para realizar predicciones a corto plazo sobre la variación de la demanda de factores de producción en función de los cambios en los precios relativos de éstos. Al mismo tiempo, buena parte de la teoría de la oferta se encarga de analizar cómo negocian las empresas con respecto a la demanda, que en algunos casos son factores que inciden en el precio”. Pág. 176.

El escritor sostiene que la oferta está determinada por la producción y la negociación directa de las empresas con los clientes. Dicho de mejor manera entre el producto ofertado y el demandado, se puede detectar una demanda satisfecha o insatisfecha, dependiendo del tipo de mercado y sus preferencias.

c) Servicio al cliente

En relación al servicio al cliente, el autor, KOTLER, Philip, (1996), establece que: *“Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que se obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo”*. Pág. 180.

El autor establece el servicio al cliente como una forma de brindar de mejor manera un producto aplicando la calidad y un buen proceso de mejoramiento continuo.

2. Estrategias del Marketing

STANTON, William; (2000); establece una estrategia de comercialización adecuada debe comprender los siguientes aspectos del mercado:

a) Fijación de precios

Todo precio de venta debe cubrir el costo del producto, los gastos administrativos, de ventas, los gastos financieros y la utilidad para la empresa. Para fijar el precio además de lo indicado anteriormente se debe considerar la oferta y demanda de productos afines, el precio que la competencia cobra por servicios similares y el tipo de clientela y las necesidades que se van a satisfacer.

b) Servicios al cliente

Se lo define como el arte de vender, puede ser analizado, aprendido y dominado. Este proceso inicia en un acercamiento previo, luego el acercamiento directo, presentación, enfrentamiento de objeciones y contestar las preguntas, para finalmente cerrar el trato.

c) Organización de la venta

Todo empresario tiene el objetivo de vender adecuadamente sus productos o servicios y por tanto debe saber cómo concretar una venta. Para lograrlo es necesario planear la venta y luego realizar la venta.

d) La publicidad

Es un tipo de comunicación masiva pagada en lo que se identifica con claridad al patrocinador. Las formas más comunes aplicadas por los centros artesanales de producción de muebles en metal son a través de papelería publicitaria (hojas volantes, trípticos gigantografías, entre otras).

e) La promoción de ventas

En la promoción de ventas se incluyen actividades como incentivos al cliente que primero haga uso del producto, a quien traiga un cliente más, descuentos por compras al contado, entre otros.

f) Las relaciones públicas

Es un esfuerzo planeado que realiza una organización para influir en las actividades y opiniones de un grupo específico; las metas pueden ser clientes, accionistas, mayoristas, minoristas.

g) Canales de distribución

Para seleccionar adecuadamente los canales, es necesario analizar los siguientes aspectos:

- Las características del medio ambiente económico, las restricciones de orden legal y la disponibilidad tecnológica.
- Las características de los clientes: número, localización, frecuencia de uso, tiempo, composición de clases sociales.
- Características del producto y servicio de la competencia.
- El tipo y naturaleza del producto: muebles de oficina en metal.
- Las características de la empresa: capacidad financiera y variedad de productos (bienes o servicios) principalmente.

2.4. Sistema económico y financiero

2.4.1. La Inversión

De acuerdo al autor, JACOME Walter (2005), en su libro titulado, Evaluación de Proyectos Productivos, define: *“Es la erogación en efectivo o aporte con activos productivos al proyecto, con el propósito de obtener una rentabilidad económica, social o mixta. Pág.71.*

Una inversión representa el dinero que se va a destinar a la ejecución de un proyecto, con la finalidad de obtener utilidades.

Las inversiones que se realizarán constituyen los costos iniciales que corresponden a la ejecución del proyecto. En esta parte se consideran como se van a desembolsar los recursos financieros en la etapa de ejecución del proyecto.

En las inversiones se cuantifican en valores monetarios todos los recursos necesarios para la ejecución del proyecto en el tiempo establecido

2.4.2. Financiamiento de la inversión

Si los recursos financieros no son suficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto es imposible. De igual forma, si los recursos económicos propios y ajenos permiten elegir entre varios tamaños para los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico para producciones similares, se aconsejará seleccionar aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad, y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y un alto rendimiento de capital.

Por lo antes expuesto, el propósito del estudio de financiamiento es determinar la manera de captar recursos financieros a fin de destinarlos a la inversión que se analiza en el proyecto.

Esta fase debe estudiarse en forma minuciosa, ya que la ejecución del proyecto depende en gran medida de que existan los recursos financieros suficientes para efectuar los pagos y adquisiciones en los plazos previstos.

Las etapas a seguir para el financiamiento son:

- Realizar un análisis de los costos de ejecución del proyecto, es decir, la inversión inicial, tomando en consideración también otras inversiones que son necesarios realizar en la vida útil del proyecto.
- También se debe analizar la disponibilidad de recursos propios para la ejecución del proyecto, tomando en cuenta para ello la liquidez ó disponibilidad en el corto plazo, el cual podría constituirse en capital propio para financiar la inversión inicial, así como los rendimientos generados por la operación del proyecto, los cuales permitirán cubrir el plazo del préstamo o cualquier otro compromiso financiero que se haya adquirido.
- El establecimiento de los recursos del proyecto, saldrá de la propia empresa y de los presupuestos de ingresos y gastos, donde se logran los excedentes de las operaciones.
- La diferencia o faltante entre el total de la inversión y el total de los recursos propios serán las necesidades financieras del proyecto.

2.4.3. Estados financieros aplicados en las microempresas

Los estados financieros, en el presupuesto general de una empresa, pueden ser proyectados para el número de años deseado, sin embargo, como es lógico suponer, mientras más se proyecta en el tiempo, existen más probabilidades de errores.

Los documentos que constituyen los estados financieros proyectados son los siguientes:

- Estado de Resultados Proforma.
- Flujo de Fondos.
- Balance General Proyectado.

a) Estado de Resultados Proforma.

Según, ZAPATA Pedro, (2004), en su trabajo denominado, Contabilidad General, hace referencia e este tema, manifestando lo siguiente: “El estado de resultados es el informe contable que representa, de manera ordenada, las cuentas de Rentas, Costos y gastos. Se elabora con el fin de medir los resultados y la situación económica de una empresa durante un período determinado.” Pág. 214.

De acuerdo al autor, determina que el estado de resultados es aquel que establece el nivel de ingresos y egresos efectuados por las microempresas de producción en un periodo determinado, en el cual se establecerá la utilidad o pérdida obtenida.

Para poder establecer las perfiles del capital de trabajo y los resultados del ejercicio, es necesario desarrollar los estados de resultado proforma o proyectados.

Este resultado se origina en las ventas, ya que conociendo el número de unidades que se venderán, las que se determinaron el tamaño del proyecto y así como precio unitario de venta, se obtendrá las ventas del periodo, y estos serán, los ingresos por venta proyectados.

Los costos anuales de fabricación, gastos financieros, de ventas y administrativos se clasifican según el cuadro de gastos, siempre para el período en cuestión.

El resultado obtenido, ganancia ó pérdida, se trasladará al estado conocido como Balance General Proforma o Proyectado, en el rubro de Patrimonio.

b) Flujo de Fondos o Balance Monetario

Según el autor ZAPATA Pedro, (2004), determina: El Flujo de Fondos, es el informe contable principal que presenta en forma significativa resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un período, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura". Contabilidad General, Pág. 295.

El autor manifiesta que los flujos de efectivo representan el informe neto financiero, líquido, que la empresa espera obtener. Estos flujos son comparados con la inversión inicial programada.

El flujo de fondos nos muestra la evolución financiera de la empresa, hasta cuando alcanza su capacidad normal o hasta determinar el servicio de los créditos a largo plazo.

c) Balance General Proyectado.

"Es el estado financiero en donde se muestra la situación económica de la empresa en un momento determinado. El balance general proforma se utiliza para mostrar la estructura económica estimada del proyecto en los futuros años". ZAPATA Pedro, (2004), Contabilidad General, Pág. 72

Para construir un Balance General, deben tomarse en cuenta las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), que hace poco tiempo han entrado en vigencia y están tomando fuerza dentro del campo de la contaduría.

Según las NIC, el Balance General incluye los Activos, Pasivos y el Patrimonio.

Los Activos se dividen en Activo Corriente y Activo No Corriente.

Los activos se clasifican como corrientes si:

- Su saldo se espera realizar, o se tiene para su venta o consumo, en el transcurso del ciclo normal de la operación de la empresa, o
- Se mantiene fundamentalmente por motivos comerciales, o para un plazo corto de tiempo, y se espera realizar dentro del periodo de doce meses tras la fecha del balance, o
- Se trata de efectivo u otro medio líquido equivalente, cuya utilización no esté restringida.

Todos los demás activos deben clasificarse como no corrientes. El término "no corriente" incluye activos tangibles o intangibles, de operación o financieros, ligados a la empresa a largo plazo.

Los pasivos se clasifican como corrientes si:

- Se espera liquidar en el curso normal de la operación de la empresa, o bien
- Debe liquidarse dentro del periodo de doce meses desde la fecha del balance.

Todos los demás pasivos deben clasificarse como no corrientes.

Las reglas para calificar como corrientes a los pasivos son similares a las descritas para los activos. Algunos pasivos corrientes, tales como los acreedores comerciales y los pasivos acumulados por costos de personal y otros costos de operación, forman parte del capital de trabajo utilizado en el ciclo normal de la operación. Tales partidas relacionadas con la operación se clasificarán como corrientes incluso si su vencimiento se va a producir más allá de los doce meses siguientes a la fecha de cierre del balance.

2.4.4. Establecimiento del costo de capital y tasa de redescuento

1. Costo de capital (Kp)

De acuerdo al criterio del autor, BACA, U., Gabriel, (2001), determina lo siguiente: “El costo de capital o de oportunidad de una inversión es la erogación inicial del efectivo para comenzar una microempresa. Una inversión puede estar financiada por capital propio y/o financiado, El costo de oportunidad, entonces, estaría dado por la sumatoria de las tasas activas y pasivas promedio en el mercado”. Pág. 156.

El autor establece que el costo de capital constituye la tasa de oportunidad que tendría en el mercado financiero el cliente.

2. Tasa de Redescuento (o TMAR)

El cálculo de la tasa de redescuento se emplea el costo de capital (Kp) y la tasa de riesgo de nuestro país, o a su vez la tasa de inflación según sea el sistema actual económico del país. Para esto se aplicará la fórmula de redescuento simple, siendo:

$$i = (1+kp) * (1+Rp) - 1$$

De donde:

Kp = costo de capital

Rp = riesgo país o tasa de inflación

i = tasa de redescuento

2.5. Técnicas de evaluación financiera

La evaluación financiera se refiere al proceso por el cual se hacen los cálculos necesarios para determinar si el proyecto es viable desde el punto de vista de la rentabilidad de la inversión.

Aunque el concepto desembolso o salida de efectivo incluye la inversión, en el lenguaje utilizado en la evaluación de proyectos se utiliza el término inversión para designar el desembolso importante que se hace al inicio del proyecto. En muchas ocasiones el inicio de un proyecto requiere, compra de activos fijos, inversiones, inventarios o mantener ciertos saldos en efectivo y cuentas por cobrar para mantener la operación esto es la inversión inicial.

2.5.1. Valor actual neto (VAN)

En referencia a este tema, BODIE, Zvi, (1999), en su libro de Finanzas, manifiesta: *“El valor presente neto, es la diferencia entre el valor presente de todos los flujos positivos de efectivo futuros menos el valor presente de todos los flujos negativos de efectivo actuales y futuros.”* Pág. 129

Según, el Ing. JACOME Walter, (2005), en su libro titulado, Diseño y Evaluación de Proyectos, señala: *“El Valor Presente Neto representa la rentabilidad del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”*. Pág.82

Los autores concuerdan con que el valor actual neto permite conocer el valor actual de los ingresos y gastos que en el futuro se alcanzarán. El VAN sirve para analizar la seguridad del

autofinanciamiento, es decir la posibilidad de que el proyecto genere un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión. Dicho de mejor manera nos permite conocer si es pertinente o no la inversión en el horizonte de la misma.

Con este método se descuentan todos los flujos de efectivo a valor presente de la inversión inicial, utilizando como tasa de rendimiento requerida por los accionistas y los acreedores de recursos con costo, como el banco, que cobra intereses a la empresa por los recursos que le otorga en préstamo, su fórmula es la siguiente:

$$VAN = -II + \frac{FNE_1}{(1+r)^1} + \frac{FNE_2}{(1+r)^2} + \frac{FNE_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{FNE_n + VR}{(1+r)^n}$$

De donde: VAN = Valor actual neto

FNE = Flujo neto de efectivo

r = Costo de capital

n = periodo

1.1.1 2.5.2. Tasa interna de retorno (TIR)

En referencia a la tasa interna de retorno, GITMAN, Lawrence, (1996), en su trabajo que tiene por nombre, Administración Financiera Básica, define lo siguiente: “Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial en un proyecto. En otras palabras la TIR es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto de una oportunidad de inversión sea igual a cero, debido a que el valor presente de los flujos de efectivo es igual a la inversión inicial.” Pág. 466.

Este autor define que la Tasa Interna de Retorno es un indicador más conveniente para conocer la factibilidad de una microempresa. Utilizando dos tasas de redescuento arbitrarias

que permita conseguir un VAN positivo y otro negativo. Esto posibilitará obtener una Tasa Interna de Retorno.

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil.

Denominada tasa Interna de Rendimiento, es la medida más adecuada de la rentabilidad de un proyecto. Evacua el proyecto en función de la única tasa de rendimiento por período con el cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual y su fórmula es la siguiente:

$$\text{TIR} = \text{Ti} + (\text{Ts} - \text{Ti}) \frac{\text{VAN}_{\text{Ti}}}{\text{VAN}_{\text{Ti}} - \text{VAN}_{\text{Ts}}}$$

De donde: TIR = Tasa interna de retorno

Ti = Tasa inferior

Ts = Tasa superior

VAN Ti = Valor actual neto de la tasa inferior

VAN Ts = Valor actual neto de la tasa superior

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa ganará al menos el rendimiento requerido tal resultado debe mejorar el valor de mercado de la empresa y por lo tanto la riqueza de sus propietarios.

2.5.3. Punto de Equilibrio

En referencia al tema Punto de Equilibrio, el autor CHILQUINGA, Manuel, (2001), en su libro llamado, Costo por Órdenes de Producción, **define al punto de equilibrio como:** *“Aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde.”* Pág. 60.

El autor citado anteriormente establece que el punto de equilibrio es el nivel de producción en que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos.

Para aplicar este procedimiento es necesario reclasificar los costos y gastos del Estado de Ganancias y Pérdidas de la empresa en dos grupos:

1. Costos fijos:

Son los que se causan invariablemente con cualquier nivel de ventas. Por ejemplo, el seguro contra incendio de propiedades, planta y equipo, la depreciación por línea recta, sueldos y prestaciones del personal administrativo.

2. Costos variables:

Son los que se realizan proporcionalmente con el nivel de ventas de una empresa. Por ejemplo, comisión de vendedores y, en general, los gastos relacionados directamente con las ventas.

El punto de equilibrio puede calcularse mediante las siguientes fórmulas:

$$\text{PE.Dólares} = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{Ventas}}}$$

$$\text{PE.Unidades} = \frac{\text{CostoFijo Total}}{\text{PVu} - \text{CVu}}$$

2.5.4. Beneficio costo

En referencia a la definición de este tema, DÁVALOS, Nelson (2002), del Diccionario Contable, establece lo siguiente: “Es la relación resultante entre la comparación de los costos incurridos en determinada operación o actividad en un determinado período de tiempo y los beneficios o logros alcanzados, ya sea en términos monetarios para un costo dado o ya por el nivel de beneficios requeridos al costo más bajo. Por tanto este mide el resultado por unidad monetaria, es decir, el valor creado por cada unidad monetaria invertida.”

El autor establece que este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos. Para este cálculo se emplea los ingresos y egresos proyectados en el flujo de caja.

El índice Beneficio Costo es el valor actual de los flujos de efectivo previstos divididos por la inversión inicial, el índice de rentabilidad o Costo Beneficio nos permite decidir si aceptamos los proyectos con un índice mayor a 1.

Si el índice de rentabilidad es mayor a 1 el Valor Actual es mayor que la inversión y por ende el proyecto debe tener un Valor Actual positivo, este índice conduce a la misma decisión que el índice de Valor Actual Neto.

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1+i)^n}{\sum \text{Egresos} / (1+i)^n}$$

2.5.5. Período de recuperación

Según el mencionado autor, GITMAN, Lawrence, (2003), Principios de Administración Financiera, manifiesta: *“El período de recuperación es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto y se calcula a partir de los flujos positivos del efectivo.”* Pág. 342

Se observa que el autor determina que el período de recuperación es el tiempo necesario para que una inversión genere flujos de efectivo suficientes para recuperar su costo inicial. Cuando se utiliza el período de recuperación para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

Si el período de recuperación es menor que el período de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.

Si el período de recuperación es mayor que el período de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

Para la elaboración del presente proyecto fue importante realizar un estudio de mercado en la ciudad de Ibarra, específicamente en las empresas e instituciones públicas y privadas de la ciudad, las cuales constituyen el mercado objetivo al cual se pretende introducir la línea de muebles de oficina, con la finalidad de establecer la existencia de una demanda insatisfecha y por ende el grado de aceptación de la nueva microempresa a crearse. Por lo tanto el presente estudio permitió detectar que existe una demanda insatisfecha la misma que puede ser cubierta con la creación de la microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal.

Con respecto al estudio de la oferta, se pudo establecer que existen pocos productores y comercializadores de este tipo de productos, los cuales no logran abastecer en las cantidades necesarias y bajo las características de calidad que demandan los diferentes consumidores.

EL presente estudio se basa en un análisis de los principales oferentes del producto existentes en Ibarra, en donde se establece el número de productores y comerciantes, el lugar de ubicación de los mismos, la cantidad aproximada de producción y de venta, el precio, formas de adquisición y estrategias de venta. De igual manera se hace un análisis de la demanda, específicamente en el área local, en donde se determina por segmentos los principales compradores potenciales; se aplican métodos de proyección (método exponencial)

en unidades de producto. En base a estos dos análisis de oferta y demanda se procede a establecer la demanda potencial insatisfecha del producto, precio proyectado y sus posibles estrategias de inducción al mercado.

3.2. El producto

Los muebles de oficina en metal, poseen una variedad de formas, diseños y procesos para su elaboración, según el gusto o la necesidad que el cliente requiere, ya sea para el amoblado de la oficina, salones de actos, sesiones y reuniones de trabajo. El metal por lo general tiene un color gris azulado que tiene numerosas aplicaciones en la industria.

Se reconoce que la pequeña y mediana empresa dedicada a la producción metalmeccánica dentro de la provincia de Imbabura, representa un factor decisivo para el crecimiento económico de la ciudad y provincia, como es el caso de la empresa industrial dedicada a la fabricación de muebles de oficina en metal, se constituye en el sector de apoyo para el funcionamiento y crecimiento de otros sectores entre ellos se encuentran: el empresarial, institucional, comercial y de servicios, ya que son proveedores de una amplia gama de muebles de oficina en general entre ellos se encuentran: sillas, mesas, escritorios, anaqueles, archivadores generalmente utilizados por instituciones públicas y privadas; a continuación se determina la definición de los productos, sus características y usos, entre los productos que más demandan los consumidores se encuentran:

3.2.1. Sillas de oficina

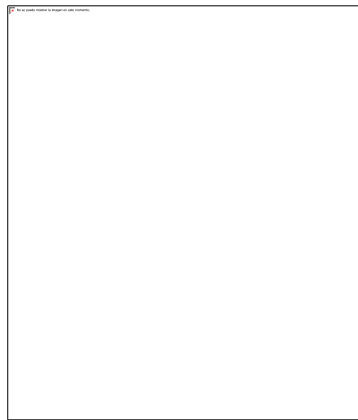


Figura 5 Sillas de oficina

Es un asiento con respaldo, de cuatro patas. Para su elaboración por lo general se requiere de tubo metálico redondo de 7/8*1mm. Su espaldar es reclinable y su asiento es giratorio por lo cual posee perilla de ajuste en asiento y respaldo, Su asiento y espaldar poseen esponja, tapizada en tela o cuerina, posee brazos para mejor comodidad, regulador de movimiento y altura, 90° de ángulo; además poseen garruchas en las patas de la silla permitiéndole el fácil desplazamiento. Este tipo de producto podemos encontrarlo en diversos modelos de acuerdo al tipo de necesidad y comodidad de la persona, tenemos silla para estudiante, gerente, secretaria, entre otros.

3.2.2. Mesa Hexagonal Pre kínder

La mesa Hexagonal educativa, es un mueble, elaborado a base de tol de 0.7 mm. tubo cuadrado de 1 pg.*1mm la encontramos, y madera MDF, para la parte superior en diversos modelos, la cual posee una estructura que permite acoplar 6 cuerpos con seis sillas, es generalmente utilizada por instituciones infantiles, para estudiar, jugar, comer etc.



Figura 6 Mesa Hexagonal Pre kínder

3.2.3. Escritorio secretaria

Es un mueble cerrado, con divisiones en su parte interior para guardar papeles, con un tablero sobre el cual se escribe. Elaborado a base de acero y/o tol color negro de 0.7 mm. Tubo cuadrado de 1 pg.*1 mm. Y madera MDF, anchura 60”, profundidad 30”, con una altura de 29 ½”, de cuatro cajones del almacenamiento, es ideal para la secretaria.



Figura 7 Escritorio secretaria

3.2.4. Escritorio estudiante

Es un tipo de escritorio, es ideal para el estudiante lo encontramos de 2 cajones metálicos con chapa de seguridad y diversos colores. Hecho a base de acero color negro de 0.7 mm. Tubo cuadrado de 1 pg.*1 mm. y madera MDF. Indispensable para el estudiante. Sus dimensiones son similares al escritorio tipo secretaria.



Figura 8 Escritorio estudiante

3.2.5. Archivadores de 4 gavetas

Este mueble de oficina es utilizado para archivar documentos, fichas u otros papeles que necesitan ser custodiados y guardados ordenadamente. Esta elaborado a base de tol de 0.7mm. Por lo general el archivador es de tipo vertical el cual consta de 4 gavetas de tamaño oficio 0.45 x 0.71 x 1.36 mts. Provisto con mecanismos de seguridad. Este modelo tiene la utilidad de archivar carpetas y demás documentos importantes indispensable en las áreas de diferentes empresas e instituciones.



Figura 9 Archivadores de 4 gavetas

3.2.6. Anaqueles

Está fabricado a base de tol de 0.7 mm. El anaquel es un mueble que posee tablas puestas horizontalmente en los muros, o en armarios, alacenas, etc., Su utilidad radica en colocar sobre ellos libros, documentos, piezas de vajilla o cualesquier otra cosa. En este caso

es un anaquel para uso de oficinas. El tamaño del anaquel corresponde a 1.80 X 0,90X 0,40 cm con divisiones internas regulares, con compartimentos divisorios de madera o de metal.



Figura 10 Anaqueles

3.2.7. Pupitre de ángulo

Para su elaboración se requiere de tubo negro cuadrado o redondo de $\frac{3}{4}$ * $\frac{1}{2}$. Posee un compartamiento elaborado de tol negro de 0.7mm. La parte superior del compartimento contiene un tablero elaborado con triplex de 10 mm. De igual forma el asiento y espaldar. En las patas del pupitre van adheridas cuatro regatones, para no rasgar el piso. Es un mueble utilizado para escribir, apto para el estudiante, de tipo individual, rectangular con dos superficies; estructura metálica en tubo cuadrado medidas, Altura asiento 46 cm. Altura total 80 cm. Ancho 57 cm. Medidas: Altura tapa 70 cm. Plano de escritura 48 x 21 cm.

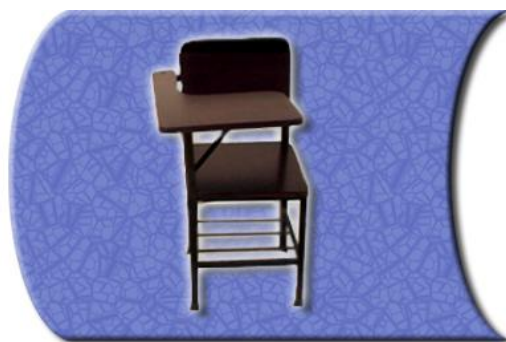


Figura 11 Pupitre de ángulo

3.2.8. Mercado meta

La microempresa de producción y comercialización de muebles de oficina en metal, tendrá como principal objetivo, la introducción de sus productos en la zona urbana del cantón Ibarra, aplicando ventas directas y distribución a empresas e instituciones públicas y privadas de la ciudad. Lo que se pretende es que la microempresa logre cubrir una parte de las necesidades de adquisición de la línea de muebles de oficina. De acuerdo al estudio diagnóstico, se estima que el número promedio de compradores actuales de muebles de oficina en metal sea del 68% de la Población institucional y empresarial de la ciudad de Ibarra.

3.3. Segmento de mercado

La segmentación de mercado consiste en ubicar los productos en un segmento específico de mercado. En el presente estudio se pretende ubicar la microempresa a nivel de los sectores económicamente activos en donde se requiera los muebles de oficina en metal siendo: Empresas e instituciones educativas, hospitales y clínicas, empresas de servicios, comerciales e industriales, públicas y privadas pertenecientes al cantón Ibarra.

Tabla 8**Matriz de segmentación de Mercado Local**

| Primera segmentación: Sectores | Segunda segmentación: | Tercera Segmentación: Tipo de actividad |
|---|--|---|
| Empresas e instituciones Públicas | Gobiernos seccionales | Municipios Consejos Provinciales |
| | Instituciones públicas | EMAPA Empresas telefónicas |
| | Servicio Hospitalario y de ayuda social | Hospitales públicas INNFA Patronatos |
| | Centros educativos | Jardines Escuelas Colegios Centros de Educación Superior |
| Empresas e instituciones privadas | Comerciales Industriales Servicios | Micromercados Tiendas Restaurantes Hoteles Hosterías Bancos, cooperativas, financieras Supermercados Almacenes Centros comerciales. Clínicas |

Fuente: registros actividad económica imi
Elaboración: la autora

3.4. Análisis de la oferta

3.4.1. Oferta real

En lo referente al mercado interno, las microempresas fabricantes de muebles de oficina en su amplia gama de: sillas, mesas, escritorios, archivadores, anaqueles y pupitres, no han logrado un crecimiento significativo en la penetración de estos productos dentro de los sectores empresariales e institucionales públicos y privados registrados en la ciudad de Ibarra. Aun así los productores de muebles de oficina han establecido algunas estrategias para dar a conocer su producto, a través de la instalación de puntos de venta directo, o entrega directa a domicilio, mecanismos que de algún modo les ha permitido comercializar los artículos en los sectores anteriormente señalados.

Existe actualmente un promedio de 12 microempresas-talleres en metalmecánica dedicados a la fabricación de muebles de oficina metálicos, quienes suelen realizar la producción y comercialización de éste tipo de muebles, en cantidades muy limitadas al sector empresarial.

Entre la variedad de productos que ofrecen a los clientes en la línea de muebles de oficina en metal, se destacan los más representativos como son: las sillas, las mesas, escritorios, archiveros, anaqueles y pupitres; existen otras líneas que fabrican según las necesidades del cliente, en lo referente a cerrajería; aquí se mencionan: armazones, puertas y ventanas, entre otros.

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas, realizadas a los talleres productores y comercializadores de muebles de oficina en metal con el propósito de conocer la capacidad de producción y comercialización se obtuvo lo siguiente:

Tabla 9**Oferta actual de productos en muebles de oficina en metal al 2011**

| Productos | Cantidad de productores vendedores | Cantidad mensual ofertada (unidades) | Promedio de cantidad mensual oferta (unidades) | Total unidades ofertadas año |
|----------------------------|---|---|---|-------------------------------------|
| Sillas | 10 | 160 a 210 | 185 | 22.200 |
| Mesas | 8 | 150 a 200 | 175 | 16.800 |
| Escritorios estudiantes | 9 | 100 a 150 | 125 | 13.500 |
| Escritorios secretarias | 9 | 150 a 200 | 175 | 18.900 |
| Archivadores | 8 | 100 a 150 | 125 | 12.000 |
| Anaqueles | 9 | 110 a 160 | 135 | 14.580 |
| Pupitres Angulo | 8 | 120 a 150 | 135 | 12.960 |
| Total | | | | 110.940 |

Fuente: Encuestas aplicadas al 2011
Elaboración: La autora

3.4.2. Oferta Histórica y establecimiento de su tasa promedio

En base a la información directa de los productores ofertantes del cantón Ibarra, se pudo obtener datos históricos estructurados desde el año 2006 al 2010, establecidos en base a su nivel de producción alcanzado año a año, y de acuerdo a su capacidad de producción; es necesario establecer que los sitios investigados trabajan sobre pedido. Los datos son los siguientes:

Tabla 10
Información histórica

| AÑOS | Sillas (unidad) | Mesas (Unidad) | Escritorios secretaria (Unidad) | Escritorios estudiantes (Unidad) | Archivadores (Unidad) | Anaqueles (Unidad) | Pupitres de ángulo (Unidad) | Tasa de crecimiento (Vo/Va)-1 |
|-----------------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|--------------------------|-----------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 2006 | 21.444 | 16.228 | 13.040 | 18.256 | 11.591 | 14.083 | 12.518 | |
| 2007 | 21.546 | 16.305 | 13.103 | 18.344 | 11.647 | 14.151 | 12.578 | 0,48% |
| 2008 | 21.654 | 16.387 | 13.168 | 18.435 | 11.705 | 14.222 | 12.641 | 0,50% |
| 2009 | 21.795 | 16.493 | 13.254 | 18.555 | 11.781 | 14.314 | 12.724 | 0,65% |
| 2010 | 21.969 | 16.625 | 13.360 | 18.704 | 11.875 | 14.429 | 12.825 | 0,80% |
| 2011 | 22.200 | 16.800 | 13.500 | 18.900 | 12.000 | 14.580 | 12.960 | 1,05% |
| SUMA TOTAL HISTÓRICA | | | | | | | | 2,43% |
| PROMEDIO HISTÓRICO | | | | | | | | 0,49% |

Fuente: Documentos contables de los productores-comercializadores 2011

Elaboración: La autora

3.4.3. Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta de productos en muebles de oficina en metal, se utilizó el método exponencial, aplicando la tasa promedio de la información histórica, obteniendo los siguientes resultados:

$$C_n = C_0 (1 + i)^n$$

Donde:

C_n = Consumo futuro C_0 = Consumo año 1

i = Tasa de crecimiento n = Año proyectado

Cálculos: Producto Sillas

Año 1: (2012)

$$C_n = C_0 (1 + i)^n$$

$$C_1 = 22.200 (1 + 0.0049)^1 = 22.308$$

Año 2: (2013)

$$C2 = 22.200 (1+0.0049)^2 = 22.416$$

Tabla 11

Resumen de la oferta proyectada

| AÑOS | Sillas (unidades) | Mesas (unidades) | Escritorios secretaria (unidades) | Escritorios estudiantes (unidades) | Archivadores (unidades) | Anaqueles (Unidades) | Pupitres de ángulo (Unidades) |
|------|----------------------|---------------------|---|--|----------------------------|-------------------------|-------------------------------------|
| 2012 | 22.308 | 16.882 | 13.566 | 18.992 | 12.058 | 14.651 | 13.023 |
| 2013 | 22.416 | 16.964 | 13.632 | 19.084 | 12.117 | 14.722 | 13.086 |
| 2014 | 22.525 | 17.046 | 13.698 | 19.177 | 12.176 | 14.794 | 13.150 |
| 2015 | 22.635 | 17.129 | 13.764 | 19.270 | 12.235 | 14.866 | 13.214 |
| 2016 | 22.745 | 17.212 | 13.831 | 19.364 | 12.294 | 14.938 | 13.278 |

Elaboración: La autora

3.5. Análisis de la demanda

3.5.1. Demanda actual

La demanda actual, fue calculada tomando en cuenta el resultado de las encuestas realizadas a posibles compradores de la ciudad de Ibarra, estableciéndose el nivel de adquisición promedio mensual en muebles de oficina. (Pregunta N. 2 encuesta dirigida a empresas públicas y privadas de la ciudad de Ibarra). Para obtener el total de adquisición al año en unidades de producto tanto en sillas, mesas, escritorios, archivadores, anaqueles y pupitres, se estableció la adquisición anual, tomando como base un promedio en unidades y multiplicado por el número de empresas e instituciones públicas y privadas (posibles consumidores) de la zona urbana de la ciudad de Ibarra.

Tabla 12

Demanda real actual al 2011

| Segmento de Mercado | Unidades mensualmente | | | | | | | | Unidades anuales | | | | | | |
|--------------------------|----------------------------|-----------------------------|------------------------------|---|---|-------------------------------------|----------------------------------|---|---------------------------|--------------------------|--|---|---------------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| | Total posibles compradores | Sillas 2-4 unidades mensual | Mesas 2-4 unidades mensuales | Escritorios secretaria 1-3 unidades mensuales | Escritorios estudiante 2-4 unidades mensuales | Archivadores 1-3 unidades mensuales | Anaqueles 1-3 unidades mensuales | Pupitres de ángulo 1-3 unidades mensuales | Sillas en unidades al año | Mesas en unidades al año | Escritorio secretaria en unidades al año | Escritorio estudiant e en unidades al año | Archivadores en unidades al año | Anaqueles en unidades al año | Pupitres en unidades al año |
| | | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 36 | 36 | 24 | 36 | 24 | 24 | 24 |
| Empresas públicas | 26 | 78 | 78 | 52 | 78 | 52 | 52 | 52 | 936 | 936 | 624 | 936 | 624 | 624 | 624 |
| Empresas privadas | 810 | 2.430 | 2.430 | 1.620 | 2.430 | 1.620 | 1.620 | 1.620 | 29.160 | 29.160 | 19.440 | 29.160 | 19.440 | 19.440 | 19.440 |
| TOTAL | 836 | 2.508 | 2.508 | 1.672 | 2.508 | 1.672 | 1.672 | 1.672 | 30.096 | 30.096 | 20.064 | 30.096 | 20.064 | 20.064 | 20.064 |

Fuente: Encuestas aplicada, al 2011

Elaboración: La autora

3.5.2. Demanda histórica

En base a la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra, se logró obtener la población de empresas a nivel histórico de la ciudad de Ibarra, siendo:

Tabla 13

Población de empresas públicas y privadas de la ciudad de Ibarra

| Años | Número de empresas |
|-------------|---------------------------|
| 2006 | 744 |
| 2007 | 758 |
| 2008 | 773 |
| 2009 | 789 |
| 2010 | 811 |
| 2011 | 836* |

Fuente: Cámara de Comercio 2011
Elaboración: La autora Año actual.

En base a la información anterior, se procedió a establecer la demanda en unidades de producto tanto a nivel de compra de sillas, mesas, escritorios, archivadores, anaqueles y pupitres, aplicándose el promedio de compra tanto en sillas (3 unidades mensuales por empresa compradora), mesas (3 unidades mensuales por empresa compradora), escritorios para secretaria (2 unidades mensuales por empresa compradora), escritorio para estudiantes (3 unidades mensuales), archivadores (2 mensuales por empresa compradora), anaqueles (2 mensuales) y pupitres (2 mensuales) obteniendo los siguientes valores:

Tabla 14

Consumo promedio anual histórico en muebles de oficina en metal en Ibarra

| AÑOS | Sillas (unidad) | Mesas (unidades) | Escritorios secretaria (unidades) | Escritorios estudiante(unidades) | Archivadores (unidades) | Anaqueles (unidades) | Pupitres de ángulo (unidades) | Tasa de crecimiento (Vo/Va)-1 |
|-----------------------------|--------------------|---------------------|---|---|----------------------------|-------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 2006 | 26.771 | 26.771 | 17.848 | 26.771 | 17.848 | 17.848 | 17.848 | |
| 2007 | 27.293 | 27.293 | 18.196 | 27.293 | 18.196 | 18.196 | 18.196 | 1,95% |
| 2008 | 27.834 | 27.834 | 18.556 | 27.834 | 18.556 | 18.556 | 18.556 | 1,98% |
| 2009 | 28.390 | 28.390 | 18.927 | 28.390 | 18.927 | 18.927 | 18.927 | 2,00% |
| 2010 | 29.214 | 29.214 | 19.476 | 29.214 | 19.476 | 19.476 | 19.476 | 2,90% |
| 2011 | 30.096 | 30.096 | 20.064 | 30.096 | 20.064 | 20.064 | 20.064 | 3,02% |
| SUMA TOTAL HISTÓRICA | | | | | | | | 8,83% |
| PROMEDIO HISTÓRICO | | | | | | | | 1,77% |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

3.5.3. Proyección de la demanda

Para la proyección de la cantidad de la demanda, se aplicó el método exponencial, aplicado la tasa obtenida de la demanda histórica y aplicando la siguiente fórmula:

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

Donde:

P_t = Población final

P_o = Población inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Período de Observación.

Cálculos: Producto Sillas**Año 1: (2012)**

$$P_n = C_o (1 + i)^n$$

$$P1 = 30.096 (1+0.0177)^1 = 30.627$$

Año 2: (2013)

$$P2 = 30.096 (1+0.00177)^2 = \mathbf{31.168}$$

Tabla 15

Resumen de la demanda proyectada

| AÑOS | Sillas (unidades) | Mesas (unidades) | Escritorios secretaria (unidades) | Escritorios estudiantes (unidades) | Archivadores (unidades) | Anaqueles (unidades) | Pupitres de ángulo (unidades) |
|------|----------------------|---------------------|---|--|----------------------------|-------------------------|-------------------------------------|
| 2012 | 30.627 | 30.627 | 20.418 | 30.096 | 20.418 | 20.418 | 20.418 |
| 2013 | 31.168 | 31.168 | 20.779 | 30.627 | 20.779 | 20.779 | 20.779 |
| 2014 | 31.719 | 31.719 | 21.146 | 31.168 | 21.146 | 21.146 | 21.146 |
| 2015 | 32.279 | 32.279 | 21.519 | 31.719 | 21.519 | 21.519 | 21.519 |
| 2016 | 32.849 | 32.849 | 21.899 | 32.279 | 21.899 | 21.899 | 21.899 |

Elaboración: La autora

3.6. Demanda insatisfecha

Tabla 16

Balance Oferta- Demanda

| AÑO | OFERTA | | | | | | | DEMANDA | | | | | | | DEMANDA INSATISFECHA | | | | | | |
|------|------------------------|-----------------------|---|---|------------------------------|-----------------------------|---|------------------------|-----------------------|---|---|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|----------------------------|-----------------------|---|---|------------------------------|-----------------------------|---|
| | Sillas (unidad) | Mesas (unidad) | Escritorio s secretaria (unidades) | Escritorio s estudiante (unidades) | Archivado r (unidades) | Anaqueles (Unidades) | Pupitres de ángulo (Unidades) | Sillas (unidad) | Mesas (unidad) | Escritorio s secretaria (unidades) | Escritorio s estudiante (unidades) | Archivado r (unidad) | Anaqueles (Unidades) | Pupitres ángulo (Unidad) | Sillas (unida d) | Mesas (unidad) | Escritorio s secretaria (unidades) | Escritorio s estudiante (unidades) | Archivado r (unidades) | Anaqueles (Unidades) | Pupitres de ángulo (Unidades) |
| 2012 | 22.308 | 16.882 | 13.566 | 18.992 | 12.058 | 14.651 | 13.023 | 30.627 | 30.627 | 20.418 | 30.096 | 20.418 | 20.418 | 20.418 | 8.320 | 13.746 | 6.853 | 11.104 | 8.360 | 5.767 | 7.395 |
| 2013 | 22.416 | 16.964 | 13.632 | 19.084 | 12.117 | 14.722 | 13.086 | 31.168 | 31.168 | 20.779 | 30.627 | 20.779 | 20.779 | 20.779 | 8.752 | 14.205 | 7.147 | 11.543 | 8.662 | 6.057 | 7.693 |
| 2014 | 22.525 | 17.046 | 13.698 | 19.177 | 12.176 | 14.794 | 13.150 | 31.719 | 31.719 | 21.146 | 31.168 | 21.146 | 21.146 | 21.146 | 9.194 | 14.673 | 7.448 | 11.991 | 8.970 | 6.352 | 7.996 |
| 2015 | 22.635 | 17.129 | 13.764 | 19.270 | 12.235 | 14.866 | 13.214 | 32.279 | 32.279 | 21.519 | 31.719 | 21.519 | 21.519 | 21.519 | 9.644 | 15.150 | 7.755 | 12.449 | 9.284 | 6.654 | 8.306 |
| 2016 | 22.745 | 17.212 | 13.831 | 19.364 | 12.294 | 14.938 | 13.278 | 32.849 | 32.849 | 21.899 | 32.279 | 21.899 | 21.899 | 21.899 | 10.104 | 15.637 | 8.068 | 12.915 | 9.605 | 6.962 | 8.621 |

Fuente: Encuestas
Elaboración: La autora

3.7. Competencia

La ciudad de Ibarra, constituye actualmente el centro urbano, comercial y turístico de una fértil región; sin embargo esta ciudad ha mostrado un bajo crecimiento del sector metalmecánica, debido a la baja productividad y calidad de los productos, volviéndose aún más vulnerable ante la creciente competencia local y nacional, la cual afecta en gran medida a los pequeños y medianos productores de la ciudad.

Mediante el diagnóstico, se determinó que Ibarra cuenta con varias microempresas metalmecánicas dedicadas a la fabricación de muebles de oficina, de las cuales pocas de ellas son competitivas y no logran abastecer y satisfacer a los diferentes consumidores, esto se ha dado por la escasa aplicación de estándares de calidad que garanticen la confiabilidad del producto. Entre las más relevantes tenemos a Vialesa Modular, Línea Nueva Mobiliaria, Normetalco, y talleres Paulina en Natabuela, siendo esta última la única especializadas con más de 20 años de experiencia en la elaboración de muebles de oficina.

En lo que respecta al tipo de mercado, se ha podido detectar la existencia de instituciones públicas y privadas que hacen uso de los muebles de oficina en metal. Existen centros educativos y asociaciones que acogen el producto en forma periódica, especialmente para amoblar salones de eventos, centros de estudio, salas de reuniones, aulas, entre otros.

3.8. Determinación del precio del producto

3.8.1. Precio de la Competencia

Según la investigación de mercado, se pudo detectar los precios que actualmente ofertan los productores más representativos de la ciudad en la línea de muebles de oficina en

metal, estableciéndose un tercer precio a aplicar por el proyecto, constituyendo el promedio de los tres precios, estableciéndose las siguientes tablas, siendo:

Tabla 17

Precio de muebles en metal

Productor: Vialesa Modular

| Productos | Precio Unitario \$ |
|-----------------------|---------------------------|
| Silla de oficina | 13,00 |
| Mesa Hexagonal | 13,00 |
| Escritorio estudiante | 58,00 |
| Escritorio secretaria | 95,00 |
| Archivador 4 gavetas | 200,00 |
| Anaqueles | 105,00 |
| Pupitre de ángulo | 18,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La autora

Tabla 18

Precio promedio Productor: NORMETALCO

| Productos | Precio Unitario \$ |
|-----------------------|---------------------------|
| Silla de oficina | 14,00 |
| Mesa Hexagonal | 13,50 |
| Escritorio estudiante | 63,00 |
| Escritorio secretaria | 98,00 |
| Archivador 4 gavetas | 205,00 |
| Anaqueles | 110,00 |
| Pupitre de ángulo | 22,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La autora

Tabla 19**Precio promedio Productor: Línea Nueva Mobiliaria**

| Productos | Precio Unitario \$ |
|-----------------------|---------------------------|
| Silla de oficina | 17,00 |
| Mesa Hexagonal | 15,00 |
| Escritorio estudiante | 68,00 |
| Escritorio secretaria | 103,00 |
| Archivador 4 gavetas | 210,00 |
| Anaqueles | 116,00 |
| Pupitre de ángulo | 25,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La autora

En resumen, con los tres precios anteriores, se pudo establecer un precio promedio para el proyecto, siendo:

Tabla 20**Precio comparativo y promedio de los productos**

| Producto | Precio 1 \$ | Precio 2 \$ | Precio 3 \$ | Precio promedio \$ |
|-----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------------|
| Silla de oficina | 13,00 | 14,00 | 17,00 | 14,67 |
| Mesa Hexagonal | 13,00 | 13,50 | 15,00 | 13,83 |
| Escritorio estudiante | 58,00 | 63,00 | 68,00 | 63,00 |
| Escritorio secretaria | 95,00 | 98,00 | 103,00 | 98,67 |
| Archivador 4 gavetas | 200,00 | 205,00 | 210,00 | 205,00 |
| Anaqueles | 105,00 | 110,00 | 116,00 | 110,33 |
| Pupitre de ángulo | 18,00 | 22,00 | 25,00 | 21,67 |

Fuente: Investigación directa al 2011
Elaboración: La autora

Es importante recalcar que según los productores al igual que los intermediarios, el precio de costo que poseen los muebles de oficina en metal, se encuentran entre 55% a 60% en relación al precio de venta de todos los productos mencionados anteriormente. El precio de cada producto se estima sufrirá aumentos por efectos de la tasa de inflación.

3.8.2. Precio del proyecto

El precio promedio de los muebles de oficina en metal se estableció en base al siguiente procedimiento:

Tabla 21

Precio Silla de oficina (1 unidad)

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|--------------------|
| Materia prima | 9,00 |
| Mano de obra | 1,00 |
| Gastos de fabricación | <u>1,00</u> |
| Total costo producción | 11,00 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 1,00 |
| Gastos de ventas | <u>1,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>2,00</u> |
| Costo Total | 13,00 |
| % Utilidad | <u>1,67</u> |
| Precio de venta | 14,67 |

Fuente: Investigación directa al 2011
Elaboración: La autora

Tabla 22**Precio Mesa Hexagonal (1 unidad)**

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|--------------------|
| Materia prima | 8,00 |
| Mano de obra | 2,00 |
| Gastos de fabricación | <u>1,50</u> |
| Total costo producción | 11,50 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 0,50 |
| Gastos de ventas | <u>0,50</u> |
| Total Costos distribución | <u>1,00</u> |
| Costo Total | 12,50 |
| % Utilidad | <u>1,33</u> |
| Precio de venta | 13,83 |

Fuente: Investigación directa al 2011
 Elaboración: La autora

Tabla 23**Precio Escritorio estudiante (1 unidad)**

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|--------------------|
| Materia prima | 31,00 |
| Mano de obra | 10,00 |
| Gastos de fabricación | <u>6,00</u> |
| Total costo producción | 47,00 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 2,00 |
| Gastos de ventas | <u>2,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>4,00</u> |
| Costo Total | 51,00 |
| % Utilidad 34,04% | <u>12,00</u> |
| Precio de venta | 63,00 |

Fuente: Investigación directa al 2011
 Elaboración: La autora

Tabla 24**Precio Escritorio secretaria (1 unidad)**

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|--------------------|
| Materia prima | 52,00 |
| Mano de obra | 20,00 |
| Gastos de fabricación | <u>7,00</u> |
| Total costo producción | 79,00 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 2,00 |
| Gastos de ventas | <u>2,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>4,00</u> |
| Costo Total | 83,00 |
| % Utilidad | <u>15,67</u> |
| Precio de venta | 98,67 |

Fuente: Investigación directa al 2011
 Elaboración: La autora

Tabla 25**Precio Archivador 4 gavetas (1 unidad)**

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|---------------------|
| Materia prima | 95,00 |
| Mano de obra | 35,00 |
| Gastos de fabricación | <u>25,00</u> |
| Total costo producción | 155,00 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 6,00 |
| Gastos de ventas | <u>6,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>12,00</u> |
| Costo Total | 167,00 |
| % Utilidad | <u>38,00</u> |
| Precio de venta | 205,00 |

Fuente: Investigación directa al 2011
 Elaboración: La autora

Tabla 26**Precio Anaquel (1 unidad)**

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|--------------------|
| Materia prima | 63,00 |
| Mano de obra | 14,00 |
| Gastos de fabricación | <u>7,00</u> |
| Total costo producción | 84,00 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 2,00 |
| Gastos de ventas | <u>2,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>4,00</u> |
| Costo Total | 88,00 |
| % Utilidad | <u>22,33</u> |
| Precio de venta | 110,33 |

Fuente: Investigación directa al 2011
 Elaboración: La autora

Tabla 27**Precio Pupitre de ángulo (1 unidad)**

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|--------------------|
| Materia prima | 12,00 |
| Mano de obra | 2,50 |
| Gastos de fabricación | <u>3,00</u> |
| Total costo producción | 17,50 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 1,00 |
| Gastos de ventas | <u>1,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>2,00</u> |
| Costo Total | 19,50 |
| % Utilidad | <u>2,17</u> |
| Precio de venta | 21,67 |

Fuente: Investigación directa al 2011
 Elaboración: La autora

3.9. Comercialización de muebles de oficina

Para el proceso de comercialización se deberá tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Analizar las necesidades de las empresas e instituciones públicas y privadas quienes requieren los muebles de oficina metálicos en cuanto a cantidad, modelos y tipos de productos.
- Prever qué tipos de productos (tipo, modelo, etc.) desearan las distintas empresas e instituciones.
- Estimar cuantas de esas empresas e instituciones requerirán de la línea muebles de oficina en los próximos cinco años y cuántos de ellos compraran.
- Prever con exactitud cuándo dichos compradores desearan adquirir los muebles de oficina.
- Determinar en dónde y cómo poner los muebles de oficina a su alcance. Es decir establecer un medio de distribución adecuado
- Calcular qué precio estarán dispuestos a pagar por los muebles y si la firma obtendrá ganancias vendiendo a ese precio.
- Decidir qué clase de promoción deberá utilizarse para que los probables clientes conozcan los productos de la firma.
- Estimar cuántas empresas competidoras estarán fabricando muebles de oficina metálicos, qué cantidad producirán, de qué clase y a qué precio.

- Las actividades anteriores no forman parte de la producción, ya que esta consiste en fabricar el producto o prestar servicios. Por el contrario integran un proceso más vasto - llamado comercialización - que provee la orientación necesaria para la producción y ayuda a lograr que se fabrique el producto adecuado y que llegue a los consumidores.

3.10. Estrategias de mercado

Entre las principales estrategias a aplicar para la comercialización de los muebles de oficina en metal, se puede emplear los siguientes:

3.10.1. Canales de distribución

Los colaboradores de la microempresa se encargarán de la distribución a los compradores mayoristas, minoristas y clientes finales, misma que se realizará la distribución a las empresas públicas y privadas de la ciudad de Ibarra, con la previa información al cliente sobre el producto, su calidad, su proceso de producción, sus precios, modelos, diseños, colores, y otras características exclusivas del producto. A medida que la demanda aumente se considerará adecuada la contratación de personal calificado, a fin de que labore en el proceso de producción y comercialización de los muebles de oficina en metal. Se contará con un local apropiado para la comercialización del producto mencionado. La opción más conveniente de distribución del producto será:

Microempresa Productora → Consumidor final

Microempresa Productora → Mayoristas → Consumidor final

Microempresa Productora → Mayorista → Minorista → Consumidor final

Ya que los muebles de oficina en metal, pueden ser distribuidas de cualquier manera al comprador final por ser una distribución sencilla, segura y tiene responsables de cada paso de la cadena de distribución. A igual que se va a establecer un local para su comercialización posterior.

3.10.2. Promoción

Con relación a la promoción de estos productos se puede decir que van a existir incentivos a corto plazo para fomentar la compra del producto.

La microempresa a crearse utilizara los siguientes mecanismos:

- Concursos,
- Rifas
- Vales de descuento y regalos

3.10.3. Publicidad

El principal objetivo de la publicidad consiste en dar a conocer el producto y convencer a los consumidores para que lo compren incluso antes de haberlo visto o palpado. De allí la necesidad de analizar un mecanismo correcto y no muy costoso en donde se pueda dar a conocer esta nueva microempresa metalmecánica y sobre todo su ubicación exacta para que el cliente no se confunda de lugar.

La microempresa a establecerse, utilizará las siguientes herramientas para la publicidad de sus productos:

- Hojas volantes

- Cuñas de radio
- Rótulos

Como **estrategia publicitaria** se puede adoptar programas radiales en medios de comunicación más sintonizados o de mayor alcance en todo el norte del país, en donde se pueda difundir esta empresa.

Se implantará una **campana publicitaria para** dar a conocer de la nueva microempresa y sus productos, abarcando no solo medios impresos, sino también fabulosos anuncios en áreas estratégicas donde se quiere dar a conocer el producto.

La Imagen Corporativa que adopte microempresa deberá ser innovadora e impactante, con un logotipo y slogan que la identifique dentro de la zona y exponga la línea de productos y la calidad de los mismos.

3.11. Conclusiones del estudio de mercado

De acuerdo al análisis cuantitativo y cualitativo de la oferta y demanda de muebles de oficina en metal, establece que existen segmentos de mercado que deben ser cubiertos en el corto y mediano plazo.

La oferta del mercado de muebles de oficina, no ha logrado un crecimiento aún en forma sostenible, debido a la falta de iniciativas propias de la actividad metalmeccánica, en donde sus propietarios no han sabido establecer programas de planificación de la producción tomando en cuenta las tendencias del mercado, es decir tomando en cuenta los gustos y preferencias de los clientes, esperando muchas de las veces a que los clientes se acerquen a sus instalaciones, sin aplicar estrategias que permitan introducir el producto y lograr posicionarse en el mismo. El estudio de mercado establece que si existe una demanda

insatisfecha que el proyecto podría lograr cubrir, tanto en sillas, mesas, escritorios y archivadores, siendo las líneas más principales detectadas en la investigación.

El precio del producto ha tenido muy buena aceptación por parte de las empresas compradoras, existiendo una demanda por cubrir, lo cual implica un factor favorable tanto para productores, así como para comercializadores. Este estudio determina la viabilidad favorable de que el proyecto logre alcanzar una rentabilidad no solo para el productor, sino para el comerciante, dedicado a esta actividad, lo cual hace ver que existe una oportunidad para continuar con la siguiente fase del proyecto en cuanto a su infraestructura y presupuesto técnico económico.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El estudio técnico contiene un análisis previo de la macro y micro localización del proyecto, además se presenta un diseño prototipo de la distribución de la planta, así como su tamaño, medido en base de su capacidad operacional, tomando como referencia los aspectos técnicos que debe tener una empresa de esas condiciones; se establece adicionalmente la ingeniería del proyecto en donde se determina el proceso operacional de los productos fabricados y su respectiva presupuestación económica, reflejándose la inversión estimativa que tendrá en la puesta en marcha..

4.2. Localización del proyecto

4.2.1. Macro localización

El proyecto se localizará en América del Sur, país Ecuador, en la Sierra Norte del país, en la provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, el mismo que presenta extensiones de terrenos industrial apropiados para la instalación de microempresas dedicadas a la producción de muebles en metal y otros tipos.

Ubicación de la Microempresa

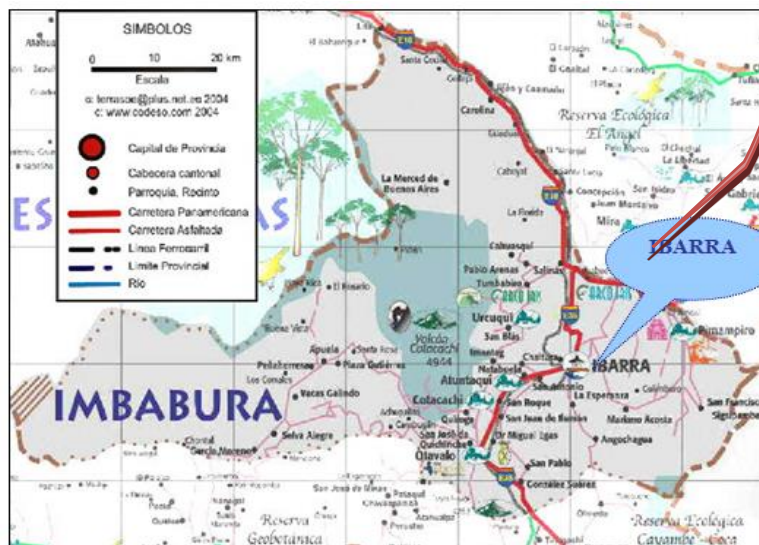


Figura 12 Mapa de ubicación del proyecto

Fuente: www.mapas.com

El mercado arraigo cultural, histórico, natural y sobre todo comercial de la ciudad de Ibarra lo convierten en un lugar apropiado para producir y comercializar muebles en metal, aptos para instituciones y empresas públicas y privadas existentes en la ciudad.

4.2.2. Micro localización

El local previsto para el desarrollo de la actividad productiva y comercial de muebles en metal, se encontrará ubicado en el sector de el Sagrario al norte de la ciudad de Ibarra; en terrenos del Parque Industrial, el cual tiene una amplia extensión, cuenta con los servicios básicos como son: agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, teléfono, vías de comunicación.

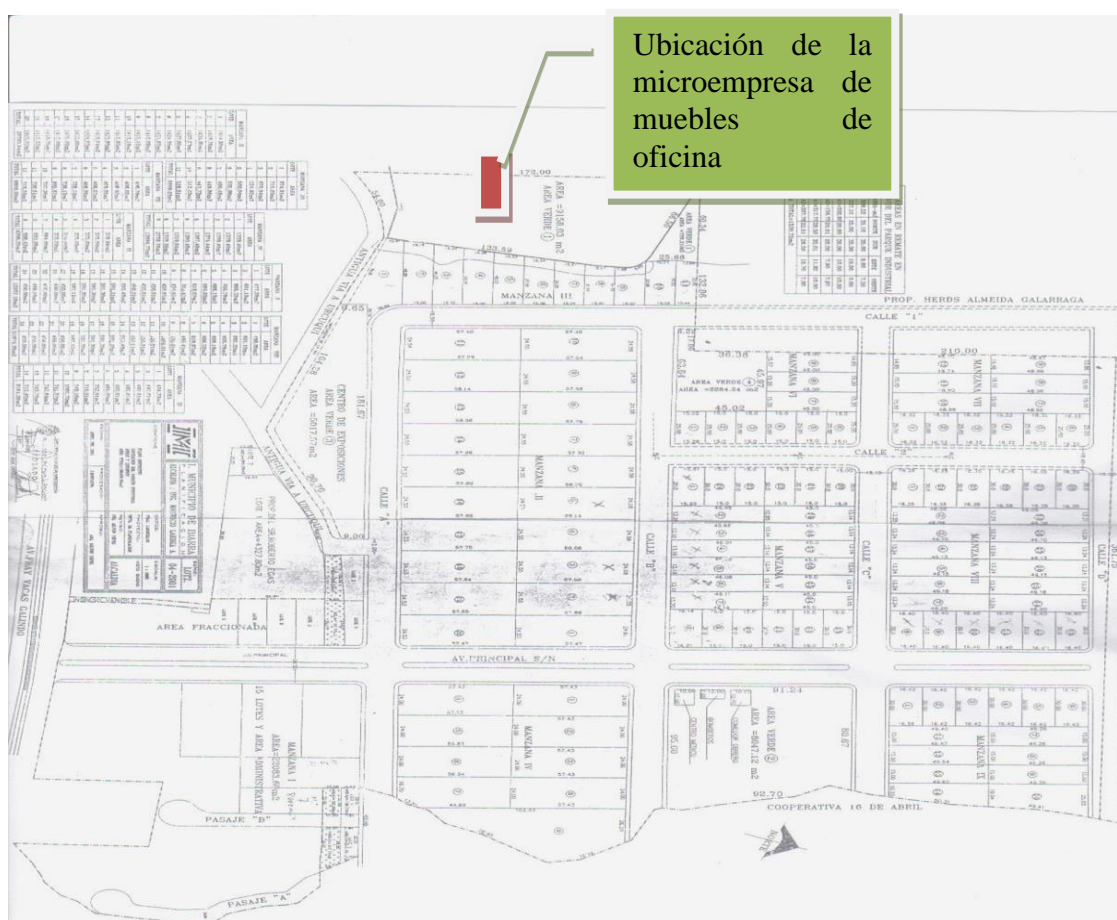


Figura 13 Croquis del sector El Sagrario

Fuente: Ilustre Municipio del cantón Ibarra
 Elaboración: la autora

4.2.3. Determinación de la localización óptima

Para establecer la mejor ubicación, se establecerá la aplicación del método de valoración del mejor sitio de ubicación, tomando en cuenta los siguientes factores:

Tabla 28

Factores de localización

Método cualitativo por puntos

| | |
|--|-------------|
| Factores imprescindibles | 70% |
| Obras de infraestructura | 15% |
| Facilidad de vías de acceso | 10% |
| Existencia de terrenos aptos para la producción | 14% |
| Abastecimiento de servicios básicos (Luz, agua y teléfono) | 12% |
| Disponibilidad de transporte | 19% |
| Factores importantes | 19% |
| Seguridad policial | 5% |
| Proximidad a las vías principales | 8% |
| Disponibilidad de medios de comunicación | 6% |
| Factores adicionales | 11% |
| Existencia de proveedores de materiales | 7% |
| Disponibilidad de negocios de alimentos | 4% |
| TOTAL | 100% |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Se procedió a la elección de tres sitios para su respectiva evaluación, a través de un sistema de puntaje cuya calificación por sector fue dada de 1 a 10 y se estableció una ponderación, cuyos resultados fueron:

Tabla 29

Categoría del factor según el sector

| CATEGORÍA DEL FACTOR | Peso | EL SAGRARIO | | LOS CEIBOS | | EL RETORNO | |
|---|-------------|-------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | | Calif. | Calif. Pond. | Calif. | Calif. Pond. | Calif. | Calif. Pond. |
| FACTORES IMPRESCINDIBLES | 70% | 43 | 5,96 | 34 | 4,65 | 36 | 4,97 |
| Obras de infraestructura | 14% | 9 | 1,26 | 7 | 0,98 | 7 | 0,98 |
| Facilidad de vías de acceso | 10% | 9 | 0,9 | 7 | 0,7 | 8 | 0,8 |
| Existencia de terrenos aptos para la producción | 15% | 8 | 1,2 | 5 | 0,75 | 6 | 0,9 |
| Abastecimiento de servicios básicos (agua y teléfono) | 12% | 9 | 1,08 | 9 | 1,08 | 8 | 0,96 |
| Disponibilidad de transporte | 19% | 8 | 1,52 | 6 | 1,14 | 7 | 1,33 |
| FACTORES IMPORTANTES | 19% | 27 | 1,71 | 22 | 1,39 | 25 | 1,58 |
| Seguridad policial | 8% | 9 | 0,72 | 7 | 0,56 | 8 | 0,64 |
| Proximidad a las vías principales | 5% | 9 | 0,45 | 7 | 0,35 | 8 | 0,4 |
| Disponibilidad de medios de comunicación | 6% | 9 | 0,54 | 8 | 0,48 | 9 | 0,54 |
| FACTORES ADICIONALES | 11% | 17 | 0,95 | 14 | 0,77 | 15 | 0,84 |
| Existencia de proveedores de materiales | 7% | 9 | 0,63 | 7 | 0,49 | 8 | 0,56 |
| Disponibilidad de negocios de alimentos | 4% | 8 | 0,32 | 7 | 0,28 | 7 | 0,28 |
| TOTAL | 100% | | 8,62 | | 6,81 | | 7,39 |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

La zona más conveniente de acuerdo a los resultados para ubicar las instalaciones de la microempresa de comercialización se encuentra en el Sagrario, sector del Parque Industrial, vía Urcuquí.

4.2.4. Descripción de los factores de la micro localización

Entre los aspectos básicos para localizar la microempresa de producción y comercialización de muebles en metal se encuentran:

1. Obras de Infraestructura

El lugar donde se va a desarrollar la microempresa, cuenta con los servicios básicos requeridos para poner en marcha este proyecto. En cuanto a obras de infraestructura cuenta con alcantarillado, agua potable, luz eléctrica; entre otras.

2. Facilidad de vías de acceso

En cuanto a vías de acceso la microempresa contará con vías de primer orden, cuyas vías de acceso se desprenden desde el norte y sur, cuyos canales de comunicación son apropiados por cuanto se interceptan en el centro de la ciudad de Ibarra.

3. Existencia de terrenos aptos para la producción de muebles

El sitio escogido para la instalación de la microempresa, presenta la disponibilidad de terrenos aptos para la fabricación de muebles, el mismo que por la presencia de la carretera Ibarra – Urcuquí, hace que sea muy concurrida por propios y extraños, lo cual facilita el libre acceso de transportación de mercadería y por ende el comercio se vuelve muy ágil.

4. Abastecimiento de servicios básicos

El área dispone de todos los servicios indispensables para el normal funcionamiento de cualquier microempresa que se desea instalar.

5. Disponibilidad de transporte

En lo que se refiere a la movilización, el sector cuenta con el servicio de buses directos a pocos pasos de la microempresa, entre ellas las cooperativas 28 de Septiembre y San Miguel de Ibarra, al igual que el servicio de camionetas, las cuales prestan sus servicios a cualquier lugar del cantón.

6. Seguridad policial

El sitio dispone de seguridad, especialmente por la presencia del parque industrial y por existir zonas residenciales cercanas.

7. Proximidad a las vías principales

El terreno cuenta con vías principales y alternas de fácil acceso de los clientes tanto para entrada como salida de productos.

8. Disponibilidad de medios de comunicación

El área escogida dispone de medios de comunicación para efectuar comercio y estar siempre comunicado tales como teléfono, fax y servicio de internet.

9. Existencia de proveedores de materiales

Existen ferreterías y pequeños negocios de venta de insumos de suministros para la actividad metalmecánica, cerca al área existe una gasolinera que abastece de combustible en caso de requerirlo.

10. Disponibilidad de negocios de alimentos

La presencia de pequeños negocios de venta de comida existe en un número considerable, especialmente por ser una zona netamente industrial, de servicios y comercial.

4.3. Tamaño del proyecto

El Tamaño del proyecto se estima estará en base a la capacidad instalada de su planta de producción, cuya dimensión del área tanto administrativa, productiva y comercial será de 300 metros cuadrados de construcción, con un tiempo de funcionamiento de 8 horas diarias, cinco días laborales; se prevé cubrir en producción por producto las siguientes cantidades de producción diaria, calculada por horas- hombre empleada en la producción de cada producto, siendo:

Tabla 30
Capacidad de planta de producción

| Producto | Cantidad (unidad) | Tiempo de elaboración (horas/hombre) | de Total unidades tiempo horas (día) | Total unidades 8 semanal (5 días) | Total unidades al año |
|---------------------------|--------------------------|---|---|--|------------------------------|
| Silla de oficina | 1 | 0,88 | 9 | 46 | 2.223 |
| Mesa hexagonal -prekinder | 1 | 0,57 | 14 | 72 | 3.440 |
| Escritorio secretaria | 1 | 1,14 | 7 | 37 | 1.775 |
| Escritorio estudiante | 1 | 0,67 | 12 | 59 | 2.841 |
| Archivadores de 4 gavetas | 1 | 0,89 | 9 | 44 | 2.113 |
| Anaqueles | 1 | 1,33 | 6 | 32 | 1.532 |
| Pupitre de ángulo | 1 | 1,00 | 8 | 40 | 1.897 |

Fuente: Investigación directa en empresas similares del Ibarra al 2011
Elaboración: La autora

Para la producción de los muebles de oficina en metal, se requerirá de 10 operarios para trabajar en la microempresa, a fin de alcanzar a producir diariamente 9 sillas, 14 mesas,

7 escritorios para secretarias, 12 escritorios para estudiantes, 9 archivadores, 6 anaqueles y 8 pupitres de ángulo.

Con estos antecedentes mi empresa tendrá una capacidad de producción con respecto a sillas de 2.223 unidades, que cubrirá al 22%, del total de la demanda insatisfecha que se estima para el año (2.016) será de 10.104; por lo tanto de mi capacidad de producción que será se 2.223 unidades, se pretende cubrir el primer año el 70%, siendo un total a cubrir por 1.556 unidades. En el segundo año se pretende cubrir un 80% que será de 1.779 unidades del total de mi capacidad productiva que es de 2.223 unidades. Y del tercer año en adelante se estima cubrir con el 100% de mi capacidad productiva que corresponde a 2223 unidades. Para los demás productos serán las mismas condiciones.

A continuación se detalla la capacidad productiva por cada producto.

Tabla 31

Capacidad a cubrir por el proyecto

(Unidades de producto)

| Producto | Total unidades al año a cubrir (capacidad Instalada) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | 70% | 80% | 100% | 100% | 100% |
| Silla de oficina | 2.223 | 1.556 | 1.778 | 2.223 | 2.223 | 2.223 |
| Mesa hexagonal prekinder | 3.440 | 2.408 | 2.752 | 3.440 | 3.440 | 3.440 |
| Escritorio secretaria | 1.775 | 1.242 | 1.420 | 1.775 | 1.775 | 1.775 |
| Escritorio estudiante | 2.841 | 1.989 | 2.273 | 2.841 | 2.841 | 2.841 |
| Archivadores de 4 gavetas | 2.113 | 1.479 | 1.690 | 2.113 | 2.113 | 2.113 |
| Anaqueles | 1.532 | 1.072 | 1.225 | 1.532 | 1.532 | 1.532 |
| Pupitre de ángulo | 1.897 | 1.328 | 1.517 | 1.897 | 1.897 | 1.897 |
| Capacidad a cubrir | | 11.074 | 12.657 | 15.821 | 15.821 | 15.821 |

Elaboración: La autora

El cuadro anterior permite establecer el número de unidades que la microempresa estima producir de acuerdo a la demanda insatisfecha obtenida, hasta lograr cubrir su máxima capacidad de planta.

4.4. Ingeniería del proyecto

Para determinar la ingeniería del proyecto se estableció los elementos de estudio, tanto a nivel de proceso de fabricación de los productos en muebles, comercialización, equipamiento, infraestructura, asistencia técnica, requerimiento de personal en producción, administrativo y operativo y distribución de planta.

4.4.1. Proceso productivo

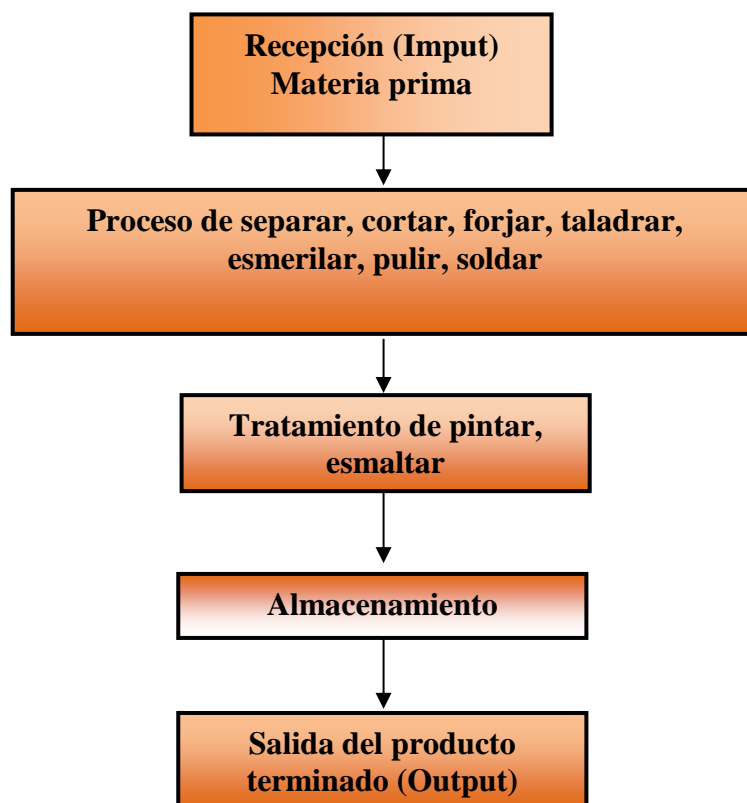


Figura 14 Diagrama de bloque del proceso general de los productos metálicos

4.4.2. Simbología para la representación del flujo de procesos productivos

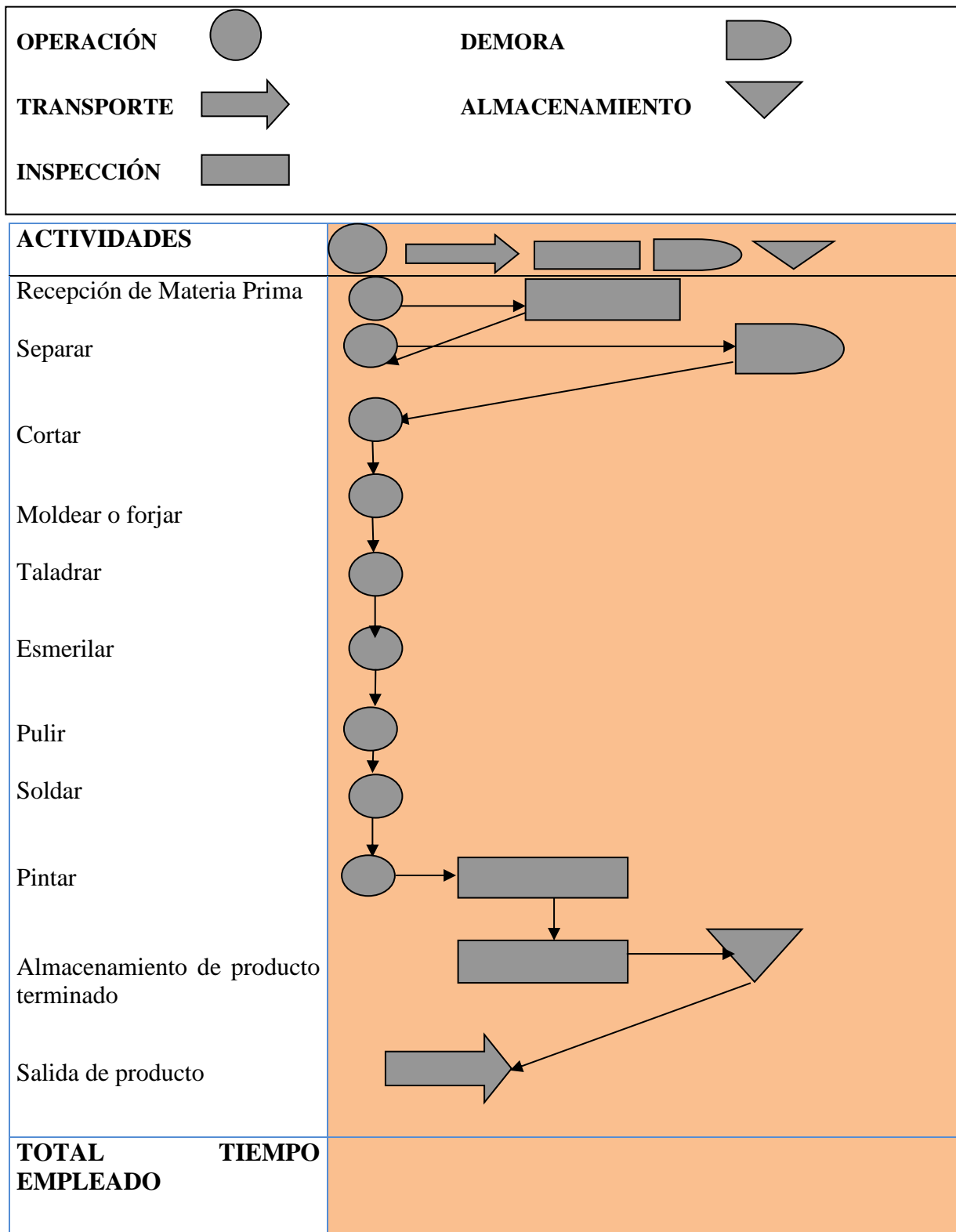


Figura 15 Flujograma proceso de la producción general (estructura metálica, mobiliario, portones y ventanas)

Elaboración: La Autora

❖ **Recepción**

Área en donde se recopila toda la materia prima adquirida.

❖ **Proceso**

Aquí es donde se comienza a transformar la materia prima en producto terminado mediante los siguientes pasos:

- **Separar y cortar**

Al separar y cortar el hierro, a las piezas se les da una forma burda, adecuada para su transformación posterior.

- **Forjar**

Dar la forma inicial a las piezas de metal que habrán de cumplir con exigencias que esta requiere, al forjar se le da la forma, dependiendo de la forma inicial a la forma final de la pieza, mediante el calentamiento de la materia prima a altas temperaturas, se logran formas intermedias, laminando o doblando el material.

- **Esmerilar y pulir**

Las asperezas o los desalineamientos que quedan en la superficie de la pieza después de haberla torneado o fresado, se quita al esmerilarla en forma de viruta de tamaño microscópico. La calidad de superficie o rugosidad que pueda lograrse, depende del tamaño de los granos de esmerilado. Un grano grueso tiene como resultado una superficie rugosa, granos finos una superficie casi lisa.

- **Soldadura**

Los métodos utilizados son procesos autógenos o eléctricos de soldadura por fusión para unir piezas. En la soldadura eléctrica, la temperatura se produce mediante energía eléctrica. Para rellenar la junta soldada se usan alambres de soldadura o electrodos de fusión cuya composición de material debe adecuarse con mucha exactitud al material de base. Si no existe esta condición en la pieza a transformar, hay peligro de formación de grietas y corrosión.

- **Pintar**

Una parte de las piezas fabricadas se pinta para mejorar sus propiedades visuales de presentación/acabado y/o la resistencia a la corrosión.

- **Entrega y recepción**

Después de todo este proceso se deja unas cuantas horas para su secado correcto para luego entregar el producto terminado.

4.4.3. Tecnología

La microempresa empleará como tecnología la más moderna y que haga que el proceso de producción sea el más efectivo y productivo, a fin de ahorrar en costos, exista mayor rendimiento, mejores productos terminados, calidad en sus diseños, y sobre todo que el cliente quede satisfecho con los productos adquiridos. Las maquinarias, equipos, herramientas y sobre todo la experiencia contará para exista productividad y competitividad de los productos ofertados al mercado ibarreño.

4.4.4. Maquinaria y equipo

El equipamiento que se requerirá para la microempresa de producción y comercialización de muebles en metal, será el siguiente:

1. Maquinaria

Tabla 32

Maquinaria en unidades requeridas

| Maquinaria y Equipo | Capacidad Máxima | # unidades |
|----------------------------|---|-------------------|
| Suelda 220 voltios | Cap. Max. 250 volt. | 2 |
| Suelda 110 a 220 | Doble amperaje 220 vol. | 1 |
| Amoladora | 110 voltios | 2 |
| Taladro de columna | Brocas: 3 1/6 hasta 5/8 | 1 |
| Taladro de mano | Brocas 1/2 pulg. | 1 |
| Mesa de trabajo + tornillo | Toda clase de tubos y perfiles | 3 |
| Dobladora de tol | Laminas: 1.40; 1.32; 1.20 y 1.25 | 1 |
| Cortadora de metal | Varillas: 8, 1/2, 14, 16, 18, 22, 25 ml. | 1 |
| Dobladora de tubo | | 1 |
| Compresor | 100 libras de 1800 revoluciones por minuto. | 1 |
| Esmeril de banco | Capacidad: 1/2 hasta 3/4 velocidad | 2 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

2. Herramientas de trabajo

Tabla 33

Herramientas necesarias en el proceso

| Descripción | Unidades |
|----------------------|-----------------|
| Desarmadores (juego) | 1 |
| Martillos de metal | 3 |
| Formones | 6 |
| Playos | 5 |

| Descripción | Unidades |
|--|-----------------|
| Alicates | 4 |
| Pinzas | 4 |
| Prensas | 4 |
| Brocas de acero | 12 |
| Brocas de vidrio | 8 |
| Niveles | 2 |
| Sierras | 6 |
| Cinceles o puntas | 8 |
| Escuadras rectas | 5 |
| Escuadras angulares | 5 |
| Limas planas | 8 |
| Limatones redondos | 6 |
| Flexómetros | 4 |
| Remachadoras | 8 |
| Llaves de corona y hexagonales (juego) | 2 |
| Pistolas de silicones | 4 |
| Cuchillas | 10 |
| Estiletes | 8 |
| Extensiones eléctricas (metros) | 80 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

3. Muebles de producción

Tabla 34

Muebles empleados en producción

| Descripción | Cantidad Unidades |
|--------------------|--------------------------|
| Mesas de trabajo | 2 |
| Sillas | 7 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

4. Equipos de seguridad

Tabla 35

Equipos para seguridad de planta

| Descripción | Cantidad Unidades |
|-------------------|-------------------|
| Sistema de alarma | 1 |
| Extintores | 2 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

5. Materiales y suministros de producción

Tabla 36

Materiales e insumos de producción

| Insumos | Unidad | Cantidad diaria |
|----------------|-----------|-----------------|
| Gasolina extra | gl. | 10 |
| Tiñer | Lts. | 50 |
| Grasas | gr. (1,5) | 20 |

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La autora

4.4.5. Obras civiles

El lugar donde se va a llevar a cabo el proyecto de creación de la microempresa de producción y comercialización de muebles en metal, tendrá una extensión de 300 m² de construcción, la misma que se encontrará distribuida de la siguiente manera:

Tabla 37

Áreas y dimensiones

| Áreas | Dimensión en m2 |
|----------------------------|-----------------|
| Administrativa | 12,00 |
| Contable | 8,00 |
| Bodega | 40,00 |
| Producción | 140,00 |
| Comercialización | 80,00 |
| Patio de ingreso vehicular | 20,00 |
| Total | 300,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La autora

Confort de la planta

- Visual: Iluminación natural lateral y central
- Auditivo: No requiere de materiales especiales
- Instalación Eléctrica: Electricidad trifásica
- Área: Espacio para cada proceso.



Figura 16 Fachada Principal de la planta de producción y comercialización

Elaboración: La autora

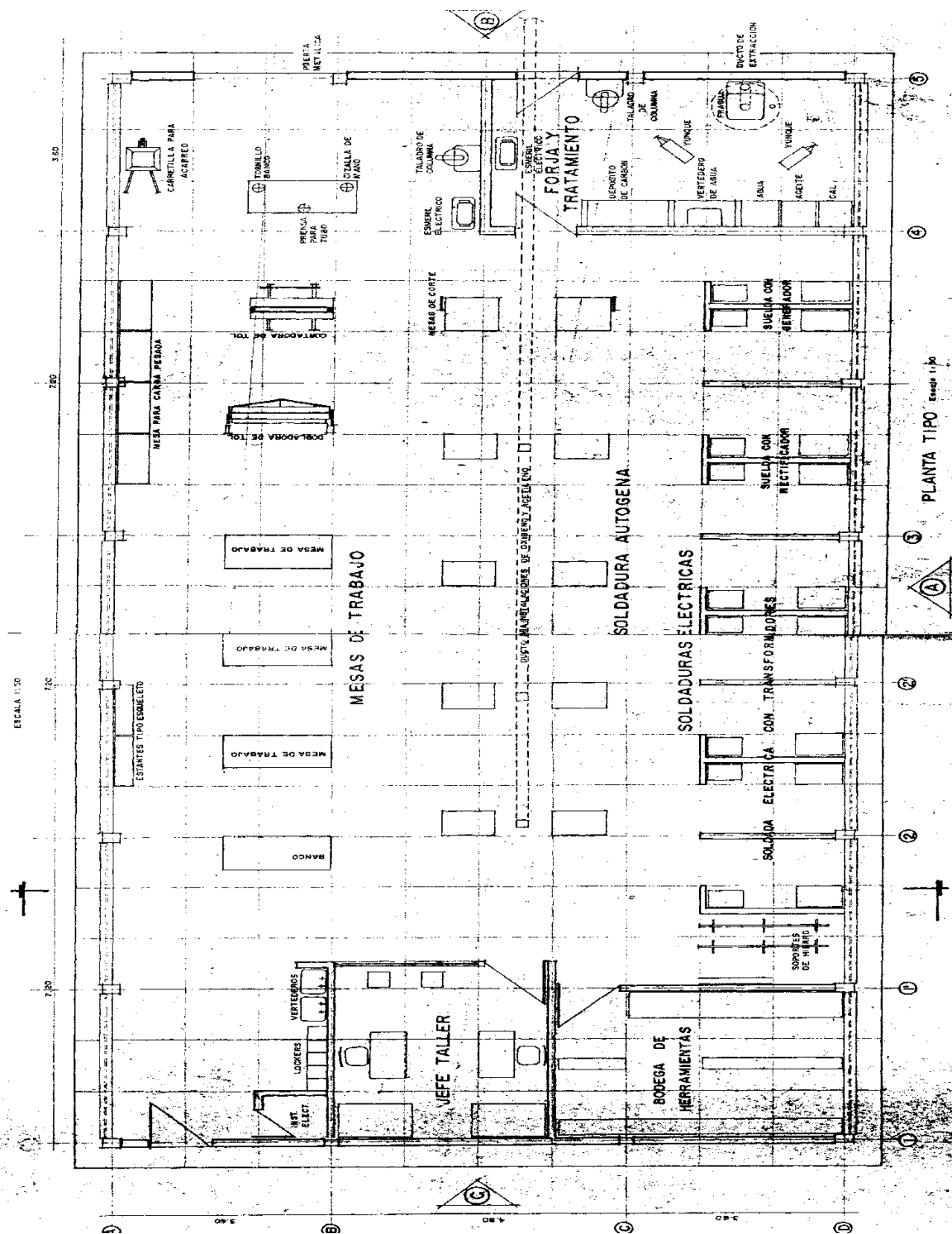


Figura 17 Plano de distribución de la planta

Elaboración: Arq. José Andrade

4.5. Presupuesto técnico

El presupuesto técnico de inversión, estará establecido en base a una inversión fija, diferida y un capital de trabajo, el cual se desglosa así:

4.5.1. Inversiones Fijas

La inversión fija se establece en base de los siguientes rubros relacionados tanto a nivel productivo como comercial, siendo:

a. Terreno

Tabla 38

Valor del terreno

| Descripción | Cantidad en m2 | Costo unitario por m2 | Valor total \$ |
|--------------------|---------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Terreno | 300 | 90,00 | 27.000,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

b. Construcción de edificio

Tabla 39

Valor de la construcción de la planta

| Descripción | Valor total \$ |
|--|-----------------------|
| Diseño de planos de construcción | 1.500,00 |
| Permisos de construcción | 500,00 |
| Limpieza de terreno | 150,00 |
| Levantamiento de bases | 5.400,00 |
| Levantamiento de paredes | 4.500,00 |
| Losas | 10.700,00 |
| Mano de obra | 4.500,00 |
| Colocación de instalaciones de servicios básicos | 3.500,00 |
| Instalaciones eléctricas | 2.100,00 |
| Instalación de puertas y ventanas | 2.500,00 |
| Pintada de paredes | 1.500,00 |
| Total | 36.850,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

c. Maquinaria y equipo de producción

Tabla 40

Valor de la maquinaria y equipo de producción

| Maquinaria y Equipo | Capacidad | | # unidades a utilizar | Costo unitario por Maquina | Costo Total |
|----------------------------|-----------------------------|-------------|--------------------------|-------------------------------------|------------------|
| | Máxima | | | | |
| Suelda 220 voltios | Cap. Max. | 250 | 1.200,00 | 2.400,00 | 1.200,00 |
| | volt. | | | | |
| Suelda 110 a 220 | Doble | amperaje | 890,00 | 890,00 | 890,00 |
| | 220 vol | | | | |
| Amoladora | 110 voltios | | 550,00 | 1.100,00 | 550,00 |
| Taladro de columna | Brocas: | 3 1/6 | 500,00 | 500,00 | 500,00 |
| | hasta 5/8 | | | | |
| Taladro de mano | Brocas 1/2 pulg. | | 200,00 | 200,00 | 200,00 |
| Mesa de trabajo + tornillo | Toda clase | de | 150,00 | 450,00 | 150,00 |
| | tubos y perfiles | | | | |
| Dobladora de tol | Laminas: | 1.40; | 1.700,00 | 1.700,00 | 1.700,00 |
| | 1.32; 1.20 y 1.25 | | | | |
| Cortadora de metal | Varillas: | 8, 1/2, 14, | 800,00 | 800,00 | 800,00 |
| | 16, 18, 22, 25 ml. | | | | |
| Dobladora de tubo | | | 1.800,00 | 1.800,00 | 1.800,00 |
| Compresor | 100 libras de | 1800 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 |
| | revoluciones por minuto. | | | | |
| Esmeril de banco | Capacidad: | 1/2 | 450,00 | 900,00 | 450,00 |
| | hasta 3/4 velocidad | | | | |
| Total | | | | | 11.940,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

d. Herramientas de producción

Tabla 41

Valor de las herramientas de producción

| Descripción | Cantidad | Precio | Valor |
|--|-----------------|--------------------|-----------------|
| | Unidades | unitario \$ | total \$ |
| Desarmadores (juego) | 1 | 25,00 | 25,00 |
| Martillos de metal | 3 | 4,50 | 13,50 |
| Formones | 6 | 1,20 | 7,20 |
| Playos | 5 | 3,50 | 17,50 |
| Alicates | 4 | 1,20 | 4,80 |
| Pinzas | 4 | 1,50 | 6,00 |
| Prensas | 4 | 2,50 | 10,00 |
| Brocas de acero | 12 | 0,50 | 6,00 |
| Brocas de vidrio | 8 | 0,40 | 3,20 |
| Niveles | 2 | 2,50 | 5,00 |
| Sierras | 6 | 5,50 | 33,00 |
| Cinceles o puntas | 8 | 3,50 | 28,00 |
| Escuadras rectas | 5 | 1,20 | 6,00 |
| Escuadras angulares | 5 | 1,50 | 7,50 |
| Limas planas | 8 | 1,10 | 8,80 |
| Limatones redondos | 6 | 1,50 | 9,00 |
| Fluxómetros | 4 | 9,50 | 38,00 |
| Remachadoras | 8 | 5,50 | 44,00 |
| Llaves de corona y hexagonales (juego) | 2 | 25,50 | 51,00 |
| Pistolas de silicones | 4 | 5,20 | 20,80 |
| Cuchillas | 10 | 2,50 | 25,00 |
| Estiletes | 8 | 1,50 | 12,00 |
| Extensiones eléctricas ((metros) | 80 | 0,55 | 44,00 |
| Total | | | 425,30 |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

e. Muebles de producción

Tabla 42

Muebles de producción

| Descripción | Cantidad | Precio | Valor |
|------------------|----------|-------------|----------|
| | Unidades | Unitario \$ | Total \$ |
| Mesas de trabajo | 2 | 75,00 | 150,00 |
| Sillas | 7 | 14,00 | 98,00 |
| Total | | | 248,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

f. Equipo de computación

Tabla 43

Valor del equipo de computación

| Descripción | Cantidad | Precio | Valor |
|---------------------|----------|-------------|----------|
| | Unidades | unitario \$ | total \$ |
| Computadora | 2 | 890,00 | 1.780,00 |
| Impresora matricial | 1 | 145,00 | 145,00 |
| Impresora laser | 1 | 250,00 | 250,00 |
| Total | | | 2.175,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

g. Muebles y enseres de oficina

Tabla 44

Valor de muebles y enseres de oficina

| Descripción | Cantidad | Precio | Valor |
|------------------------------|----------|-------------|----------|
| | Unidades | unitario \$ | total \$ |
| Mesas de Computo | 2 | 75,00 | 150,00 |
| Archivador | 1 | 100,00 | 100,00 |
| Sillas de oficina | 4 | 14,00 | 56,00 |
| Escritorio oficina gerente | 5 | 100,00 | 500,00 |
| Escritorio oficina contadora | 1 | 90,00 | 90,00 |

| Descripción | Cantidad | Precio | Valor |
|-----------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| | Unidades | unitario \$ | total \$ |
| Escritorio vendedor | 1 | 90,00 | 90,00 |
| Mostrador | 1 | 100,00 | 100,00 |
| Basurero | 2 | 5,00 | 10,00 |
| Extintor de incendios | 2 | 125,00 | 250,00 |
| Total | | | 1.346,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

h. Equipo de oficina

Tabla 45

Valor del equipo de oficina

| Descripción | Cantidad | Precio | Valor total \$ |
|---------------------|-----------------|--------------------|-----------------------|
| | Unidades | unitario \$ | |
| Teléfono fax | 1 | 130,00 | 130,00 |
| Perforadora | 2 | 5,00 | 10,00 |
| Grapadora | 2 | 4,00 | 8,00 |
| Saca grapas | 2 | 0,70 | 1,40 |
| Calculadora de mano | 2 | 7,50 | 15,00 |
| Total | | | 164,40 |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

i. Equipo de seguridad

Tabla 46

Valor del equipo de seguridad

| Descripción | Cantidad | Precio | Valor total \$ |
|--------------------|-----------------|--------------------|-----------------------|
| | Unidades | unitario \$ | |
| Sistema de alarma | 1 | 380,00 | 380,00 |
| Extintores | 2 | 150,00 | 300,00 |
| Total | | | 680,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

j. Vehículo

Tabla 47

Valor del vehículo

| Descripción | Cantidad Unidades | Precio unitario \$ | Valor total \$ |
|------------------|-------------------|--------------------|------------------|
| Camioneta Toyota | 1 | 25.000,00 | 25.000,00 |
| Total | | | 25.000,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

En resumen la inversión fija asciende a USD. \$ 105.828,70 la misma que se encuentra conformado por el equipamiento más necesario para la puesta en marcha de la microempresa, siendo:

Tabla 48

Total inversión fija

| Detalle | Valor total \$ |
|-----------------------------------|-------------------|
| Terreno | 27.000,00 |
| Construcción | 36.850,00 |
| Maquinaria y equipo de producción | 11.940,00 |
| Herramientas | 425,30 |
| Muebles de producción | 248,00 |
| Equipo de computación | 2.175,00 |
| Muebles y enseres de oficina | 1.346,00 |
| Equipo de oficina | 164,40 |
| Equipo de seguridad | 680,00 |
| Vehículo | 25.000,00 |
| Total | 105.828,70 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

4.5.2. Inversiones diferidas

El rubro de la inversión diferida asciende a 295,00, distribuido en:

Tabla 49**Valor de la inversión diferida**

| Detalle | Valor total \$ |
|-------------------------------------|-----------------------|
| Patente Municipal de funcionamiento | 250,00 |
| Permiso del Cuerpo de Bomberos | 45,00 |
| Total | 295,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

4.5.3. Capital de trabajo

La microempresa de producción y comercialización de muebles de oficina en metal, manejará el siguiente capital de trabajo en forma mensual, siendo:

Tabla 50**Valor del capital de trabajo**

| Detalle | Cantidad mensual | Valor Unitario de compra\$ | Valor mensual \$ |
|---|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------|
| Compra materia prima directa: | | | |
| Láminas de metal | 217 | 10,22 | 2.217,97 |
| Compra de insumos producción: | | | 5.285,50 |
| Materiales consumibles | | | 1.980,00 |
| Electrodos de soldadura (cajas) | 250 | 10,00 | 2.500,00 |
| Pintura (galones) | 100 | 5,50 | 550,00 |
| Tornillos (Cajas) | 25 | 3,50 | 87,50 |
| Remaches (Cajas) | 40 | 4,20 | 168,00 |
| Mano de Obra: | | | |
| Operarios | 10 | | 2.866,30 |
| Total Pago de producción | | | 10.369,77 |
| Pago de personal Administrativo: | | | |
| Gerencia (Maestro técnico) | 1 | | 750,00 |
| Contador/a | 1 | | 450,00 |

| Detalle | Cantidad mensual | Valor Unitario de compra\$ | Valor mensual de \$ |
|---|------------------|----------------------------|---------------------|
| Total Pago Personal administrativo | | | 1.200,00 |
| Pago de personal de ventas: | | | |
| Vendedor | 1 | | 270,00 |
| Total Pago Personal ventas | | | 270,00 |
| Manejo de publicidad y promoción | | | 150,00 |
| Servicios Básicos | | | 100,00 |
| Total Capital de Trabajo | | | \$ 12.089,77 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

4.5.4. Inversión total del proyecto

La inversión asciende a USD. \$118.213,47; las inversiones se realizarán en el 100% en el primer mes, tiempo en que el que se espera estar ya en operación.

Tabla 51

Total inversión

| Descripción | Valor Total | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|----------------|
| Inversión fija | 105.828,70 | 89,52% |
| Inversión Diferida | 295,00 | 0,25% |
| Inversión Variable | \$ 12.089,77 | 10,23% |
| Total | 118.213,47 | 100,00% |

Elaboración: La autora

4.5.5. Financiamiento

El financiamiento será del 30% propio y el 70% mediante un crédito financiero, siendo:

Tabla 52
Financiamiento de la inversión

| Descripción | Valor Total | Financiamiento | |
|--------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
| | | Propio | Crédito |
| Inversión fija | 105.828,70 | 31.748,61 | 74.080,09 |
| Inversión Diferida | 295,00 | 88,50 | 206,50 |
| Inversión Variable | 12.089,77 | 3.626,93 | 8.462,84 |
| Total | 118.213,47 | 35.464,04 | 82.749,43 |
| | 100% | 30% | 70% |

Elaboración: La autora

4.5.6. Talento humano

Para el presente proyecto se requerirá el siguiente personal:

Tabla 53
Personal administrativo y de ventas

| Personal | Número | Sueldo mensual | Sueldo mensual total |
|------------------------|---------------|-----------------------|-----------------------------|
| Administrativo: | | | |
| Gerente | 1 | 750,00 | 750,00 |
| Contadora | 1 | 450,00 | 450,00 |
| Operativo: | | | |
| Operarios | 10 | 286,63 | 2.866,30 |
| Ventas: | | | |
| Vendedor | 1 | 270,00 | 270,00 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1. Estado de situación financiera inicial

Tabla 54

Estado de situación inicial o de arranque

| ACTIVOS: | | PASIVOS: | |
|-----------------------------------|----------------------|---|--|
| Activos circulantes: | | Deuda por pagar \$ 82.749,43 | |
| Capital de trabajo | \$ 12.089,77 | L.P | |
| Total Activos circulantes | \$ 12.089,77 | | |
| Activos fijos: | | Total Pasivos \$ 82.749,43 | |
| Terreno | 27.000,00 | | |
| Construcción | 36.850,00 | | |
| Maquinaria y equipo de producción | 11.940,00 | | |
| Herramientas | 425,30 | | |
| Muebles de producción | 248,00 | | |
| Equipo de computación | 2.175,00 | | |
| Muebles y enseres de oficina | 1.346,00 | | |
| Equipo de oficina | 164,40 | | |
| Equipo de seguridad | 680,00 | | |
| Vehículo | 25.000,00 | | |
| Total Activos fijos | \$ 105.828,70 | PATRIMONIO: | |
| Activos diferidos: | | Inversión propia \$ 35.464,04 | |
| Inversión diferida | \$ 295,00 | | |
| Total Activos diferidos | \$ 295,00 | Total Patrimonio \$ 35.464,04 | |
| TOTAL ACTIVO | \$ 118.213,47 | TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO \$ 118.213,47 | |

Elaboración: La autora

5.2. Determinación de los ingresos proyectados

Para la estructuración de los ingresos que generará el proyecto, se empleó como información lo obtenido del estudio técnico en el tamaño del proyecto y el precio estimado del estudio de mercado, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 55

Ingreso por ventas de los muebles de oficina

(Por unidades monetarias)

| PRODUCTO | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1. Sillas de oficina | | | | | |
| Cantidad (u) | 1.556 | 1.778 | 2.223 | 2.223 | 2.223 |
| Precio (\$) | 15,17 | 15,68 | 16,22 | 16,77 | 17,34 |
| Subtotal 1 (\$) | 23.603,52 | 27.892,62 | 36.051,21 | 37.276,95 | 38.544,37 |
| 2. Mesa hexagonal prekinder | | | | | |
| Cantidad (u) | 2.408 | 2.752 | 3.440 | 3.440 | 3.440 |
| Precio (\$) | 14,30 | 14,79 | 15,29 | 15,81 | 16,35 |
| Subtotal 2 (\$) | 34.435,85 | 40.693,34 | 52.596,14 | 54.384,41 | 56.233,48 |
| 3. Escritorio secretaria | | | | | |
| Cantidad (u) | 1.242 | 1.420 | 1.775 | 1.775 | 1.775 |
| Precio (\$) | 102,02 | 105,49 | 109,08 | 112,79 | 116,62 |
| Subtotal 3 (\$) | 126.764,29 | 149.799,18 | 193.615,44 | 200.198,36 | 207.005,10 |
| 4. Escritorio estudiante | | | | | |
| Cantidad (u) | 1.989 | 2.273 | 2.841 | 2.841 | 2.841 |
| Precio (\$) | 65,14 | 67,36 | 69,65 | 72,01 | 74,46 |
| Subtotal 4 (\$) | 129.563,67 | 153.107,24 | 197.891,11 | 204.619,40 | 211.576,46 |
| 5. Archivador 4 gavetas | | | | | |
| Cantidad (u) | 1.479 | 1.690 | 2.113 | 2.113 | 2.113 |
| Precio (\$) | 211,97 | 219,18 | 226,63 | 234,33 | 242,30 |
| Subtotal 5 (\$) | 313.536,16 | 370.510,16 | 478.884,38 | 495.166,45 | 512.002,11 |
| 6. Anaqueles | | | | | |

| | | | | | |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Cantidad (u) | 1.072 | 1.225 | 1.532 | 1.532 | 1.532 |
| Precio (\$) | 114,08 | 117,96 | 121,97 | 126,12 | 130,41 |
| Subtotal 6 (\$) | 122.304,68 | 144.529,19 | 186.803,98 | 193.155,32 | 199.722,60 |
| 7. Pupitre de ángulo | | | | | |
| Cantidad (u) | 1.328 | 1.517 | 1.897 | 1.897 | 1.897 |
| Precio (\$) | 22,41 | 23,17 | 23,96 | 24,77 | 25,61 |
| Subtotal 7 (\$) | 29.749,17 | 35.155,01 | 45.437,85 | 46.982,74 | 48.580,15 |
| Total ingresos | 779.957,35 | 921.686,74 | 1.191.280,11 | 1.231.783,64 | 1.273.664,28 |

Fuente: Tamaño del proyecto y estudio de mercado

Elaboración: La autora

5.3. Determinación de los egresos proyectados

5.3.1. Costo de ventas

Para el establecimiento de este costo se lo hizo en base a la estimación del costo unitario de cada producto multiplicado por la cantidad de ventas estimadas, obteniendo lo siguiente:

Tabla 56

Costo de ventas por mueble fabricado

| PRODUCTO | 2012 | 2013 | 32014 | 2015 | 2016 |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Silla de oficina | | | | | |
| Cantidad (u) | 1.556 | 1.778 | 2.223 | 2.223 | 2.223 |
| Costo unitario (\$) | 13,44 | 13,90 | 14,37 | 14,86 | 15,37 |
| Subtotal 1 (\$) | 20.916,55 | 24.717,39 | 31.947,22 | 33.033,43 | 34.156,56 |
| 2. Mesa hexagonal prekinder | | | | | |
| Cantidad (u) | 2.408 | 2.752 | 3.440 | 3.440 | 3.440 |
| Costo unitario (\$) | 12,93 | 13,36 | 13,82 | 14,29 | 14,77 |
| Subtotal 2 (\$) | 31.124,24 | 36.779,95 | 47.538,09 | 49.154,39 | 50.825,64 |
| 3. Escritorio secretaria | | | | | |
| Cantidad (u) | 1.242 | 1.420 | 1.775 | 1.775 | 1.775 |
| Costo unitario (\$) | 85,82 | 88,74 | 91,76 | 94,88 | 98,10 |
| Subtotal 3 (\$) | 106.632,58 | 126.009,24 | 162.866,94 | 168.404,42 | 174.130,17 |
| 4. Escritorio estudiante | | | | | |
| Cantidad (u) | 1.989 | 2.273 | 2.841 | 2.841 | 2.841 |
| Costo unitario (\$) | 52,73 | 54,53 | 56,38 | 58,30 | 60,28 |
| Subtotal 4 (\$) | 104.884,88 | 123.943,96 | 160.197,56 | 165.644,28 | 171.276,19 |
| 5. Archivador 4 gavetas | | | | | |
| Cantidad (u) | 1.479 | 1.690 | 2.113 | 2.113 | 2.113 |
| Costo unitario (\$) | 172,68 | 178,55 | 184,62 | 190,90 | 197,39 |
| Subtotal 5 (\$) | 255.417,26 | 301.830,23 | 390.115,57 | 403.379,50 | 417.094,40 |
| 6. Anaqueles | | | | | |
| Cantidad (u) | 1.072 | 1.225 | 1.532 | 1.532 | 1.532 |
| Costo unitario (\$) | 90,99 | 94,09 | 97,28 | 100,59 | 104,01 |
| Subtotal 6 (\$) | 97.551,09 | 115.277,52 | 148.996,20 | 154.062,07 | 159.300,18 |
| 7. Pupitre de ángulo | | | | | |
| Cantidad (u) | 1.328 | 1.517 | 1.897 | 1.897 | 1.897 |
| Costo unitario (\$) | 20,16 | 20,85 | 21,56 | 22,29 | 23,05 |
| Subtotal 7 (\$) | 26.770,13 | 31.634,65 | 40.887,78 | 42.277,96 | 43.715,41 |
| Total costo de ventas | 643.296,72 | 760.192,93 | 982.549,36 | 1.015.956,04 | 1.050.498,54 |

Fuente: Tamaño del proyecto y Estudio de mercado
Elaboración: La autora

El costo unitario de cada producto se estimó en base al costo unitario del año actual 2011, el mismo que se encuentra desglosado en el estudio de mercado en el establecimiento del precio por cada producto, el cual fue proyectado en base a la tasa de inflación del 3,40% para los 5 años de vida útil del proyecto.

El costo unitario por producto se desglosa de la siguiente manera:

Tabla 57

Costo Unitario de una silla de oficina al 2011:

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|--------------------|
| Materia prima | 9,00 |
| Mano de obra | 1,00 |
| Gastos de fabricación | <u>1,00</u> |
| Total costo producción | 11,00 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 1,00 |
| Gastos de ventas | <u>1,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>2,00</u> |
| Costo Total unitario | 13,00 |

Elaboración: La autora

Tabla 58

Costo Unitario de una mesa hexagonal al 2011:

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|--------------------|
| Materia prima | 8,00 |
| Mano de obra | 2,00 |
| Gastos de fabricación | <u>1,50</u> |
| Total costo producción | 11,50 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 0,50 |
| Gastos de ventas | <u>0,50</u> |
| Total Costos distribución | <u>1,00</u> |
| Costo Total unitario | 12,50 |

Elaboración: La autora

Tabla 59**Costo Unitario de un escritorio de estudiante al 2011:**

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|--------------------|
| Materia prima | 31,00 |
| Mano de obra | 10,00 |
| Gastos de fabricación | <u>6,00</u> |
| Total costo producción | 47,00 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 2,00 |
| Gastos de ventas | <u>2,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>4,00</u> |
| Costo Total unitario | 51,00 |

Elaboración: La autora

Tabla 60**Costo Unitario de un escritorio para secretaria al 2011:**

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|--------------------|
| Materia prima | 52,00 |
| Mano de obra | 20,00 |
| Gastos de fabricación | <u>7,00</u> |
| Total costo producción | 79,00 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 2,00 |
| Gastos de ventas | <u>2,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>4,00</u> |
| Costo Total unitario | 83,00 |

Elaboración: La autora

Tabla 61**Costo Unitario de un archivador 4 gavetas al 2011:**

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|---------------------|
| Materia prima | 95,00 |
| Mano de obra | 35,00 |
| Gastos de fabricación | <u>25,00</u> |
| Total costo producción | 155,00 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 6,00 |
| Gastos de ventas | <u>6,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>12,00</u> |
| Costo Total unitario | 167,00 |

Elaboración: La autora

Tabla 62**Costo Unitario de un anaquel al 2011:**

| Costo de Producción: | |
|----------------------------------|--------------------|
| Materia prima | 63,00 |
| Mano de obra | 14,00 |
| Gastos de fabricación | <u>7,00</u> |
| Total costo producción | 84,00 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 2,00 |
| Gastos de ventas | <u>2,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>4,00</u> |
| Costo Total unitario | 88,00 |

Elaboración: La autora

Tabla 63**Costo Unitario de un pupitre de ángulo al 2011:**

| | |
|----------------------------------|--------------------|
| Costo de Producción: | |
| Materia prima | 12,00 |
| Mano de obra | 2,50 |
| Gastos de fabricación | <u>3,00</u> |
| Total costo producción | 17,50 |
| Costo de distribución: | |
| Gastos administrativos | 1,00 |
| Gastos de ventas | <u>1,00</u> |
| Total Costos distribución | <u>2,00</u> |
| Costo Total | 19,50 |

Elaboración: La autora

5.3.2. Costos de distribución**a. Gastos Administrativos y operacionales**

Para el establecimiento de los gastos administrativos a nivel proyectado se aplicó la tasa de inflación del 3,40% y la tasa promedio de los sueldos y salarios (tomando la información histórica y actual de la remuneración básica), obteniendo lo siguiente:

Sueldo básico histórico:**Tabla 64****Sueldo básico histórico mensual**

| AÑOS | Sueldo básico Mensual | Tasa de crecimiento |
|-------------|------------------------------|----------------------------|
| 2007 | 170,00 | - |
| 2008 | 202,00 | 18,82% |
| 2009 | 218,00 | 7,92% |
| 2010 | 240,00 | 10,09% |
| 2011 | 264,00 | 10,00% |

Elaboración: La autora

$$i = \sqrt[4]{\frac{264}{170}} - 1$$

i = 11,63%

Sueldo básico mensual proyectado:

Tabla 65

Sueldo básico mensual proyectado según la Ley

| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Personal | 264,00 | 294,71 | 328,99 | 367,26 | 409,98 | 457,66 |

Fuente: Ley Laboral al 2011
Elaboración: La autora

Sueldos administrativos:

Tabla 66

Sueldo básico del personal administrativo

| Sueldo real mensual | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| Gerente | 750,00 | 837,24 | 934,63 | 1043,34 | 1164,71 | 1300,18 |
| Contador | 450,00 | 502,34 | 560,78 | 626,01 | 698,82 | 780,11 |

Fuente: Ley Laboral al 2011
Elaboración: La autora

Tabla 67

Remuneración anual personal administrativo

| años | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Rubros | | | | | |
| Salario Básico Unificado | 16.075,01 | 17.944,86 | 20.032,20 | 22.362,35 | 24.963,54 |
| Aporte Patronal | 1.953,11 | 2.180,30 | 2.433,91 | 2.717,03 | 3.033,07 |
| Décimo Tercer sueldo | 1.339,58 | 1.495,40 | 1.669,35 | 1.863,53 | 2.080,30 |
| Décimo Cuarto sueldo | 589,42 | 657,98 | 734,51 | 819,95 | 915,33 |
| Vacaciones | 669,79 | 747,70 | 834,68 | 931,76 | 1.040,15 |
| Fondos de Reserva | | 1.339,58 | 1.495,40 | 1.669,35 | 1.863,53 |
| Total | sueldos | | | | |
| administrativos | 20.626,92 | 24.365,83 | 27.200,06 | 30.363,98 | 33.895,92 |

Fuente: Ley Laboral al 2011
Elaboración: La autora

Sueldos Operativos:**Tabla 68****Remuneración básica del personal operativo**

| Remuneración real mensual | | Cantidad | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------------------|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Remuneración básica mensual | | 1 | 286,63 | 319,97 | 357,19 | 398,74 | 445,12 | 496,90 |
| Remuneración básica total mensual | | 10 | 2.866,30 | 3.199,71 | 3.571,90 | 3.987,38 | 4.451,20 | 4.968,96 |

Fuente: Ley Laboral al 2011

Elaboración: La autora

Tabla 69**Remuneración anual personal operativo**

| años | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Salario Básico Unificado | 38.396,50 | 42.862,79 | 47.848,59 | 53.414,34 | 59.627,51 |
| Aporte Patronal | 4.665,17 | 5.207,83 | 5.813,60 | 6.489,84 | 7.244,74 |
| Vacaciones | 1.599,85 | 1.785,95 | 1.993,69 | 2.225,60 | 2.484,48 |
| Fondos de Reserva | | 3.199,71 | 3.571,90 | 3.987,38 | 4.451,20 |
| Total salarios operativo | 44.661,53 | 53.056,27 | 59.227,78 | 66.117,17 | 73.807,92 |

Fuente: Ley Laboral al 2011

Elaboración: La autora

Tabla 70**Pago de personal administrativo proyectado**

| DESCRIPCION | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Sueldos y salarios | | | | | |
| Administrativos y operativos | 65.288,45 | 77.422,10 | 86.427,85 | 96.481,14 | 107.703,84 |
| TOTAL | 65.288,45 | 77.422,10 | 86.427,85 | 96.481,14 | 107.703,84 |

Fuente: Ley Laboral 2011

Elaboración: La autora

Suministros de oficina:**Tabla 71****Suministros de oficina proyectado**

| Rubro | Cantidad | Unidad | Costo unitario | COSTO ANUAL | | | | |
|---------------------------|----------|---------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | | | TRIMESTRAL | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Esferos | 5 | Unidad | 0,30 | 6,00 | 6,20 | 6,41 | 6,63 | 6,86 |
| Carpetas | 2 | docenas | 3,00 | 24,00 | 24,82 | 25,66 | 26,53 | 27,43 |
| Facturas 100x2 (libretin) | 1 | Unidad | 7,50 | 30,00 | 31,02 | 32,07 | 33,17 | 34,29 |
| Hojas de papel boom | 1 | Resma | 6,00 | 24,00 | 24,82 | 25,66 | 26,53 | 27,43 |
| Libro de registros | 1 | Unidad | 1,50 | 6,00 | 6,20 | 6,41 | 6,63 | 6,86 |
| TOTAL | | | | 90,00 | 93,06 | 96,22 | 99,50 | 102,88 |

Elaboración: La autora

Servicios básicos:**Tabla 72****Servicios básicos proyectados**

| Tipos de servicios | Valor mensual | Valor anual | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Energía | | | | | | | |
| Eléctrica | \$ 45,00 | \$ 540,00 | \$ 558,36 | \$ 577,34 | \$ 596,97 | \$ 617,27 | \$ 638,26 |
| Servicio | | | | | | | |
| Telefónico | \$ 20,00 | \$ 240,00 | \$ 248,16 | \$ 256,60 | \$ 265,32 | \$ 274,34 | \$ 283,67 |
| Agua | | | | | | | |
| Potable | \$ 35,00 | \$ 420,00 | \$ 434,28 | \$ 449,05 | \$ 464,31 | \$ 480,10 | \$ 496,42 |
| Total | \$ 100,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.240,80 | \$ 1.282,99 | \$ 1.326,61 | \$ 1.371,71 | \$ 1.418,35 |

Elaboración: La autora

Depreciación:**Tabla 73****Cálculo de la depreciación de activos fijos y el valor en libros**

| Activo fijo | Valor | Vida útil | Porcentaje | Cuota de plusvalía | Cuota Depreciación | Plusvalía | Depreciación y plusvalía Acumulada | Valor en libros |
|-----------------------------------|-------------------|-----------|------------|--------------------|--------------------|-----------|------------------------------------|------------------|
| Terreno | 27.000,00 | | | 3% | | | 4.050,00 | 31.050,00 |
| Construcción | 36.850,00 | 20 años | 5,00% | | 1.842,50 | 810,00 | 9.212,50 | 27.637,50 |
| Maquinaria y equipo de producción | 11.940,00 | 10 años | 10% | | 1.194,00 | | 5.970,00 | 5.970,00 |
| Herramientas | 425,30 | 10 años | 10% | | 42,53 | | 212,65 | 212,65 |
| Muebles de producción | 248,00 | 10 años | 10% | | 24,80 | | 124,00 | 124,00 |
| Equipo de computación | 2.175,00 | 3 años | 33% | | 725,00 | | 2.175,00 | - |
| Muebles y enseres de oficina | 1.346,00 | 10 años | 10% | | 134,60 | | 673,00 | 673,00 |
| Equipo de oficina | 164,40 | 10 años | 10% | | 16,44 | | 82,20 | 82,20 |
| Equipo de seguridad | 680,00 | 10 años | 10% | | 68,00 | | 340,00 | 340,00 |
| Vehículo | 25.000,00 | 10 años | 10,00% | | 2.500,00 | | 12.500,00 | 12.500,00 |
| Total | 105.828,70 | | | | 6.547,87 | | | 78.589,35 |

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno 2011
Elaboración: La autora

Tabla 74**Gasto depreciación proyectado**

| Activo fijo | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Terreno | | | | | |
| Construcción | 1.842,50 | 1.842,50 | 1.842,50 | 1.842,50 | 1.842,50 |
| Maquinaria y equipo de producción | 1.194,00 | 1.194,00 | 1.194,00 | 1.194,00 | 1.194,00 |
| Herramientas | 42,53 | 42,53 | 42,53 | 42,53 | 42,53 |
| Muebles de producción | 24,80 | 24,80 | 24,80 | 24,80 | 24,80 |
| Equipo de computación | 725,00 | 725,00 | 725,00 | | |
| Muebles y enseres de oficina | 134,60 | 134,60 | 134,60 | 134,60 | 134,60 |
| Equipo de oficina | 16,44 | 16,44 | 16,44 | 16,44 | 16,44 |
| Equipo de seguridad | 68,00 | 68,00 | 68,00 | 68,00 | 68,00 |
| Vehículo | 2.500,00 | 2.500,00 | 2.500,00 | 2.500,00 | 2.500,00 |
| Total | 6.547,87 | 6.547,87 | 6.547,87 | 5.822,87 | 5.822,87 |

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno 2011
Elaboración: La autora

Resumen del gasto administrativo

Tabla 75

Total gastos administrativo

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Subtotal Gastos Administrativos | | | | | |
| Personal administrativo y operativo | 65.288,45 | 77.422,10 | 86.427,85 | 96.481,14 | 107.703,84 |
| Suministros de oficina | 90,00 | 93,06 | 96,22 | 99,50 | 102,88 |
| Servicios básicos | 1.240,80 | \$ 1.282,99 | \$ 1.326,61 | \$ 1.371,71 | \$ 1.418,35 |
| Depreciación | 6.547,87 | 6.547,87 | 6.547,87 | 5.822,87 | 5.822,87 |
| Subtotal | 73.167,12 | 85.346,02 | 94.398,55 | 103.775,22 | 115.047,94 |
| (+) Imprevistos 5% | 3.658,36 | \$ 4.267,30 | \$ 4.719,93 | \$ 5.188,76 | \$ 5.752,40 |
| TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS | 76.825,47 | 89.613,32 | 99.118,48 | 108.963,98 | 120.800,34 |

Elaboración: La autora

b. Gastos de Ventas

En el gasto de ventas se hará constar el pago al vendedor en el área comercial, así como también la publicidad respectiva, siendo:

Sueldo vendedor/a:

Tabla 76

Valor del Sueldo mensual del vendedor

| Remuneración real mensual | Cantidad | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------------------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Básico mensual | 1 | 270,00 | 301,41 | 336,47 | 375,60 | 419,29 | 468,07 |

Fuente: Ley Laboral al 2011

Elaboración: La autora

Tabla 77**Sueldo anual del personal de ventas proyectado**

| años | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Rubros | | | | | |
| Salario Básico Unificado | 3.616,88 | 4.037,59 | 4.507,25 | 5.031,53 | 5.616,80 |
| Aporte Patronal | 439,45 | 490,57 | 547,63 | 611,33 | 682,44 |
| Décimo Tercer sueldo | 301,41 | 336,47 | 375,60 | 419,29 | 468,07 |
| Décimo Cuarto sueldo | 294,71 | 328,99 | 367,26 | 409,98 | 457,66 |
| Vacaciones | 150,70 | 168,23 | 187,80 | 209,65 | 234,03 |
| Fondos de Reserva | | 301,41 | 336,47 | 375,60 | 419,29 |
| Total sueldos ventas | 4.803,15 | 5.663,25 | 6.322,01 | 7.057,38 | 7.878,30 |

Fuente: Ley Laboral al 2011
Elaboración: La autora

Publicidad:**Tabla 78****Gasto publicidad proyectada**

| Detalle | Valor mensual | Valor anual | Costo Anual \$ | | | | |
|--------------|---------------|-------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Publicidad | 150,00 | 1800 | 1.861,20 | 1.924,48 | 1.989,91 | 2.057,57 | 2.127,53 |
| Total | | | 1.861,20 | 1.924,48 | 1.989,91 | 2.057,57 | 2.127,53 |

Elaboración: La autora

Resumen del gasto de ventas:**Tabla 79****Total gasto de ventas**

| Subtotal Gastos de ventas | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Pago del vendedor | 4.803,15 | 5.663,25 | 6.322,01 | 7.057,38 | 7.878,30 |
| Publicidad | 1.861,20 | 1.924,48 | 1.989,91 | 2.057,57 | 2.127,53 |
| Subtotal Gastos de ventas | 6.664,35 | 7.587,74 | 8.311,92 | 9.114,95 | 10.005,82 |
| (+) Imprevistos 5% | 333,22 | 379,39 | 415,60 | 455,75 | 500,29 |
| TOTAL GASTOS DE VENTAS | 6.997,56 | 7.967,12 | 8.727,51 | 9.570,70 | 10.506,12 |

Elaboración: La autora

c. Gasto financiero

El gasto financiero se estableció en base al financiamiento vía crédito de la inversión, la misma que representa el 70% , cuyo valor será de \$82.749,43 el mismo que tendrá un plazo de 5 años, con una tasa del 11,20% de interés anual, capitalizable mensualmente.

Forma de pago: Mensual

$$V_p = \frac{VF * i * (1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

De donde:

V_p = Pago de la amortización.

VF = Valor de la deuda.

i = Tasa activa semestral.

n = Períodos de pago.

$$V_p = \frac{82.749,43 (0,93)(1 + 0,93)^{60}}{[(1 + 0,93)^{60} - 1]}$$

$V_p = \$1.807,44$ pago mensual

Tabla 80

Tabla de amortización de la deuda programada por el proyecto

| Años | Capital Principal \$ | Interés \$ | Cuota a pagar \$ | Capital final \$ |
|------|----------------------|------------|------------------|------------------|
| | | | | 82.749,43 |
| 1 | \$ 1.035,11 | \$ 772,33 | \$ 1.807,44 | 81.714,32 |
| 2 | \$ 1.044,77 | \$ 762,67 | \$ 1.807,44 | 80.669,55 |
| 3 | \$ 1.054,52 | \$ 752,92 | \$ 1.807,44 | 79.615,03 |

| | | | | |
|----|-------------|-----------|-------------|-----------|
| 4 | \$ 1.064,36 | \$ 743,07 | \$ 1.807,44 | 78.550,66 |
| 5 | \$ 1.074,30 | \$ 733,14 | \$ 1.807,44 | 77.476,36 |
| 6 | \$ 1.084,32 | \$ 723,11 | \$ 1.807,44 | 76.392,04 |
| 7 | \$ 1.094,45 | \$ 712,99 | \$ 1.807,44 | 75.297,59 |
| 8 | \$ 1.104,66 | \$ 702,78 | \$ 1.807,44 | 74.192,93 |
| 9 | \$ 1.114,97 | \$ 692,47 | \$ 1.807,44 | 73.077,96 |
| 10 | \$ 1.125,38 | \$ 682,06 | \$ 1.807,44 | 71.952,59 |
| 11 | \$ 1.135,88 | \$ 671,56 | \$ 1.807,44 | 70.816,71 |
| 12 | \$ 1.146,48 | \$ 660,96 | \$ 1.807,44 | 69.670,22 |
| 13 | \$ 1.157,18 | \$ 650,26 | \$ 1.807,44 | 68.513,04 |
| 14 | \$ 1.167,98 | \$ 639,46 | \$ 1.807,44 | 67.345,06 |
| 15 | \$ 1.178,88 | \$ 628,55 | \$ 1.807,44 | 66.166,18 |
| 16 | \$ 1.189,89 | \$ 617,55 | \$ 1.807,44 | 64.976,29 |
| 17 | \$ 1.200,99 | \$ 606,45 | \$ 1.807,44 | 63.775,30 |
| 18 | \$ 1.212,20 | \$ 595,24 | \$ 1.807,44 | 62.563,09 |
| 19 | \$ 1.223,52 | \$ 583,92 | \$ 1.807,44 | 61.339,58 |
| 20 | \$ 1.234,93 | \$ 572,50 | \$ 1.807,44 | 60.104,64 |
| 21 | \$ 1.246,46 | \$ 560,98 | \$ 1.807,44 | 58.858,18 |
| 22 | \$ 1.258,09 | \$ 549,34 | \$ 1.807,44 | 57.600,09 |
| 23 | \$ 1.269,84 | \$ 537,60 | \$ 1.807,44 | 56.330,25 |
| 24 | \$ 1.281,69 | \$ 525,75 | \$ 1.807,44 | 55.048,56 |
| 25 | \$ 1.293,65 | \$ 513,79 | \$ 1.807,44 | 53.754,91 |
| 26 | \$ 1.305,73 | \$ 501,71 | \$ 1.807,44 | 52.449,19 |
| 27 | \$ 1.317,91 | \$ 489,53 | \$ 1.807,44 | 51.131,28 |
| 28 | \$ 1.330,21 | \$ 477,23 | \$ 1.807,44 | 49.801,06 |
| 29 | \$ 1.342,63 | \$ 464,81 | \$ 1.807,44 | 48.458,44 |
| 30 | \$ 1.355,16 | \$ 452,28 | \$ 1.807,44 | 47.103,28 |
| 31 | \$ 1.367,81 | \$ 439,63 | \$ 1.807,44 | 45.735,47 |
| 32 | \$ 1.380,57 | \$ 426,86 | \$ 1.807,44 | 44.354,90 |
| 33 | \$ 1.393,46 | \$ 413,98 | \$ 1.807,44 | 42.961,44 |
| 34 | \$ 1.406,46 | \$ 400,97 | \$ 1.807,44 | 41.554,97 |

| | | | | |
|--------------|---------------------|---------------------|----------------------|-----------|
| 35 | \$ 1.419,59 | \$ 387,85 | \$ 1.807,44 | 40.135,38 |
| 36 | \$ 1.432,84 | \$ 374,60 | \$ 1.807,44 | 38.702,54 |
| 37 | \$ 1.446,21 | \$ 361,22 | \$ 1.807,44 | 37.256,33 |
| 38 | \$ 1.459,71 | \$ 347,73 | \$ 1.807,44 | 35.796,62 |
| 39 | \$ 1.473,34 | \$ 334,10 | \$ 1.807,44 | 34.323,28 |
| 40 | \$ 1.487,09 | \$ 320,35 | \$ 1.807,44 | 32.836,19 |
| 41 | \$ 1.500,97 | \$ 306,47 | \$ 1.807,44 | 31.335,23 |
| 42 | \$ 1.514,98 | \$ 292,46 | \$ 1.807,44 | 29.820,25 |
| 43 | \$ 1.529,12 | \$ 278,32 | \$ 1.807,44 | 28.291,14 |
| 44 | \$ 1.543,39 | \$ 264,05 | \$ 1.807,44 | 26.747,75 |
| 45 | \$ 1.557,79 | \$ 249,65 | \$ 1.807,44 | 25.189,96 |
| 46 | \$ 1.572,33 | \$ 235,11 | \$ 1.807,44 | 23.617,63 |
| 47 | \$ 1.587,01 | \$ 220,43 | \$ 1.807,44 | 22.030,62 |
| 48 | \$ 1.601,82 | \$ 205,62 | \$ 1.807,44 | 20.428,80 |
| 49 | \$ 1.616,77 | \$ 190,67 | \$ 1.807,44 | 18.812,03 |
| 50 | \$ 1.631,86 | \$ 175,58 | \$ 1.807,44 | 17.180,17 |
| 51 | \$ 1.647,09 | \$ 160,35 | \$ 1.807,44 | 15.533,08 |
| 52 | \$ 1.662,46 | \$ 144,98 | \$ 1.807,44 | 13.870,62 |
| 53 | \$ 1.677,98 | \$ 129,46 | \$ 1.807,44 | 12.192,64 |
| 54 | \$ 1.693,64 | \$ 113,80 | \$ 1.807,44 | 10.499,00 |
| 55 | \$ 1.709,45 | \$ 97,99 | \$ 1.807,44 | 8.789,56 |
| 56 | \$ 1.725,40 | \$ 82,04 | \$ 1.807,44 | 7.064,15 |
| 57 | \$ 1.741,51 | \$ 65,93 | \$ 1.807,44 | 5.322,65 |
| 58 | \$ 1.757,76 | \$ 49,68 | \$ 1.807,44 | 3.564,89 |
| 59 | \$ 1.774,17 | \$ 33,27 | \$ 1.807,44 | 1.790,72 |
| 60 | \$ 1.790,72 | \$ 16,71 | \$ 1.807,44 | 0,00 |
| Total | \$ 82.749,43 | \$ 25.696,83 | \$ 108.446,26 | |

Fuente: Cooperativa 29 de octubre Ltda. 2011

Elaboración: La autora

De la tabla anterior se tomó en cuenta el interés que se incurrirá en el lapso de los 5 años de plazo del préstamo, siendo:

Tabla 81

Gasto financiero

| CONCEPTO | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Total |
|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|------------------|
| Interés | 8.610,05 | 7.067,59 | 5.343,23 | 3.415,51 | 1.260,45 | 25.696,83 |

Elaboración: La autora

5.4. Estados financieros proyectados**5.4.1. Estado de resultados con financiamiento**

Tabla 82

Estado de ingresos y egresos con financiamiento

| DESCRIPCION | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Ventas Netas | 779.957,35 | 921.686,74 | 1.191.280,11 | 1.231.783,64 | 1.273.664,28 |
| (-)Costo de ventas | 643.296,72 | 760.192,93 | 982.549,36 | 1.015.956,04 | 1.050.498,54 |
| (=) Utilidad Bruta en ventas | 136.660,62 | 161.493,81 | 208.730,75 | 215.827,60 | 223.165,74 |
| (-) Gastos Operacionales | 83.823,03 | 97.580,44 | 107.845,99 | 118.534,68 | 131.306,45 |
| Gasto Administrativo | 76.825,47 | 89.613,32 | 99.118,48 | 108.963,98 | 120.800,34 |
| Personal administrativo y operativo | 65.288,45 | 77.422,10 | 86.427,85 | 96.481,14 | 107.703,84 |
| Suministros de oficina | 90,00 | 93,06 | 96,22 | 99,50 | 102,88 |
| Servicios básicos | 1.240,80 | 1.282,99 | 1.326,61 | 1.371,71 | 1.418,35 |
| Depreciación | 6.547,87 | 6.547,87 | 6.547,87 | 5.822,87 | 5.822,87 |
| Imprevistos Administrativos | 3.658,36 | 4.267,30 | 4.719,93 | 5.188,76 | 5.752,40 |
| Gasto de ventas | 6.997,56 | 7.967,12 | 8.727,51 | 9.570,70 | 10.506,12 |
| Pago del vendedor | 4.803,15 | 5.663,25 | 6.322,01 | 7.057,38 | 7.878,30 |
| Publicidad | 1.861,20 | 1.924,48 | 1.989,91 | 2.057,57 | 2.127,53 |
| Imprevistos gasto de ventas | 333,22 | 379,39 | 415,60 | 455,75 | 500,29 |
| Utilidad (pérdida) operacional | 52.837,59 | 63.913,37 | 100.884,76 | 97.292,92 | 91.859,28 |
| (+/-) MOVIMIENTO FINANCIERO | | | | | |
| Gastos financieros | 8.610,05 | 7.067,59 | 5.343,23 | 3.415,51 | 1.260,45 |
| Intereses Pagados | 8.610,05 | 7.067,59 | 5.343,23 | 3.415,51 | 1.260,45 |
| Utilidad o pérdida del ejercicio | 44.227,54 | 56.845,78 | 95.541,53 | 93.877,41 | 90.598,83 |
| Participación trabajadores 15% | 6.634,13 | 8.526,87 | 14.331,23 | 14.081,61 | 13.589,82 |
| Utilidad antes pago de impuestos | 37.593,41 | 48.318,92 | 81.210,30 | 79.795,79 | 77.009,01 |
| Impuesto a la renta 25% | 9.398,35 | 12.079,73 | 20.302,58 | 19.948,95 | 19.252,25 |
| Utilidad o pérdida neta | 28.195,06 | 36.239,19 | 60.907,73 | 59.846,85 | 57.756,76 |

Elaboración: La autora

5.4.2. Flujo de efectivo financiero

Tabla 83

Flujo de efectivo con financiamiento

| DETALLE | 0 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| INVERSION | 118.213,47 | | | | | |
| UTILIDAD EJERCICIO | | 28.195,06 | 36.239,19 | 60.907,73 | 59.846,85 | 57.756,76 |
| (+) Depreciaciones | | 6.547,87 | 6.547,87 | 6.547,87 | 5.822,87 | 5.822,87 |
| (+) Amortizaciones | | 59,00 | 59,00 | 59,00 | 59,00 | 59,00 |
| (-) Reversión | | | | | 2.175,00 | |
| (-) Pago capital | | 13.079,20 | 14.621,66 | 16.346,02 | 18.273,74 | 20.428,80 |
| (+) Recuperación Bienes (VL) | | | | | | 78.589,35 |
| (+) Recuperación Capital Trabajo | | | | | | 12.089,77 |
| FLUJO NETO | 118.213,47 | 34.801,93 | 42.846,06 | 67.514,60 | 65.728,72 | 154.317,74 |

Elaboración: La autora

5.5. Evaluación financiera

5.5.1. Costo de oportunidad

Tabla 84

Costo de capital

| Descripción | Valor \$ | % | Tasa ponderac. | V. Promedio |
|-----------------|----------------------|-------|----------------|--------------|
| Inv. propia | \$ 35.464,04 | 30,00 | 3,25% | 0,98 |
| Inv. financiera | \$ 82.749,43 | 70,00 | 11,20% | 7,84 |
| Total | \$ 118.213,47 | | | 8,82 |
| | | | CK | 8,82% |

Fuente: Banco Central del Ecuador, INEC Septiembre 2011

Siendo la inflación anual del 3,40%, se estableció la tasa de descuento de la siguiente manera:

Tasa de Descuento (T.M.A.R.)

$$\text{T.M.A.R.} = (1+KP) (1+\text{Inf.}) - 1$$

$$\text{T.M.A.R.} = (1+0,0882) (1+0,034) - 1$$

$$\text{T.M.A.R.} = 12,52\%$$

Interpretación: El 12,52% constituye la tasa que ofrecería el mercado financiero.

5.5.2. Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual neto, se lo calculo tomando en cuenta el costo de oportunidad del 12,52% y aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = - I + \frac{\sum E.E}{(1+r)^n}$$

De donde:

VAN = Valor Actual Neto

II = Inversión Inicial (Capital Inicial o propio)

$\sum E.E$ = Sumatoria de las Entradas de Efectivo

r = Tasa Mínima de Rendimiento

n = Horizonte de la inversión

$$\text{VAN} = -118.213,47 + \frac{34.801,93}{(1,1252)^1} + \frac{42.846,06}{(1,1252)^2} + \frac{67.514,60}{(1,1252)^3} + \frac{65.728,72}{(1,1252)^4} + \frac{154.317,74}{(1,1252)^5}$$

$$(1,1252)^1(1,1252)^2(1,1252)^3(1,1252)^4(1,1252)^5$$

$$\text{VAN} = -\$ 118.213,47 + 238.728,71$$

$$\text{VAN} = \$ 120.515,24$$

Interpretación: Este resultado implica que siendo el valor de las entradas de efectivo actualizadas a un costo de oportunidad del 12,52% mayor a la inversión inicial programada, el proyecto genera un valor actual neto positivo, lo cual determina que el proyecto es factible.

5.5.3. Tasa interna de retorno (TIR)

Para calcular el TIR se utilizó dos tasas arbitrarias calculadas en base del siguiente procedimiento:

a. Tasa superior del 40%

b. Tasa inferior del 39%

En base a estas tasas se aplicó el siguiente cuadro:

Tabla 85

Flujos netos actualizados

| Años Flujos | FLUJOS NETOS. | POSITIVO 39% | NEGATIVO 40% |
|-------------|---------------|-----------------|-----------------|
| 0 | - 118.213,47 | - 118.213,47 | - 118.213,47 |
| 1 | 34.801,93 | 25.037,36 | 24.858,52 |
| 2 | 42.846,06 | 22.175,90 | 21.860,23 |
| 3 | 67.514,60 | 25.139,31 | 24.604,45 |
| 4 | 65.728,72 | 17.607,43 | 17.109,72 |
| 5 | 154.317,74 | 29.740,06 | 28.692,98 |
| | - | 1.486,59 | -1.087,56 |

Elaboración: La autora

Empleando el método de interpolación, se obtuvo:

Diferencia entre tasas: $40\% - 39\% = 1\%$

Diferencia entre valores actuales absolutos: $1.486,59 + 1.087,56 = 2.574,15$

$$\frac{2.574,15}{1.486,59} \times 1\% = 0,58\% + 39\% = 39,58\%$$

TIR = 39,58%

Interpretación: De acuerdo con esta tasa, siendo superior a la Tasa Mínima Aceptable de rendimiento del 39,58%, el proyecto se considera factible, debido a que ésta tasa permite igualar a la sumatoria actualizada de los flujos de efectivo con la inversión inicial y es mayor que la tasa de descuento del 12,52%.

5.5.4. Recuperación del dinero

También denominado el PRI (periodo de recuperación de la inversión), se estableció para establecer en que tiempo se logrará recuperar lo invertido, el cual fue obtenido:

Inversión total= \$ 118.213,47

Flujos de caja proyectados:

Primer año: \$34.801,93

Segundo año: \$42.846,06

Tercer año: \$67.514,60

Cuarto año: \$55.728,72

Quinto año: \$154.317,74

Sumatoria Entradas Efectivo: \$365.209,04

Cálculo:

118.213,47

(-) 77.647,98

Diferencia 40.565,48

365.209,04 5,00 Años

40.565,48 x = 0,56 Años

Tabla 86

Recuperación del dinero

| | | | |
|--------------|-------------|-------------|-------------------|
| | 2,00 | Años | 77.647,98 |
| (+) | <u>0,56</u> | Años | (+)40.565,48 |
| PRI = | 2,56 | Años | 118.213,47 |

Elaboración: La autora

Interpretación: El proyecto en cuanto a su inversión estima que se recuperará en 2,56 años, estableciéndose un tiempo prudencial en el cual se estima que se recuperará todo lo invertido y que el resto de tiempo se lo establecerá como una reinversión o ampliación de planta.

5.5.5. Índice de beneficio-costo

Se estableció una comparación entre los ingresos y los egresos actualizados, aplicando una tasa del 12,52% y determinado su rubro a fin de demostrar su aceptabilidad para entrar en operación.

Tabla 87

Beneficio costo

| Años | Ingresos | Egresos | Factor actualización $1/(1+r)^{(n)}$ | Ingresos actualizados | Egresos actualizados |
|--------------|---------------------|---------------------|--|----------------------------------|---------------------------------|
| 0 | \$ 82.749,43 | \$ 118.213,47 | 1,000 | 82.749,43 | 118.213,47 |
| 1 | 779.957,35 | 735.729,81 | 0,889 | 693.172,93 | 653.866,51 |
| 2 | 921.686,74 | 864.840,96 | 0,790 | 727.989,00 | 683.089,69 |
| 3 | 1.191.280,11 | 1.095.738,58 | 0,702 | 836.230,71 | 769.164,40 |
| 4 | 1.231.783,64 | 1.137.906,23 | 0,624 | 768.453,14 | 709.887,35 |
| 5 | 1.273.664,28 | 1.183.065,45 | 0,554 | 706.169,03 | 655.937,51 |
| TOTAL | 5.481.121,55 | 5.017.281,03 | | 3.814.764,24 | 3.590.158,92 |

Elaboración: La autora

$$\text{Beneficio/costo} = \frac{\text{VAN Ingresos}/(1+i)^n}{\text{VAN Egresos}/(1+i)^n}$$

$$\text{Beneficio/ costo} = \frac{3.814.764,24}{3.590.158,92}$$

$$= 1,06$$

$$\text{Beneficio/ costo} = \mathbf{1,06}$$

Interpretación: Mediante este indicador, se establece que los ingresos actualizados lograrán cubrir a los egresos actualizados en 1,06 veces, lo cual determina que el proyecto es factible de realizarlo.

5.5.6. Punto de equilibrio

Para la determinación del punto de equilibrio, se estableció una ponderación de sus costos fijos y variables, para cada uno de los productos de acabados para la construcción, aplicando las siguientes fórmulas:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE.\text{Unidades} = \frac{\text{Punto Equilibrio \$}}{PVu}$$

Para la estructura del Punto de equilibrio, se aplicó la siguiente información de los costos fijos y variables del primer año proyectado, siendo:

Tabla 88

Punto de equilibrio en base a CF y CV del primer año proyectado

| DETALLE | 1 |
|--|-------------------|
| INGRESOS | |
| Ventas | 779.957,35 |
| COSTOS FIJOS | |
| Sueldos y salarios personal administrativo y operativo | 65.288,45 |
| Sueldos y salarios personal ventas | 4.803,15 |
| Depreciación | 6.547,87 |
| Amortización diferidos | 59,00 |
| Publicidad | 1.861,20 |
| Total Costo Fijo | 78.559,66 |
| COSTOS VARIABLES | |
| Servicios Básicos | 1.240,80 |
| Gasto interés | 8.610,05 |
| Compra de Materiales directos | 26.615,61 |
| Compra de Insumos de producción | 63.426,00 |
| Total de Costos Variables | 99.892,46 |
| Costo Total | 178.452,12 |

Elaboración: La autora

Punto de equilibrio por línea de muebles en metal

Tabla 89

Punto de equilibrio por cada producto

| Descripción | Valor \$ | % | Costo fijo \$ | Costo Variable \$ | Costo total \$ | P E \$ | P E un. Prod |
|--------------------------------------|-------------------|----------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|--------------|
| 1. Sillas de oficina | | | | | | | |
| Ingreso por ventas \$ | 23.603,52 | 3,03% | 2.377,42 | 3.023,00 | 5.400,42 | 2.726,63 | 180 |
| Cantidad (u) | 1.556 | | | | | | |
| Precio (\$) | 15,17 | | | | | | |
| 2. Mesa hexagonal - prekinder | | | | | | | |
| Descripción | | | | | | | |
| Ingreso por ventas \$ | 34.435,85 | 4,42% | 3.468,48 | 4.410,35 | 7.878,83 | 3.977,96 | 278 |
| Cantidad (u) | 2.408 | | | | | | |
| Precio (\$) | 14,30 | | | | | | |
| 3. Escritorio secretaria | | | | | | | |
| Descripción | | | | | | | |
| Ingreso por ventas \$ | 126.764,29 | 16,25% | 12.768,08 | 16.235,24 | 29.003,33 | 14.643,54 | 144 |
| Cantidad (u) | 1.242 | | | | | | |
| Precio (\$) | 102,02 | | | | | | |
| 4. Escritorio estudiante | | | | | | | |
| Descripción | | | | | | | |
| Ingreso por ventas \$ | 129.563,67 | 16,61% | 13.050,04 | 16.593,77 | 29.643,82 | 14.966,92 | 230 |
| Cantidad (u) | 1.989 | | | | | | |
| Precio (\$) | 65,14 | | | | | | |
| 5. Archivador 4 gavetas | | | | | | | |
| Descripción | | | | | | | |
| Ingreso por ventas \$ | 313.536,16 | 40,20% | 31.580,31 | 40.155,91 | 71.736,22 | 36.219,04 | 171 |
| Cantidad (u) | 1.479 | | | | | | |
| Precio (\$) | 211,97 | | | | | | |
| 6. Anaqueles | | | | | | | |
| Descripción | | | | | | | |
| Ingreso por ventas \$ | 122.304,68 | 15,68% | 12.318,90 | 15.664,08 | 27.982,98 | 14.128,38 | 124 |
| Cantidad (u) | 1.072 | | | | | | |
| Precio (\$) | 114,08 | | | | | | |
| 7. Pupitre de ángulo | | | | | | | |
| Descripción | | | | | | | |
| Ingreso por ventas \$ | 29.749,17 | 3,81% | 2.996,43 | 3.810,10 | 6.806,53 | 3.436,56 | 153 |
| Cantidad (u) | 1.328 | | | | | | |
| Precio (\$) | 22,41 | | | | | | |
| Total Ingresos | 779.957,35 | 100,00% | 78.559,66 | 99.892,46 | 178.452,12 | 90.099,03 | |

Elaboración: La autora

Interpretación: Como se puede ver en el presente cuadro, el punto de equilibrio que el proyecto estima tendrá será en: sillas de oficina hasta 180 unidades; en mesa hexagonal 278 unidades, en escritorio secretaria 144 unidades; en escritorio estudiante 230 unidades; en archivador 4 gavetas 171 unidades; anaqueles 124 unidades y pupitre de ángulo 153 unidades, con lo cual la microempresa desea solventar sus costos fijos y variables.

Graficación del punto de equilibrio por producto elaborado:

Producto 1: Sillas de oficina

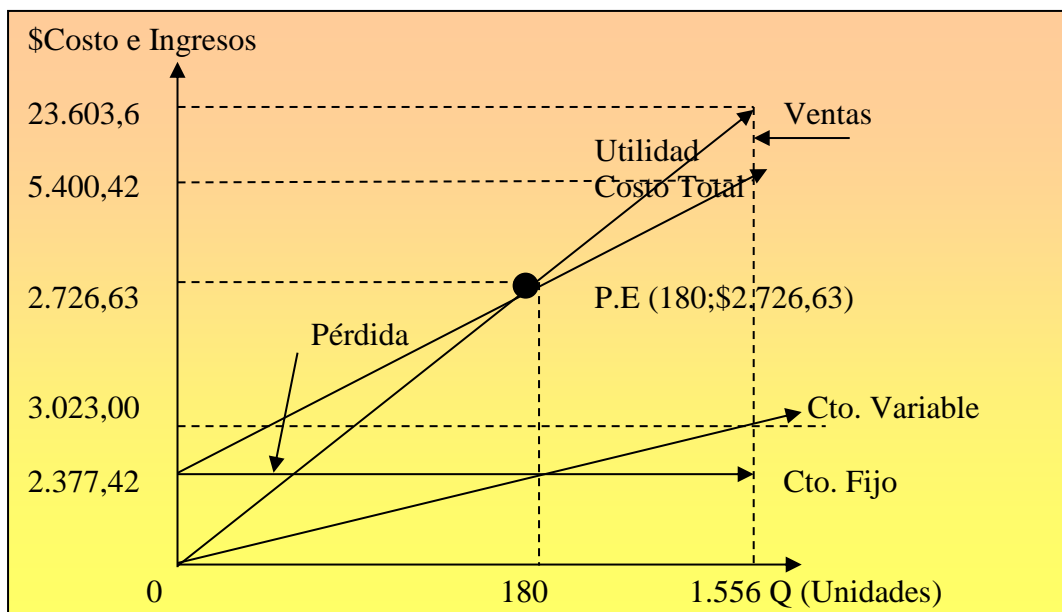


Figura 18 Punto de equilibrio de sillas de oficina

Elaboración: La autora

Producto 2: Mesa hexagonal- prekinder

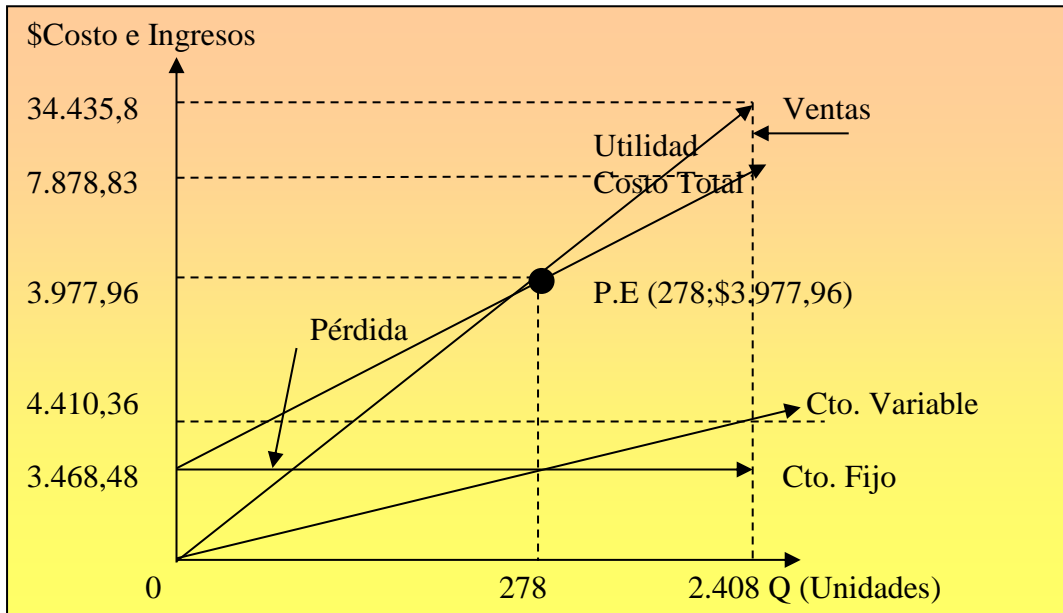


Figura 19 Punto de equilibrio de mesa hexagonal –prekinder

Elaboración: La autora

Producto 3: Escritorio secretaria

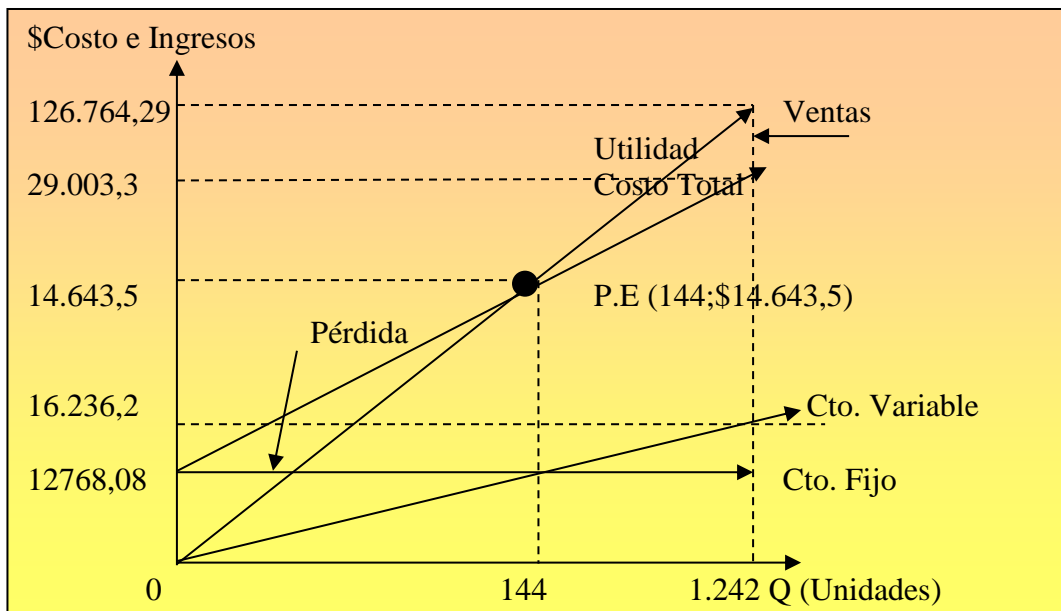


Figura 20 Punto de equilibrio de escritorio secretaria

Elaboración: La autora

Producto 4: Escritorio estudiante

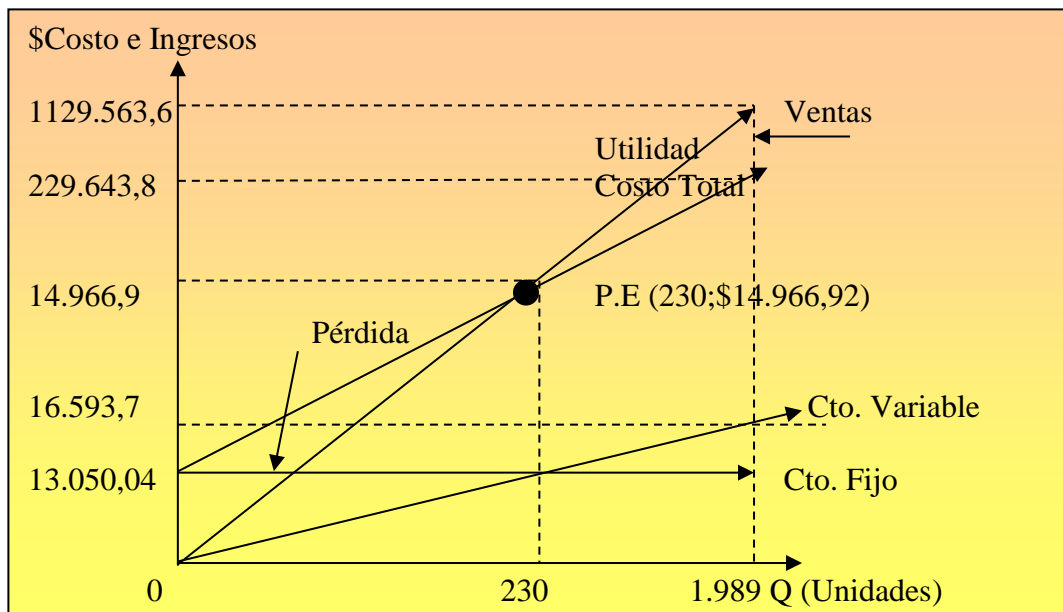


Figura 21 Punto de equilibrio de escritorio estudiante

Elaboración: La autora

Producto 5: Archivador 4 gavetas

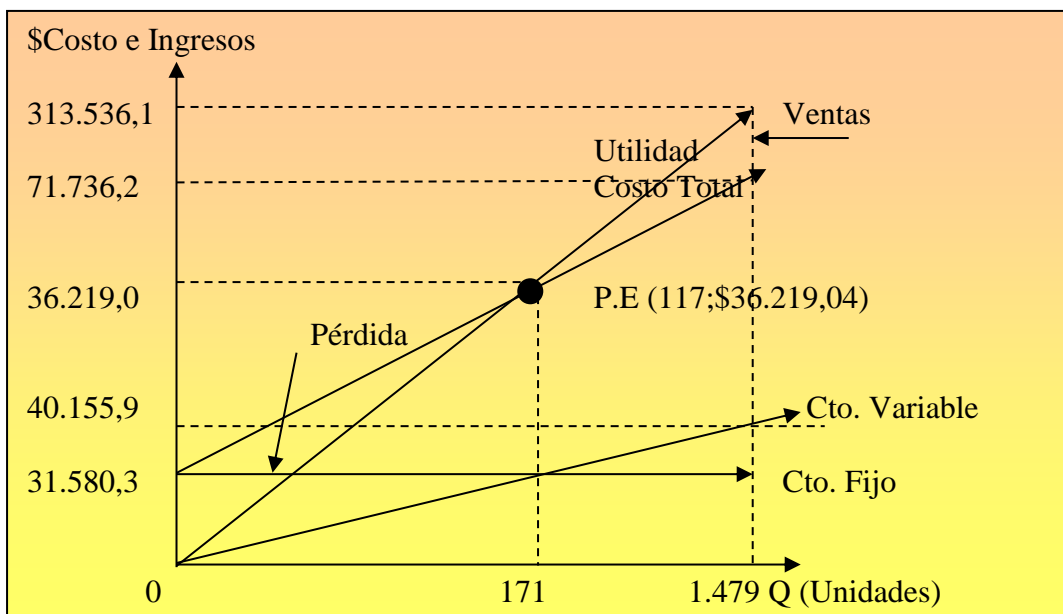


Figura 22 Punto de equilibrio de archivador 4 gavetas

Elaboración: La autora

Producto 6: Anaqueles

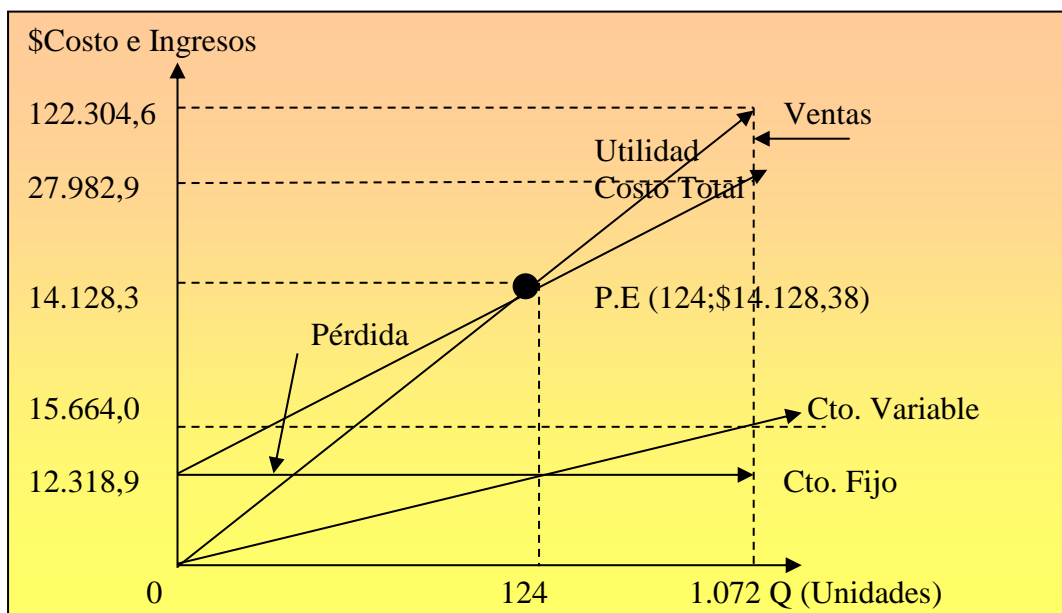


Figura 23 Punto de equilibrio de anaqueles

Elaboración: La autora

Producto 7: Pupitre de ángulo

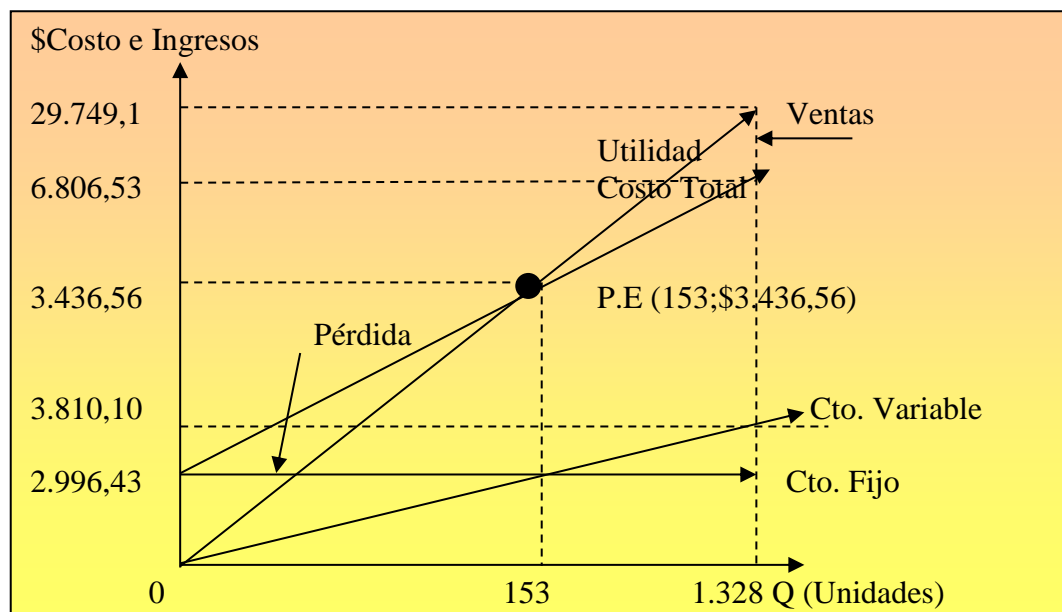


Figura 24 Punto de equilibrio de pupitre de ángulo

Elaboración: La autora

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. La empresa

6.1.1. Nombre o razón social

La microempresa a establecerse tendrá una Personería Natural la cual estará obligada a llevar Contabilidad por cuanto los ingresos superaran los \$100.000, los activos productivos serán mayores a \$60.000 y los gastos superarán los \$80.000. Por ende la microempresa a crearse estará representada por una persona natural obligada a llevar contabilidad.

Además la empresa llevará un nombre especial, de acuerdo a su actividad productiva y comercial en muebles de oficina en metal, por lo que la empresa se denominará:

PRODUMETAL



⁶⁹“Los mejores muebles de oficina en metal”

Figura 25 Logo de la empresa

6.2. Base legal

La Microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina en metal, se desenvolverá en la actividad industrial, por cuanto el monto de los activos productivos son inferiores a \$85.500 por lo cual debe sujetarse a leyes referentes a la industria, como es la Ley de Defensa del Artesano y la Ley de Fomento Artesanal, teniendo como órgano calificador y regulador a la Junta Nacional de Defensa del Artesano. La cual tiene la potestad de brindar la calificación de Taller Artesanal, como de brindar la calificación de artesanos y maestros calificados

6.2.1. Ley de Defensa del Artesano.

Según el Registro Oficial No. 71 Art. 1.- La ley de Defensa del Artesano, ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

6.2.2. La junta de defensa del artesano (JNDA)

La JNDA es el órgano calificador y regulador de la actividad del artesano calificado, tiene la responsabilidad de velar por el estricto cumplimiento de la Ley de Defensa del Artesano, y demás leyes conexas relacionadas con el desarrollo de la artesanía y la defensa de los artesanos.

Este organismo trabaja sin fines de lucro que agrupa y representa a los artesanos de la ciudad y provincia. Tiene como objetivo, Organizar y unificar a los artesanos de la provincia con la finalidad de representarlos, defenderlos, integrarlos y otorgarles

servicios y beneficios empresariales de calidad, con equidad de género y solidaridad. Además la Calificación artesanal está a cargo de esta dependencia.

6.2.3. Deberes y atribuciones de la junta nacional de defensa del artesano

Según la Ley de Defensa del artesano, Art. 7.- Son deberes y atribuciones de la Junta Nacional de Defensa del Artesano:

- a) Velar por el estricto cumplimiento de la Ley y demás leyes conexas relacionadas con el desarrollo de la artesanía y la defensa de los artesanos;
- b) Formular, de acuerdo con las Juntas Provinciales de Defensa del Artesano, los reglamentos correspondientes para la agremiación de las diversas ramas de artesanos; reglamentos que serán aprobados por el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, dentro del plazo improrrogable de treinta días contados desde su presentación y entrarán en vigencia a partir de su promulgación en el Registro Oficial;
- c) Implementar las acciones necesarias para que las entidades financieras públicas y privadas del país, conforme a lo dispuesto en esta Ley, establezcan las líneas de crédito para el fomento y desarrollo de la actividad artesanal;
- d) Crear, con sujeción a las leyes vigentes, un banco de crédito artesanal;
- e) Promover, conjuntamente con el Gobierno Nacional y los organismos seccionales, la creación de almacenes o parques artesanales destinados a la comercialización de sus productos;
- f) Coordinar con las juntas provinciales la organización de ferias y exposiciones artesanales para incrementar la comercialización de sus productos en el mercado interno y externo;

g) Elaborar proyectos de reglamentos para la expedición de títulos de maestros artesanos en sus distintos niveles y modalidades y someterlos para aprobación de los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos, según corresponda. Los citados ministerios aprobarán los reglamentos a los que se refiere el presente literal, dentro del plazo máximo de treinta días, transcurrido el cual y de no haber sido aprobados, entrarán en vigencia, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial;

h) Organizar y mantener, bajo la supervisión de los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos, establecimientos de enseñanza artesanal, así como establecer convenios con las universidades y escuelas politécnicas y demás organismos nacionales e internacionales para la realización de cursos especializados en las diversas ramas artesanales y de administración de sus talleres;

i) Prestar toda clase de ayuda y estímulo a las organizaciones clasistas de artesanos y supervisar especialmente lo relacionado al cumplimiento del límite de inversión asignado por esta Ley para el taller artesanal; y,

6.2.4. Calificación artesanal

Es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos.

Los Maestros de Taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede.

1. Requisitos de Calificación a Taller Artesanal

Para la Calificación a Taller Artesanal, la Ley de Defensa del Artesano, emite los siguientes requisitos:

1. Que la actividad sea eminentemente artesanal;
2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayores de cinco;
3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley;
4. Que la dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller;
5. Y que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

2. Para su Funcionamiento legal

Para el desenvolvimiento de la actividad artesanal debe estar sujeta a la Ley de Defensa del Artesano, Siendo el organismo que rige y norma su actividad la Junta Nacional de Defensa del Artesano. **Entonces el** maestro debidamente titulado y el artesano podrán ejercer el artesanado, abrir y mantener sus talleres, una vez que se hayan registrado o inscrito en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, la que les conferirá el Carnet Profesional Artesanal, al momento mismo de su registro.

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

6.2.5. Requisitos de funcionamiento

Entre los requisitos legales para su normal funcionamiento se requerirá:

1. Registro Único de Contribuyentes

Para poder obtener el RUC es necesario seguir los siguientes pasos:

- a) Cédula del Representante Legal.
- b) Copia del certificado de votación.
- c) Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local, donde se desarrollará su actividad económica: recibos de luz, agua y teléfono.
- d) Artesanos: Copia de la calificación artesanal emitida por el organismo competente: Junta Nacional de Defensa del Artesano.

2. Patente municipal

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual:

- a. Recibo del último pago del impuesto predial de la ubicación del centro.
- b. Copia del RUC.
- c. Documentos personales del representante legal.

3. Permiso del cuerpo de bomberos

- a. Copia de la cédula de identidad

- b. Copia papeleta de votación
- c. Copia del RUC
- d. Copia del pago de la patente del Municipio

4. Aspectos laborales

Información empleadores

- Requisitos nueva Historia Laboral
- Registro Patronal
- Afiliación del Trabajador
- Pagos al IESS
- Salarios de Aportación
- Tasas de Aportación
- Mora Patronal
- Responsabilidad Patronal

✓ Requisitos Actuales - Historia Laboral

Requisitos actuales solicitados por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social a los empleadores para su registro en el Sistema Historia Laboral.

- Solicitud de entrega de clave firmada

- Copia de pago de teléfono o luz
- Copia del RUC.

El empleador que se registre en el sistema Historia Laboral podrá realizar diferentes trámites, tales como: solicitudes de nuevos registros patronales, verificar los datos de la empresa, notificar cambios de representante legal, enviar avisos de entrada y salida de trabajadores, reportar novedades sobre los afiliados, en cuanto a cambios en los salarios, promociones, registros de horas extras trabajadas, días laborados, licencia por enfermedad. También podrá pagar planillas de aportes y de créditos de los afiliados, comunicar responsabilidades patronales, consultar datos y solicitar convenios para pagos en mora.

Historia Laboral es un sistema informático que mejorará la calidad de los servicios y prestaciones y contribuirá a disminuir la congestión en las dependencias del Seguro Social.

✓ Registro Patronal

Inscripción Patronal

Los empleadores o patronos tienen obligaciones excepciones legales con sus trabajadores y con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. El patrono está obligado a solicitar en el IESS el número patronal que es la identificación de empresas públicas y privadas; de empleadores domésticos, artesanos autónomos. El número patronal le sirve al empleador para afiliar a sus trabajadores y realizar los diferentes trámites en el Instituto.

6.2.6. Filosofía empresarial

1. Visión

Convertir en los próximos cinco años a la microempresa, en la principal productora y comercializadora de muebles de metal de la zona norte del país; mediante una relación activa entre cliente y empresa, logrando de esta manera identificar las necesidades del cliente y así poder satisfacer sus requerimientos.

2. Misión

Producir y comercializar en forma sostenida las diferentes líneas de muebles en metal, brindando al cliente productos de calidad con el mejor servicio y atención inmediata, convirtiéndose al mismo tiempo en una microempresa que contribuya al mejoramiento del bienestar personal y al desarrollo económico de la región.

3. Políticas

- a. El personal seleccionado trabajará con disposición de servicio bajo parámetros de atención de calidad; además propenderá a alcanzar los objetivos organizacionales e individuales.
- b. Suministrar los servicios especializados (asesoramiento técnico) necesarios.
- c. Entregar justo a tiempo los muebles en metal acordes a las exigencias del sector público y privado.

4. Valores

- **Honradez:** En todas las actividades que se realice producción y comercialización de los muebles en metal, la honradez juega un papel importante, ya que de esto dependerá la imagen de la microempresa.
- **Responsabilidad:** Para la ejecución de todas las actividades, la responsabilidad es el hecho generador, para el cumplimiento de las obligaciones en la microempresa.
- **Cooperación:** La realización de las actividades productivas y comerciales necesitan de cooperación entre el personal de la microempresa y el cliente, ya que así se podrá desarrollar un buen desenvolvimiento del negocio.
- **Calidad, Eficiencia y Eficacia:** La línea de muebles en metal brindados por la microempresa serán de excelente calidad, gracias a la eficiencia y eficacia de los trabajadores y de quienes estarán al frente de la microempresa.
- **Flexibilidad y apertura al cambio:** Todo el personal debe estar sujeto al cambio y mejoramiento continuo de la microempresa.

6.3. Estructura organizacional

El propósito de La estructura organizacional es delegar a cada persona un puesto, una función, establecer una cadena de mando lo cual le permitirá al empleado conocer el título de su puesto su responsabilidad y su lugar en la empresa. Con el propósito de aportar en el cumplimiento de los objetivos empresariales, La estructura organizacional que se pretende realizar, corresponde a una organización funcional de tipo vertical, esta figura es usada generalmente por pequeñas y microempresas.

6.3.1. Niveles Jerárquicos.

La estructura organizacional de la microempresa productora y comercializadora de muebles de oficina, cuenta con tres niveles específicamente siendo estos los siguientes:

- **Nivel Ejecutivo.** Este nivel ejecutivo representa un grado de responsabilidad muy alto, este nivel está constituido por el Gerente Propietario de la empresa. El cual tiene a su cargo la representación legal y la misión de fijar estrategias y políticas específicas tendientes a lograr los objetivos empresariales, administrando los recursos disponibles (humanos, financieros y técnicos), coordinando las actividades de las diferentes unidades.
- **Nivel Apoyo o Asesor.** Este nivel contribuye a través de consultas y recomendaciones a la toma de decisiones del Nivel Ejecutivo. Planificar, organizar, dirigir y controlar el buen funcionamiento del sistema de contabilidad. Liquidar y registrar los sueldos y salarios, descuentos, retenciones y ajustes; de acuerdo con las disposiciones legales vigentes. Este nivel está a cargo del Auxiliar Contable, del Dpto. de Contabilidad.
- **Nivel Operativo.** Este nivel es el responsable de ejecutar actividades para el cumplimiento de los objetivos operativos establecidos y de coordinación administrativa y técnica de la empresa. Este nivel está integrado por el departamento de Producción, que es aquel lugar donde se lleva el proceso productivo, siendo los operarios los responsables de la fabricación de los muebles de oficina y por el departamento de Ventas que está a cargo del vendedor, quien es el responsable de la parte de comercializar los productos. Este departamento constituye el local de ventas o mostrador.

6.3.2. Organigrama estructural

La Microempresa a establecerse cuenta con una estructura organizativa la misma que contempla importantes niveles jerárquicos, asignando un grado de responsabilidad y autoridad que recae sobre un miembro o miembros de la organización. Específicamente la estructura organizacional contará principalmente con tres niveles jerárquicos y son los siguientes:

Nivel ejecutivo

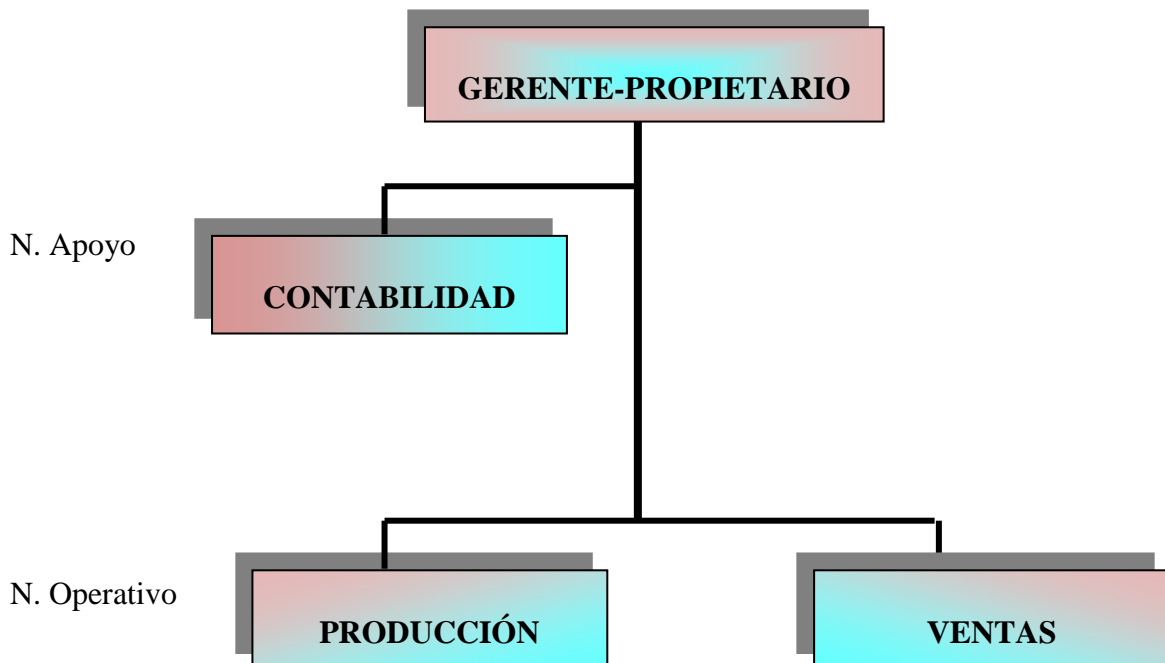


Figura 26 Organigrama Estructural de la Microempresa PRODUMETAL

Elaboración: La autora

6.3.3. Organigrama Posicional

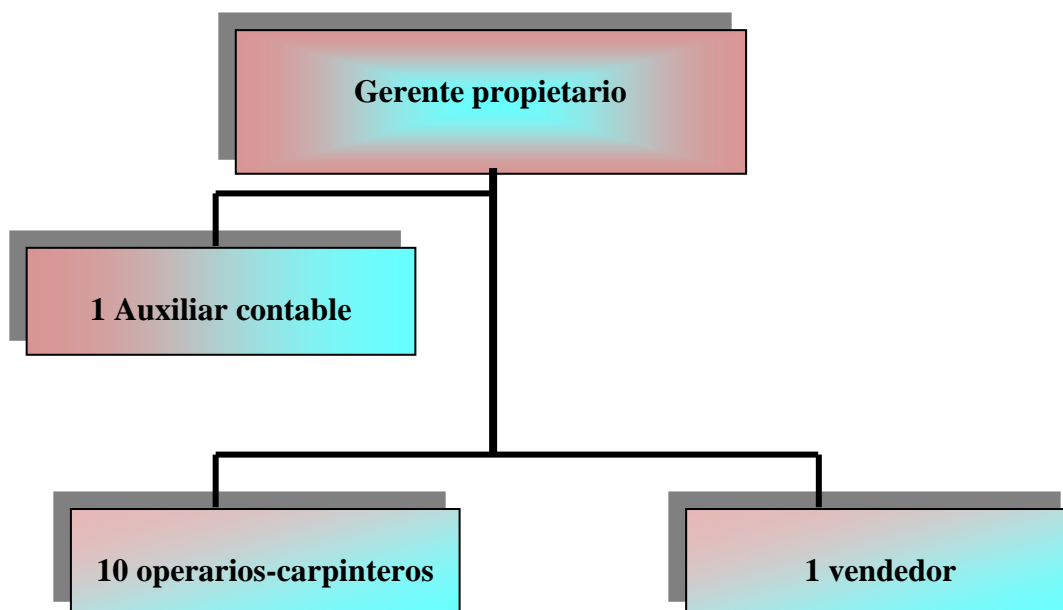


Figura 27 Organigrama Posicional de la Microempresa PRODUMETAL

Elaboración: La autora

6.3.4. Organigrama Funcional

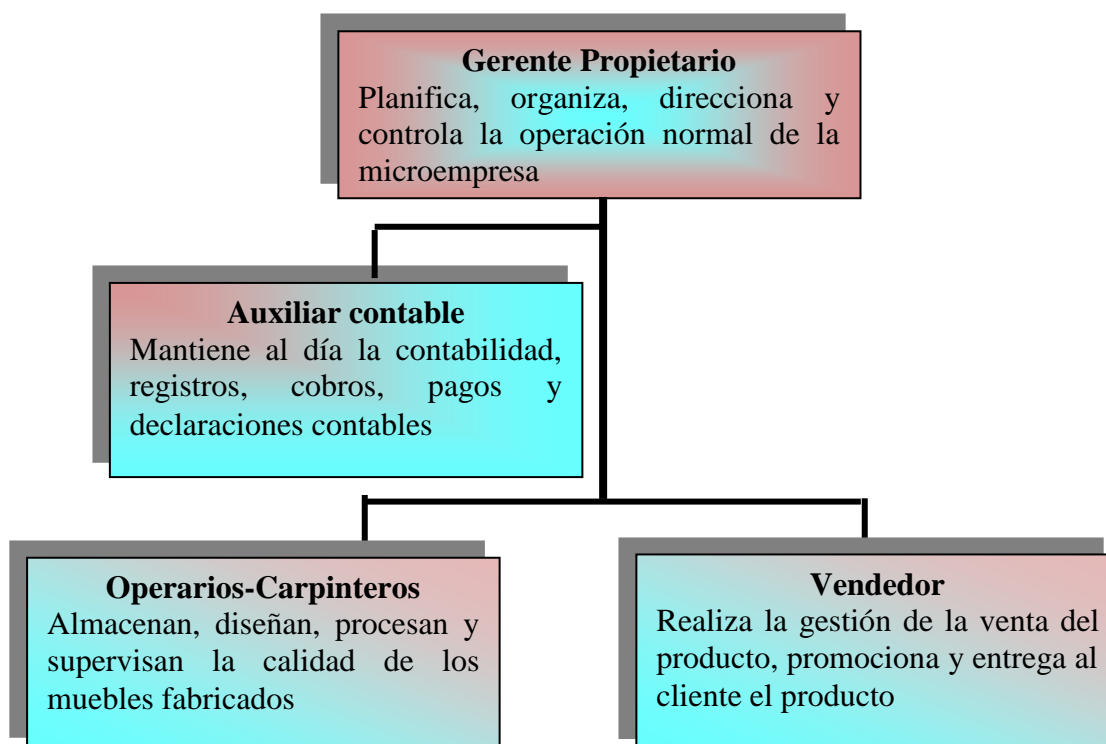


Figura 28 Organigrama Funcional de la Microempresa PRODUMETAL

Elaboración: La autora

6.4. Descripción de puestos

1. *Nombre del cargo: GERENTE-PROPIETARIO*

• **Descripción del Puesto:**

Este puesto estará representado por el propietario de la microempresa, el mismo que establecerá como propósito fundamental la aplicación de su gestión para la toma de decisiones, dependiendo de él tanto contabilidad, producción y ventas.

a) **Funciones y responsabilidades:**

- Dirigir y controlar cada una de las tareas encomendadas a su personal.
- Suscribir contratos y administrar los recursos.
- Planificar, organizar, dirigir, controlar.
- Representar legal y judicial a la comercializadora.
- Seleccionar del personal y tomar decisiones
- Aprobar programas y presupuestos funcionales y particulares.
- Autorizar la compra de productos de seguridad industrial que la comercializadora necesita.

b) **Perfil del cargo:**

- Experiencia mínima de tres años de trabajo a nivel productivo y comercial en la línea de muebles en metal.
- Responsabilidad en el cumplimiento de sus funciones.

- Con aspiraciones de superación y crecimiento personal.
- Apertura al cambio.
- Edad no mayor de 40 años.
- Conocimientos de procesos productivos en fabricación de muebles en metal en todos los estilos y formas.
- Poseer un don de liderazgo.

2. *Nombre del cargo: Contador/a*

a) **Descripción del Puesto:**

Será la encargada de organizar y controlar los registros contables y financieros de la microempresa, a la vez tendrá al día todo tipo de documentación de facturación e impuesto y hará su respectiva declaración mensual y el respectivo pago del impuesto a la renta, lo cual le permitirá organizar mejor el manejo del aspecto financiero.

b) **Funciones y responsabilidades:**

- Manejo organizado de la información contable y de presupuestos de la microempresa.
- Facilitar información financiera oportuna para la toma de decisiones.
- Conservar actualizados y bajo custodia los archivos de la información contable.
- Presentar reportes mensuales y estados financieros de la microempresa.
- Establecer el manejo económico, aspectos tributarios y control de ingresos y egresos en sus libros contables.

- Realizar trámites en el IESS (Nro. Patronal, planillas de aportes), en el SRI (RUC, declaraciones de Impuestos, Retenciones).
- Elaboración de roles de pago.

c) Perfil del cargo

- Contador Bachiller Autorizado (CBA)
- Saber manejar programas contables
- Conocer del manejo tributario

3. Nombre del cargo: Vendedor/a

a) Descripción del Puesto:

En este puesto se establece que la persona que lo ocupe se encargará de efectuar las respectivas operaciones de ventas, etiquetación de productos, recibo de pedidos, despacho del producto, exhibición y asesoramiento al cliente, colocación de publicidades y promociones y manejo del marketing interno y externo de la microempresa.

b) Funciones y responsabilidades:

- Dar a conocer los productos que ofrece la productora comercializadora.
- Realizar toma de pedidos
- Hacer entrega de los productos
- Controlar la entrada y salida de los productos
- Verificar el stock de los productos

- Dar a conocer los sobrantes y faltantes de los productos.

c) Perfil del cargo:

- Título mínimo de bachiller
- Nivel de experiencia mínima de dos años en trabajos similares
- Con tiempo disponible para atender en el horario que se le requiera de acuerdo a las necesidades de la microempresa.
- Edad no mayor 30 años.
- Manejo de técnica de ventas

4. Nombre del cargo: *OPERARIOS de producción*

a) Descripción del Puesto:

Se establece en este cargo todos los trabajadores del área de producción, los mismos que se encargan del proceso de fabricación en todas sus fases desde el mismo ingreso de la materia prima, hasta el proceso producto y el manejo de la calidad del producto que se considera terminado.

b) Funciones y responsabilidades:

- Establecer el control de la calidad de los materiales e insumos adquiridos.
- Realización del armado de procesos productivos
- Manejar estándares de calidad aplicables al manejo de los productos en metal.

- Establecer el registro de los materiales, insumos y productos terminados a fin de establecer un manejo de inventarios.

c) Perfil del cargo:

- Experiencia mínima dos años en trabajos similares
- Con tiempo disponible para atender en el horario que se le requiera de acuerdo a las necesidades de la comercializadora.
- Edad no mayor de 40 años
- Manejar técnicas de ventas
- Conocimiento en programas de computación en manejo de inventarios
- Conocimiento en manejo de archivos
- Manejo en conteo de inventarios de materiales e insumos

6.5. Estrategias operacionales

A continuación se establecen las posibles estrategias que pueden aplicarse para que mejore tanto la producción, la comercialización y el control de las actividades una vez que entre en operación la microempresa de muebles de oficina en metal, siendo

6.5.1. Producción

Entre las estrategias para la producción se pueden aplicar las siguientes:

- **Reducción de material:** empleado respecto de los modelos tradicionales.

- **Prolongación de la vida útil:** del producto a través del diseño desmontable del respaldo y del asiento permitiendo su sustitución y el uso más eficiente del material.
- **Reparabilidad:** de las partes rotas de los muebles evitando descartar toda de una vez, permitiendo que gran parte de ella siga dentro del circuito de la materia y haciendo un uso más eficiente del material.
- **Eliminación de sustancias tóxicas:** para el recubrimiento del producto, evitando dañar el ecosistema una vez que las partes dañadas de la silla son desechadas.
- **Empleo de mano de obra local:** permitiendo que el aumento de los márgenes de ganancia fuera distribuido entre los fabricantes del nuevo modelo.
- **Línea de producción automática de muebles:** automatización de la línea de producción para simplificar el proceso para la eficiencia, y reducir los costes laborales.
- **Construcción de reestructuración:** Ajustar la estructura de la industria del mueble; agresiva desarrollar un sistema de integración vertical que reduce los costes de inversión y compite a nivel internacional.
- **Elaborar nuevos materiales y alternativas** para reducir la dependencia de que exista sólo uno. Crear una alianza de servicios para adquirir el material del país de origen a fin de estabilizar las fuentes de suministro.
- **Fomentar la capacidad de diseño,** y se centran en la creación y promoción de la marca. Aplicar las estrategias de marketing en diversas regiones diferentes con muebles dinámicos y de valor añadido.

6.5.2. Comercialización

Para obtener resultados satisfactorios en cuanto al manejo de la comercialización, se pueden aplicar las siguientes estrategias:

1. Producto

La microempresa de producción y comercialización de muebles de oficina en metal tendrá su marca personal la misma que estará enfocada a la entrega de muebles de calidad. Las ventas de los muebles se establecerá aplicando catálogos (revistas ilustrativas) de los productos a ofrecer al cliente, llegando a los establecimientos públicos y privados aplicando los medios escritos de comunicación, páginas WEB, en donde existan portales que exhiban el producto.

2. Canales de distribución

Se estima cubrir primeramente el mercado local, teniendo como meta expandirse hacia mercados provinciales y regionales, realizando contactos y convenios con instituciones públicas y privadas, especialmente con instituciones educativas, sector empresarial y residencias que requieran muebles para uso educativo y de oficina.

3. Publicidad y promoción

Entre los medios de publicidad que más se aplicarán estarán:

- Hojas volantes
- Medios escritos tales como el diario la Hora y el Norte
- Trípticos de los productos que se ofertan y de la microempresa

- Diseño de catálogos
- Medios informativos tales como la radio.
- Tarjetas de presentación

En promociones se aplicarán:

- Descuentos en ciertos productos
- Promoción por la compra de 10 sillas, llévese una más
- Entregas del producto sin costo a domicilio.

6.5.3. Control de actividades

Toda empresa productiva de muebles tienen como principales actividades a ser controladas: de producción, de financiamiento, de comercialización, talento humano, tecnología y de compras, para lo cual es necesario crear equipos de trabajo integradores que permitan ir controlando cada uno de ellos, para lo cual se puede aplicar lo siguiente:

- **Actividad: Producción:** La actividad productiva se debe relacionar tanto con la fabricación y obtención de un producto como con la prestación de un servicio. La actividad productiva se entiende como el proceso de transformación de materias primas y otros factores para conseguir un producto o servicio para los clientes. El proceso tecnológico de esta transformación es la esencia de la función productiva.
- **Actividad: Financiación:** La función financiera es la más centralizada de las funciones, por su mayor influencia en los niveles estratégicos de toma de decisión, ya que debe incluir la presentación de los resultados de la empresa en su conjunto.

- Su objetivo principal consistiría en el análisis de las principales características y tendencias de los mercados financieros a los que puede acudir la empresa para obtener la financiación necesaria. Ello conlleva el análisis de las distintas oportunidades de financiación que se le ofrecen a la empresa respecto a modalidades, tipos de interés, condiciones generales, tipos de cambio, legislación, etc.
- **Actividad: Comercialización:** La función de comercialización se orienta a la satisfacción de las necesidades de los consumidores, el diseño de la logística de la distribución de los productos y los requerimientos de los servicios post-venta.
- Esta función se ha caracterizado tradicionalmente por ser descentralizada a nivel de unidad de negocio. La clave de esta función reside en comprender las necesidades de los consumidores, el estímulo de nuevas necesidades y el impulso a las actividades de venta lo cual está relacionado con nuevos productos, segmentación de mercados, política de precios, política de productos, canales de distribución y servicios adicionales.
- **Actividad: Compras:** La función de compras se ocupa de proporcionar todas las materias primas, productos y servicios que necesita la empresa para desarrollar su actividad, con el menor coste y el mayor nivel de calidad y servicio posible.

La función de compras se vincula con los proveedores, tratando de identificar dónde se establecen los límites de la empresa en el sentido de responder a la cuestión de qué actividades de la cadena de valor se realizan dentro de la empresa y cuáles se realizan fuera mediante las correspondientes decisiones de compra.

El establecimiento de estrechas relaciones con los proveedores, que lleguen incluso a la posibilidad de participación conjunta en el diseño de sus procesos productivos y sus

productos, representa la alternativa de la empresa a la integración vertical, a través de la externalización de determinadas tareas. El control de las actividades permite aplicar los reajustes, modificaciones y redefiniciones de planes y objetivos. El control es responsable de la disponibilidad de cada pieza y los montajes.

1. %Máquinas y equipo: métodos de fabricación dependerán de los elementos de producción.
2. %Determinación de rutas: indican el flujo del trabajo de la empresa depende de diagramas de distribución y localización temporal de los almacenes.
3. %Estimación: cuando se dispone los pedidos de producción y las hojas de operación detalladas.
4. %Carga y programación de tiempos: la programación es la tarea más difícil con la que se encuentra el director de producción, está determinada la utilización del equipo y la mano de obra como consecuencia, el rendimiento de la planta.
5. %Lanzamiento: autoriza el comienzo de las operaciones productivas, poniendo en circulación los materiales, piezas, herramientas, accesorios y hojas de instrucciones del operario.
6. %Seguimiento: vigilancia sobre el avance del trabajo.
7. %Verificación: control de calidad y producción.
8. %Evaluación: se recopila la información obtenida, el mecanismo retroactivo.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Impactos

A fin de establecer el análisis de los principales impactos que generará este proyecto, se establecerá un sistema de calificación, el cual constituye un medidor a fin de establecer si es o no óptimo su aplicación:

De 1 a 3 positivo favorable

De -1 a -3 negativo, cuando es desfavorable que define indiferencia

Tabla 90

Sistema de calificación de impactos

| | |
|----|------------------------|
| -3 | Impacto alto Negativo |
| -2 | Impacto medio Negativo |
| -1 | Impacto bajo Negativo |
| 0 | No hay Impacto |
| 1 | Impacto bajo Positivo |
| 2 | Impacto medio Positivo |
| 3 | Impacto alto Positivo |

Elaboración: La autora

7.1.1. Impacto económico

Tabla 91

Impacto económico

| Impactos | (-3) | (-2) | (-1) | 0 | (+1) | (+2) | (+3) | Total |
|--|-------------|-------------|-------------|----------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Desarrollo de la industria y el comercio | | | | | | x | | +2 |
| Desarrollo de la infraestructura urbana | | | | | | x | | +2 |
| Solvencia de la empresa | | | | | | | x | +3 |
| Optimización de las utilidades | | | | | | x | | +2 |
| Precios de los productos | | | | x | | | | -1 |
| Total | | | | | | | | 8 |

Elaboración: La autora

$$\begin{aligned}
 & \text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Nro. de Indicadores}} \\
 & = \frac{8}{5} \\
 & = \mathbf{1,60} \\
 & = \mathbf{2} \\
 \text{Nivel de Impacto Económico} & = \text{Positivo}
 \end{aligned}$$

Análisis:

Desarrollo de la industria y comercio En la matriz se identifica el impacto económico que generará el proyecto en un nivel positivo medio, por cuanto la instalación de esta nueva unidad productiva generará el desarrollo industrial de la provincia y por consecuencia se acrecentará el comercio en general, lo que motiva a que la población mejore su nivel de vida, con ello se logrará que se construyan obras viales, sanitarios, servicios de agua, luz eléctrica,

etc., que son obras que de primer orden que requiere una población con visión de crecimiento.

Desarrollo de la Infraestructura urbana

Los impuestos que generan las empresas y de los que tanto el gobierno local como a nivel nacional, el Estado es partícipe directo de las utilidades, los mismos que son empleados en la construcción de obras públicas, sanitarias, vías de comunicación, redes eléctricas y de agua potable; de manera coordinada, deben llegar a los sectores múltiples de una sociedad en constante crecimiento.

Solvencia de la empresa

Por el monto de su inversión y porque sus ingresos estarán programados en base a sus ventas, económicamente la empresa contará con respaldos financieros que garantizan el fiel cumplimiento de sus obligaciones como una compañía legalmente constituida, lo que le permitirá desarrollar sus actividades en ámbitos de confianza.

Optimización de las Utilidades

Las utilidades que se obtengan en un periodo comercial permitirán al propietario visualizar de mejor manera, en que campos se hace necesaria la reinversión con la finalidad de garantizar al trabajador su seguridad laboral, además de poder dar cumplimiento a los objetivos a corto y largo plazo debidamente planificados.

Precios de los productos

Para fijar los precios de los productos se analiza el costo de producción obtenido durante su proceso, hasta obtenerlo como producto terminado listo para el consumidor y todo esto tomando en cuenta los precios establecidos por la competencia.

7.1.2. Impacto social

Tabla 92

Impacto social

| Impactos | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total |
|--|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| Generación fuentes de trabajo | | | | | | | x | 3 |
| Mejorar la calidad de los productos | | | | | | | x | 3 |
| Mejorar el servicio al cliente | | | | | | x | | 2 |
| Cobertura a sectores urbanos y rurales | | | | | | | x | 3 |
| Total | | | | | | | | 11 |

Elaboración: La autora

$$\begin{aligned}
 & \text{Nivel de Impacto Social} = \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Nro. de Indicadores}} \\
 & = \frac{11}{4} \\
 & = 2,75 \\
 & = 3 \\
 & \text{Nivel de Impacto Social} = \text{Positivo}
 \end{aligned}$$

Análisis:**Generación y Fuentes de Trabajo**

Para bienestar de las personas que laboren en esta empresa, se podrá crear puestos de trabajo que solventen las necesidades de aquellos que demanden de un salario para su subsistencia. Contribuyendo en un pequeño porcentaje a disminuir la Tasa de Desempleo que demuestra ser elevada en el País.

Mejoramiento de la Calidad de los Productos

Para que un producto tenga la aceptación del cliente debe reunir especificaciones, esta empresa podrá elaborar productos de mejor calidad de los productos expuestos por la competencia pues su infraestructura y la maquinaria y su recurso humano cumplir con esta labor en factor del consumidor.

Mejoramiento del Servicio al Cliente

Por considerar al cliente como la razón de ser de una empresa es conveniente tomar muy en cuenta la opinión, pues de esa manera sabremos con exactitud las preferencias con la finalidad de servir más y mejor.

Cobertura a sectores urbanos y rurales

La microempresa tiene como propósito fundamental solventar la demanda no solo a nivel de mercado urbano, sino también extender su grado de cobertura a nivel rural a fin de cubrir segmentos de mercado que no han tenido acceso de productos en mueblería.

7.1.3. Impacto ambiental

Tabla 93

Impacto ambiental

| Impactos | -3 | -2 | -1 | 0 | +1 | +2 | +3 | Total |
|---|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|--------------|
| Salubridad de los trabajadores | | | | | | x | | 2 |
| Eliminación de ruido | | | | | x | | | 1 |
| Eliminación de desperdicios sólidos | | | | | x | | | 1 |
| Reducción de la contaminación ambiental | | | | | | x | | 2 |
| Total | | | | | | | | 6 |

Elaboración: La autora

$$\begin{aligned}
 & \text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Nro. de Indicadores}} \\
 & = \frac{6}{4} \\
 & = 1,5 \\
 & = 2
 \end{aligned}$$

Nivel de Impacto Ambiental = Positivo

Análisis:

Salubridad de los trabajadores

Con la finalidad de proteger la integridad de los trabajadores, todas deben usar overol, mascarilla, protectores de ojo y otros implementos para que puedan realizar su labor, estableciéndose dentro del proyecto asignaciones para cursos de capacitación y entrenamiento en Seguridad e higiene industrial, presupuesto colocado en base a los imprevistos tanto en producción como en gastos operacionales.

Eliminación de ruido

El tipo de maquinaria utilizada posee características como la de eliminar el exceso de ruido en porcentajes aceptables y tolerantes al oído humano, por lo que no causa molestias a quienes habitan en los lugares cercanos a la planta industrial, lo que es una ventaja para evitar confusiones y altercados a los habitantes de la comunidad.

Eliminación de desperdicios sólidos

La materia prima, produce desperdicios al momento del corte, los mismos que con un proceso tecnológico pueden ser convertidos en chatarra para ser fundidos y convertidos en materia prima reutilizable.

Reducción de la Contaminación Ambiental

La planta industrial en su proceso de fabricación no utiliza chimeneas; que emanen humo, etc., ya que sus instalaciones tienen las condiciones necesarias para evitar la contaminación ambiental.

7.1.4. Impacto global del proyecto

Tabla 94

Impacto global del proyecto

| NIVEL DE IMPACTO | | | | | | | | Total |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| INDICADOR | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Económico | | | | | | X | | 2 |
| Social | | | | | | | X | 3 |
| Ambiental | | | | | | X | | 2 |
| Total | | | | | | | | 7 |

Elaboración: La autora

$$\begin{aligned} \text{Nivel de Impacto Global} &= \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Nro. de Indicadores}} \\ &= \frac{7}{3} \\ &= 2,3 \end{aligned}$$

Nivel de Impacto Global = Positivo

Análisis general:

El proyecto establece como prioridad cuidar el impacto ambiental, generar fuentes de empleo y mejorar las condiciones de vida del sector en donde se instalará la microempresa.

CONCLUSIONES

- Con el estudio diagnóstico se demostró la necesidad de crear nuevas microempresas que apoyen el adelanto del cantón y por ende de la provincia, el cual presenta grandes oportunidades en su aspecto geográfico, económico, social, salud, educación, cultura y político, lo cual hace ver su potencial en generación de fuentes de ingresos que mucha de las veces es aprovechado por empresas que vienen de afuera y se llevan los capitales.
- En el estudio de mercado los principales productos en muebles de metal demandados por los clientes representan la línea de Sillas de oficina, mesas hexagonales, escritorios secretarias, escritorios estudiantes, archivadores de 4 gavetas, anaqueles y pupitres de ángulo, existiendo una demanda insatisfecha por cubrir en torno a estos productos a nivel de mercado público y privado.
- La microempresa tendrá una capacidad de producción en muebles de metal de 15.821 unidades de producto en todas las líneas antes mencionadas, estableciéndose una capacidad a cubrir en el primer año del 70% hasta lograr cubrir el 100% de su capacidad.
- Del estudio económico financiero, se determinó que la inversión que se necesita para la creación de una microempresa de producción y comercialización de muebles en metal será de \$118.213,47, la misma que se podrá financiar con el 30% propio y el 70% vía crédito; se estiman que sus ingresos sean mayores a los costos y gastos, se cubrirán vacaciones del personal de transformación y se pagarán impuestos según la Ley.
- El proyecto al ser evaluado económica y financieramente, dio como resultado un VAN de \$120.515,24; la TIR de 39,57%, un Beneficio/costo de 1,06 veces y un tiempo de

recuperación de la inversión de 2,56 años, lo cual se considera aceptable y por lo tanto factible de realizarlo.

- El proyecto generará impactos de puntuación media positiva en torno al manejo económico, social y ambiental, estableciendo que la microempresa pretende mejorar en parte el problema del desempleo y por ende las condiciones de vida del sector.

RECOMENDACIONES

- El estudio diagnóstico deberá ser empelado como una fuente importante de estudio para la creación de cualquier tipo de empresa, en donde se deberán analizar en forma sustentada los respectivos factores, a fin de detectar cuales son las oportunidades que nos puede brindar nuestro entorno y cuáles son nuestras propias fortalezas.
- Es importante hacer estudios de mercado continuos en una empresa que ya está en marcha, a fin de mejorar su producto, determinar nuevas necesidades de los clientes, segmentar de mejor manera el área, captar nuevos clientes, ampliar la cobertura, buscar nuevos nichos de mercado, mejorar nuestra publicidad, lograr que nuestros precios sean más competitivos y sobre todo que los productos fabricados y comercializados sean aceptados.
- La capacidad de planta a nivel de producción y grado de cobertura comercial, se logra cuando se cuenta con una infraestructura propia, con perspectivas de ampliación, con un personal calificado y capacitado continuamente, proveedores directos, una correcta organización interna y sobre todo de una gerencia que lidere y confíe en su grupo de trabajo.
- La inversión que la empresa ha programado, se puede lograr cubrir, siempre y cuando se haga un análisis de sus principales componentes que permitan recuperarlo en el menor tiempo posible y que lo que se adquiera como activo, ayude a generar ingresos, mejore su productividad y logre cubrir las expectativas del cliente.
- Los indicadores económicos, podrán ser factibles, siempre y cuando se logre introducir el producto en la mente del consumidor, aplicando para ello estrategias de comercialización,

tanto en el ámbito de las ventas, posicionamiento del producto, publicidad y promoción, políticas de precios, entre otros.

- El estudio de los impactos es muy importante que toda empresa en su fase de creación lo tenga en mente, a fin de que el producto que deseen fabricar y comercializar no perjudique el entorno, sino más bien sea amigable con la naturaleza, con la sociedad y que el rendimiento económico sea canalizado en mejorar las condiciones de vida del sector.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- ANASTASI, Maribel. Control de Calidad. Editorial AGUILAR. Lima; 1992.
- ARBOLEDA, Germán; Formulación, Evaluación y Control de Proyectos; 2001
- BACA, U. Gabriel; Evaluación de Proyectos, cuarta edición, editorial McGraw-Hill, México; 2001
- BODIE, Zvi; Evaluación de proyectos; 1era edición; México; 2000
- CHILQUINGA, Manuel Órdenes de Producción, Ibarra Ecuador 2001
- DÁVALOS, Nelson; Diccionario Contable; México; 2002
- Departamento Nacional de
Planeación; Metalmecánica: proceso productivo; Quito; 2002
- GITMAN, Lawrence; Administración Financiera; México; 2001
- GARCÍA, GAR Y FLOR; El Fenómeno de la Informalidad; México; 1999
- GÓMEZ, Oscar; Contabilidad de Costos; Colombia; 1991
- GUZMÁN V., Isaac; Organización microempresarial; 1996
- Junta Nacional de
Defensa del Artesano; Ley orgánica; Quito-Ecuador; 1998
- KOTLER, Philip Dirección de Mercadotecnia, análisis,

- Planeación, implementación y control, México; 2001
- SRI; LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO; 2008
- MONTEROS, Edgar Gestión de microempresas; primera edición; Ibarra; 2005
- MELVINE, Roberth, Estadística para la Administración, Mac Graw Hill, México
1998
- MESTRE M; La comercialización; Colombia; 2001
- PARRA, Ernesto; Microempresa y Desarrollo; México; 1986
- KOONTZ & O'DONNEL; La Administración de empresas; 1997.
- STANTON, William, Fundamentos de Marketing; México; 2000
- SUMANTH, David; Ingeniería económico y Administración de la productividad;
Mac Graw Hill, 1998
- VELASCO, Eugenio Sixto; La organización de empresas; Colombia; (1998)
- ZAPATA; Pedro Contabilidad General; edit. Mac-Graw-Hill; 2004
- ZEITHAML Y BITNER; Marketing de servicios; New Yersey; 2002

LINKOGRAFÍA

www.cepyme.es

www.mapas.com

ANEXOS

ANEXO A.**Población de productores y comercializadores de muebles de oficina en metal de la ciudad de Ibarra**

| Empresas | Dirección |
|-----------------------------|---|
| Decor-orq | Frente al colegio Ibarra |
| Vialesa Modular | Juana Atabalipa 890 |
| Línea Nueva Mobiliaria | Atahualpa 526 |
| Normetalco | Gonzalo Gómez Jurado 217 y Cristóbal de Troya |
| Metálicas Imbabura | Av. Teodoro Gómez y Rocafuerte 1453 |
| Metálicas Revelo | Av. Teodoro Gómez de la Torre |
| Servital | Av. Cristóbal de Troya |
| Muebles FAVE | Fono 2957615 |
| Metálicas Vaca | Gerardo Jaramillo |
| Hialuvid | Av. Eugenio Espejo 8-78 y Juan Francisco |
| Industrias metálicas Ibarra | Julio Zaldumbide 1.56 y Borrero |
| Metalco Cía. Ltda. | Av. Jaime Rivadeneira |

Fuente: Gremios de Artesanos y mecánicos afines de Ibarra 2011

Elaboración: La autora

ANEXO B.**LISTADO DE EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS****DE LA CIUDAD DE IBARRA**

| Tipos de empresas e instituciones | Número total |
|--|--------------|
| Públicas: Consejos Provinciales Municipio (IMI) Empresa de agua potable (EMAPA) Andinatel S.A Conacel Emelnorte S.A MIES Ministerio de Inclusión Social MAGAP Ministerio de Ambiente BEV Catedral Estadio Olímpico Ibarra Coliseo “Luis Leoro Franco” INFFA Instituto Nacional del Niño y la Familia ORI Cárcel Hospital “San Vicente de Paúl” Cuartel del Ejército “Yaguachi” Cuartel de Policía Nacional Ibarra Cuartel de Bomberos 911 Emegencias Ministerio de obras públicas (MOP) S.R.I Servicio de Rentas Internas Cámaras de Comercio Cámaras de Turismo Cámaras de la pequeña industria | 26 |

| | | |
|----------------------------------|-----|------------|
| Privadas: | | 810 |
| Bancos | 11 | |
| Cooperativas de Ahorro y Crédito | 8 | |
| Hoteles y hosterías | 25 | |
| Industrias | 15 | |
| Almacenes de comercialización | 726 | |
| Instituciones Educativas | 25 | |
| Total | | 836 |

Fuente: Cámara de Comercio, Dirección de Educación y Municipio 2011
 Elaboración: La autora

ANEXO C.

IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

- a) Población de dueños de empresas- taller de metalmecánica de la ciudad de Ibarra, siendo un total de 12, quienes se dedican a la producción y comercialización de muebles de oficina en metal (Anexo N.A listado de empresas-talleres de metalmecánica de la ciudad de Ibarra).
- b) Población de Empresas Públicas y Privadas (Comerciales, industriales, de servicios e instituciones educativas) de la ciudad de Ibarra, siendo un total de 836 según la Cámara de Comercio de Ibarra, la Dirección de Educación de Imbabura y Municipio de Ibarra al 2008. (Anexo N.2 listado de empresas e instituciones educativas de la ciudad de Ibarra).

CALCULO DE LA MUESTRA

En vista de que el número de talleres en metalmecánicas es de 12 es decir menor a 50, corresponde por lo tanto realizar un censo al total de talleres de la ciudad de Ibarra.

a) Censo de la población a los dueños de empresas-taller de metalmecánica de la ciudad de Ibarra (oferentes - productores)

Siendo la población de 12 dueños de empresas-talleres de metalmecánica de la ciudad de Ibarra dedicados exclusivamente a la producción y comercialización de muebles de oficina en metal, se aplicó un censo para la recolección de la información.

b) Muestra de la población de empresas públicas y privadas de de la ciudad de Ibarra. (demandantes - clientes)

Siendo la población total del sector empresarial e institucional de la ciudad de Ibarra de 836 mayor que 50, se procedió a aplicar la fórmula muestral que es la siguiente:

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

Datos a aplicar:

N = Población o Universo; siendo de 836

n = Tamaño de la muestra

δ^2 = Varianza; siendo p = éxito y q = fracaso

P = 50% y q = 50%

$$\delta^2 = p * q$$

$$\delta^2 = 0,50 * 0,50$$

$$\delta^2 = 0,25$$

Implica éxito y fracaso en la recolección de la información a nivel de encuestas

z = z crítico \Rightarrow Nivel de confianza = 95%; siendo $z = 1,96$

e = error; siendo la población finita hasta 1000, se utilizó un error del 5% (error 5% - 10%)

Aplicación:

$$n = \frac{836((0,25)(1,96)^2)}{(0,05)^2(836-1) + (0,25)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{802,89}{2,0875 + 0,9604}$$

$$n = \frac{802,89}{3,0479}$$

| |
|-----------------------------|
| $n = 263$ |
|-----------------------------|

Número de encuestas a empresas e instituciones.

Ponderación de la muestra:

Tabla 95

Ponderación de la muestra

| Tipos de empresas e instituciones | Número total | Porcentaje Participación % | Ponderación de la muestra |
|--|---------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| Públicas: | 26 | 3 | 8 |
| Privadas: | 810 | 97 | 255 |
| Total | 836 | 100 | 263 |

Elaborado por: Mariela Calderón

DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Información primaria:

- Observación Directa: Aplicado en base de la recolección de material fotográfico del proceso de fabricación de los muebles de oficina en metal, analizando desde el proceso de entrada del insumo hasta la obtención del producto final.
- Encuesta: Las encuestas se dirigieron a dueños de empresas-taller de metalmecánica de la ciudad de Ibarra y a la poblacional de propietarios de empresas públicas y privadas de la ciudad de Ibarra. (Anexos C y D respectivamente)
- Entrevista: Dirigida a un técnico experto en producción y comercialización de muebles de oficina en metal de la ciudad de Ibarra. (Anexo E.)

Información secundaria:

Este tipo de información se la utilizará para recopilar los datos referentes a este sector económico y otros aspectos considerados en el proyecto, con la finalidad de sustentar bibliográfica y documentalmente algunos temas y subtemas de otros autores, con el aporte del criterio personal de la autora, empleando:

- Libros técnicos de producción de muebles de oficina en metal.
- Documentos técnicos de Administración, Organización, Marketing,
- Servicio al cliente, Contabilidad, Presupuestos, Proyectos y Calidad total.
- Internet
- Estadísticas del I.N.E.C.
- Memorias del Banco Central
- Listados de Microempresas y talleres metalmecánicas de Ibarra

ANEXO D.**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS****ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE DUEÑOS DE EMPRESAS-TALLER DE METALMECÁNICA DE LA CIUDAD DE IBARRA****OBJETIVO:**

Identificar la oferta y el aspecto técnico de producción y comercialización de muebles de oficina en metal, a fin de establecer el proceso administrativo-organizacional, productivo, comercial y contable-económico aplicado.

DATOS TÉCNICOS:

Experiencia en la actividad: _____ años

CUESTIONARIO:**Estructura Administrativa-Organizacional****1. ¿Cómo está constituida la empresa? (De acuerdo con la división y representación del capital)**

Sociedad mixta ()

Compañía Ltda. ()

Taller artesanal ()

Otras ():.....

2. ¿El personal de producción está calificado?

Si ()

No ()

¿Por qué?:.....

3. ¿El personal de su taller ha recibido cursos de capacitación en su oficio?

Si ()

No () ¿Por qué?:.....

4. ¿Establecen ustedes algún tipo de control administrativo dentro del taller?

Si ()

No () ¿Por qué?:.....

5. ¿Poseen alguna estructura de puestos y funciones administrativas y operacionales?

Si ()

No () ¿Por qué?:.....

Sistema Productivo**6. ¿Qué productos son los que con mayor frecuencia elabora en su taller?**

Muebles ()

Puertas y ventanas ()

Otros () ¿Cuáles?:.....

7. ¿Su taller produce muebles de oficina en metal?

Si () ¿Qué tipo?.....

No () ¿Por qué?:.....

8. ¿Qué productos en muebles de oficina son los que mayor frecuencia elabora en su taller?

(Sillas de oficina, mesas hexagonales- prekinder, Escritorios, Archivadores 4 gavetas, anaqueles, Pupitres) ()

Otros ()

No elaboran muebles de oficina en metal ()

9. ¿Su taller que tipo de tecnología aplica en la producción de los muebles de metal?

Tradicional ()

De punta ()

10. ¿Qué tipo de mano de obra usted posee en su taller?

Calificada ()

No Calificada ()

11. ¿Qué volumen de muebles de oficina en metal elabora usted al mes?

Menos de 5 unidades ()

Entre 5 a 10 unidades ()

Más de 10 unidades ()

12. El estado de los equipos de producción se encuentran:

Muy buenos ()

Buenos ()

Regulares ()

Malos ()

13. ¿De dónde adquiere los materiales para la producción de los muebles?

Proveedores locales ()

Proveedores de la provincia ()

Proveedores de otras provincias ()

Otros ():.....

14. ¿En el proceso de producción, se efectúan controles de calidad?

Si

No ¿Por qué?:.....

Comercialización

15. ¿Qué productos en metal son los más demandados por los clientes?

Muebles de oficina en metal

Puertas

Ventanas

Otros ¿Cuáles?:.....

16. ¿Dentro de los productos de muebles de oficina cuales productos son los que más comercializa?

(Sillas de oficina, mesas hexagonales- pre kínder, Escritorios secretaria y estudiante, Archivadores 4 gavetas, anaqueles, Pupitres)

No comercializan Muebles de oficina

17. ¿Cuál es el tipo de mercado o clientes que tiene el taller?

Empresas públicas

Empresas privadas

Público en general

18. ¿Qué cantidad promedio de muebles de oficina en metal vende al mes?

Menos de 5 unidades ()

Entre 5 a 10 unidades ()

Más de 10 unidades ()

19. La comercialización de los productos son:

Directamente al cliente ()

Almacén de ventas ()

Minoristas-distribuidores ()

Otros ():.....

20. ¿Aplica medios de publicidad para promocionar su producto?

Si ()

No () ¿Por qué?:.....

MANEJO FINANCIERO**21. ¿Utiliza algún sistema contable para llevar sus ingresos y gastos?**

Si ()

No () ¿Por qué?:.....

22. ¿Se encuentra actualizado su información contable?Si No ¿Por qué?:.....**23. ¿Se aplica algún tipo de control sobre su información contable?**Si No ¿Por qué?:.....**24. Su taller está funcionando con una inversión:**Propia Financiada Mixta **25. ¿Los precios de los productos se calculan en base a:**Costos incurridos Precio de la competencia

Otros ():

Encuestadora: _____**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

ANEXO E.**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS****ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD DE IBARRA.****OBJETIVO:**

Identificar la demanda de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra, a fin de determinar la forma de adquisición, frecuencia de compra, tipo y calidad de producto obtenido.

DATOS TÉCNICOS:**Tipo de empresa:**

Comercial ()

Industrial ()

Servicios ()

Cuestionario:

1. ¿Su empresa realiza la adquisición de muebles de oficina en metal?

SI ()

NO () **CUALES:**

2. ¿Cuáles son los tipos de muebles de oficina que adquiere usted con mayor frecuencia?

(Sillas de oficina, mesas hexagonal- pre kínder, Escritorios, Archivadores 4 gavetas, anaqueles, Pupitres)

No adquieren muebles de oficina en metal mecánica

3. ¿Qué cantidad de muebles de oficina en metal en forma general adquiere en forma mensual.

Menos de 5 unidades

Entre 5 a 10 unidades

No adquieren

4. ¿Lo adquieren directamente del productor?

SI

NO ¿Por qué?.....

5. ¿Estaría de acuerdo en que se cree una nueva microempresa que produzca y comercialice muebles de oficina en metal de buena calidad y a un precio aceptable?

SI

NO ¿Por qué?.....

Encuestadora: _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO F.**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS****ENTREVISTA DIRIGIDA A UN TÉCNICO EXPERTO EN PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE OFICINA EN METAL DE LA CIUDAD
DE IBARRA.****OBJETIVO:**

Establecer la parte técnica tanto en el proceso de producción como en la comercialización de los muebles de oficina elaborados en metal en la ciudad de Ibarra.

Empresa o Institución:

Nombre:

Cargo:

1. ¿Para la producción de muebles de oficina, que tipo de materiales suelen utilizar los productores metalmecánicos?
2. ¿Qué productos se producen actualmente en metal?
3. ¿Qué cantidad de inversión se requiere para elaborar muebles en metal?
4. ¿Por lo general el proceso de elaboración de muebles en metal es manual, semimanual, mecánico o semimecánico?
5. ¿Cuál es el proceso de elaboración de un mueble de oficina?

6. ¿De dónde provienen los materiales para el proceso de elaboración de los muebles de oficina en metal?
7. ¿Cuántas personas se requieren para la elaboración de los muebles de oficina en metal y que requisitos deben cumplir?
8. ¿Qué aspectos debe cumplir un producto elaborado para que sea considerado de calidad?
9. ¿Qué nivel de aceptación tiene los muebles en metal que los fabricados en hierro u otro material?
10. ¿Cuál es el nivel de competencia que existe en torno a la producción de muebles de oficina en la ciudad de Ibarra?
11. ¿Cuáles son los principales mercados compradores del producto?
12. ¿Qué tipo de estrategias de comercialización se deberían aplicar para que el producto tenga mayor acogida?

Entrevistadora: _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO G.

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Resultados de la encuesta dirigida a productores –comercializadores de productos en metalmecánica

Experiencia en la fabricación de productos en metalmecánica

Tabla 96

Experiencia en la actividad de fabricación

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|------------|
| Menos de 5 años | 0 | 0 |
| Entre 5 a 8 años | 6 | 50 |
| Entre 8 a 12 años | 4 | 33 |
| Más de 12 años | 2 | 17 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

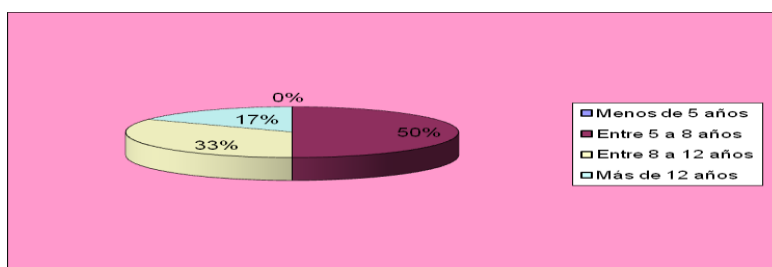


Figura 29 Experiencia en la actividad de fabricación

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Mediante los resultados expuestos se puede concluir que el nivel promedio de experiencia de los productores y comercializadores de productos en metal encuestadas de la ciudad de Ibarra poseen, un alto grado de experiencia en la actividad, enfocado en la fabricación de diversos productos en la rama de la metalmecánica, esto hace ver que existe una gran fortaleza en relación al resto de actividades generadoras de ingresos.

Estructura administrativa-organizacional

1. ¿Cómo está constituida la empresa? (De acuerdo con la división y representación del capital)

Tabla 97

Constitución de la empresa

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| Sociedad Mixta | 1 | 8 |
| Compañía Ltda. | 1 | 8 |
| Taller artesanal | 10 | 84 |
| Otras | 0 | 0 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas

Elaboración: La autora

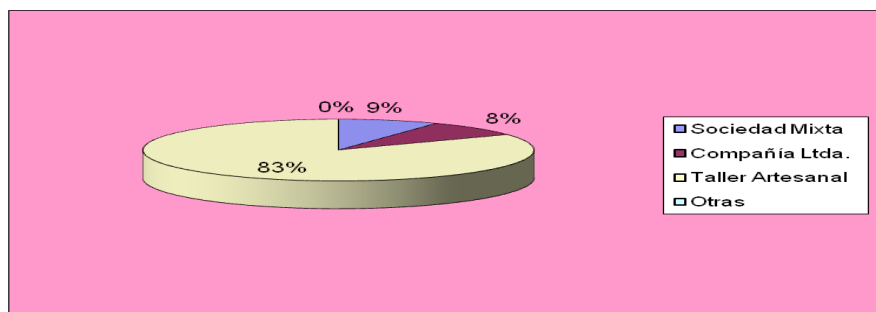


Figura 30 Constitución de la empresa

Fuente: investigación directa-encuestas

Elaboración: la autora

Análisis:

De acuerdo a la constitución de la empresa, existe un valioso porcentaje de encuestados que se constituyen como talleres artesanales los mismos que están amparados y sujetos a la Junta Nacional de Defensa del Artesano y a su respectiva Ley, que norma su actividad y señalan los requisitos básicos indispensables para su funcionamiento dentro de la provincia de Imbabura. Por cuanto su actividad es de tipo industrial y sus activos productivos son inferiores a \$ 85.500.

2. ¿El personal con el que cuenta su taller está calificado?

Tabla 98

Personal de producción calificado

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 4 | 33 |
| NO | 8 | 67 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

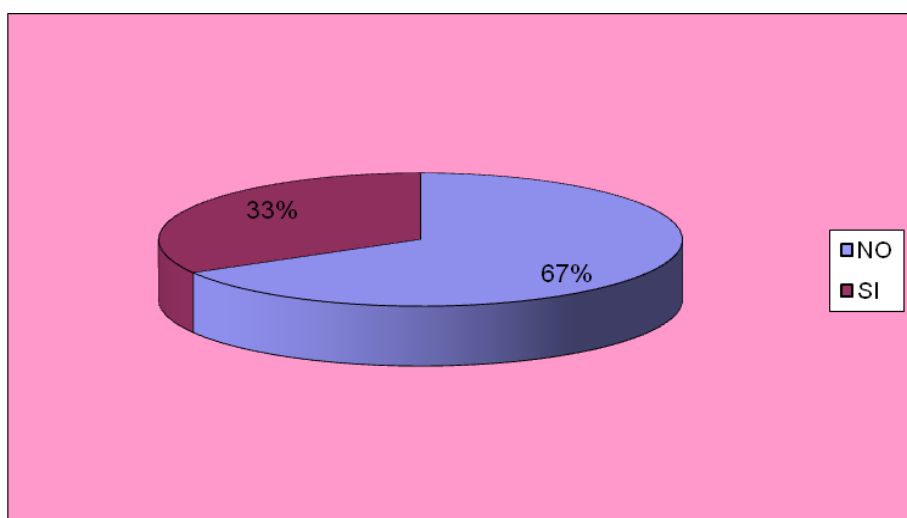


Figura 31 Personal de producción calificado

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

En referencia a la interrogante efectuada se puede determinar que existe un porcentaje considerable de talleres que poseen personal no calificado, lo cual no les permite que se entregue productos de óptima calidad y/o que cumplan a cabalidad las exigencias que el cliente requiere, inclusive existe retrasos en la entrega de los productos solicitados por los clientes.

3. ¿El personal de su taller ha recibido cursos de capacitación en su oficio?

Tabla 99

Capacitación al personal del taller

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 4 | 33 |
| NO | 8 | 67 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

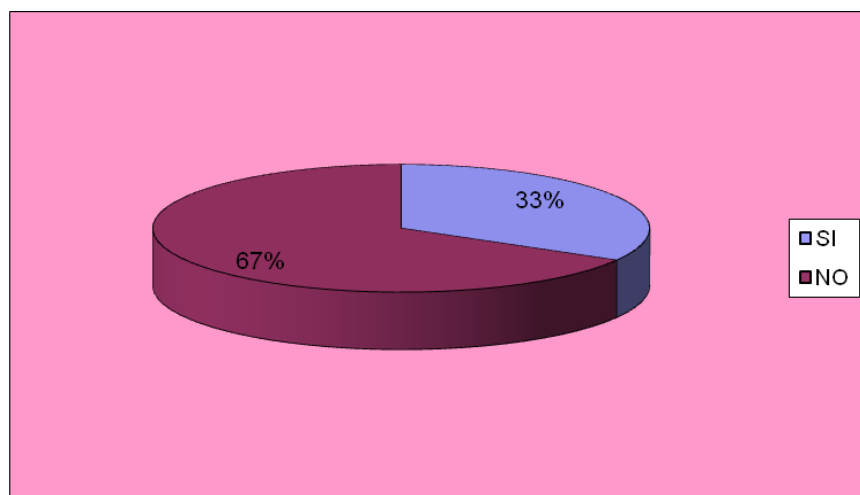


Figura 32 Capacitación al personal del taller

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

De acuerdo a estos resultados se puede concluir que el nivel de capacitación que el personal de los talleres ha recibido ha sido casi nula, lo cual es un inconveniente latente para estas unidades productivas considerando que la capacitación es la herramienta que permite estar al tanto de los avances tecnológicos y nuevos procesos para el desarrollo eficiente de esta actividad. Además se puede apreciar que no se ha dado la capacitación en estos talleres por el factor costo y por la poca importancia de los jefes acerca de este tema.

4. Establecen ustedes algún tipo de control administrativo dentro del taller?

Tabla 100

Control administrativo en el taller

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 4 | 33 |
| NO | 8 | 67 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

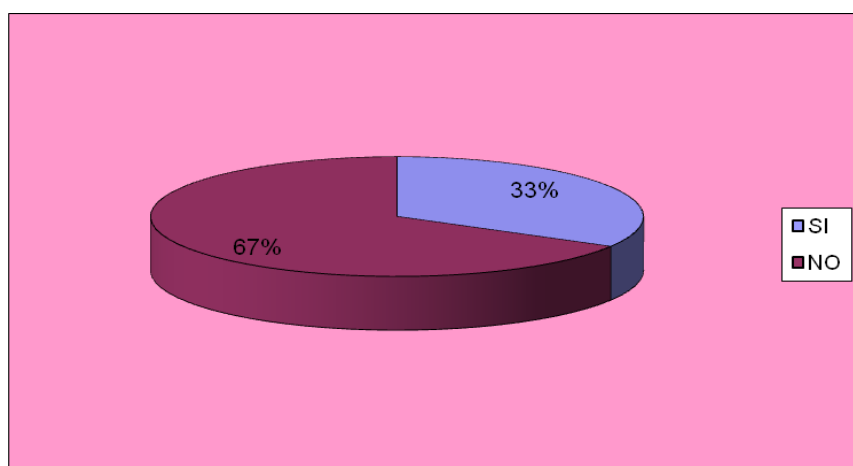


Figura 33 Control administrativo en el taller

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Los resultados obtenidos en lo concerniente a la existencia de algún tipo de control administrativo en los talleres, se puede constatar de que no existe un control administrativo en estos talleres, a pesar de que existan ciertos elementos considerados como fortaleza (su experiencia) por parte del gerente propietario, especialmente en el manejo de acuerdos de trabajo con empresas solicitantes, sin embargo existen algunos inconvenientes en la entrega de las obras solicitadas por los clientes, como la demora creando inseguridad y desconfianza en los clientes.

5. ¿Poseen alguna estructura de puestos y funciones administrativas y operacionales?

Tabla 101

Estructura orgánico funcional

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 4 | 33 |
| NO | 8 | 67 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

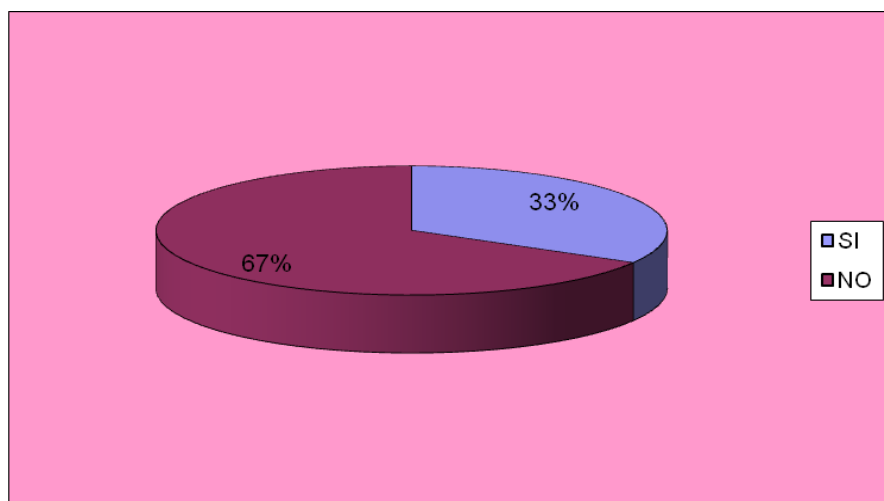


Figura 34 Estructura orgánico funcional

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

En torno a esta interrogante se detecta que la mayoría de los talleres estudiados no poseen una estructura orgánica funcional, debiéndose principalmente a la falta de asesoramiento en estos talleres no solo a nivel técnico sino también administrativo-organizacional, que les permita realizar una mejor gestión de sus actividades.

SISTEMA PRODUCTIVO

6. ¿Qué productos son los que con mayor frecuencia elabora en su taller?

Tabla 102

Productos fabricados en el taller

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Muebles de oficina | 7 | 58 |
| Puertas y ventanas | 5 | 42 |
| Otros | 0 | 0 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

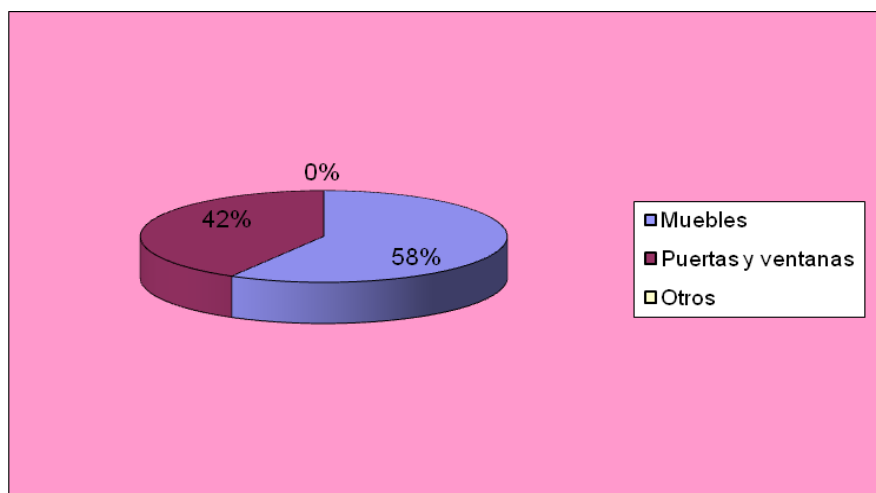


Figura 35 Productos fabricados en el taller

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Con los datos anteriormente expuestos, se determina que existe un alto porcentaje de talleres que fabrican muebles, principalmente para oficina, lo cual revela la importancia que tiene este tipo de productos en la producción de los talleres metal mecánicos de la ciudad de Ibarra.

7. ¿Su taller produce muebles de oficina en metal?

Tabla 103

Producción de muebles de oficina en metal

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 7 | 58 |
| NO | 5 | 42 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

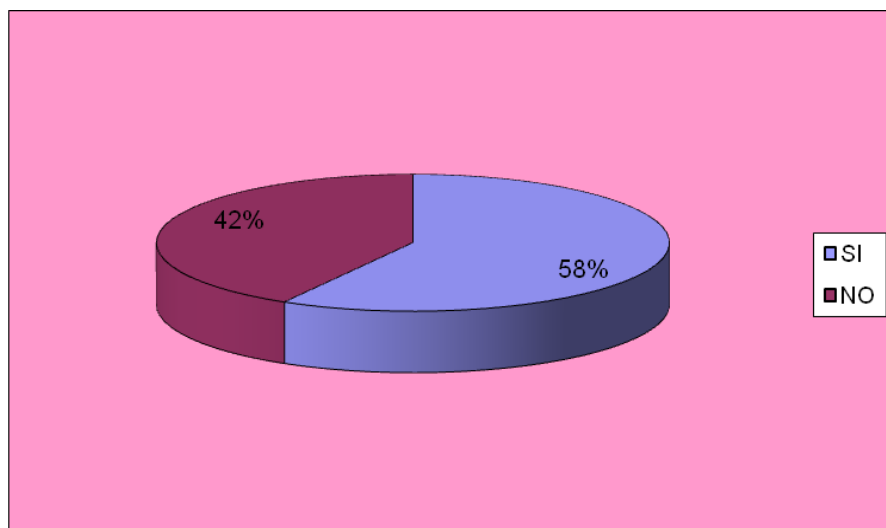


Figura 36 Producción de muebles de oficina en metal

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

En referencia a la interrogante anteriormente citada se puede concluir que existe un porcentaje valioso de talleres que se dedican a la fabricación de muebles de oficina en metal, elaborados de acuerdo a las necesidades de los clientes, los mismos que aplican diferentes tipos de diseños apropiados para las oficinas tanto públicas como privadas, incluyendo aquellas instituciones educativas (institutos, universidades, escuelas, colegios y jardines de infantes).

8. ¿Qué productos en muebles de oficina son los que con mayor frecuencia se fabrica?

Tabla 104

Muebles de oficina fabricados con mayor frecuencia

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Sillas de oficina, mesas (hexagonal- pre kínder), Escritorios (secretaria y estudiante), Archivadores 4 gavetas, anaqueles, Pupitres | 7 | 58% |
| No comercializan muebles de oficina | 5 | 42% |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

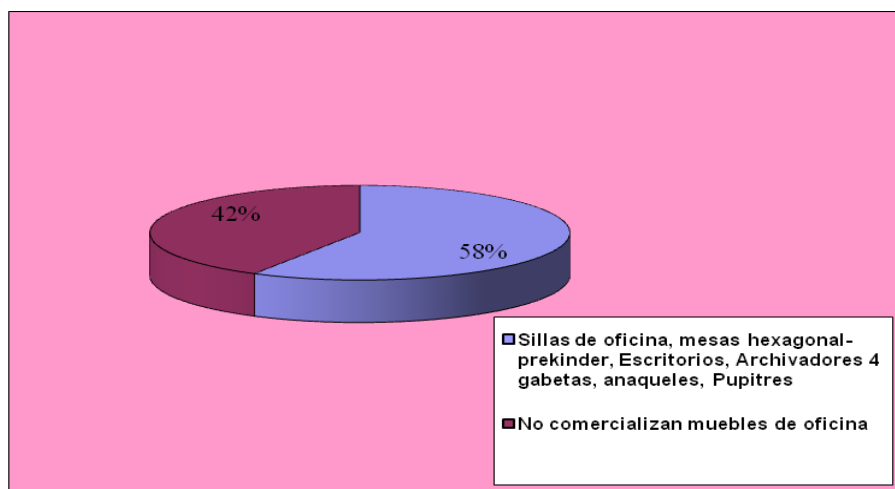


Figura 37 Muebles de oficina más comercializados

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

A través de los resultados obtenidos se logró conocer que en 7 talleres de las 12 unidades investigadas, tienen preferencia específicamente por la fabricación de muebles de oficina, los mismos que coinciden en que los productos con mayor producción son: Sillas de oficina, mesas hexagonales- pre kínder, Escritorios, Archivadores 4 gavetas, anaqueles, Pupitres, lo cual se debe a la preferencia y a la demanda de los diferentes consumidores.

9. ¿Su taller que tipo de tecnología aplica en la producción de los muebles de metal?

Tabla 105

Tipo de tecnología aplicada en la producción

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Tradicional | 10 | 83 |
| De punta | 2 | 17 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

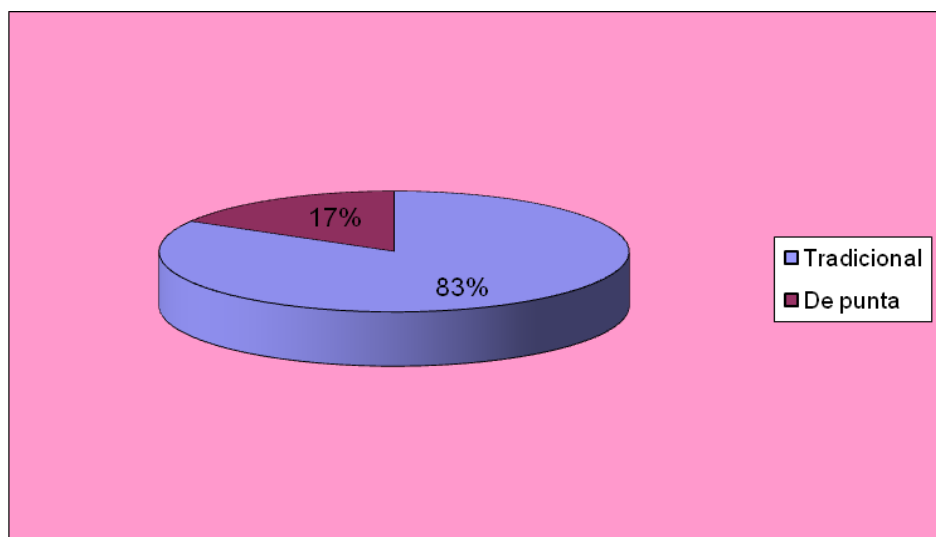


Figura 38 Tipo de tecnología aplicada en la producción

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Los resultados obtenidos demuestran que los talleres de muebles de oficina en metal, en lo concerniente al proceso de producción, aún aplican una tecnología tradicional, lo cual repercute en la calidad de los productos en el mercado ibarreño; lo que ha obligado a los clientes a buscar productos que satisfagan sus requerimientos en otros mercados o provincias como Ambato, Pichincha y otras ciudades del país.

10. ¿Qué tipo de mano de obra usted posee en su taller?

Tabla 106

Tipo de mano de obra en el taller

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Calificada | 4 | 33 |
| No calificada | 8 | 67 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

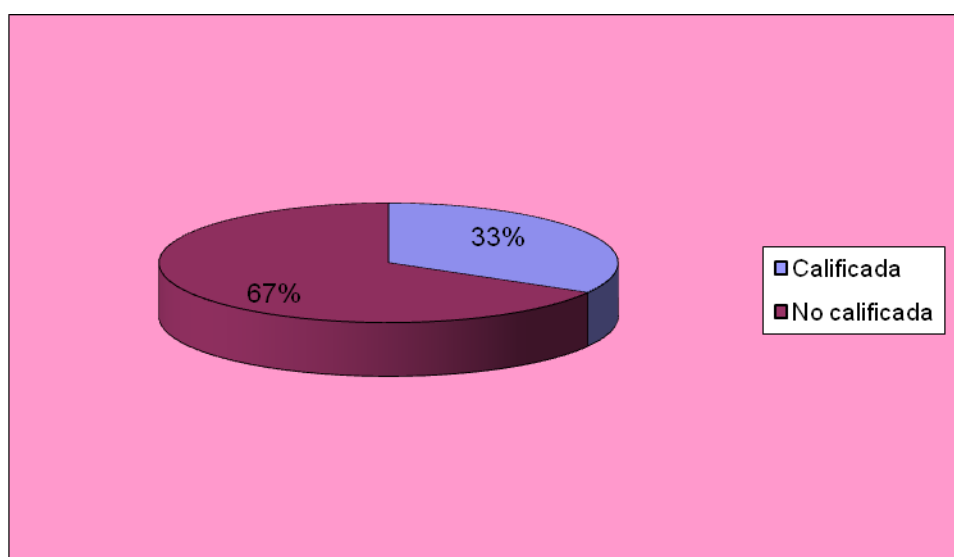


Figura 39 Tipo de mano de obra en el taller

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Estos resultados indican que la mano de obra con la que disponen estos talleres en su mayoría no es calificada, ya que es personal que no posee un certificado o un título profesional que abalice su profesión, si no que se lo ha seleccionado en base a la experiencia en la profesión, más no por la preparación o estudios que han tenido. Otro factor decisivo en la contratación ha sido la mano de obra barata.

11. ¿Qué volumen de muebles de oficina en metal elabora usted al mes?

Tabla 107

Volumen de muebles de oficina elaborados en metal al mes

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------|------------|------------|
| Menos de 5 unidades | 1 | 8% |
| Entre 5 a 10 unidades | 6 | 50% |
| Más de 10 unidades | 0 | 0% |
| No fabrican muebles de oficina | 5 | 42% |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

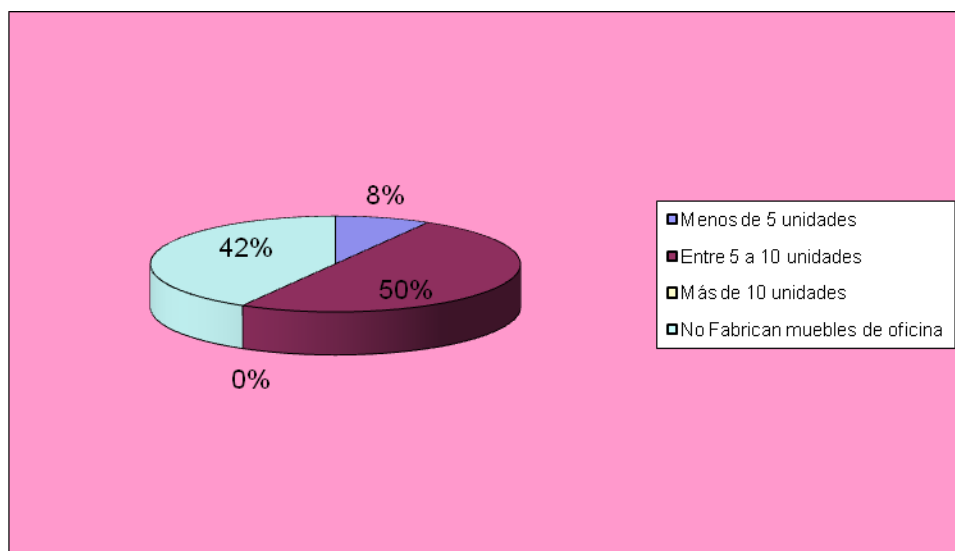


Figura 40 Volumen de muebles de oficina elaborados en metal al mes

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

En base a estos resultados, se puede establecer el volumen de muebles de oficina en metal elaborados al mes es de; menos de 5 unidades con una frecuencia de 1 taller, entre 5 a 10 unidades con una frecuencia de 6 talleres, mas de 10 unidades ninguno, y los 5 restantes talleres no fabrican muebles de oficina, por lo que se denota una baja productividad en este tipo de talleres, lo que impide cubrir la demanda existente.

12. El estado de los equipos de producción se encuentran

Tabla 108

Estado de los equipos utilizados en producción

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Muy Buenos | 0 | 0 |
| Buenos | 3 | 25 |
| Regulares | 9 | 75 |
| Malos | 0 | 0 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

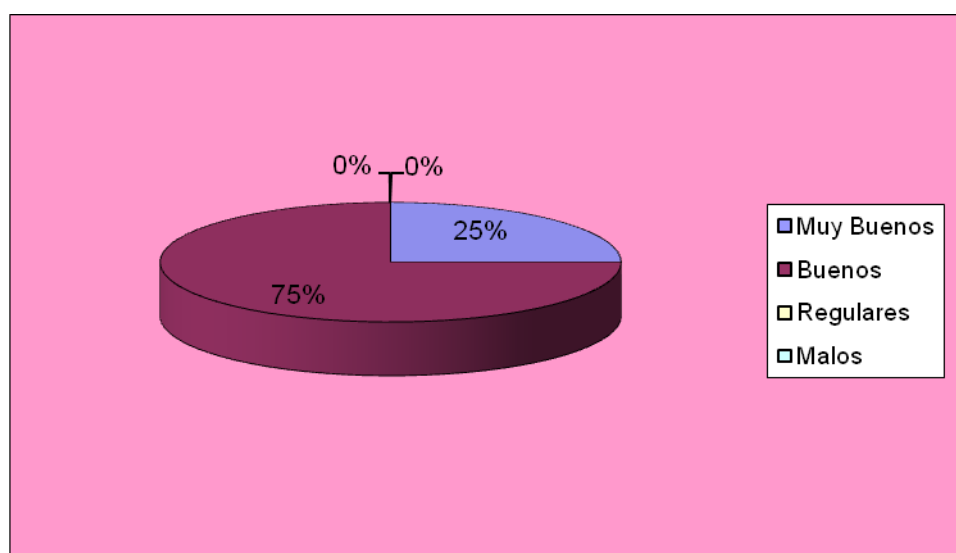


Figura 41 Estado de los equipos utilizados en producción

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Con estos resultados se deduce que los equipos y maquinarias empleadas en la producción de muebles de oficina en metal se encuentran en estado regular, ya que su mantenimiento se lo hace en forma correctiva una vez que el daño se ha producido, impidiendo el normal proceso productivo, la entrega a tiempo de los productos y la calidad de los mismos.

13. ¿De dónde adquiere los materiales para la producción de los muebles de oficina en metal?

Tabla 109

Lugar de adquisición de materiales de producción

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|------------|
| Proveedores locales | 1 | 8 |
| Proveedores de la provincia | 2 | 17 |
| Proveedores de otras provincias | 9 | 75 |
| Otros | 0 | 0 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

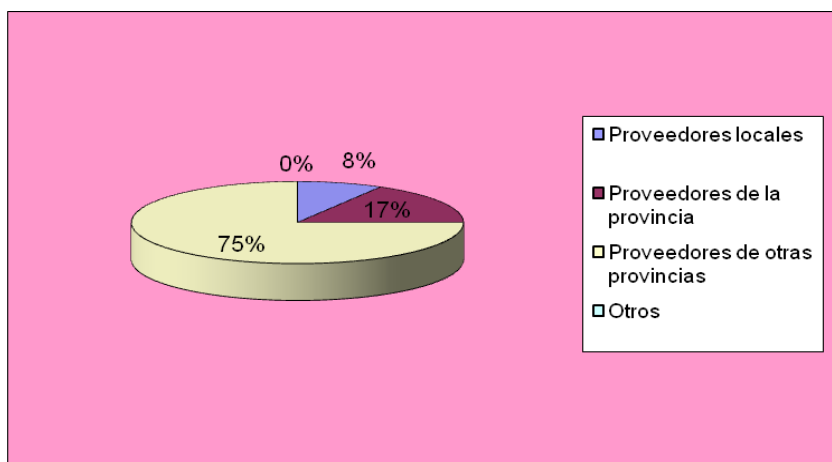


Figura 42 Lugar de adquisición de materiales de producción

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

En lo que respecta al lugar de donde adquieren los materiales para la fabricación de muebles de oficina en metal se concluye que la mayoría de estos talleres realizan la adquisición a proveedores de otras provincias del país, tales como Quito, Ambato, Guayaquil y Cuenca. Siendo la ciudad Quito la de mayor pedido, tanto en materiales como insumos empleados en la producción de muebles de oficina en metal.

14. ¿En el proceso de producción, se efectúan controles de calidad?

Tabla 110

Control de calidad en el proceso de producción

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 12 | 100 |
| NO | 0 | 0 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

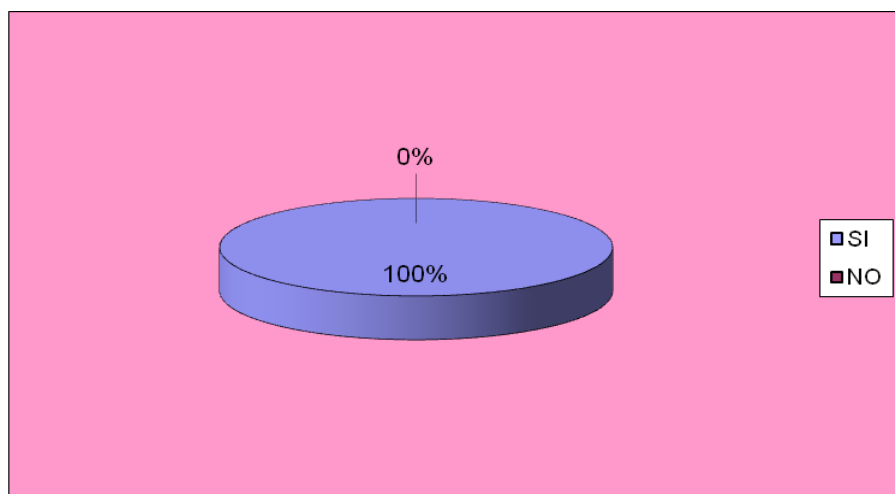


Figura 43 Control de calidad en el proceso de producción

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Con estos resultados se puede determinar que los talleres analizados realizan controles de calidad desde la adquisición de la materia prima, durante el proceso de transformación hasta obtener el producto terminado, el cual debe estar en óptimas condiciones para ser comercializado.

COMERCIALIZACIÓN

15. ¿Qué productos son los más demandados por los clientes?

Tabla 111

Productos más demandados por los clientes en metal

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|
| Muebles de oficina en metal | 7 | 58 |
| Puertas | 3 | 25 |
| Ventanas | 2 | 17 |
| Otros | 0 | 0 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

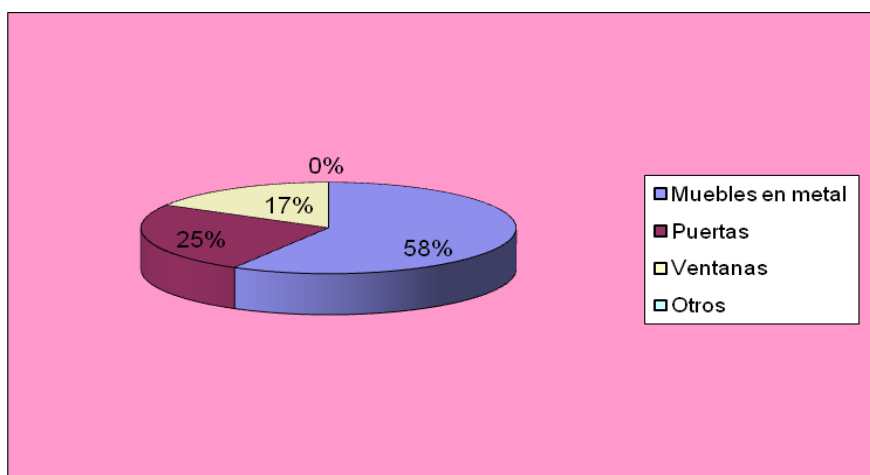


Figura 44 Productos más demandados por los clientes en metal

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Mediante los resultados obtenidos se puede determinar que los muebles de oficina, poseen gran demanda en productos fabricados en metal, exclusivamente por las empresas, tanto del sector público como del privado.

16. ¿Dentro de los productos de muebles de oficina cuales productos son los más comercializados?

Tabla 112

Muebles de oficina mas comercialñizados

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| Sillas de oficina, mesas (hexagonal- pre kínder) Escritorios (secretaria y estudiante), Archivadores 4 gavetas, 7 anaqueles, Pupitres | 7 | 58% |
| No comercializan muebles de oficina | 5 | 42% |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas

Elaboración: La autora

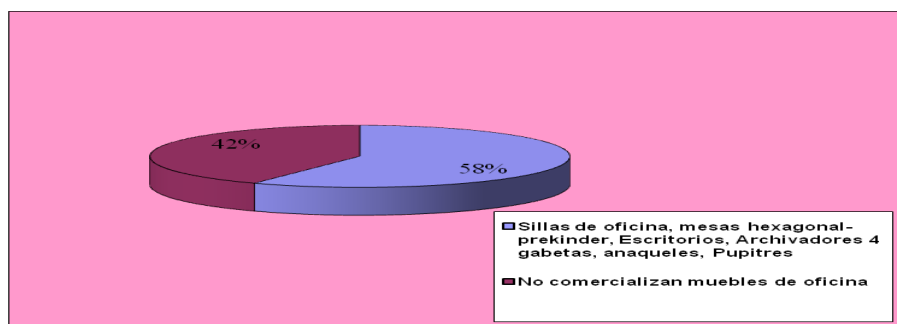


Figura 45 Muebles de oficina más comercialñizados

Fuente: Investigación directa-encuestas

Elaboración: La autora

Análisis:

Mediante los resultados obtenidos se puede determinar que del total de 12 talleres que se dedican a la rama metalmecánica, siete de estos talleres que representan el 58 % , se dedican a elaborar específicamente muebles de oficina, entre los cuales se encuentran: Sillas de oficina, mesas hexagonal- pre kínder, Escritorios, Archivadores 4 gavetas, anaqueles, Pupitres, los cuales poseen gran demanda exclusivamente por las empresas, tanto del sector público como del privado, mientras que cinco de estos talleres no fabrican este tipo de productos, representado por un 42 %.

17. ¿Cuál es el tipo de mercado o clientes que tiene el taller?

Tabla 113

Tipo de mercado

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Empresas públicas | 5 | 42 |
| Empresas privadas | 6 | 50 |
| Público en general | 1 | 8 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

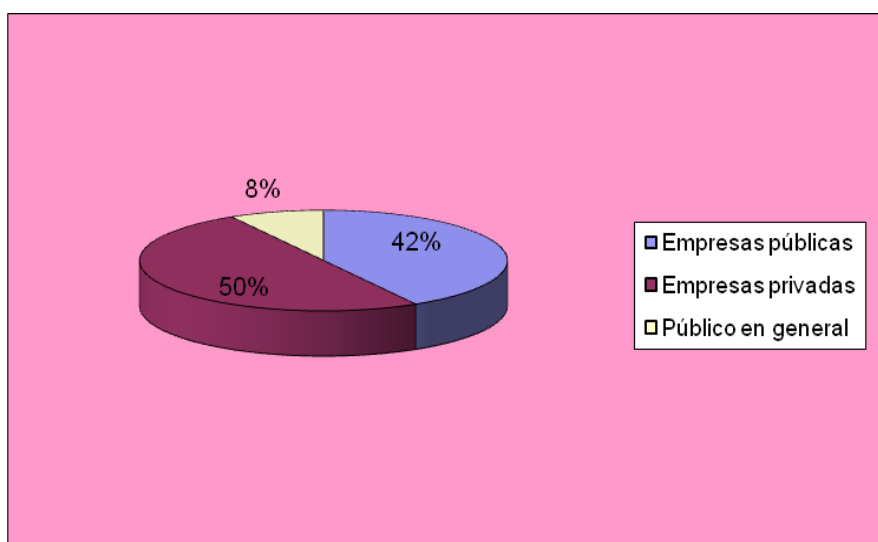


Figura 46 Tipo de mercado

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Estos resultados demuestran que existe un amplio margen de empresas privadas que demanda el producto, específicamente a nivel de empresas educativas e industriales; en lo que respecta a las empresas públicas, se mantienen en un porcentaje significativo las cuales mediante vía contrato demandan productos elaborados en metal, principalmente en la línea de muebles para la educación y para la construcción de edificaciones prefabricadas.

18. ¿Qué cantidad promedio de muebles de oficina en metal vende al mes?

Tabla 114

Volumen promedio de muebles comercializados al mes

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--|-------------------|-------------------|
| Menos de 5 unidades | 1 | 8 |
| Entre 5 a 10 unidades | 6 | 50 |
| Más de 10 unidades | 0 | 0 |
| No comercializan muebles de oficina en metal | 5 | 42 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

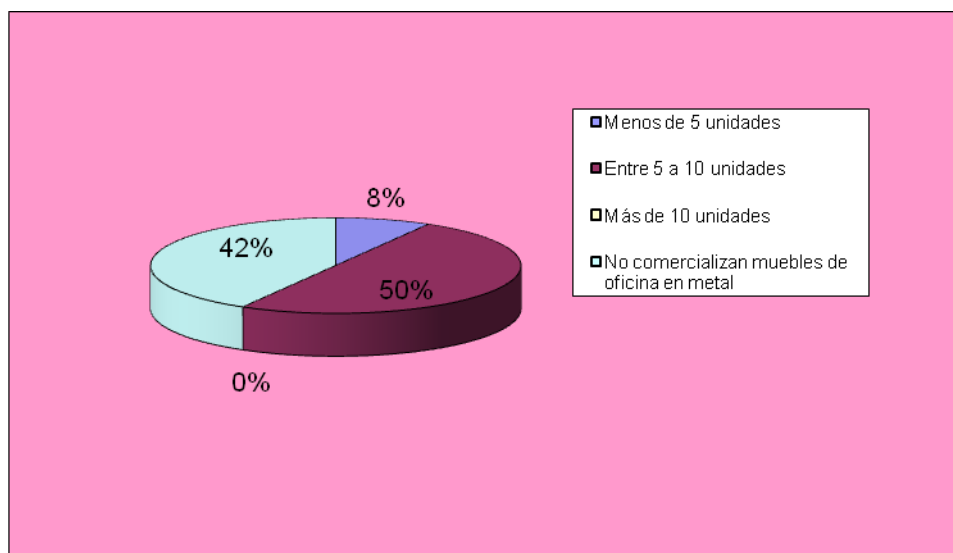


Figura 47 *Volumen promedio de muebles comercializados al mes*

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Los resultados hallados permiten conocer que el promedio de muebles de oficina en metal que se comercializan se encuentra entre 5 y 10 unidades en promedio mensual, lo cual determina que existe una considerable demanda de muebles de los productos mencionados.

19. ¿Qué tipo de canal de distribución utiliza para la comercialización de los muebles de oficina en metal:

Tabla 115

Canal de distribución aplicado

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|-------------------|-------------------|
| Directamente al cliente | 7 | 59 |
| Almacenes de ventas | 4 | 33 |
| Minoristas-distribuidores | 1 | 8 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

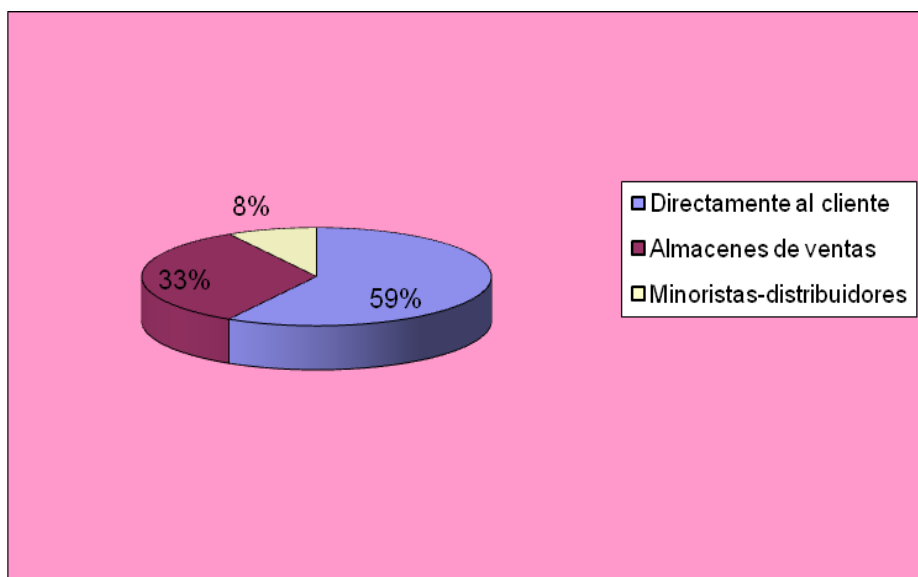


Figura 48 Canal de distribución aplicado

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Estos resultados indican que un alto porcentaje de estos talleres utilizan un canal de distribución directo para la comercialización de los muebles de oficina, por cuanto fabrican los productos bajo pedido y tienen la responsabilidad de entregar los productos directamente al cliente, lo cual les favorece esta entrega por el factor costo.

20. ¿Aplica medios de publicidad para promocionar su producto?

Tabla 116

Aplicación de medios de publicidad

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 5 | 42 |
| NO | 7 | 58 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

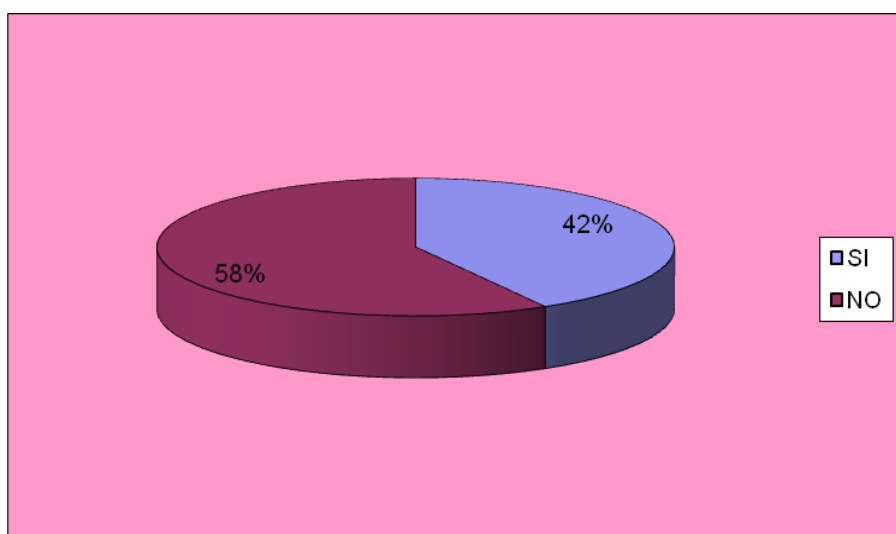


Figura 49 Aplicación de medios de publicidad

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Esto confirma que una parte de los pequeños y medianos talleres artesanales de fabricación de muebles en metal, aún no aplican algún medio de publicidad para dar a conocer sus productos y lograr la comunicación para interrelacionarse con el cliente, viéndose incomunicados con los mercados. Entre los que si aplican alguna forma de publicidad, se encuentran las medianas y grandes empresas quienes a través de prensa, páginas amarillas, tarjetas de presentación, publicidad, Web, han hecho conocer sus productos.

MANEJO FINANCIERO

21. ¿Utiliza algún sistema contable para llevar sus ingresos y gastos?

Tabla 117

Empleo de sistema contable

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 4 | 33 |
| NO | 8 | 67 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

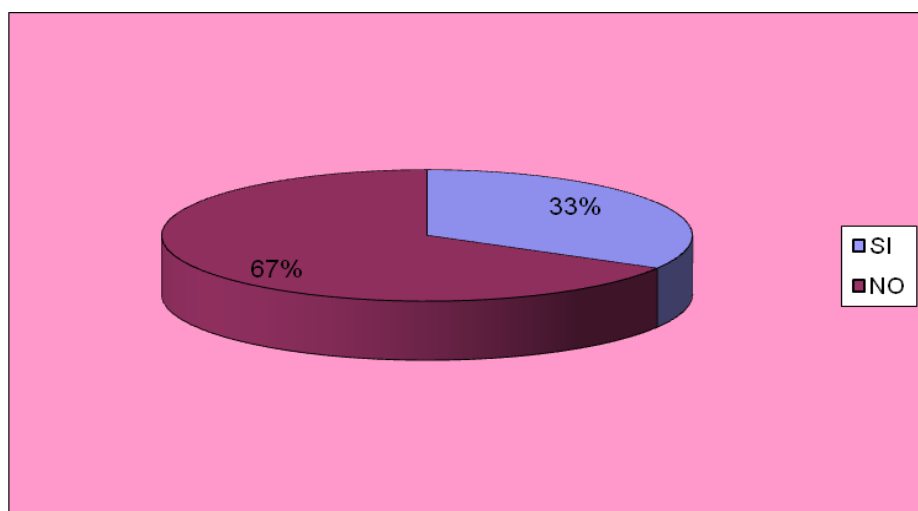


Figura 50 Empleo de sistema contable

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Mediante los resultados obtenidos se puede concluir que un gran número de talleres de producción de muebles de oficina en metal, no aplican ningún sistema contable para el manejo de sus ingresos y gastos, su proceso ha sido muy rudimentaria, es decir mediante la aplicación de un cuaderno de apuntes, registros de recibos y facturas de compras y ventas, en donde en el mejor de los casos contratan a alguna persona que les ayude a realizar sus declaraciones en el SRI.

22. ¿Se encuentra actualizado su información contable?

Tabla 118

Actualización de la información contable

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 4 | 33 |
| NO | 8 | 67 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

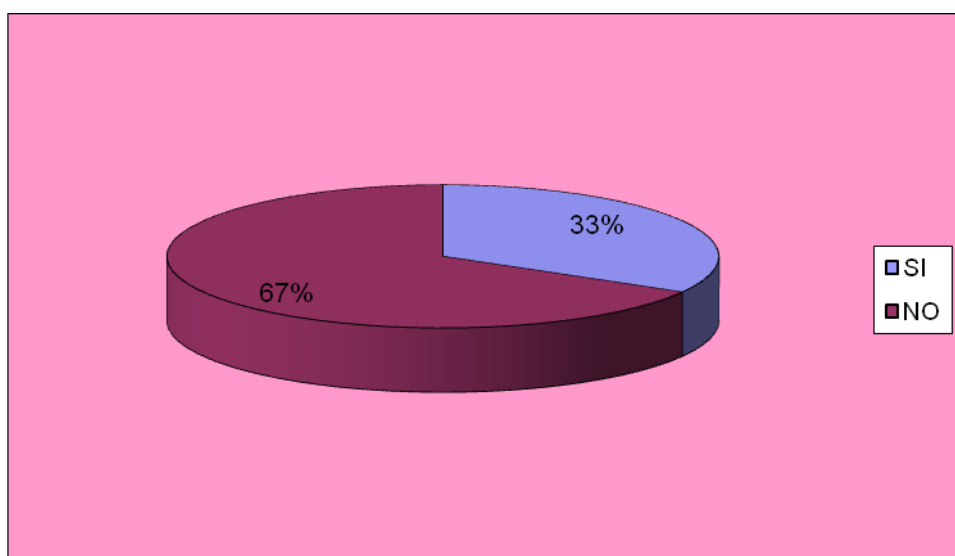


Figura 51 Actualización de la información contable

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Estos resultados demuestran que los talleres no mantienen actualizada su información contable debido a que el manejo contable lo realizan de forma empírica, lo cual es necesario que los talleres adopten con prontitud algún programa contable que les permita mejorar su organización financiera y mantener actualizada su información contable.

23. ¿Se aplica algún tipo de control sobre su información contable?

Tabla 119

Control en la información contable

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 4 | 33 |
| NO | 8 | 67 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

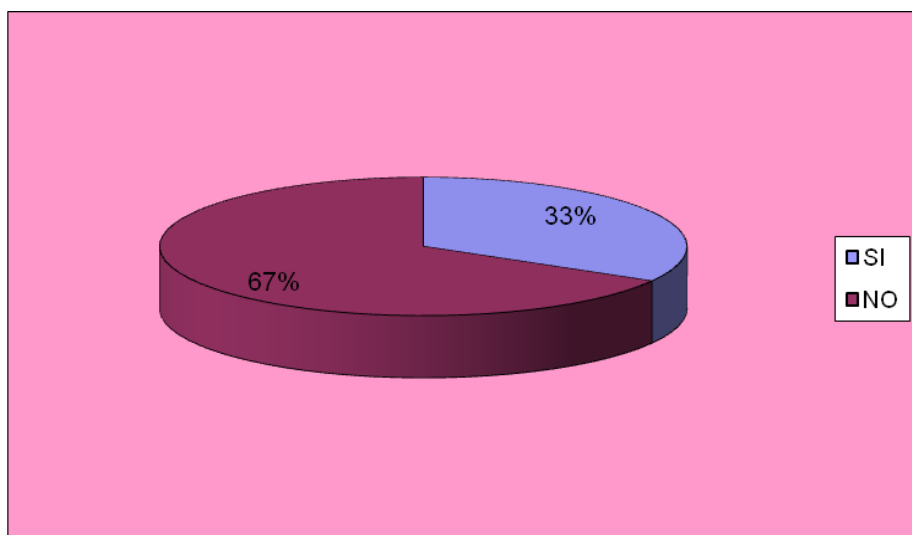


Figura 52 Control en la información contable

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Los datos anteriores establecen que no existe un control apropiado sobre el manejo de la información contable - financiera, principalmente porque no llevan en forma organizada sus documentos de respaldo como recibos y facturas de los movimientos diarios de la empresa.

24. Su taller está funcionando con una inversión:

Tabla 120

Estructura de la inversión del taller

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Propia | 5 | 42 |
| Financiada | 0 | 0 |
| Mixta | 7 | 58 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

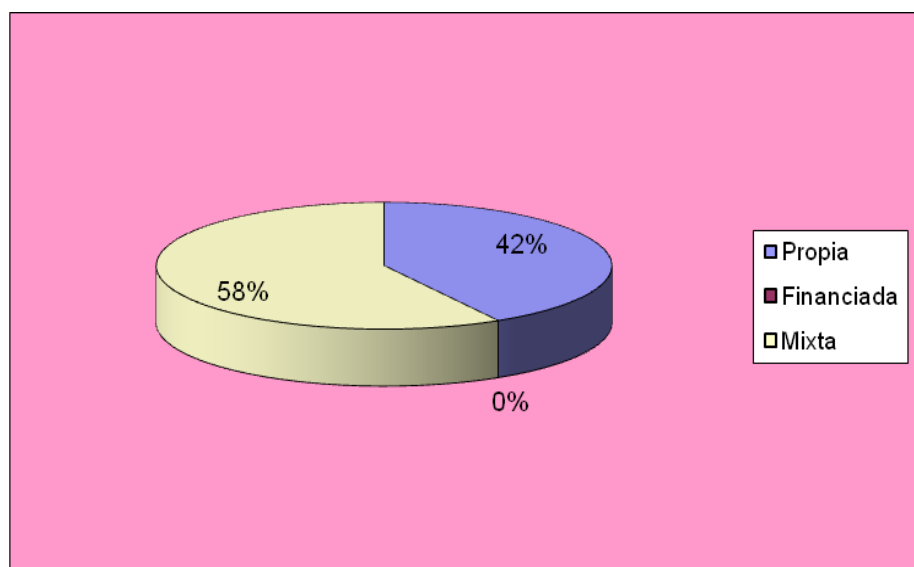


Figura 53 Estructura de la inversión del taller

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Estos resultados confirman la existencia de capital propio y la dependencia de financiamiento en la inversión de cada uno de los talleres; los mismos que lo han obtenido de las diferentes instituciones financieras, destinados principalmente a la compra de activos y pago a proveedores.

25. ¿Los precios de los productos se calculan en base a:

Tabla 121

Cálculo del precio de los productos

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|-------------------|-------------------|
| Costos Incurridos | 8 | 67 |
| Precio de la competencia | 4 | 33 |
| Otros | 0 | 0 |
| Total | 12 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

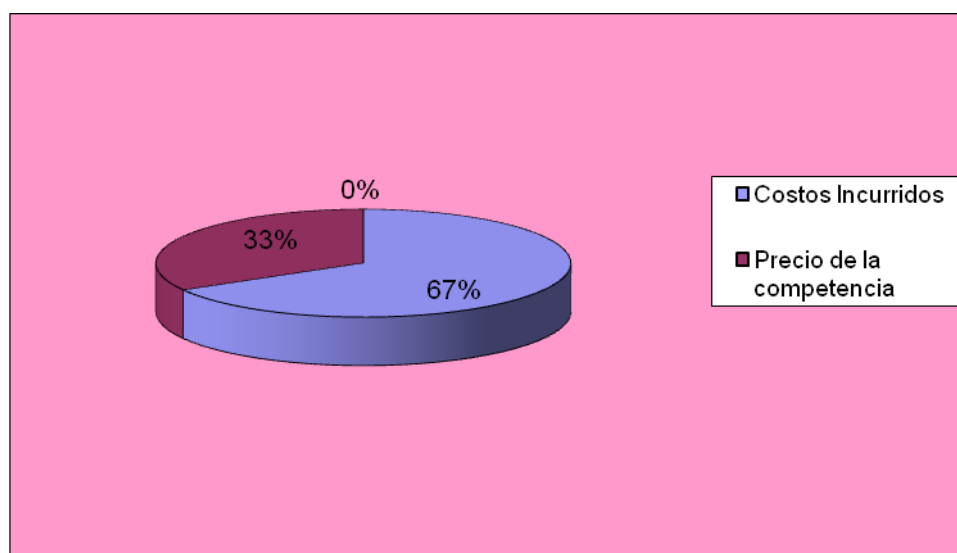


Figura 54 Cálculo del precio de los productos

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Estos resultados establecen que la mayor parte de productores, determinan sus precios tomando en cuenta sus costos tanto en materiales empleados, mano de obra aplicada y sobre todo sus costos indirectos de fabricación incurridos en la elaboración de los muebles de oficina en metal.

Resultados de la encuesta dirigida a la población propietaria de empresas públicas y privadas de la ciudad de Ibarra

TIPO DE EMPRESA (SEGMENTOS DE MERCADO):

Tabla 122

Tipo de empresa pública o privada encuestada

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Comercial | 228 | 87 |
| Industrial | 5 | 2 |
| Educativa | 8 | 3 |
| Servicios | 14 | 5 |
| Otras | 8 | 3 |
| Total | 263 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

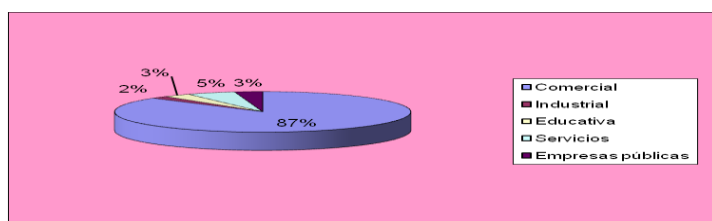


Figura 55 Tipo de empresa pública o privada encuestada

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Los resultados señalan que las opiniones vertidas por los segmentos de mercados escogidos para la presente investigación son de trascendental importancia porque demuestran su aceptabilidad de los productos y se constituyen en los posibles potenciales compradores de los muebles de oficina en metal, dentro de los segmentos que destacan su opinión de acogida a los productos mencionados se encuentran en primer lugar las empresas comerciales, seguidas por las de servicios, luego las educativas, las industriales y por último otras empresas de menor magnitud.

1. ¿Su empresa realiza la adquisición de muebles de oficina en metal?

Tabla 123

Adquisición de muebles de oficina en metal

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 178 | 68 |
| NO | 85 | 32 |
| Total | 263 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas

Elaboración: La autora

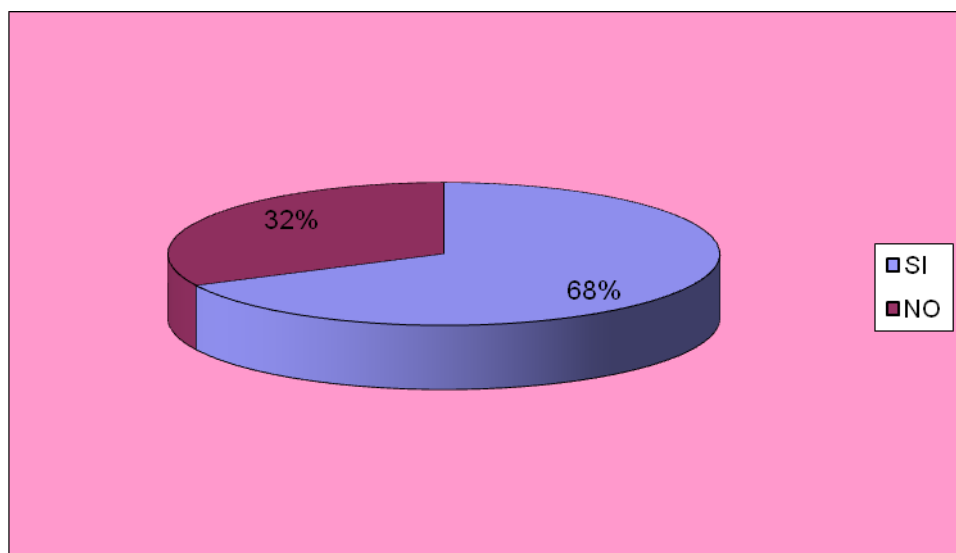


Figura 56 Adquisición de muebles de oficina en metal

Fuente: Investigación directa-encuestas

Elaboración: La autora

Análisis:

Estos resultados muestran la presencia considerable de personas pertenecientes a empresas públicas y privadas que si realizan la adquisición de muebles de oficina en metal, lo cual revela la existencia de un segmento de mercado con buenas posibilidades de adquirir este tipo de productos.

2. ¿Cuáles son los tipos de muebles de oficina que adquiere usted con más frecuencia?

Tabla 124

Muebles de oficina adquiridos con más frecuencia

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|------------|-------------|
| Sillas | 15 | 5% |
| Mesas | 65 | 24% |
| Escritorios de secretaria | 10 | 4% |
| Escritorios de estudiante | 35 | 13% |
| Archivadores | 33 | 12% |
| Anaqueles | 25 | 9% |
| Pupitres | 8 | 3% |
| No adquieren | 85 | 31% |
| Total | 276 | 100% |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

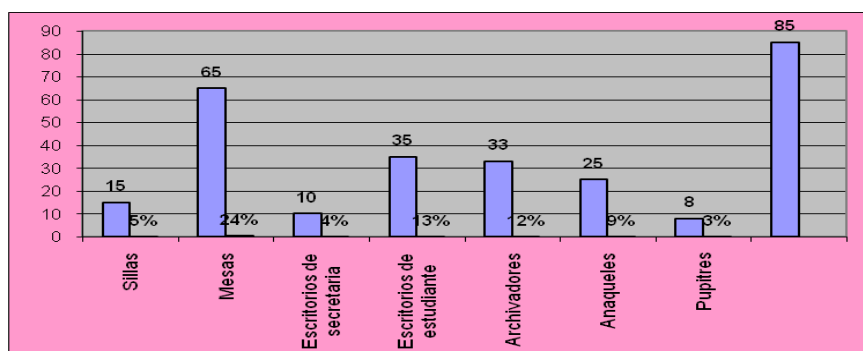


Figura 57 Muebles de oficina adquiridos con más frecuencia

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Con estos resultados se pudo concretar la gran acogida de los productos en muebles de oficina en metalmecánica, por las empresas del sector público y privado de Ibarra, dentro de los productos en muebles de oficina más requeridos se tenemos: sillas, mesas, escritorio de secretaria y de estudiante, archivadores, anaqueles y pupitres

3. ¿Qué cantidad de muebles de oficina en metal adquiere en forma mensual.

Tabla 125

Volumen de adquisición de muebles de oficina en metal al mes

| Categoría | Volumen | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|----------|------------|-------------|
| Sillas | De 2 a 4 | 26 | 10% |
| Mesas | De 2 a 4 | 17 | 6% |
| Escritorios de secretaria | De 1-3 | 27 | 10% |
| Escritorios de estudiante | De 2 a 4 | 26 | 10% |
| Archivadores | De 1 a 3 | 34 | 13% |
| Anaqueles | De 1 a 3 | 2 | 9% |
| Pupitres | De 1 a 3 | 24 | 9% |
| No adquieren | - | 85 | 32% |
| Total | | 263 | 100% |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

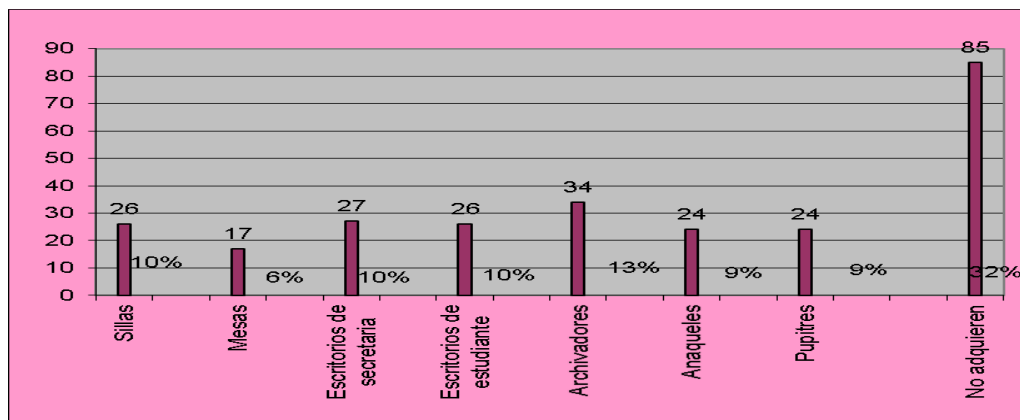


Figura 58 *Volumen de adquisición de muebles de oficina en metal al mes*

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Con estos resultados se confirma que la adquisición promedio en unidades de muebles para oficina en metal al mes se encuentra entre 2 a 4 unidades en sillas, 2 a 4 unidades en mesas, 2 a 4 unidades en escritorios, 1 a 3 unidades en archivadores, 1 a 3 en anaqueles y 1 a 3 en pupitres en forma mensual.

4. ¿Lo adquieren directamente del productor?

Tabla 126

Adquisición directa del productor

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 76 | 29 |
| NO | 102 | 39 |
| No adquieren | 85 | 32 |
| Total | 263 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

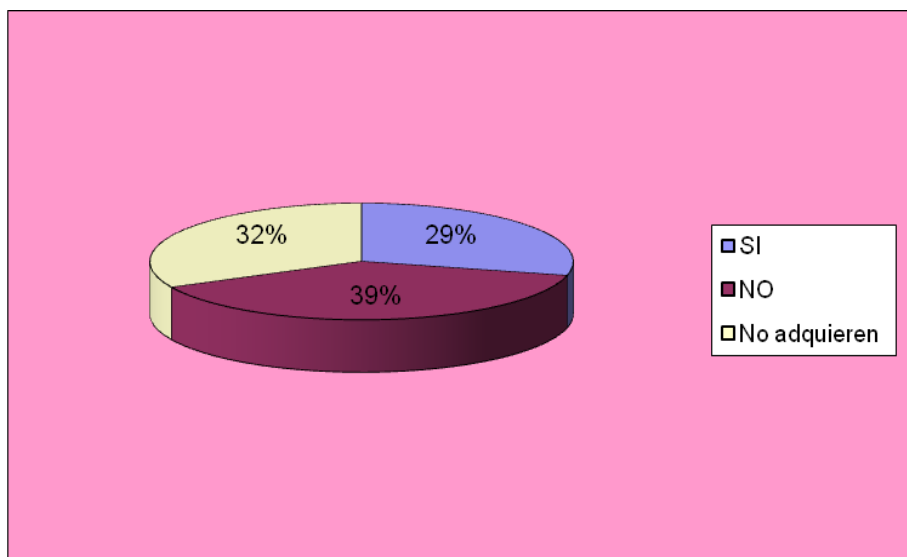


Figura 59 Adquisición directa del productor

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Estos datos implican que los clientes de la ciudad de Ibarra en lo concerniente a la adquisición de sus productos en muebles de metal suelen hacerlo no en forma directa, si no a través de intermediarios quienes entregan los productos a precios más elevados.

5. ¿Estaría de acuerdo en que se cree una nueva microempresa que produzca y comercialice muebles de oficina en metal de buena calidad y a un precio aceptable?

Tabla 127

Aceptabilidad para la creación de la microempresa

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 156 | 59 |
| NO | 107 | 41 |
| Total | 263 | 100 |

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

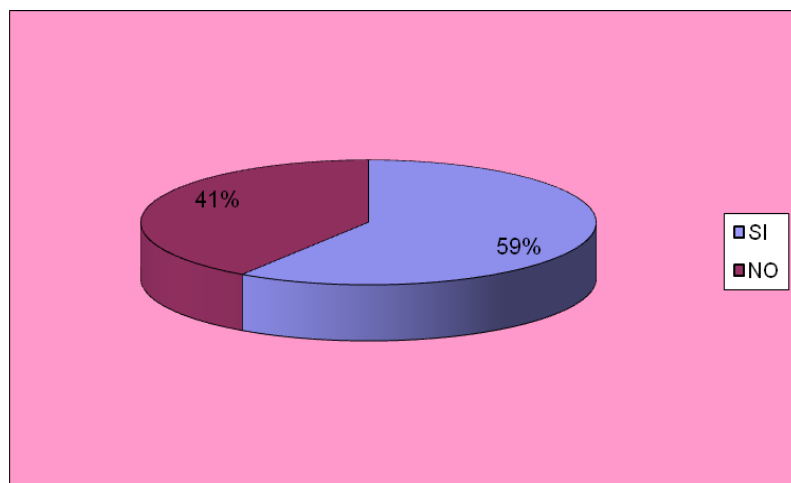


Figura 60 Aceptabilidad para la creación de la microempresa

Fuente: Investigación directa-encuestas
Elaboración: La autora

Análisis:

Estos datos expuestos por las empresas públicas y privadas investigadas (posibles clientes), afirman la aceptabilidad de crearse una microempresa que elabore muebles de oficina en metal, tomándose en consideración aspectos importantes para la creación de esta nueva empresa aspectos tales como la ubicación, manejo de políticas de crédito, calidad en el producto y servicio, sobre todo en el cálculo apropiado de los precios, no solo pensando en el provecho de la empresa, sino también en la economía de los clientes.

ANEXO H.**Resultado de la entrevista dirigida a un técnico experto en producción y comercialización de muebles de oficina en metal de la ciudad de Ibarra**

Nombre: Sr. Luis Tutillo

Empresa: Metalmecánica Tutillo

Cargo: Gerente -Propietario

1. ¿Para la producción de muebles de oficina, que tipo de materiales suelen utilizar los productores metal mecánicos?

R. Se aplican dos tipos de materiales el hierro y metal, todo pende de lo que requiere el cliente.

2. ¿Qué productos se producen actualmente en metal?

R. Se producen mesas, sillas, escritorios, anaqueles, archivadores, exhibidores, modulares, entre otros.

3. ¿Qué cantidad de inversión se requiere para elaborar muebles en metal?

R. Depende mucho del tipo de empresa y el volumen de producción que tenga la empresa ya que la fabricación de muebles para oficina en metal es muy amplio, hay que tomar en cuenta también que mucho tiene que ver la tecnología con la que se elabore, siendo una de las falencias de las empresas las máquinas, debido al costo que éstas representan.

Para implementar este tipo de microempresa aproximadamente se debería contar con unos \$30.000 como mínimo en donde se tenga para invertir en maquinaria, equipo, adecuación de instalaciones, y sobre todo para materia prima y personal.

4. ¿Qué nivel de aceptación tiene los muebles en metal que los fabricados en hierro u otro material?

R. Ha sido muy buena la acogida, a pesar de que algunos clientes aún prefieren que se lo fabrique en hierro, pero en otras empresas prefieren los de metal por su peso y material de durabilidad. La demanda actual ha crecido, especialmente en la línea de muebles de oficina, por el incremento de oficinas y negocios que requieren de mueblería, acogiendo de muy buen modo los fabricados en metal.

5. ¿Cuál es el nivel de competencia que existe en torno a la producción de muebles de oficina en metal en la ciudad de Ibarra?

R. Es alta en lo que se refiere a muebles de oficina en madera y en hierro, ya que existen empresas de alto renombre que entregan producto a nivel nacional e internacional.

6. ¿Existe la posibilidad de introducir los muebles de oficina en metal a otros mercados del país?

R. Si, principalmente las ciudades norteñas como Tulcán, Cayambe, Otavalo, Atuntaqui, la misma ciudad de Ibarra. También existen mercados en las ciudades de Quito, Cuenca y Ambato, al igual que parte de la costa como Huaquillas y la provincia del Oro.

7. ¿En la ciudad de Ibarra, existe alguna institución que avalice la calificación artesanal en la actividad de producción de muebles?

R. Si, En la Junta General de Defensa del Artesano, se han programado con las empresas afiliadas, la certificación de sus trabajadores mediante un curso de nivelación teórico práctico, establecido en niveles hasta la obtención aprobatoria de su calificación como artesano con el aval de las instituciones educativas del Estado.

8. ¿Conoce usted algún centro de capacitación artesanal en la ciudad de Ibarra sobre la actividad de producción de muebles?

R. Si, mediante la misma Junta del Artesano, se han programado curso de capacitación en convenio con el SECAP y otras instituciones educativas técnicas de la parroquia de San Antonio de Ibarra.

9. ¿La maquinaria y equipo para la fabricación de muebles se lo puede adquirir fácilmente en el país?

R. Si, a nivel del país existen muchas empresas comerciales que ofrecen la maquinaria y equipo con tecnologías modernas; actualmente en la ciudad de Ibarra ya existen centros de distribución directa de equipos y maquinaria que ofrecen a precios de fábrica y con garantías.

10. ¿Existe facilidad para adquirir créditos para microempresarios por parte de las instituciones financieras del Estado?

R. Actualmente se han presentado a través del Banco Nacional de Fomento y de la misma Corporación Financiera Nacional algunas líneas de crédito que han favorecido al microempresario y especialmente a la actividad artesanal.

11. ¿Existe el acceso a créditos al microempresario por parte de las instituciones financieras públicas y privadas?

R. Si, a pesar de que los intereses sean altos, pero la competencia entre instituciones financieras hace que el paquete de ofertas también sea muy alto.

12. ¿De qué manera cree usted que la crisis económica afecta a su empresa?

R. La inestabilidad política, la corrupción, la inflación, ha hecho que se produzca mucha de las veces una inestabilidad económica, lo cual como productor, se ha visto obligado

a disminuir personal, subir costos de los productos y mucha de las veces sufrir grandes pérdidas económicas que no se las puede recuperar.

13. ¿De qué manera le afecta a usted el alza de los precios de los materiales para la producción y la escasez de los mismos?

R. Una subida de precios es perjudicial en los materiales, ya que suben los costos y por ende el precio del producto final, en donde por efecto de la competencia, hace que el producto se juegue en el mercado en relación al precio (al precio más bajo) y no a la calidad, perdiendo mucha de las veces clientes; mientras que al existir escasez no habrá producción y se perderán las obras contratadas quedando mal con el cliente.

14. ¿Cuál es su principal dificultad frente a los muebles de oficina producidos y comercializados por la competencia?

R. La producción de la línea de muebles de oficina, está en la calidad de la materia prima y en los acabados, en donde la competencia mucha de las veces tiende a ganar más mercado por la inversión en tecnología en equipos y maquinaria para la producción, haciendo que sus productos sean más competitivos en el mercado.

15. ¿De qué manera le afecta a usted en su actividad de producción de muebles los cortes de energía eléctrica programados por el gobierno?

R. Las pérdidas mucha de las veces son incalculables, ya que al producirse un corte de energía, le afecta al equipo y maquinaria (daños irreparables), al igual que los pedidos de los clientes no pueden ser despachados y peor aún se reduce el número de personal por la falta de liquidez para solventar remuneraciones y cubrir gastos operacionales.