



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE CAÑA GUADUA EN LA PARROQUIA DE ALPACHACA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA

Previo a la obtención del Título de Ingeniero en

Contabilidad y Auditoría CPA

AUTOR: VILLARRUEL N., Edison G.

DIRECTORA: CISNEROS V., Myrian A., Dra.

IBARRA, ABRIL DE 2015

RESUMEN EJECUTIVO

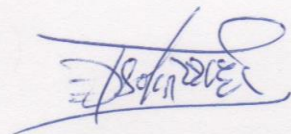
El siguiente “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE CAÑA GUADUA EN LA PARROQUIA DE ALPACHACA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, está conformado por siete capítulos: Diagnóstico situacional, Marco teórico, Estudio de mercado, Evaluación financiera, Estructura organizacional y el Análisis de los impactos, finalizando con las conclusiones y las respectivas recomendaciones. Para el diagnóstico situacional se realizaron encuestas a los propietarios de aserraderos que comercializan caña guadua, productores de muebles y las familias del cantón Ibarra, también se realizó una entrevista a propietarios de fincas donde existe la madera de caña guadua, para determinar la oferta y demanda. El marco teórico contiene la investigación bibliográfica de temas relacionados al presente proyecto. En el Estudio de mercado se determinó las características del producto, también se realizó un análisis de la oferta y demanda del proyecto, se determinó la oferta potencial, la demanda insatisfecha. En el Estudio técnico se estableció la macro y micro localización, analizando la estratégica ubicación para el funcionamiento de la microempresa de producción y comercialización de muebles de caña guadua, se realizó el flujograma de procesos, se determinó materia prima, mano de obra directa e indirecta, maquinaria y equipos necesarios para la producción. En la evaluación financiera, se analiza la rentabilidad del proyecto a través de criterios financieros. La estructura organizacional que operará la microempresa, detalla jerarquías y atribuciones asignadas a todos los colaboradores, así como también determina la filosofía de la organización; y, finalmente en el Análisis de los impactos se examina la viabilidad del proyecto.

SUMMARY

The following "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A SMALL BUSINESS OF PRODUCTION AND MARKETING OF FURNITURE CANE BAMBOO IN THE PARISH OF ALPACHACA, CANTON IBARRA, PROVINCE OF IMBABURA" is comprised of seven chapters: Situational Diagnosis, Theoretical Framework, Marketing Research, Financial Evaluation, Organizational Structure and Impact Analysis, ending with the respective conclusions and recommendations. For the situational analysis, surveys were conducted to sawmill owners who sell bamboo cane, furniture producers and families of Canton Ibarra; an interview was also conducted to land owners where wood bamboo cane exists, to determinate the supply and demand. The frame work contains bibliographic research about topics related to this project. In Marketing research the characteristics of the products were determined, an analysis of the supply and demand of the project was also performed, potential supply was determinated, the unmet demand. Into the Technical Study, the macro and micro localization were established by analyzing the strategic location for the operation of micro production and marketing of furniture bamboo cane, the flow chart process was performed and raw materials, direct labor and indirect labor, machinery and equipment needed for production were determinated. Inside of the financial evaluation, project profitability was analyzed by financial criteria. The organizational structure wich will be operating the micro enterprise, detailed hierarchies and powers assigned to all employees, as well as it determines the philosophy of the organization; and finally in the analysis of the impact, the project's viability is examined.

AUTORÍA

Yo, EDISON GAVINO VILLARRUEL NEGRETE, portador de la cédula de ciudadanía número 1001836301, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE CAÑA GUADUA EN LA PARROQUIA DE ALPACHACA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional, y que se han respetado las diferentes fuentes y referencias.



EDISON GAVINO VILLARRUEL NEGRETE

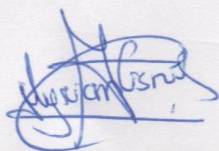
C.C.: 1001836301

CERTIFICADO DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado Edison Gavino Villarruel Negrete para optar por el Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE CAÑA GUADUA EN LA PARROQUIA DE ALPACHACA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

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

En la ciudad de Ibarra, a los 31 días del mes de julio de 2014



Dra. Mirian A. Cisneros Vásquez Msc.

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Edison Gavino Villarruel Negrete, con cédula de identidad Nro. 100183630-1, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE CAÑA GUADUA EN LA PARROQUIA DE ALPACHACA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 21 días del mes de abril de 2015

.....
Nombre: Edison Gavino Villarruel Negrete

Cédula: 100183630-1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100183630-1	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Villarruel Negrete Edison Gavino	
DIRECCIÓN:	Av. Atahualpa 34-58 y Nazacota Puento		
EMAIL:	villarruel_eg@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:	062 651 787	TELÉFONO MÓVIL:	0980 917 770

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de muebles de caña guadua en la parroquia de Alpachaca, cantón Ibarra, provincia de Imbabura
AUTOR (ES):	Villarruel Negrete Edison Gavino
FECHA: AAAAMMDD	2015 – 04 – 21

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR /DIRECTOR:	Dra. Myrian Alexandra Cisneros Vasquez

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Edison Gavino Villarruel Negrete**, con cédula de ciudadanía Nro. 100183630-1, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 21 días del mes de abril de 2015

EL AUTOR:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Edison Gavino Villarruel Negrete', written in a cursive style.

.....
Edison Gavino Villarruel Negrete

JUSTIFICACIÓN

Las razones por las cuales existe el interés de realizar esta investigación son:

- En virtud de que existe una marcada escases de maderas finas, debido a la prohibición de la tala de árboles de acuerdo al Plan Nacional para el Buen Vivir para el período 2013-2017 que tiene como finalidad: “Reducir la deforestación” instituyendo como política y lineamiento “Conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y su biodiversidad terrestre y marina, considerada como sector estratégico”, lo que fue planteado en su séptimo objetivo “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global”, provocando que no exista la materia prima suficiente para la elaboración de muebles que demanda la población.
- En razón de que la madera de caña guadua puede reemplazar a otras maderas por su rápido crecimiento, su resistencia, durabilidad, facilidad de manipulación, su insuperable vistosidad, entre otras.
- Debido a que en la Parroquia de Alpachaca, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, no existe una microempresa de producción y comercialización, lo que daría fuentes de trabajo a la población.
- Por cuanto, esta madera que fue utilizada y muy conocida por nuestros antepasados, como una madera de alta calidad y duración, nos ayudaría en la conservación del medio ambiente.

Los beneficiarios directos serán los productores de caña guadua quienes dispondrán de un mercado para la ubicación de su producto que por mucho tiempo ha sido relegado, también los artesanos de muebles quienes tendrán la Materia prima para su trabajo.

Los beneficiarios indirectos serán los consumidores de los productos elaborados con esta materia prima, además los costos serán inferiores a los del mercado actual.

OBJETIVOS

General

Realizar el Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa de producción y comercialización de muebles de caña guadua en la parroquia de Alpachaca, cantón Ibarra, provincia de Imbabura

Específicos

- Realizar el diagnóstico situacional de la microempresa, mediante el uso de la matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos)
- Elaborar la fundamentación teórico científica que sustente el proyecto, por medio de la investigación bibliográfica y documental
- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda y el precio del producto
- Diseñar la conformación de la empresa con todas las especificaciones técnicas acordes a la administración moderna
- Determinar un estudio financiero y administrativo que permita la viabilidad del proyecto
- Determinar los posibles impactos que generará el proyecto; mediante la investigación de campo (social, económico, ambiental, educativo y tecnológico).

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICADO DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
JUSTIFICACIÓN	x
OBJETIVOS	xi
General.....	xi
Específicos	xi
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxi
CAPÍTULO I	23
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	23
Antecedentes del diagnóstico.....	23
Aspectos históricos	24
Ubicación geográfica	25
Límites	25
Superficie	26
Clima.....	26
Geomorfología	26
Datos socio-demográficos.....	27
Actividades económicas.....	31
Población económicamente activa – PEA	31
Agricultura	33
Industria	33

Objetivos diagnósticos	33
Objetivo general.....	33
Objetivos específicos	33
Variables diagnósticas	34
Indicadores.....	34
Matriz de relación diagnóstica	35
Análisis del entorno	36
Aliados	36
Oponentes	36
Oportunidades	36
Riesgos.....	36
Identificación de la oportunidad de inversión.....	37
CAPÍTULO II.....	38
MARCO TEÓRICO.....	38
Empresa.....	38
Concepto	38
Clasificación	38
Pequeñas y medianas empresas	40
Mercado	44
Estudio técnico.....	47
Tamaño del proyecto.....	48
Macro localización.....	48
Micro localización	49
Presupuesto técnico.....	49
Flujograma	50
Estudio financiero	50
Ingresos	51
Egresos.....	51
Materia prima.....	51
Mano de obra	51
Costos indirectos de fabricación (CIF)	52
Gastos administrativos	52
Gastos de ventas.....	52
Costo de oportunidad	53

Balance general.....	53
Estado de resultados (Pérdidas y ganancias)	53
Flujo de caja.....	54
Evaluación financiera.....	54
Propuesta de la estructura orgánica funcional	57
Misión	57
Visión.....	57
Valores	57
Estructura orgánica	58
Organigrama estructural.....	58
Organigrama funcional	58
Impactos	58
CAPÍTULO III.....	59
ESTUDIO DE MERCADO	59
Introducción al estudio de mercado	59
Identificación del producto	60
Muebles de caña guadua	60
Características	61
Objetivos del estudio de mercado	61
Variables del estudio de mercado	61
Indicadores.....	62
Matriz de relación diagnóstica	64
Mecánica operativa	65
Determinación de la población	65
Información primaria	66
Información secundaria.....	67
Tabulación y análisis de la información	67
Análisis de la entrevista dirigida a una productora de caña guadua	67
Encuesta dirigida a propietarios de aserraderos.....	68
Encuesta dirigida a artesanos de muebles	79
Encuesta dirigida a clientes de muebles.....	87
Análisis de la oferta	99
Análisis de la oferta real	100
Análisis de la oferta potencial.....	100

Análisis de la demanda	101
Análisis de la demanda actual del producto año 2014	101
Análisis de la demanda potencial.....	102
Análisis de la demanda potencial proyectada	103
Análisis de la demanda insatisfecha	104
Análisis y determinación del precio del producto.....	105
Proyección del precio.....	105
Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto	106
Comercialización de muebles	106
Estrategias de precios.....	106
Estrategias de promoción.....	107
Estrategias de producto	107
Estrategias de plaza.....	107
Canal de distribución	107
Conclusiones del Estudio de Mercado	108
CAPÍTULO IV.....	110
ESTUDIO TÉCNICO	110
Tamaño del proyecto.....	110
Mercado	110
Disponibilidad de recursos financieros	110
Disponibilidad de mano de obra	111
Disponibilidad de materia prima.....	111
Definición de la capacidad de producción	111
Localización del proyecto	111
Macro localización.....	112
Micro localización	113
Ingeniería del proyecto	116
Tecnología.....	117
Obras civiles.....	120
Presupuesto técnico.....	120
Inversiones fijas	120
Inversiones diferidas	123
Capital de trabajo	123
Inversión total del proyecto	124

Financiamiento.....	124
Talento humano	125
CAPÍTULO V.....	126
ESTUDIO FINANCIERO	126
Presentación	126
Ingresos	126
Proyección de ingresos	126
Egresos.....	127
Costos de operación	128
Gastos administrativos	132
Gastos de ventas.....	135
Depreciaciones	137
Resumen de egresos.....	137
Estado financieros.....	137
Evaluación financiera.....	140
Tasa de rendimiento medio (TRM).....	140
Valor actual neto (VAN).....	141
Tasa interna de retorno (TIR)	142
Beneficio – costo.....	143
Periodo de recuperación de la inversión	143
Punto de equilibrio.....	144
CAPÍTULO VI.....	145
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	145
La microempresa.....	145
Razón social.....	145
Filosofía empresarial.....	146
Misión	146
Visión.....	146
Objetivos organizacionales	147
Políticas institucionales.....	147
Valores corporativos	148
Estructura organizacional.....	149
Estructura funcional	149
CAPÍTULO VII	151

ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	151
Impacto social.....	152
Impacto económico.....	153
Impacto ambiental.....	154
Impacto Cultural – Educativo.....	155
Impacto tecnológico.....	156
Impacto general del proyecto.....	157
CONCLUSIONES.....	158
RECOMENDACIONES.....	159
BIBLIOGRAFÍA.....	160
LINKOGRAFÍA.....	162
ANEXOS.....	164
ANEXO 1 CATÁLOGO DE PRODUCTOS.....	165
ANEXO 2 ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE CAÑA GUADUA.....	171
ANEXO 3 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE ASERRADEROS.....	173
ANEXO 4 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ARTESANOS DE MUEBLES.....	177
ANEXO 5 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE MUEBLES.....	180
ANEXO 6 COTIZACIÓN FERRETERÍA UNIVERSO.....	184
ANEXO 7 COTIZACIÓN INTEC PC.....	185
ANEXO 8 COTIZACIÓN LÍNEA NUEVA MOVILIARIO CIA. LTDA.....	186

ÍNDICE DE CUADROS

1. Superficie de las parroquias urbanas.....	26
2. Superficie de las parroquias rurales	27
3. Sector urbano y rural.....	28
4. Población por etnias	28
5. Población por géneros.....	29
6. Servicios básicos de la ciudad de Ibarra	29
7. Población por edad y géneros	30
8. Población por nivel de instrucción.....	31
9. Población económicamente activa del cantón Ibarra.....	32
10. Sectores económicos.....	32
11. Matriz de relación diagnóstica	35
12. Clasificación de empresas según la magnitud	40
13. Matriz de relación diagnóstica	64
14. Utilización de caña guadua	68
15. Forma de pago.....	69
16. Tiempo de crédito	70
17. Venta mensual.....	71
18. Precio de comercialización	72
19. Productos que ofrece.....	73
20. Dificultades	74
21. Amenazas.....	75
22. Preservación.....	76
23. Características	77
24. Factores que influyen en el precio	78
25. Tiempo de actividad.....	79
26. Dificultades	80
27. Elaborados por	81
28. Aceptación	82
29. Tiempo de elaboración.....	83
30. Tipos de muebles	84
31. Lugar de venta.....	85
32. Forma de venta.....	86

33. Materiales de fabricación	87
34. Muebles adquiridos	88
35. Cambio de muebles	89
36. Forma de adquisición	90
37. Razón para adquirir	91
38. Lugar de compra	92
39. Forma de compra	93
40. Compra de muebles de caña guadua	94
41. Recepción de publicidad	95
42. Radio de preferencia	96
43. Donde recibe publicidad	97
44. Cuanto gastaría en los muebles	98
45. Análisis de la oferta	99
46. Oferta real de la producción de muebles	100
47. Oferta potencial proyectada producción de muebles	101
48. Análisis de la demanda	101
49. Demanda potencial	102
50. Demanda potencial proyectada	104
51. Demanda insatisfecha	104
52. Demanda insatisfecha de muebles de caña guadua	105
53. Proyección precio del producto	106
54. Maquinaria y equipo de producción	121
55. Muebles y enseres	122
56. Equipo de cómputo	122
57. Inversión fija	122
58. Gastos de Constitución	123
59. Capital de trabajo	123
60. Inversión total del proyecto	124
61. Financiamiento	125
62. Talento humano	125
63. Proyección mensual de ingresos	127
64. Proyección anual de ingresos	127
65. Proyección salario básico unificado	128
66. Proyección del costo total de mano de obra directa	128

67. Materia prima.....	129
68. Servicios básicos.....	131
69. Mantenimiento maquinaria y equipo.....	131
70. Resumen de costos de producción.....	132
71. Sueldos administrativos.....	132
72. Proyección de sueldos administrativos.....	133
73. Proyección de servicios básicos.....	133
74. Servicios de comunicación.....	133
75. Útiles de oficina.....	134
76. Mantenimiento equipo de cómputo.....	134
77. Resumen de gastos administrativos.....	135
78. Publicidad.....	135
79. Sueldos de ventas.....	136
80. Proyección sueldos de ventas.....	136
81. Resumen de gastos de ventas.....	136
82. Depreciación.....	137
83. Resumen de Egresos.....	137
84. Estado de arranque.....	138
85. Estado de resultados.....	139
86. Flujo de caja.....	140
87. Valor Actual Neto.....	141
88. Tasa interna de retorno (TIR).....	142
89. Beneficio – costo.....	143
90. Periodo de recuperación de la inversión.....	144
91. Estructura funcional.....	150
92. Análisis de impactos.....	151
93. Impacto social.....	152
94. Impacto económico.....	153
95. Impacto ambiental.....	154
96. Impacto Cultural – Educativo.....	155
97. Impacto tecnológico.....	156
98. Impacto general del proyecto.....	157

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Parroquias del cantón Ibarra	25
2. Muebles de sala.....	61
3. Utilización de caña guadua	68
4. Forma de pago.....	69
5. Tiempo de crédito	70
6. Venta mensual.....	71
7. Precio de comercialización	72
8. Productos que ofrece.....	73
9. Dificultades	74
10. Amenazas.....	75
11. Preservación.....	76
12. Características	77
13. Factores que influyen en el precio	78
14. Tiempo de actividad.....	79
15. Dificultades	80
16. Elaborados por	81
17. Aceptación	82
18. Tiempo de elaboración.....	83
19. Tipos de muebles	84
20. Lugar de venta.....	85
21. Forma de venta.....	86
22. Materiales de fabricación.....	87
23. Muebles adquiridos	88
24. Cambio de muebles.....	89
25. Forma de adquisición	90
26. Razón para adquirir.....	91
27. Lugar de compra	92
28. Forma de compra	93
29. Compra de muebles de caña guadua.....	94
30. Recepción de publicidad	95
31. Radio de Preferencia	96
32. Donde recibe publicidad	97

33. Cuanto gastaría en los muebles.....	98
34. Esquema de distribución	108
35. Mapa Físico de Imbabura.....	112
36. Croquis del sector donde se ubicará la microempresa	115
37. Flujograma del proceso de producción de muebles de caña guadua	116
38. Cadena de valor de procesos.....	116
39. Proceso de elaboración de un mueble de caña guadua	117
40. Ingleteadora para madera	118
41. Taladros.....	118
42. Brocas de sierras	119
43. Sierra caladora manual.....	119
44. Herramientas manuales	120
45. Logotipo de la microempresa.....	146
46. Organigrama estructural.....	149

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes del diagnóstico

La provincia de Imbabura, según el último plan de ordenamiento territorial, se encuentra en la Zona Uno del Ecuador, conformada por las provincias de Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos. Es conocida como la “Provincia de los lagos”. Tiene variados puntos de interés, como los volcanes Imbabura y Cotacachi. La provincia es conocida por sus factores demográficos, además, por sus artesanías y cultura. Tiene varias zonas climáticas, entre ellas podemos citar a la cálida y seca o estepa, conocida como Hoya del Chota; y, las cálidas subtropical andina, conocidas como las zonas de Intag y la de Lita que limita con la provincia de Esmeraldas. Según los datos del censo 2010 facilitados por el INEC, la provincia está constituida por una población de 398.244 habitantes.

En la zona más cercana al nivel del mar se encuentra una vegetación selvática inaccesible en la que existen árboles valiosos por su madera como caoba, guayacán, roble y balsa. Son fáciles de encontrar Matapalos abrazando otros árboles, así como varias especies de las más espectaculares orquídeas, bromelias y helechos. La zona alta da paso a las especies vegetales andinas típicas como pumamaqui, quishuar y romerillo.

La capital provincial es la ciudad de Ibarra que también es capital del Cantón que lleva el mismo nombre, además, está conformada también por los cantones Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí. Las principales ciudades son Atuntaqui, Cotacachi, Ibarra, Otavalo y Urcuquí.

Resulta fascinante la naturaleza y la gente que la habita, donde aún prevalecen los Natabuela, Otavalo, Zuleta, Cayambe, así como, los afro ecuatorianos del valle del Chota. Las manos hábiles de los artesanos que habitan esta provincia, dan forma al barro, la cabuya, el cuero, la madera, la lana y la totora, creando hermosas artesanías que son apreciadas por propios y visitantes.

1.2. Aspectos históricos

La Villa de San Miguel de Ibarra conocida como la ciudad blanca debido a las fachadas pintadas de blanco. Es heredera de una cultura española, italiana y portuguesa. Es visitada por turistas nacionales y extranjeros, como sitio de descanso, sus paisajes, su cultura e historia. Se encuentra situada a las faldas del volcán Imbabura. Fue fundada por el español Cristóbal de Troya y Pinque, el 28 de septiembre de 1606 por orden del Presidente del Real Audiencia de Quito Don Miguel de Ibarra. El 11 de noviembre de 1811, la Junta Soberana de Quito le otorgó el título de ciudad. El 17 de julio de 1823 tuvo lugar la batalla de Ibarra, dirigida por Simón Bolívar, lo que permitió a la región liberarse del dominio español; esta batalla tiene especial importancia por ser la única en el país dirigida personalmente por el Libertador; actualmente debido a su ubicación geográfica fue nombrada como sede administrativa de la Zona Uno.

La parroquia urbana de Guayaquil de Alpachaca está habitada por personas de bajos recursos, en su gran mayoría producto de la migración desde los sectores rurales, la multiplicidad étnica de sus habitantes la hacen heredera de una variada cultura artística, deportiva, social, entre otras. Empezó como un barrio, cuando se lotizó una parte de la hacienda La Merced de Azaya, en el año de 1981, con el fin de facilitar la administración ante el crecimiento urbano y la dotación de servicios básicos se convirtió en parroquia. Tiene 33 años de existencia.

1.3. Ubicación geográfica

Guayaquil de Alpachaca limita al Norte con la parroquia urbana de La Dolorosa del Priorato, al Sur con la parroquia urbana El Sagrario y con la parroquia rural de San Antonio de Ibarra, al Este con El Sagrario y al Oeste con la parroquia Imbaya del Cantón Antonio Ante.

GRÁFICO 1:

Parroquias del cantón Ibarra



Fuente: <http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Imagen:11imbaburacibarraparruralalpachaca.gif>

1.3.1. Límites

La provincia de Imbabura denominada de los lagos, limita:

- a) Norte: Con las provincias del Carchi y Esmeraldas
- b) Sur: Con la provincia de Pichincha
- c) Este: Con la provincia de Sucumbíos
- d) Oeste: Con la provincia de Esmeraldas

1.3.2. Superficie

La ciudad de Ibarra tiene una superficie de 1.162,21 km², la parroquia urbana de Guayaquil de Alpachaca ocupa 4,71 km² con una población aproximada de 25.000 habitantes, se extiende entre las estribaciones de unas colinas que enmarcan a la ciudad de Ibarra.

1.3.3. Clima

Guayaquil de Alpachaca tiene un clima meso térmico seco. La temperatura promedio oscila entre los 8° C y 24° C.

1.3.4. Geomorfología

El cantón Ibarra se encuentra dividido en 12 parroquias, cinco de ellas son urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Guayaquil de Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; las otras siete son rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio de Ibarra.

a) Superficie de las parroquias urbanas

CUADRO 1:

Superficie de las parroquias urbanas

PARROQUIA	Km²	HABITANTES
San Francisco	10,29	32.555
La Dolorosa del Priorato	9,47	29.958
Caranqui	6,53	20.661
El Sagrario	10,68	33.782
Guayaquil de Alpachaca	4,71	14.900
TOTAL:	41,68	131.856

Fuente: INEC, Censo 2010

El sector urbano del cantón Ibarra tiene 131.856 hab., los cuales se encuentran distribuidos en parroquias por kilómetro cuadrado, así: San Francisco 10,29 km², La Dolorosa

del Priorato 9,47 km², Caranqui 6,53 km², El Sagrario 10,68 km², Guayaquil de Alpachaca 4,71 km².

b) Superficie de las parroquias rurales

CUADRO 2:

Superficie de las parroquias rurales

PARROQUIA	Km²	HABITANTES
Angochagua	123,93	3.263
La Esperanza	32,68	7.363
San Antonio de Ibarra	29,07	17.522
Ambuquí	139,94	5.477
Salinas	39,67	1.741
La Carolina	308,49	2.739
Lita	209,46	3.349
Periferia	237,27	7.865
TOTAL:	1.120,53	49.319

Fuente: INEC, Censo 2010

El cantón Ibarra está constituido por kilómetro cuadrado en sus parroquias rurales de la siguiente manera: Angochagua 123,93 km², La Esperanza 32,68 km², San Antonio de Ibarra 29,07 km², Ambuquí 139,94 km², Salinas 39,67 km², La Carolina 308,49 km², Lita 209,46 km², y la parte que bordea a las diferentes parroquias y que aún no pertenece a ninguna de ellas denominada Periferia con 237,27 km².

1.4. Datos socio-demográficos

La población mestiza del cantón Ibarra en su mayoría se encuentra ubicada en la zona urbana de la ciudad, y la población indígena la podemos encontrar en su mayor concentración en las comunidades aledañas a la ciudad.

CUADRO 3:**Sector urbano y rural**

SECTOR	PORCENTAJE	HABITANTES
Urbano	72,78	131.856
Rural	27,22	49.319
TOTAL:	100,00	181.175

Fuente: INEC, Censo 2010

En el cantón Ibarra, según los datos estadísticos del INEC del censo 2010, se observan dos sectores bien definidos: el urbano con 131.856 hab., y el rural con 49.319 hab., dándonos un total cantonal de 181.175 habitantes.

CUADRO 4:**Población por etnias**

ETNIAS	URBANA	RURAL	TOTAL	%
Mestizo/a	112.287	29.388	41.675	78,20%
Indígena	3.208	12.799	16.007	8,84%
Afro ecuatoriano/a o Afro descendiente	5.180	3.763	8.943	4,94%
Blanco/a	5.921	936	6.857	3,78%
Mulato/a	2.791	948	3.739	2,06%
Negro/a	1.782	1.284	3.066	1,69%
Montubio/a	448	146	594	0,33%
Otro/a	239	55	294	0,16%
TOTAL:	131.856	49.319	181.175	100,00%

Fuente: INEC, Censo 2010

Podemos observar que la etnia predominante es la mestiza con un 78,20%, seguida por la por la etnia indígena con un 8,84%, un 4,94% de la Afro ecuatoriana y un 3,78% de la etnia Blanca.

CUADRO 5:***Población por géneros***

GÉNERO	URBANO	RURAL	TOTAL
Masculino	63.349	24.437	87.786
Femenino	68.507	24.882	93.389
TOTAL:	131.856	49.319	181.175

Fuente: INEC, Censo 2010

La población del cantón Ibarra está distribuida por géneros, es así, que el género masculino está constituido por un total de 87.786 hab., y el género femenino con un total de 93.389 habitantes.

CUADRO 6:***Servicios básicos de la ciudad de Ibarra***

SERVICIOS BÁSICOS	PORCENTAJE
Agua potable	93,80%
Alcantarillado	91,10%
Desechos sólidos	89,20%
Energía eléctrica	95,50%
Servicio Telefónico	37,70%

Fuente: INEC, Censo 2010

Los servicios básicos de agua potable y energía eléctrica ocupan el porcentaje más alto de cobertura, siendo para el Gobierno Municipal descentralizado del Cantón Ibarra una prioridad.

CUADRO 7:***Población por edad y géneros***

EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Menor de 1 año	1.479	1.344	2.823
De 1 a 4 años	7.021	6.746	13.767
De 5 a 9 años	9.176	9.044	18.220
De 10 a 14 años	9.652	9.285	18.937
De 15 a 19 años	8.980	8.663	17.643
De 20 a 24 años	7.758	8.251	16.009
De 25 a 29 años	6.922	7.728	14.650
De 30 a 34 años	6.073	6.842	12.915
De 35 a 39 años	5.507	6.463	11.970
De 40 a 44 años	5.037	5.767	10.804
De 45 a 49 años	4.477	5.294	9.771
De 50 a 54 años	3.648	3.951	7.599
De 55 a 59 años	3.022	3.486	6.508
De 60 a 64 años	2.583	2.853	5.436
De 65 a 69 años	2.084	2.471	4.555
De 70 a 74 años	1.650	1.932	3.582
De 75 a 79 años	1.248	1.427	2.675
De 80 a 84 años	812	969	1.781
De 85 a 89 años	442	537	979
De 90 a 94 años	160	245	405
De 95 a 99 años	48	81	129
De 100 años y más	7	10	17
Total	87.786	93.389	181.175

Fuente: INEC, Censo 2010

La población por edad y género, demuestra que existe entre los hombres y las mujeres una diferencia, siendo el género femenino mayor en un 3% respecto al masculino.

CUADRO 8:***Población por nivel de instrucción***

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	PORCENTAJE %	Nº HABITANTES
Ninguno	3,98 %	6.555
Centro de Alfabetización/(EBA)	0,53 %	880
Preescolar	1,03 %	1.694
Primario	35,50 %	58.422
Secundario	22,47 %	36.976
Educación Básica	8,26 %	13.599
Bachillerato - Educación Media	7,00 %	11.529
Ciclo Post bachillerato	0,84 %	1.381
Superior	17,45 %	28.715
Postgrado	1,23 %	2.031
Se ignora	1,71 %	2.803
Total	100,00 %	164.585

Fuente: INEC, Censo 2010

En el cantón Ibarra nos encontramos que el nivel de instrucción primario tiene un 35,50%, el nivel de instrucción secundaria tiene un 22,47%, y el nivel de instrucción superior tiene un 17,45%.

1.5. Actividades económicas

1.5.1. Población económicamente activa – PEA

Este indicador hace referencia a la población que se encarga de la producción de bienes y servicios en el cantón Ibarra, integrando grupos económicos los cuales se describen en el siguiente cuadro:

CUADRO 9:***Población económicamente activa del cantón Ibarra***

Sectores	P.E.A %
Agricultura, ganadería, caza, selvicultura y pesca	16,54 %
Comercio, hoteles y restaurantes	22,69 %
Industrias manufactureras	13,73 %
Servicios comunales, sociales y personales	12,79 %

Fuente: INEC, Censo 2010

En el cantón Ibarra encontramos que la principal actividad es el comercio con un 22,69%, seguida en segundo lugar por la Agricultura, ganadería, caza, selvicultura y pesca con un 16.54%, la industria manufacturera tiene un 13.73% y los Servicios con un 12.79%.

CUADRO 10:***Sectores económicos***

Sector económico	N°
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	14
Industrias manufactureras.	1.821
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	6
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.	11
Construcción.	20
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	8.874
Transporte y almacenamiento.	146
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	1.841
Información y comunicación.	778
Actividades financieras y de seguros.	108
Actividades inmobiliarias.	38
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	337
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	123
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	107
Enseñanza.	350
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	359
Artes, entretenimiento y recreación.	148
Otras actividades de servicios.	1.051
TOTAL:	16.132

Fuente: INEC, Censo 2010

1.5.2. Agricultura

En el sector urbano del cantón Ibarra no se encuentran grandes extensiones de terreno cultivable debido a estar poblado en su totalidad, lo que no ocurre en las zonas rurales, en donde encontramos un variedad de cultivos gracias a las extensiones de terreno, el clima, además de varios factores que permiten el desarrollo de esta actividad.

En lo referente a la siembra de productos madereros, encontramos que es muy poca, especialmente cuando los terrenos madereros no han sido penetrados en su totalidad por encontrarse en sitios inaccesibles, debemos indicar que los bosques que aún se mantienen se encuentran en la zona cálido-húmeda de las parroquias de Lita y La Carolina.

1.5.3. Industria

Entre las principales formas industriales que existen encontramos microempresas dedicadas a la producción textil, elaboración de artículos de cuero, producción de alimentos y bebidas, además, de producción artesanal con tallados, hermosas pinturas y finos muebles con excelentes acabados que llegan a ser exportados fuera de la ciudad, provincia e incluso país.

1.6. Objetivos diagnósticos

1.6.1. Objetivo general

- 1) Realizar el diagnóstico situacional de la microempresa, mediante el uso de la matriz AOOD (Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos)

1.6.2. Objetivos específicos

- 1) Establecer los antecedentes históricos del cantón Ibarra y la parroquia de Guayaquil de Alpachaca.

- 2) Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- 3) Analizar los aspectos socio-demográficos del área de influencia del proyecto a implantarse.
- 4) Realizar un análisis del entorno con el fin de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría la nueva microempresa.

1.6.3. Variables diagnósticas

Con el fin de brindar un mejor entendimiento y análisis se han identificado las principales variables con sus respectivos indicadores, los cuales se indican a continuación:

- a) Antecedentes históricos
- b) Caracterización demográfica
- c) Aspectos geográficos
- d) Situación socio-económica

1.6.4. Indicadores

- 1) Variable: antecedentes históricos
 - Datos
 - Personajes
 - Fechas
- 2) Variable: aspectos geográficos
 - Ubicación geográfica
 - Límites
 - Superficie
 - Clima

3) Variable: caracterización geográfica

- Estadísticas
- Grupos de edad
- Género

4) Variable: situación socio-económica

- Agricultura
- Producción
- Turismo
- Comercio

1.7. Matriz de relación diagnóstica

CUADRO 11:

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Establecer los antecedentes históricos del cantón Ibarra y la parroquia de Guayaquil de Alpachaca.	Antecedentes Históricos	· Datos Históricos	· Textos	· Secundaria
		· Personajes	· Revistas	
		· Fechas	· Monografías	
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.	Aspectos Geográficos	· Ubicación geográfica	· Bibliográfica	· Secundaria
		· Límites	· Bibliográfica	
		· Superficie	· Bibliográfica	
		· Clima	· Bibliográfica	
Analizar los aspectos socio-demográficos del área de influencia del proyecto a implantarse.	Caracterización Geográfica	· Estadísticas	· Bibliográfica	· Secundaria
		· Grupos de edad	· Bibliográfica	
		· Género	· Bibliográfica	
Realizar un análisis del entorno con el fin de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría la nueva microempresa.	Situación Socio-Económica	· Agricultura	· Bibliográfica	· Secundaria
		· Producción	· Bibliográfica	
		· Turismo	· Bibliográfica	
		· Comercio	· Bibliográfica	

Fuente: INEC, Censo 2010

1.8. Análisis del entorno

1.8.1. Aliados

- a. Existencia de materia prima suficiente para realizar el proyecto
- b. Disponibilidad de proveedores de materia prima con precios razonables
- c. Materiales renovables para la fabricación de muebles
- d. Incentivos gubernamentales para la utilización de materiales alternativos

1.8.2. Oponentes

- a. Competencia en la producción de muebles
- b. Falta de entidades especializadas en la creación de diseños para nuevos productos alternativos de madera.
- c. Limitado apoyo para la exportación
- d. Prohibición para la movilización de materia prima maderera

1.8.3. Oportunidades

- a. Políticas del ministerio de turismo para promocionar artesanías ecuatorianas
- b. Reconocimiento de las artesanías de San Antonio de Ibarra a nivel internacional
- c. Materiales renovables para la fabricación de muebles
- d. Existencia de instituciones para capacitar en nuevas formas de producción

1.8.4. Riesgos

- 1) Las variaciones de los costos de los insumos y materias primas
- 2) Aparecimiento en el mercado de productos similares elaborados con materiales sintéticos a menor costo
- 3) Contrabando de muebles

4) Competencia desleal

1.9. Identificación de la oportunidad de inversión

De la investigación realizada para el diagnóstico, se determinó que existen dificultades para provisionarse de materias primas e insumos para la producción de muebles, lo que encarece el precio y restringe la demanda. El apareamiento de materiales alternativos, no contaminantes como es la caña guadua, originará una nueva forma de realizar muebles con diseños creativos. Es importante resaltar que este material es noble y de larga duración, además de accesible, también de existir instituciones que pueden capacitar a las personas que deseen incursionar en este trabajo de la elaboración de muebles, se podrá ofertar al mercado una nueva variedad de muebles.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Empresa

2.1.1 Concepto

(RISCO GARCÍA, 2013) Define: “La empresa es una unidad económica que combina un conjunto de recursos humanos, materiales y financieros destinados a la producción, transformación, distribución y comercialización de bienes y servicios, ordenados según una determinada estructura organizativa y que actúan bajo un mismo órgano de dirección con el objetivo último de la obtención de beneficios, llevando a cabo su actividad siempre en interrelación con su entorno”. Pág. 18.

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener rentabilidad a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos trabajo, tierra, tecnología y capital.

2.1.2. Clasificación

1) Según su actividad

(RISCO GARCÍA, 2013), dice: las empresas pueden clasificarse de acuerdo a su actividad económica, de la siguiente manera: Pág. 34

- a) Sector primario: incluye las empresas que realizan actividades referentes a los recursos naturales, por ejemplo, agrícolas, ganaderas, pesqueras o forestales.

- b) Sector secundario: incluye las empresas que se dedican a actividades transformadoras o industriales, como empresas mineras, de construcción, industria textil, metalúrgica, de alimentación, de fabricación de cualquier bien, etc. Transforman unos bienes en otros listos para el consumo.
- c) Sector terciario o de servicios: incluyen empresas de servicios y las comerciales, como un hipermercado, una farmacia, un banco, una agencia de viajes, un restaurante, un colegio, etc.

2) Según la forma jurídica

En el Ecuador según la Ley de Compañías en su Art. 2 hay cinco especies de compañías que constituyen personas jurídicas: (Pág. 1)

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

3) Según la magnitud

La Superintendencia de Compañías en la Resolución SC-INPA-UA-G-10-005 (2010), clasifica a las empresas considerando las siguientes variables: Personal ocupado, el valor bruto de las ventas anuales y el monto de los activos totales. La clasificación se resume en el siguiente cuadro:

CUADRO 12:**Clasificación de empresas según la magnitud**

Variables	Personal Ocupado	Valor Bruto de las Ventas Anuales (US\$)*	Montos Activos
Micro Empresa	1 – 9	≤ 100.000	Hasta US \$ 100000
Pequeña Empresa	10 – 49	100.001 – 1.000.000	De US \$ 100.001 hasta US \$ 750.000
Mediana Empresa	50 – 99	1.000.001 – 2.000.000	De US \$ 750.001 hasta US \$ 3,999.999
Grandes Empresas	100 – 199	2.000.001 – 5.000.000	> US \$ 4,000.000

Fuente: Resolución SC-INPA-UA-G-10-005 de la Superintendencia de Compañías

2.1.3. Pequeñas y medianas empresas

A las PYMES se las define según Paredes K. (2007) como: “Un conjunto de pequeñas y medianas empresas que se miden de acuerdo al volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos”.

Se las considera como una organización económica donde se combinan los factores productivos (naturaleza, trabajo y capital) para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción.

1) Microempresa

TORRES, Luís (2005), manifiesta que: “La microempresa es el conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción comercio, o servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y personales “pág. 3.

Microempresa es uno de los términos más importantes que se utiliza actualmente, ya que constituye una alternativa que permite solucionar algunos problemas que enfrenta nuestra sociedad, a través de ella, se buscan nuevas maneras de lograr un desarrollo económico, de manera que contribuya a generar fuentes de trabajo, así como, producir bienes y servicios de buena calidad para satisfacer las necesidades de los consumidores.

2) Objetivos de la microempresa

FRED, David (2008), dice que: “Los objetivos deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la empresa así:

- Aumentar las ganancias
- Incremento de la Productividad
- Crecimiento y expansión de la Microempresa
- Crear nuevos productos y servicios
- Generar Empleo” pág. 56.

Toda microempresa está comprometida a conseguir las metas y objetivos que se ha propuesto y de esta manera beneficiar tanto a la empresa como a los que forman parte de la misma, mejorando sus productos y servicios y por ende mejorar notablemente sus ingresos.

- Base Legal
 1. Leyes y Reglamentos que Rigen a las Microempresa
 - Constitución Política del Ecuador
 - Ley de la Economía Popular y Solidaria
 - Ley de gestión ambiental
 - Ley orgánica de prevención y Control de la Contaminación Ambiental

- Ley de compañías
- Ley de Régimen tributario Interno
- Reglamento de régimen tributario (ORTI)
- Disposiciones y resoluciones emitidas por el servicio de rentas internas
- Código de la producción
- Código tributario
- Código de procedimiento penal
- Ley Orgánica de Régimen Municipal
- Ley de Seguridad Social IESS
- Código de trabajo

3) Requisitos para el Funcionamiento de una Microempresa

En atención a la normatividad nacional vigente se identifican los siguientes requisitos:

- Registro Único de Contribuyentes RUC.- Tiene el objetivo de registrar e identificar a los contribuyentes (personas naturales o jurídicas que realizan una actividad económica) con fines impositivos y como mecanismo para proporcionar información a la administración tributaria.
- Patente Municipal: Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.
- Seguro: Son sujetos de afiliación al IESS todos los empleados públicos y privados para el cual se deberá obtener el número patronal.
- Marcas.- Es un trámite que se realiza en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual), en el caso de que se desee poner un nombre o logotipo a los productos que se produzcan.

4) Requisitos para la constitución de una Microempresa Asociativa

- Solicitud de aprobación dirigida al señor Relaciones Laborales.
- Acta constitutiva de la entidad, en original y una copia, certificadas por el Secretario, la misma que contendrá los nombres completos de los fundadores, el nombramiento del Directorio provisional, y las firmas autógrafas de los concurrentes y número de cédula de identidad.
- Dos ejemplares del estatuto debidamente certificados por el Secretario, conteniendo:
 - Denominación y domicilio
 - Fines
 - Derechos y obligaciones de los socios
 - Estructura y organización interna
 - Patrimonio económico
 - Causas de disolución y liquidación
 - Las demás disposiciones que los socios consideren necesarias, siempre que no se opongan al orden público, las leyes y a las buenas costumbres.
- Dos ejemplares de la lista de socios fundadores, en la que conste: si son personas naturales, los nombres y apellidos, domicilio, cédula de identificación, el valor del aporte económico y la firma. Si son personas jurídicas, la razón social, el registro único de contribuyentes, nombramiento del representante legal y copias de los documentos de identificación; y,
- Certificado de apertura de la cuenta de integración del aporte a los socios, en una cooperativa o banco y/o la declaración de los bienes debidamente valorados, que los socios aportan.

2.1.4. Mercado

(STANTON, 2007), definen al mercado (para propósitos de marketing) como: “las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo”

El mercado es una institución social que establece las condiciones para el intercambio de bienes y servicios. En el mercado, los vendedores y los compradores entablan una relación comercial para desarrollar transacciones, intercambios o acuerdos. Puede decirse que, más allá de un espacio físico, el mercado surge o se materializa en el momento en que los vendedores se relacionan con los compradores y se articula un mecanismo de oferta y demanda.

a. Mercado meta

(KOTLER & AMSTRONG, 2008), considera: un mercado meta “consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir”.

El mercado meta también conocido como mercado objetivo, hace referencia al destinatario ideal de un producto o servicio. El mercado meta, por lo tanto, es el sector de la población al que está dirigido un bien o servicio.

b. Segmento de mercado

(STANTON, 2007), definen un segmento de mercado como “un grupo de clientes con diferentes deseos, preferencias de compra o estilo de uso de productos”.

Segmentar el mercado es identificar a los consumidores que debido a sus características podrían necesitar o preferir más su producto que otro, para lo cual se divide el mercado en

partes lo más parecidas posibles, por grupos, por gustos, por edades, por sexo, por tamaño, por ingresos, entre otros.

c. Producto

ROMERO, Ricardo (2008), explica que producto es “todo aquel bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad”.

El producto es un bien o servicio que tiene un conjunto de atributos que el consumidor considera que le sirve para poder satisfacer sus necesidades o deseos

d. Precio

(KOTLER & AMSTRONG, 2008), explica que el precio es “(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”.

(ROMERO, 2008), explica que el precio de un producto es el “importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto”.

El precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado, el mismo que se lo puede fijar de acuerdo a precios costos y gastos, oferta y demanda.

e. Publicidad o Promoción

(ROMERO, 2008), dice de la promoción “es el componente que se utiliza para persuadir e informar al mercado sobre los productos de una empresa”. Pág. 39.

La publicidad o promoción es una forma de comunicación imprecisa y de largo alcance que un patrocinador identificado contrata para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo respecto de bienes o servicios, con la finalidad de captar a potenciales compradores.

f. Oferta

(FISHER & ESPEJO, 2008), explican: la oferta se refiere a “las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”.

MANKIWI, Gregory (2007) define: la oferta o cantidad ofrecida, como “la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender”.

Oferta es la cantidad de unidades de un bien o un servicio que los oferentes están dispuestos a vender a un precio determinado.

g. Demanda

KOTLER, Philip Y CRUZ (2008) explican, la demanda es “el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago”.

(FISHER & ESPEJO, 2008), definen a la demanda como “las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”.

La Demanda son los posibles consumidores que están dispuestos a adquirir el producto o servicio.

h. Demanda insatisfecha

MENDIVE, Daniel Eber (2008), explica: “En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente para colmar la brecha; cuando traten de satisfacer una demanda insatisfecha tendrán que distinguir entre una brecha en el nivel de satisfacción y un vacío en el tipo de satisfacción. La brecha en la clase de satisfacciones, se presenta cuando los destinatarios pueden obtener satisfacción, solo por medio de un producto mejorado o un nuevo producto que corrija las deficiencias de los existentes; el vacío en el nivel de satisfacción tiene que ver con una situación donde los productos de que se dispone no pueden brindar el nivel, grado o satisfacción deseados”.

Se llama demanda Insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

i. Comercialización

PELTON, STRUTTON, LUMPKIN (2007) explican: “La comercialización es lo relativo al movimiento de los bienes y servicios entre productores y usuarios”.

La comercialización es el conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

2.2. Estudio técnico

LÓPEZ, P. Elvira, y CANO, Adolfo (2009) explican: “En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá

para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo”.

En resumen en este estudio se trata de desarrollar el conjunto de procedimientos de forma consistente, las personas, las alternativas que llevarán a la ejecución del proyecto para la satisfacción del medio en que se desarrolla.

2.2.1. Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es la capacidad de producción de bienes o la cobertura de los servicios que tendrá, en un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto está en función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción.

2.2.2. Macro localización

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

La macro localización es análisis de condiciones físicas, climatológicas, geográficas, topográficas, reglamentarias entre otras que se realizará al lugar en el cual estará ubicada la microempresa.

2.2.3. Micro localización

(MARÍN MONTEAGUDO, 2012), manifiesta: “la micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido”.

Micro localización es determinar el lugar preciso de ubicación del proyecto, sus servicios, la disponibilidad de vías, recolección de basura, características topográficas del suelo que ayuden a una adecuada instalación del proyecto.

2.2.4. Presupuesto técnico

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, capital de trabajo.

a. Inversiones fijas

Se llama inversión fija porque el Proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello perjudique la actividad productiva. Todos los activos que componen la inversión fija deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones entregados por los proveedores de equipos, maquinarias, muebles, enseres, vehículos, etc.

b. Capital de trabajo

(RODAS, 2012), define: “El Capital de Trabajo es el fondo económico que utiliza la empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del

negocio. Una empresa para lograr seguir en la marcha de su negocio, necesita de recursos para cubrir insumos, materias primas, pago de mano de obra, compra de activos fijos, pago de gastos de operación, etc. Este capital debe estar disponible a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo”.

El capital de trabajo constituye todo lo que se requiere para la producción de un bien y/o servicio, hasta cuando el mismo genere los primeros ingresos.

2.2.5. Flujoograma

(MANENE, 2011), “Un diagrama de flujo es la representación gráfica o secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución, es decir, viene a ser la representación simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo”.

El flujoograma o diagrama de flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

2.3. Estudio financiero

(SAN, 2009), define: “Es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir, que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado. Antes de poner en marcha un negocio es importante conocer la rentabilidad del mismo, esto se identifica en el Estudio económico, que resume la información procesada en los estudios anteriores, y determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto”.

El Estudio financiero es un análisis de rentabilidad que permitirá conocer el monto de la inversión y su tiempo de recuperación.

2.3.1. Ingresos

Un ingreso es la corriente real de las operaciones de producción y comercialización de bienes, prestación de servicios u otro tipo de operaciones similares que se enmarcan en la actividad económica de una empresa, lo cual es generado de las ventas que realiza la empresa.

2.3.2. Egresos

Se denomina egresos o gastos a la salida de dinero de una empresa u organización por las operaciones de consumo de bienes y servicios, para poder llevar a cabo sus operaciones y generar rentabilidad.

2.3.3. Materia prima

(ZAPATA SÁNCHEZ, 2011), manifiesta: “Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien.

La materia prima son los bienes que se encuentra en estado natural con el propósito de obtener un producto terminado.

2.3.4. Mano de obra

La mano de obra es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto. Es el aporte humano en la elaboración de un producto. El costo de la mano de obra es el precio que se paga por utilizar recursos humanos.

La mano de obra es la fuerza de trabajo que actúa en la transformación de un producto por el cual se paga una remuneración.

2.3.5. Costos indirectos de fabricación (CIF)

Los Costos Indirectos de Fabricación son los materiales o suministros complementarios fundamentales para la fabricación pero no pueden ser medidos unitariamente sino de una manera total. Los costos indirectos de fabricación como lo indica su nombre son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero constituyen y forman parte del costo de producción, mano de obra indirecta y materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fabricación, arriendo del edificio, entre otros.

2.3.6. Gastos administrativos

Es un conjunto de erogaciones incurridas en la dirección general de una empresa, en contraste con los gastos de una función más específica, como la de fabricación o la de ventas. Las partidas que se agrupan bajo este rubro varían de acuerdo con la naturaleza del negocio, aunque por regla general, abarcan los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina, la renta y demás servicios generales de oficina. Gastos normales de carácter corriente para el funcionamiento de la empresa.

2.3.7. Gastos de ventas

Los gastos de venta son aquellos valores monetarios que se realizan en el proceso de vender los productos o servicios. Los gastos de venta se relacionan directamente con el movimiento de las ventas o, dicho de otra manera, aquellos que tienden a variar, aumentar o disminuir, en la misma forma que las ventas. Por ejemplo, los fletes en ventas, comisiones de vendedores, propagandas, gastos de despacho, remuneraciones de vendedores, transporte en ventas, entre otros.

2.3.8. Costo de oportunidad

(GERENCIE.COM, 2008), define: “El costo de oportunidad se entiende como aquel costo en que se incurre al tomar una decisión y no otra. Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreciar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado”.

El costo de oportunidad es el valor de la inversión que será utilizado para invertir en el proyecto.

2.3.9. Balance general

(ZAPATA SÁNCHEZ, 2011), dice: “es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado”

El balance general es un informe financiero que da cuenta del estado de la economía y finanzas de una institución en un momento o durante un lapso determinado. También es conocido como Estado de Situación Financiera.

2.3.10. Estado de resultados (Pérdidas y ganancias)

(ZAPATA SÁNCHEZ, 2011), dice: “Informe básico contable que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo determinado que es el producto de la gestión acertada o desacertada de la Dirección, o sea, del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia”. Pág. 284.

Muestra los efectos de las operaciones de una empresa y sus resultados finales. Ya sea de ganancia o de pérdida.

2.3.11. Flujo de caja

Este estado es una proyección, constituye uno de los elementos más importantes de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en él se determine. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico y organizacional. Al proyectar el Flujo de Caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

2.3.12. Evaluación financiera

a. Valor actual neto (VAN)

Conocido también como el valor presente neto y se define como la sumatoria de los Flujos netos de caja anuales actualizados menos la inversión inicial. Con este indicador de evaluación se conoce el valor del dinero actual (hoy) que va a recibir el proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un periodo determinado, a fin de comparar este valor con la inversión inicial. Su fórmula es:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i}$$

Donde:

I_0 = Inversión inicial

F_i = Flujo neto; si $VAN > 0$; Aceptar proyecto

t = tasa de actualización

n = años de duración del proyecto

b. Tasa Interna de Retorno (TIR)

También conocida como tasa de rentabilidad financiera (TRF) y representa aquella tasa porcentual que reduce a cero el valor neto del proyecto.

La TIR muestra al inversionista la tasa de interés máxima a la que debe contraer préstamos, sin que incurra en futuros fracasos financieros. Para lograr esto se busca aquella tasa que aplicada al flujo neto se caja hace que el VAN sea igual a cero. A diferencia del VAN, donde la tasa de actualización se fija de acuerdo a las alternativas de inversión externas, aquí no se conoce la tasa que se aplicará para encontrar el TIR, por definición la tas buscada será aquella que reduce el VAN de un proyecto a cero. En virtud a que el TIR proviene del VAN, primero se debe calcular el valor actual neto. Su fórmula es:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 + VAN_2}$$

Dónde:

i_1 = Tasa de actualización del último VAN POSITIVO

i_2 = Tasa de actualización del último VAN NEGATIVO

VAN_1 = Valor actual neto obtenido con

VAN_2 = Valor actual neto obtenido con

c. Costo/Beneficio

El costo/beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial.

La regla es que se debe emprender una inversión si su IR es superior a 1.

Se utiliza para el análisis de proyectos de inversión; se determina de la siguiente manera:

$$CB = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

d. Relación Ingresos y Egresos

Es la capacidad que tiene una persona natural o jurídica para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, una empresa se considera rentable cuando sus ingresos son mayores que sus egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, el área o departamento de una compañía es rentable cuando sus costos son inferiores a sus ingresos.

e. Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación constituye el lapso de tiempo o el número de períodos requeridos para recuperar la inversión realizada en el negocio”.

Criterios de decisión:

- f. Cuando se utiliza el periodo de recuperación para tomar decisiones de aceptación o rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:
- Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
 - Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

2.4. Propuesta de la estructura orgánica funcional

2.4.1. Misión

(CAMPOY, 2010): “Es la definición del negocio y tiene que ver con lo que es y lo que hace la empresa. Hay que considerar esta variable desde la perspectiva de las necesidades que satisface la empresa, y no desde el punto de vista de los productos o servicios que producimos”.

La misión es la razón de ser de la organización, en esta se enuncia a qué clientes sirve, las necesidades que satisface, los tipos de productos que ofrece. En forma general indica cuáles son los límites de las actividades de la empresa; por lo tanto, es aquello que todos los que componen la compañía se sienten impulsados a realizar en el presente y futuro para cumplir la visión.

2.4.2. Visión

(CAMPOY, 2010): “Es el lugar hacia dónde quiere llegar la organización, el objetivo último”.

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa en un lapso de tiempo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, la aparición de nuevas condiciones del mercado, entre otras.

2.4.3. Valores

Son los modelos de actuación de la organización, los valores y principios profesionales de la empresa a la hora de diseñar los productos. Podemos hablar de valores como la calidad, el medio ambiente, la innovación, etc.

2.4.4. Estructura orgánica

(VIERA LARA, 2014) Detalla: “La estructura orgánica es la forma en la que se ordena todo el conjunto de relaciones de una empresa (puestos de trabajo, tareas, flujos de autoridad y decisiones) mediante en un nivel de comunicación y coordinación entre todos los miembros”.

Se establece la estructura organizativa de una empresa mediante un esquema en el que se jerarquizan y dividen las funciones y los componentes de la misma de una manera sistematizada.

2.4.5. Organigrama estructural

Es una representación gráfica de la estructura administrativa de la organización.

2.4.6. Organigrama funcional

Muestran además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento. El Orgánico Funcional es una especificación de las tareas y requisitos necesarios a cada uno de los cargos y unidades administrativas que forman parte de la estructura orgánica, necesarias para cumplir con las atribuciones de la organización.

2.5. Impactos

(LARA, 2014) Haciendo referencia a los impactos, explica: “Las personas lo relacionan con nociones más elaboradas: “Que se preocupan por que mejore la sociedad en su conjunto, no una cierta clase social, sino todos”; “Hay un proyecto social implícito”; “Quiieren afectar a la sociedad..., cambiar el comportamiento de las personas” (pág. 16)

Los impactos son las consecuencias o resultados futuros que puede presentar un proyecto en un lapso de tiempo definido.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción al estudio de mercado

El estudio de mercado determinar las necesidades existentes en los consumidores actuales y los potenciales respecto a un producto o servicio, es uno de los principales aspectos de un proyecto. Identifica a las empresas productoras y las condiciones en las que se entrega el producto en el mercado.

Cuando hablamos de un estudio de mercado, nos referimos a un estudio de factibilidad, el mismo que nos sirve como antecedente para la realización de estudios técnicos de ingeniería, financieros y económicos, buscando determinar la viabilidad de un proyecto.

El presente estudio permite establecer si es factible, tomando en cuenta la competencia existente en relación con un análisis de demanda. Además, se busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifica la inversión del proyecto.

En la provincia de Imbabura, se encuentra una variedad de caña guadua, por lo que se analizó la real posibilidad de impulsar un proyecto de muebles con esta madera, situación que permitirá un encadenamiento productivo que admitirá generar empleo de mano de obra local, además que los productos se pueden comercializar a nivel nacional.

Mediante el estudio de mercado podemos determinar si el producto que deseamos producir y ofertar. Posee una buena aceptación en el mercado.

3.2. Identificación del producto

La madera de caña guadua, es una madera que tiene una gran aceptación. Esta gramínea¹ que además de purificar el aire por sus cualidades propias, tiene diferentes usos artesanales, así como también, en la construcción de viviendas. La fuerte tensión que brindan sus fibras hacen que se la denomine el acero vegetal del siglo XXI, se la conoce por tener una alta resistencia, durabilidad y rápido crecimiento, lo que le permite ser una alternativa para reemplazar a la madera tradicional como el roble, laurel, chanul, entre otras, que están desapareciendo debido a que las reservas madereras se están agotando por el mal uso del suelo y la tala indiscriminada de los bosques.

Los productos que la microempresa desea producir y comercializar dentro del mercado son:

- 1) Muebles de caña guadua

3.2.1. Muebles de caña guadua

Los muebles de caña guadua son productos que normalmente no encontramos en el mercado, debido a que no se los conoce. Se pretende brindar un producto diferente con respecto a la competencia, los cuales son elaborados con maderas tradicionales.

La microempresa “CAÑA DESIGN”, pone a disposición del público en general una alternativa en muebles que pueden reemplazar a los tradicionales, permitiendo dar un cambio radical a los ambientes del hogar o empresa.

1 Gramíneas, se dice de las plantas angiospermas monocotiledóneas que tienen tallos cilíndricos, comúnmente huecos, interrumpidos de trecho en trecho por nudos llenos, hojas alternas que nacen de estos nudos y abrazan el tallo, flores muy sencillas, dispuestas en espigas

o en panojas, y grano seco cubierto por las escamas de la flor. (Diccionario de la lengua española)

GRÁFICO 2:

Muebles de sala



Elaborado por: El Autor

3.2.2. Características

- Vistosidad
- Diseño elegante
- Duración
- Versatilidad

3.3. Objetivos del estudio de mercado

- Conocer los aspectos más relevantes sobre la demanda de muebles de caña guadua en la ciudad de Ibarra.
- Determinar los aspectos más relevantes sobre la oferta de muebles de caña guadua en la ciudad de Ibarra.

3.4. Variables del estudio de mercado

- a. Demanda

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

b. Oferta

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

3.5. Indicadores

Determinamos los siguientes indicadores para cada una de las variables diagnósticas:

Variables de la demanda

Variable producto

- Tipos de muebles
- Cantidad de muebles adquiridos por mes
- Ciclo de compra
- Deseo de adquirir nuevos muebles
- Diseños del producto
- Conocimiento y bondades del producto

Variable precio

- Precio de compra
- Forma de compra

Variable plaza

- Lugar de compra

Cercanía de los puntos de venta a los clientes Variables de la Oferta Variable producto

- Tipos de muebles ofertados
- Cantidad de muebles ofertados
- Producción semanal
- Presentación del producto
- Conocimiento de bondades del producto
- Materia prima

Variable precio

- Precio de compra
- Forma de compra

Variables plaza

- Lugar de compra
- Condiciones del local

Variable promoción

- Satisfacción de demanda
- Mecanismos de promoción

3.6. Matriz de relación diagnóstica

CUADRO 13:

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVO DIAGNÓSTICO	VARIABLE	INDICADOR	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN	
Conocer los aspectos más importantes sobre la demanda de muebles en la ciudad de Ibarra	Producto	Tipos de muebles	Encuesta	Artisanos, Familias	
		Cantidad de muebles adquiridos por mes	Encuesta	Artisanos, Familias	
		Ciclo de compra	Encuesta	Artisanos, Familias	
		Deseo de adquirir nuevos muebles	Encuesta	Artisanos, Familias	
		Diseños del producto	Encuesta	Artisanos, Familias	
		Conocimiento y bondades del producto	Encuesta	Artisanos, Familias	
		Precio	Precio de compra	Encuesta	Artisanos, Familias
		Forma de compra	Encuesta	Artisanos, Familias	
	Plaza	Lugar de compra	Encuesta	Artisanos, Familias	
		Cercanía de los puntos de venta a los clientes	Encuesta	Artisanos, Familias	
	Promoción	Tratamiento antes de la venta	Encuesta	Artisanos, Familias	
		Mecanismos de promoción	Encuesta	Artisanos, Familias	
	OBJETIVO DIAGNÓSTICO	VARIABLE	INDICADOR	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN
	Conocer los aspectos más importantes sobre la oferta de muebles en la ciudad de Ibarra	Producto	Tipos de muebles ofertados	Encuesta	Artisanos, Familias
Cantidad de muebles ofertados			Encuesta	Artisanos, Familias	
Producción semanal			Encuesta	Artisanos, Familias	
Presentación del producto			Encuesta	Artisanos, Familias	
Conocimiento de bondades del producto			Encuesta	Artisanos, Familias	
Materia prima			Encuesta	Artisanos, Familias	
Precio		Precio de compra	Encuesta	Artisanos, Familias	
		Forma de compra	Encuesta	Artisanos, Familias	
Plaza		Lugar de compra	Encuesta	Artisanos, Familias	
		Condiciones del local	Encuesta	Artisanos, Familias	
Promoción		Satisfacción de demanda	Encuesta	Artisanos, Familias	
		Mecanismos de promoción	Encuesta	Artisanos, Familias	

Elaborado por: El Autor

3.7. Mecánica operativa

3.7.1. Determinación de la población

1. Determinación de la muestra

La población a investigada fueron en primer lugar los productores de caña guadua, debemos aclarar que en nuestra provincia existen estos sembríos de forma natural, existiendo muchas fincas con esta madera, pero ninguna que se dedique a la producción de la misma.

Además, la otra población motivo de investigación fueron los propietarios de los aserraderos existentes en la ciudad de Ibarra; se encuestó a 8 aserraderos pues solo en estos se expende la caña guadua.

Por otro lado, se investigaron a una muestra de los artesanos que se dedican a elaborar muebles en el cantón Ibarra (2500) fuente Sociedad interprofesional de Artesanos de San Antonio de Ibarra.

También se investigaron a una muestra de clientes potenciales correspondientes a la población familiar de la ciudad de Ibarra (FAMILIAS = $181175/4,8 = 37.745$) Fuente INEC.

Fórmula de cálculo:
$$n = \frac{z^2 d^2 N}{(e)^2 (N-1) + z^2 d^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

d² = varianza

N = Población universo

e = Margen de error

a. Cálculo de la Muestra de artesanos

$$2) N = 2500 \quad n = \frac{(1,96)^2(0,25)(2500)}{(0,16)^2(2500-1)+(1,96)^2(0,25)}$$

$$3) d^2 = 0,25$$

$$4) Z = 95\% = 1,96$$

$$5) e = 16\% = 0,16 \quad n = 36,98 \approx 37$$

b. Cálculo de la Muestra de clientes (FAMILIAS)

$$6) N = 113497 \quad n = \frac{(1,96)^2(0,25)(37.745)}{(0,08)^2(37.745-1)+(1,96)^2(0,25)}$$

$$7) d^2 = 0,25$$

$$8) Z = 95\% = 1,96$$

$$9) e = 8\% = 0,08 \quad n = 149,85 \approx 150$$

3.7.2 Información primaria

Para la recopilación de esta información se han utilizado los siguientes instrumentos de investigación:

- a. Entrevista: Este instrumento de investigación fue apropiado para la recolección de información en forma individual y personal que apoyó en una lista de preguntas, que fueron aplicadas a algunas personas que poseen en su propiedad caña guadua de forma silvestre.
- b. Encuesta: Se realizó para la recopilación de información masiva, mismo que se apoyó en un listado de preguntas escritas, que contenía preguntas cerradas, las mismas que fueron aplicadas a la población económicamente activa del cantón Ibarra, a los artesanos de muebles, y a los dueños de aserraderos.

3.7.3 Información secundaria

La recopilación de esta información se realizó de diversos tipos de documentos, es así que se trabajó con información proveniente de revistas económicas, publicaciones en internet y estadísticas de estudios efectuados por instituciones oficiales y privadas.

3.8. Tabulación y análisis de la información

3.8.1. Análisis de la entrevista dirigida a una productora de caña guadua

Según la entrevista realizada a la señora propietaria de una de las fincas en donde existe caña guadua, localizada en el cantón Ibarra, parroquia La Carolina; se llegó a conocer que la mayoría de fincas del sector no se dedican a la producción de caña guadua. La existencia es de procedencia silvestre y no de cultivo. Que no se talan porque les son útiles para realizar el cerco de los corrales para animales, por no deforestar y mantener la estética del sector donde esta gramínea crece.

También se conoció que tiene en su propiedad un aproximado de 4000 unidades de caña guadua, que no la comercializan, claro está que alguien solicita que le venda, no tiene problema en hacerlo, aunque muchas veces la regala por que no considera que sea una madera negociable. Desconoce las variedades que crecen en su propiedad, así como, las especificaciones técnicas para su cuidado y cultivo.

3.8.2. Encuesta dirigida a propietarios de aserraderos

1) ¿Conoce en qué se utiliza la caña guadua?

CUADRO 14:

Utilización de caña guadua

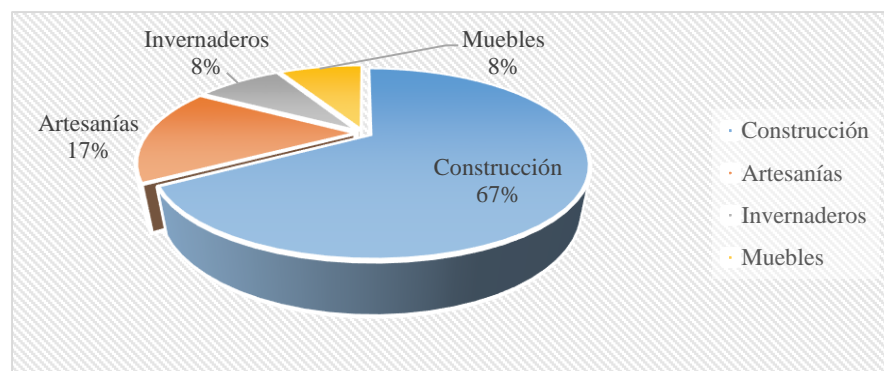
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Construcción	5	67%
Artesanías	1	17%
Invernaderos	1	8%
Muebles	1	8%
TOTAL:	8	100%

Fuente: Propietarios de aserraderos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 3:

Utilización de caña guadua



Análisis

Se observa que la mayor parte de la caña guadua que se vende en los aserraderos es utilizada en el ámbito de la construcción, seguido por una baja utilización en artesanías, invernaderos y muebles.

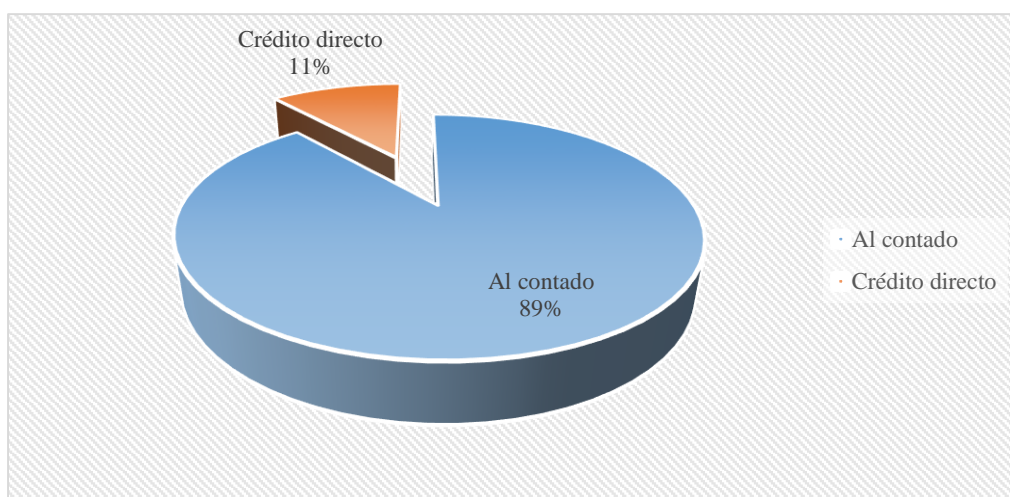
2) ¿En qué forma vende esta madera?

CUADRO 15:**Forma de pago**

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Al contado	7	89%
Crédito directo	1	11%
TOTAL:	8	100%

Fuente: Propietarios de aserraderos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 4:**Forma de pago****Análisis**

Dependiendo del volumen de compra en un solo aserradero se concede crédito, pero la mayoría de ellos solo realiza ventas al contado.

3) ¿Cuál es el tiempo que concede en las ventas a crédito?

CUADRO 16:

Tiempo de crédito

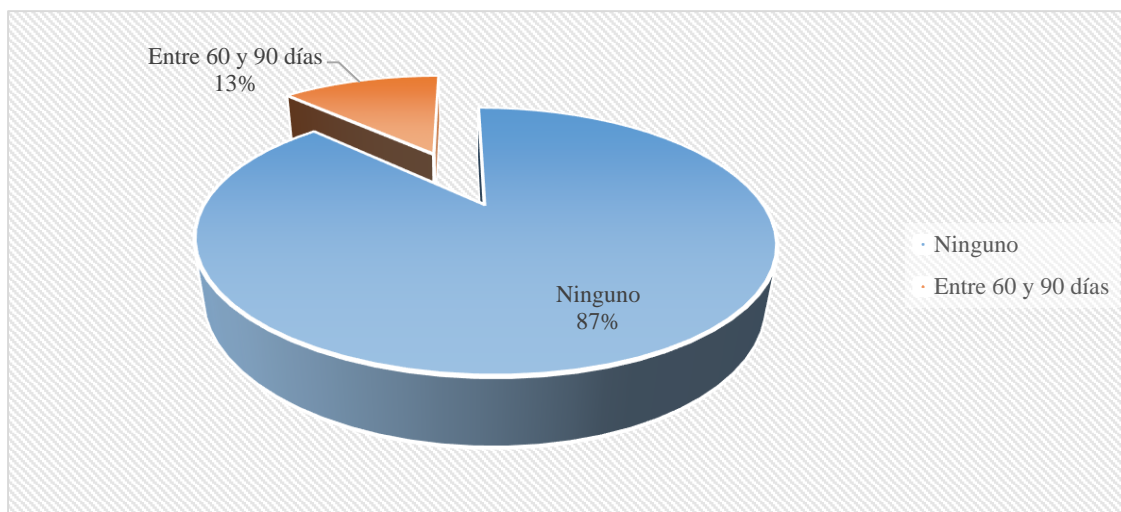
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Ninguno	7	88%
Más de 60 días	1	13%
TOTAL:	8	100%

Fuente: Propietarios de aserraderos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 5:

Tiempo de crédito



Análisis

La mayoría de depósitos de madera no conceden crédito, el único que lo hace, lo realiza entre 60 y 90 días, dependiendo del volumen de compra, y solo con clientes permanentes.

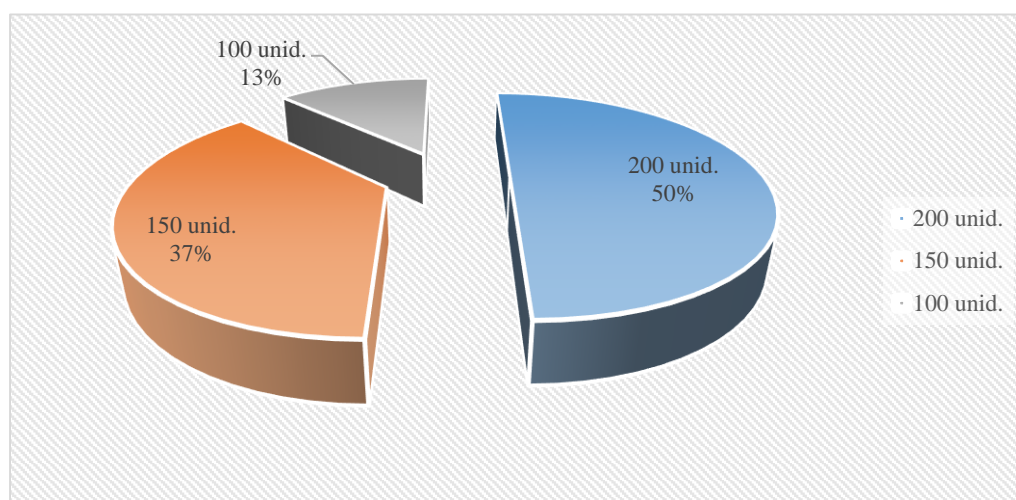
4) ¿Cuántas unidades de caña guadua vende al mes?

CUADRO 17:**Venta mensual**

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
200 unid.	4	50%
150 unid.	3	37%
100 unid.	1	13%
TOTAL:	8	100%

Fuente: Propietarios de aserraderos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 6:**Venta mensual****Análisis**

La venta mensual de caña guadua que se comercializa no supera las doscientas unidades vendidas al mes.

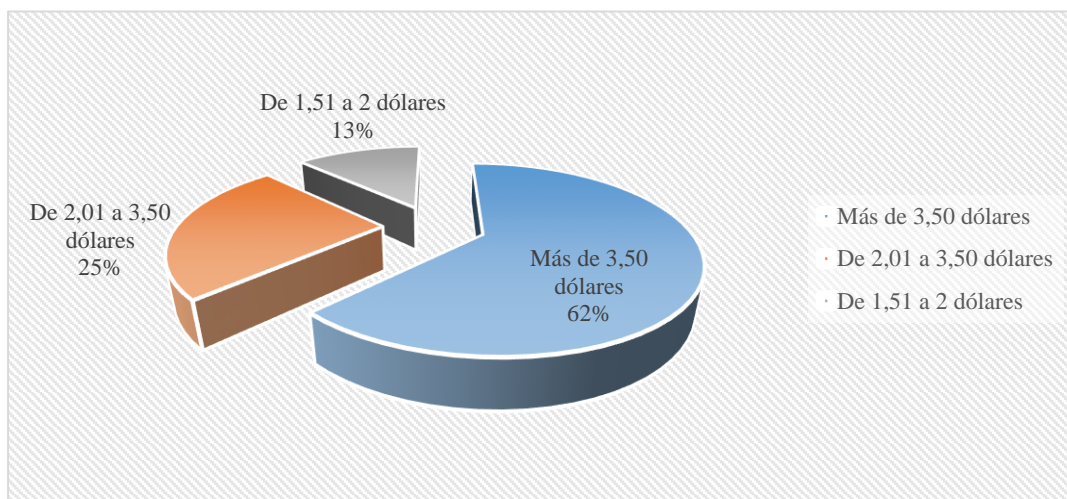
5) ¿Qué costo tiene una unidad de caña guadua?

CUADRO 18:**Precio de comercialización**

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Más de 3,50 dólares	5	62%
De 2,01 a 3,50 dólares	2	25%
De 1,51 a 2 dólares	1	13%
TOTAL:	8	100%

Fuente: Propietarios de aserraderos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 7:**Precio de comercialización****Análisis**

La caña guadua que se comercializa en la mayoría de los depósitos se expende a un precio superior a los tres dólares con 50/100 por cada unidad.

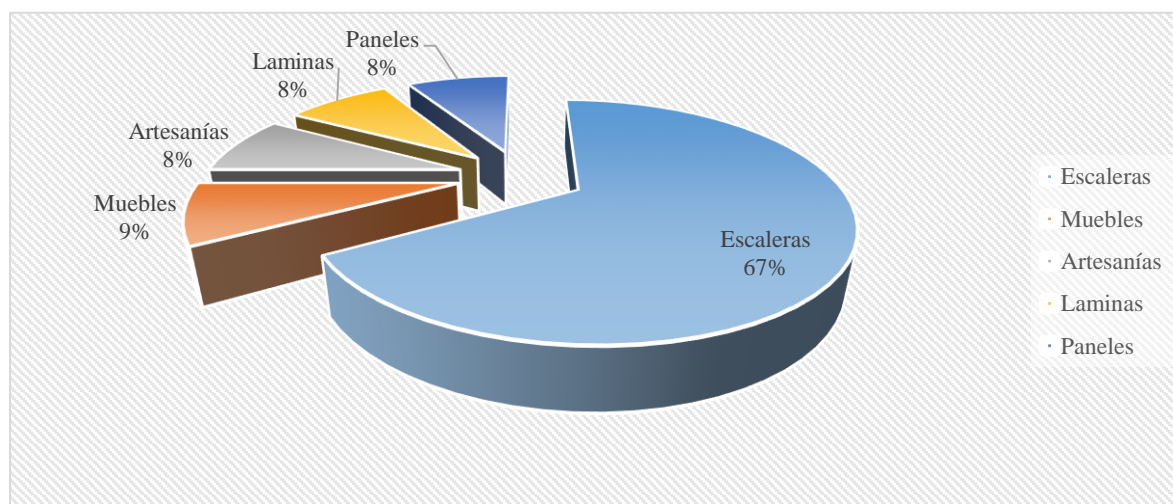
6) ¿Produce su aserradero algún producto con la caña guadua?

CUADRO 19:**Productos que ofrece**

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Escaleras	5	67%
Muebles	1	8%
Artesanías	1	8%
Laminas	1	8%
Paneles	1	8%
TOTAL:	8	100%

Fuente: Propietarios de aserraderos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 8:**Productos que ofrece****Análisis**

Todos los aserraderos producen escaleras con la caña guadua, y solo uno de ellos elabora otros productos, solamente por pedido.

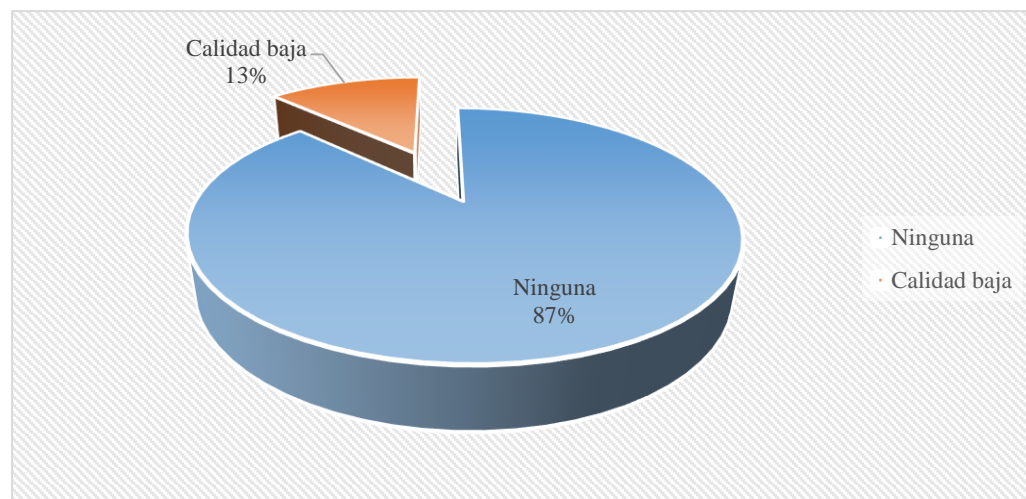
7) ¿Qué dificultades tiene para conseguir la caña guadua?

CUADRO 20:**Dificultades**

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Ninguna	7	88%
Calidad baja	1	13%
TOTAL:	8	100%

Fuente: Propietarios de aserraderos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 9:**Dificultades****Análisis**

No existen dificultades en la adquisición de caña guadua para ser comercializada, excepto cuando el producto no tiene la calidad adecuada.

8) ¿Conoce usted alguna amenaza que tenga la madera de caña guadua?

CUADRO 21:

Amenazas

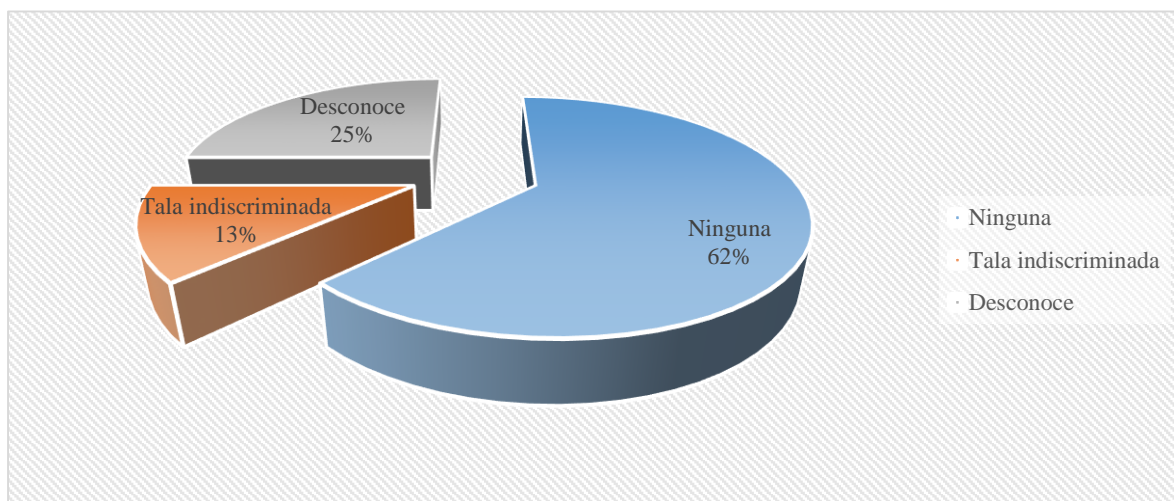
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Ninguna	5	63%
Tala indiscriminada	1	13%
Desconoce	2	25%
TOTAL:	8	100%

Fuente: Propietarios de aserraderos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 10:

Amenazas



Análisis

En general la caña guadua no tiene amenazas directas conocidas, pero la tala indiscriminada es una amenaza externa que va en aumento.

9) ¿Utiliza en su aserradero algún tratamiento para conservar la caña guadua?

CUADRO 22:

Preservación

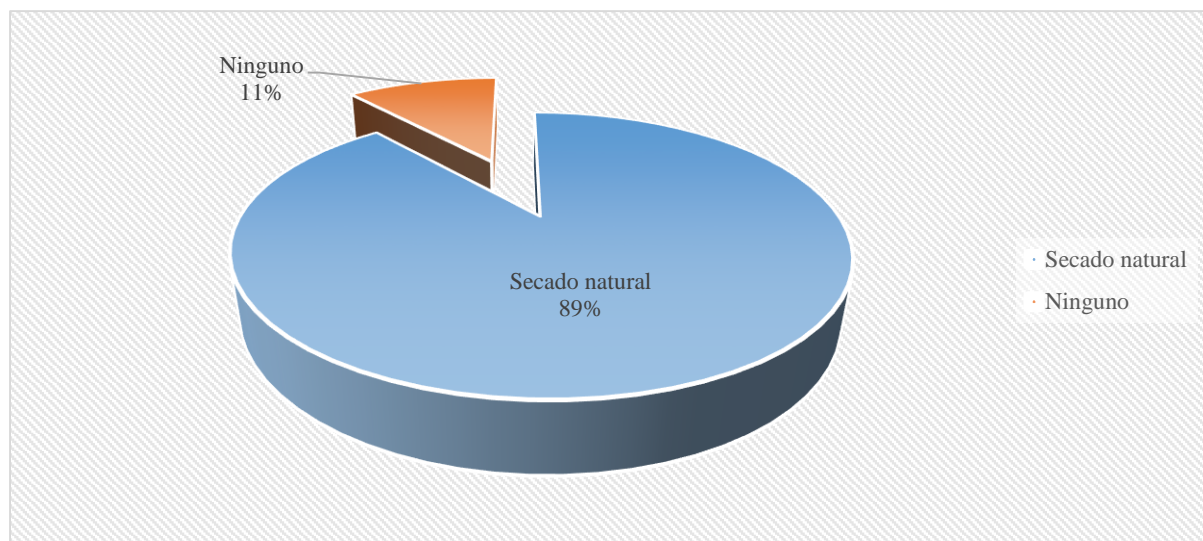
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Secado natural	7	89%
Ninguno	1	11%
TOTAL:	8	100%

Fuente: Propietarios de aserraderos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 11:

Preservación



Análisis

En los aserraderos no tratan la madera para preservarla, de la misma manera que llega se lleva el cliente, su cuidado es considerado como secado natural siendo realizado de una manera para nada técnica.

10) ¿Qué características o bondades conoce de la caña guadua?

CUADRO 23:

Características

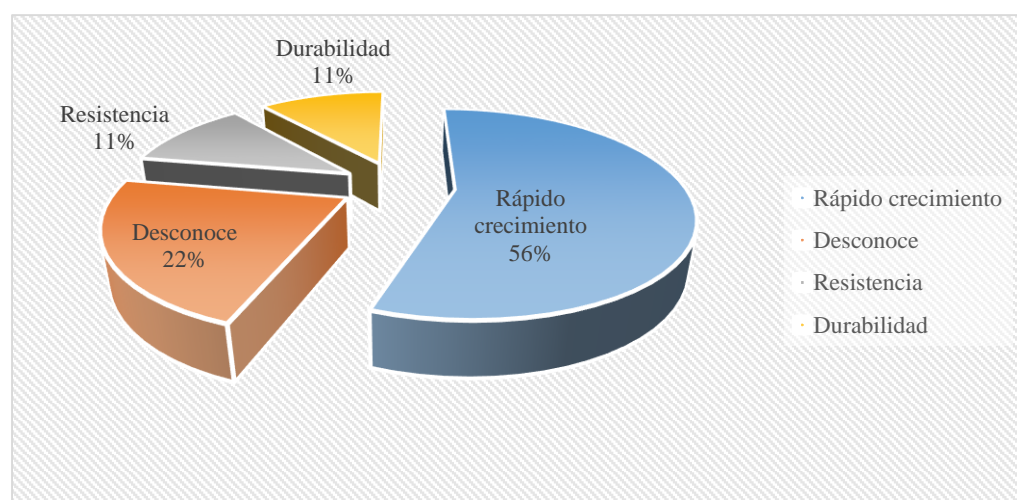
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Rápido crecimiento	4	56%
Desconoce	2	22%
Resistencia	1	11%
Durabilidad	1	11%
TOTAL:	8	100%

Fuente: Propietarios de aserraderos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 12:

Características



Análisis

La característica más conocida por la mayoría de propietarios de aserraderos es el rápido crecimiento que la caña guadua tiene, siendo el desconocimiento el siguiente en porcentaje.

11) ¿Qué factores influye en la fijación del precio de venta de la caña guadua?

CUADRO 24:

Factores que influyen en el precio

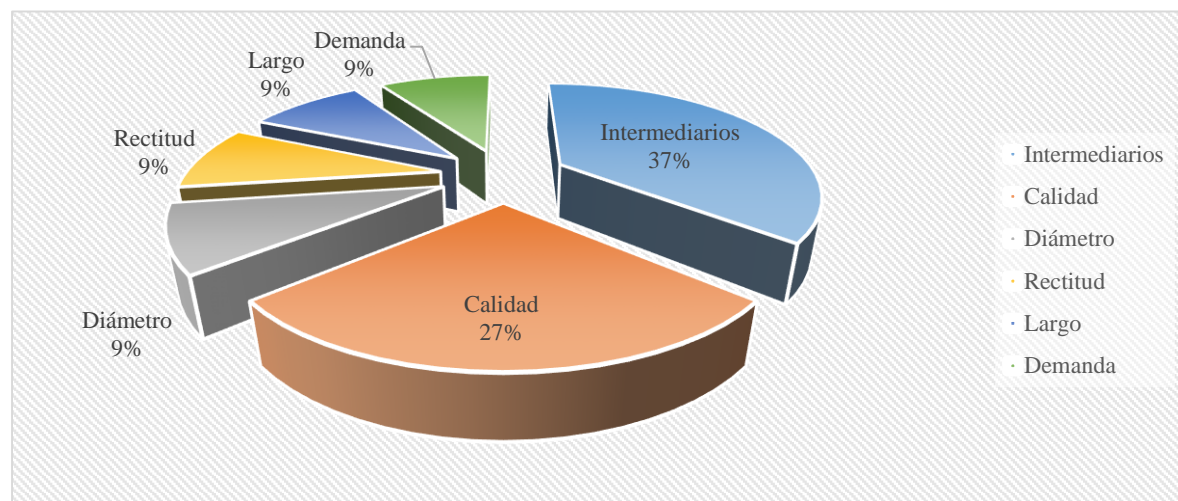
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Intermediarios	3	36%
Calidad	2	27%
Diámetro	1	9%
Rectitud	1	9%
Largo	1	9%
Demanda	1	9%
TOTAL:	8	100%

Fuente: Propietarios de aserraderos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 13:

Factores que influyen en el precio



Análisis

Los intermediarios son los personajes que hacen que el precio de la caña guadua suba, luego de ellos encontramos la calidad de la madera, quedando el diámetro, la rectitud, el largo y la demanda como factores que influyen en el precio final.

3.8.3 Encuesta dirigida a artesanos de muebles

1) ¿Hace qué tiempo está dedicado a esta actividad de la elaboración de muebles?

CUADRO 25:

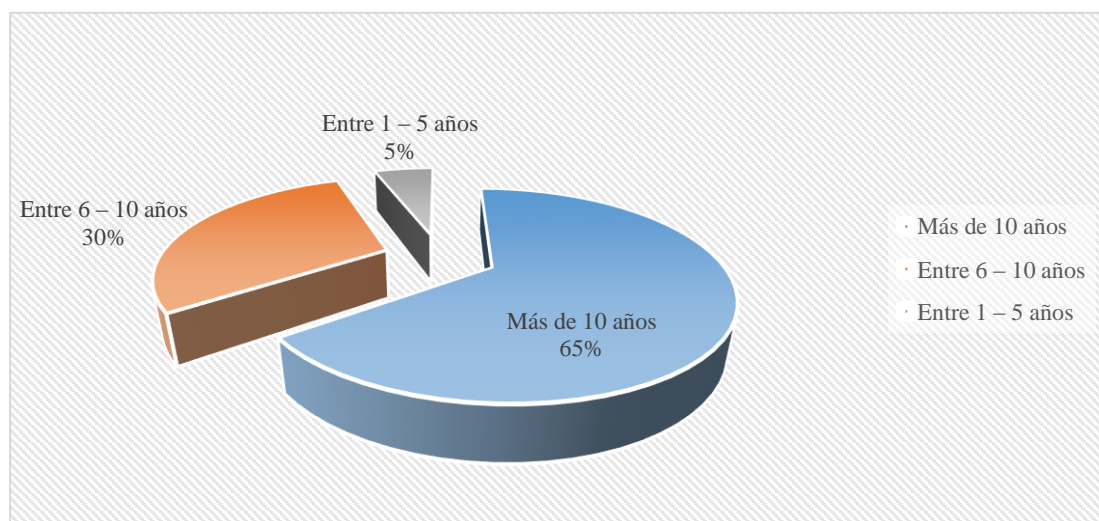
Tiempo de actividad

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Más de 10 años	24	65%
Entre 6 – 10 años	11	30%
Entre 1 – 5 años	2	5%
TOTAL:	37	100%

Fuente: Artesanos
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 14:

Tiempo de actividad



Análisis

La mayoría de artesanos llevan más de 10 años ejerciendo la actividad, por lo tanto conocen el mercado donde ofrecen sus productos.

2) ¿Qué dificultades existen en el mercado de la madera?

CUADRO 26:

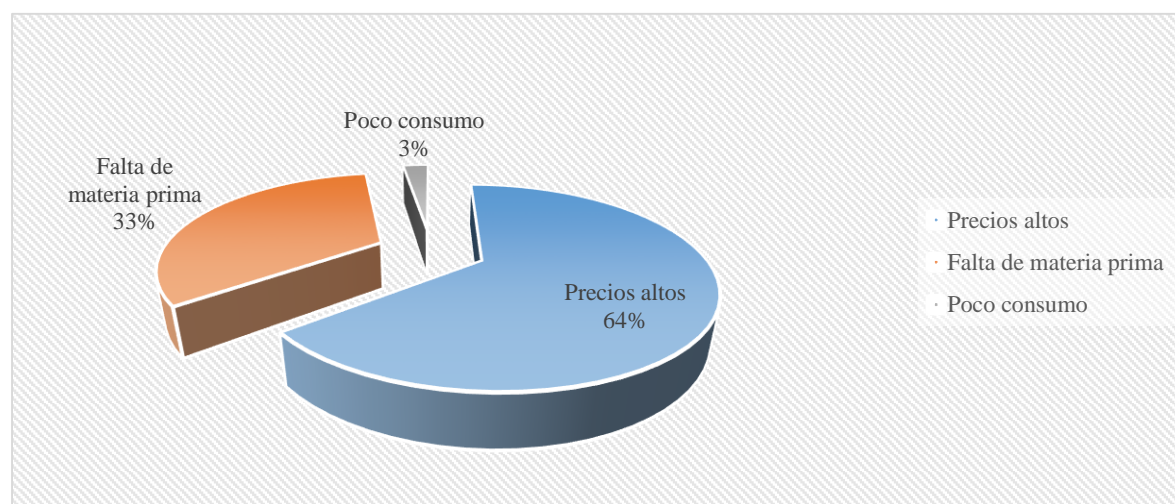
Dificultades

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Precios altos	24	64%
Falta de materia prima	12	33%
Poco consumo	1	3%
TOTAL:	37	100%

Fuente: Artesanos
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 15:

Dificultades



Análisis

Los artesanos consideran que los altos costos de la materia prima, sumado a la falta de la misma, son las dificultades más identificables para que no se produzcan muebles de alta calidad.

3) Los muebles que usted vende son elaborados a:

CUADRO 27:

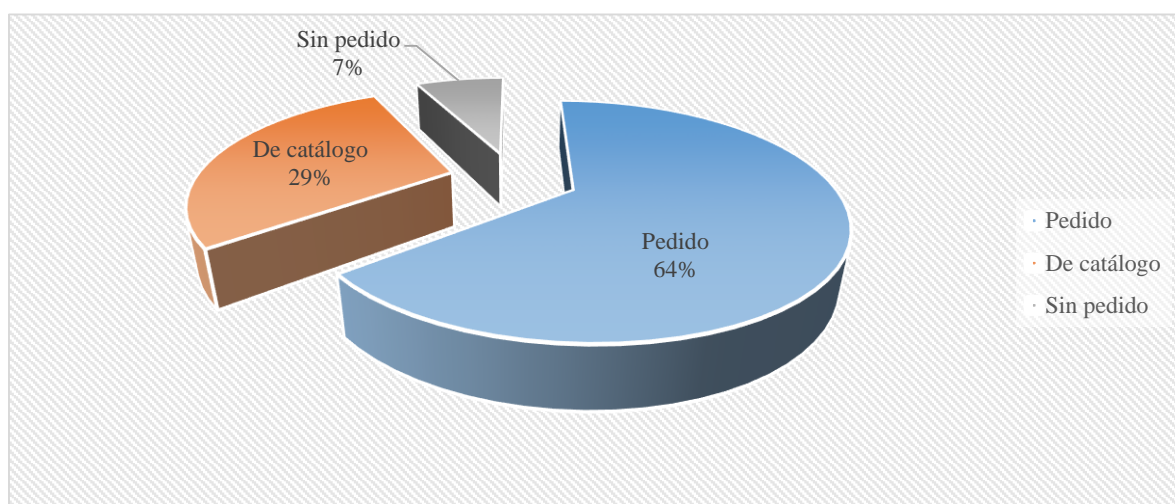
Elaborados por

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Pedido	24	64%
De catálogo	11	29%
Sin pedido	3	7%
TOTAL:	37	100%

Fuente: Artesanos
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 16:

Elaborados por



Análisis

Con el fin de asegurar la venta, la mayoría de los artesanos construyen muebles ha pedido, solicitando una entrada al realizarse la solicitud y la diferencia es cancelada al momento de la entrega del producto.

4) ¿Por qué considera que los muebles elaborados con madera tienen aceptación en el mercado?

CUADRO 28:

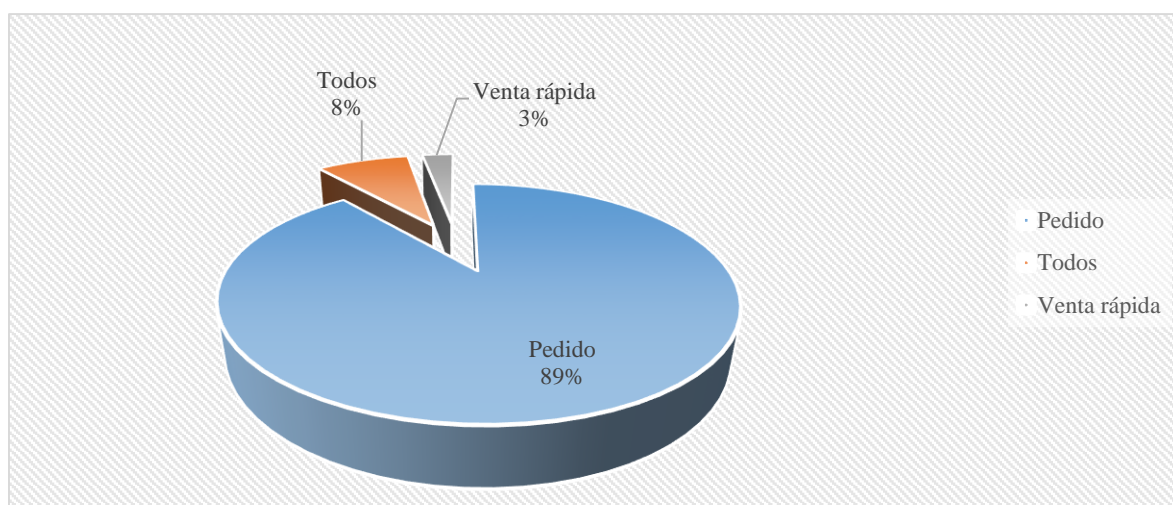
Aceptación

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Pedido	33	89%
Todos	3	8%
Venta rápida	1	3%
TOTAL:	37	100%

Fuente: Artesanos
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 17:

Aceptación



Análisis

Los artesanos creen que existe gran aceptación de los muebles cuya materia prima es la madera puesto que la mayor parte de la producción la realizan por pedido directo de los clientes.

5) ¿En cuánto tiempo produce su taller un juego de muebles?

CUADRO 29:

Tiempo de elaboración

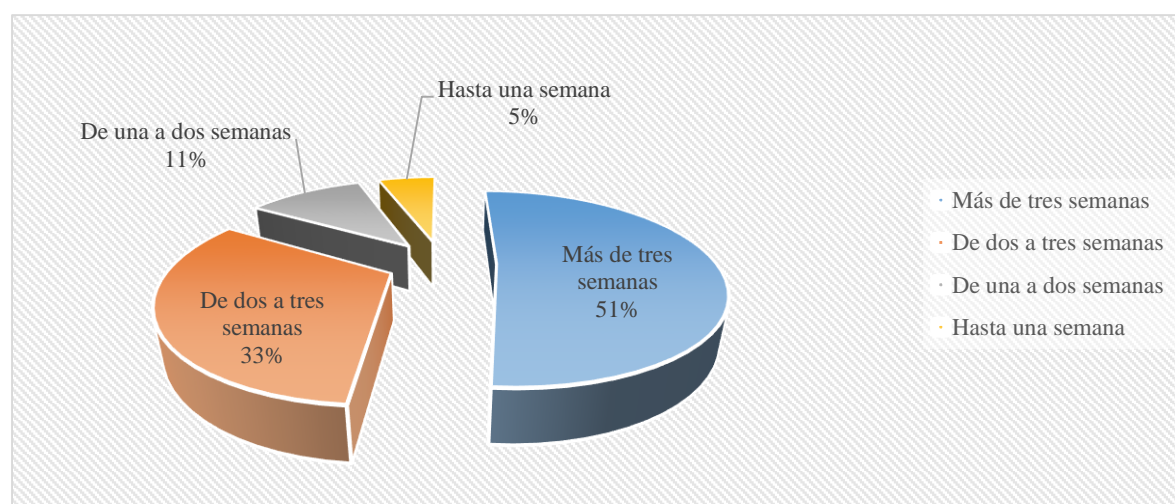
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Más de tres semanas	19	51%
De dos a tres semanas	12	32%
De una a dos semanas	4	11%
Hasta una semana	2	5%
TOTAL:	37	100%

Fuente: Artesanos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 18:

Tiempo de elaboración



Análisis

A pesar de la evolución tecnológica, los artesanos indican que la elaboración de un juego de muebles tarda alrededor de tres semanas; claro está, que en los lugares donde existe más mano de obra en el proceso de producción y dependiendo del tipo de mueble, puede variar el tiempo de producción.

6) ¿Qué tipo de muebles fabrica normalmente?

CUADRO 30:

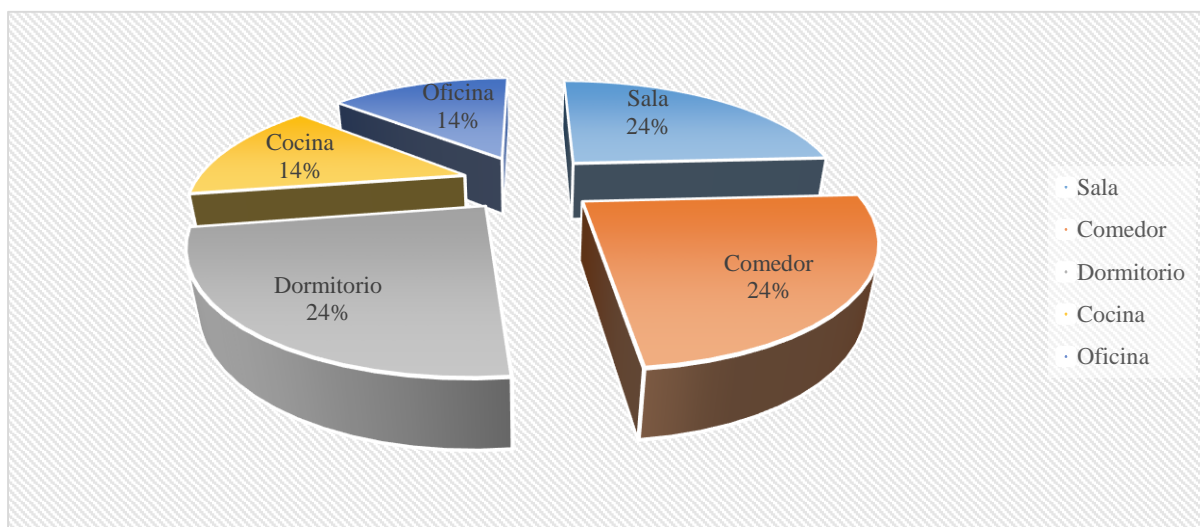
Tipos de muebles

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Sala	9	24%
Comedor	9	24%
Dormitorio	9	24%
Cocina	5	14%
Oficina	5	14%
TOTAL:	37	100%

Fuente: Artesanos
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 19:

Tipos de muebles



Análisis

La mayor parte de artesanos coinciden que los muebles de para sala, comedor y dormitorio, son los más solicitados por sus clientes.

7) ¿Dónde comercializa normalmente los muebles?

CUADRO 31:

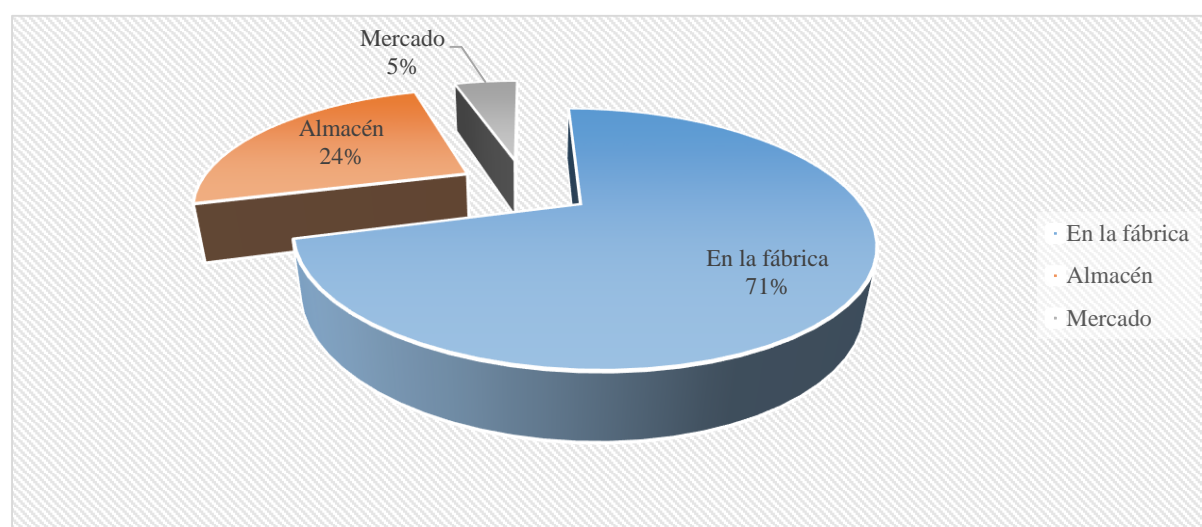
Lugar de venta

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
En la fábrica	26	71%
Almacén	9	24%
Mercado	2	5%
TOTAL:	37	100%

Fuente: Artesanos
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 20:

Lugar de venta



Análisis

La mayor parte de la producción artesanal se comercializa en los lugares donde son fabricados, en menor cantidad son vendidos en los almacenes, también dependiendo de la capacidad adquisitiva estos son adquiridos en los mercados, siendo estos últimos elaborados con maderas de baja calidad y debido a esto tienen un menor costo.

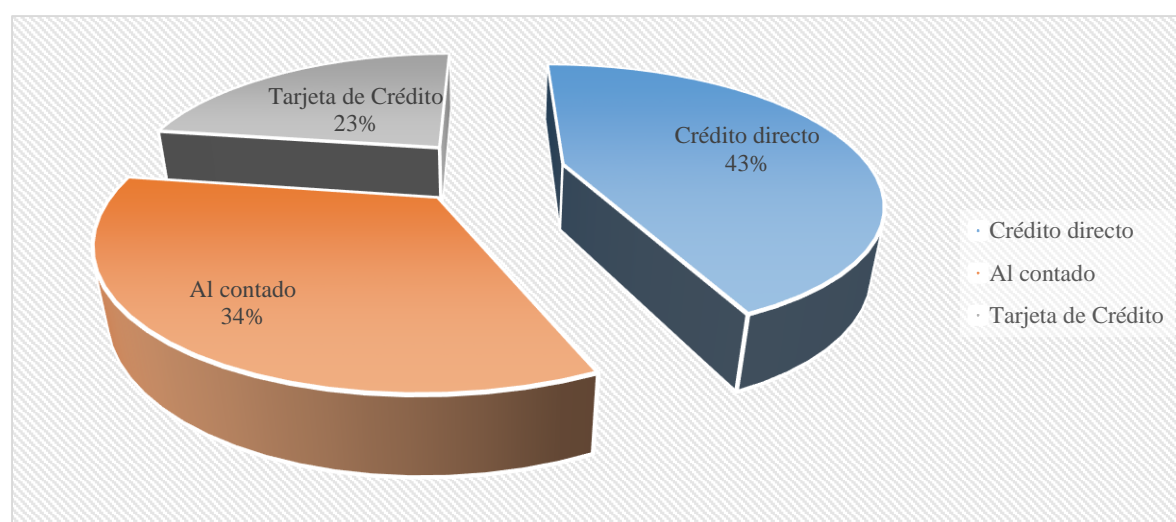
8) ¿Cómo realiza el cobro por la venta de los muebles?

CUADRO 32:**Forma de venta**

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Crédito directo	16	43%
Al contado	13	34%
Tarjeta de Crédito	8	23%
TOTAL:	37	100%

Fuente: Artesanos

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 21:**Forma de venta****Análisis**

El crédito directo es la manera como los artesanos realizan la comercialización de sus productos, especialmente cuando los realizan bajo pedido. Hay que indicar que el crédito que ellos conceden, lo realizan por el lapso de construcción del mueble, es decir, un porcentaje al momento de realizar el pedido y la diferencia a la entrega.

3.8.4. Encuesta dirigida a clientes de muebles

1) ¿De qué materiales son los muebles que usted ha comprado?

CUADRO 33:

Materiales de fabricación

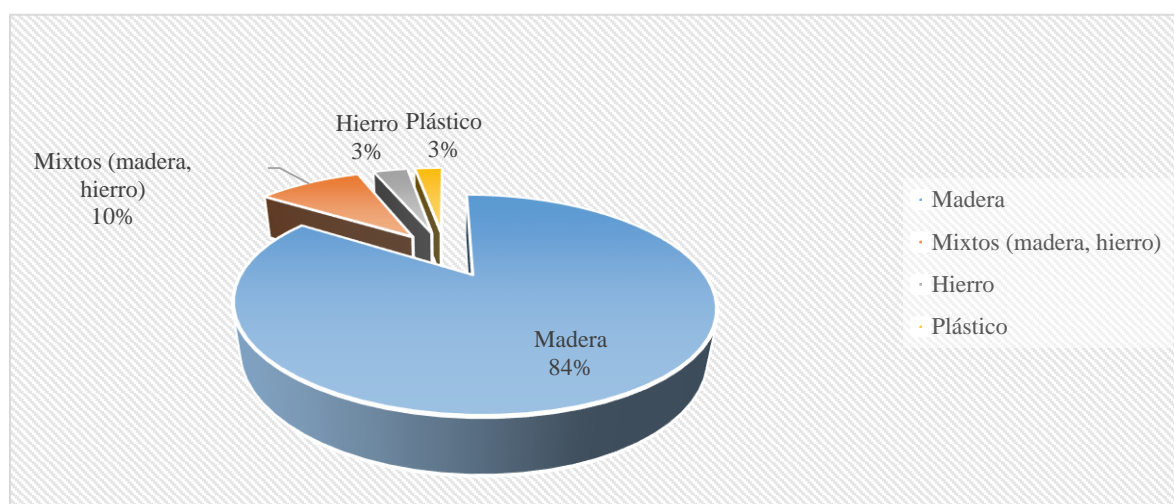
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Madera	127	84%
Mixtos (madera, hierro)	15	10%
Hierro	5	3%
Plástico	4	3%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Encuesta a familias

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 22:

Materiales de fabricación



Análisis

La mayoría de muebles adquiridos por los potenciales clientes son de madera, seguido de los que utilizan una construcción mixta.

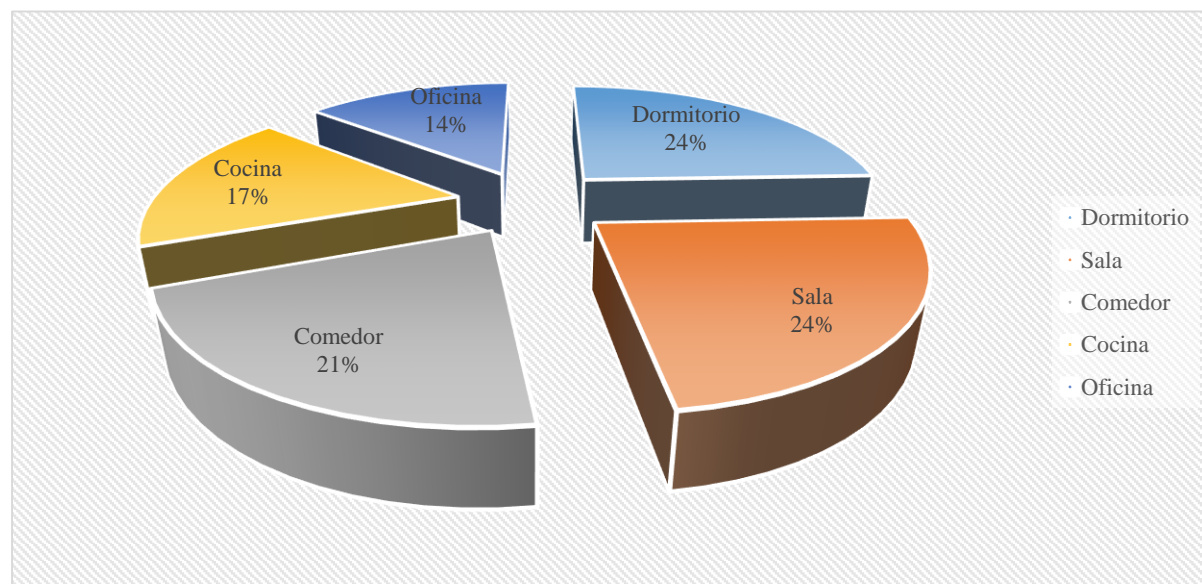
2) ¿Para qué ambientes ha comprado muebles de madera?

CUADRO 34:**Muebles adquiridos**

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Dormitorio	37	24%
Sala	35	23%
Comedor	32	21%
Cocina	26	17%
Oficina	21	14%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Encuesta a familias

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 23:**Muebles adquiridos****Análisis**

Las familias, han adquirido en un idéntico porcentaje muebles de dormitorio y sala, quedando en tercer lugar la adquisición de muebles de comedor, seguidos de los de cocina.

3) ¿Cada que tiempo cambia de muebles?

CUADRO 35:

Cambio de muebles

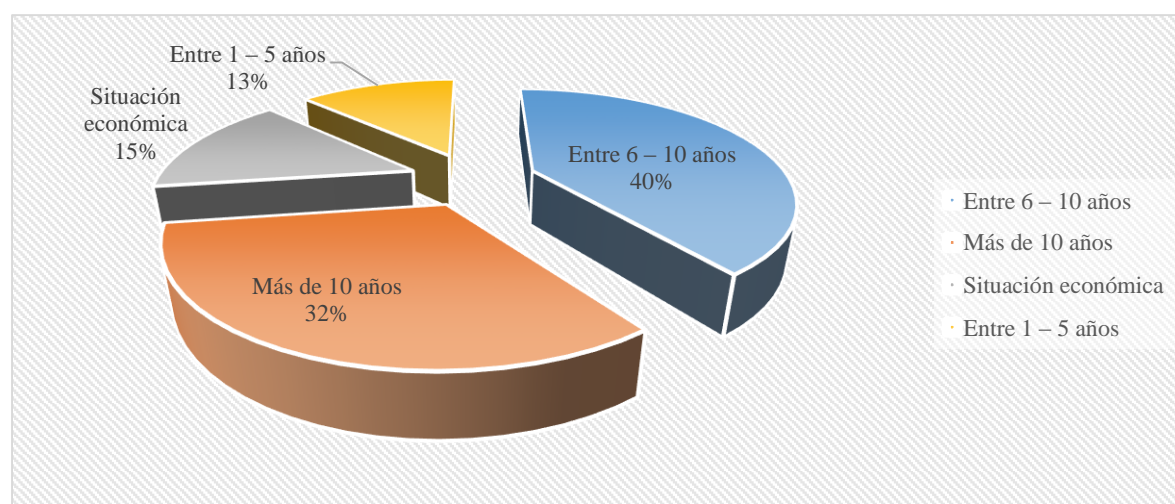
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Entre 6 – 10 años	60	40%
Más de 10 años	49	32%
Situación económica	22	15%
Entre 1 – 5 años	19	13%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Encuesta a familias

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 24:

Cambio de muebles



Análisis

Los clientes potenciales cambian sus muebles de forma mayoritaria en un periodo entre los seis y diez años, seguido por aquellos que lo hacen más de los diez años, luego están aquellos que dependen de su situación económica para realizar el cambio.

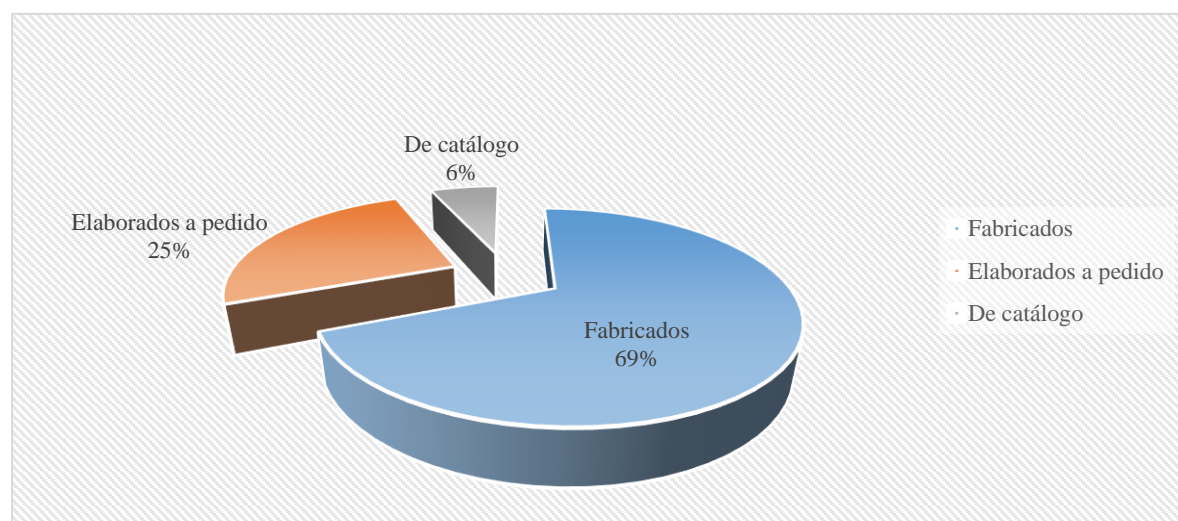
4) ¿Cómo prefiere adquirir los muebles?

CUADRO 36:**Forma de adquisición**

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Fabricados	103	69%
Elaborados a pedido	38	25%
De catálogo	9	6%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Encuesta a familias

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 25:**Forma de adquisición****Análisis**

La mayor parte de los potenciales clientes prefieren comprar los muebles ya fabricados, en segundo lugar lo hacen a pedido, y en un tercer lugar están los que los adquieren de acuerdo a un catálogo.

5) ¿Qué es lo que más le atrae y hace que se decida a adquirir los muebles?

CUADRO 37:

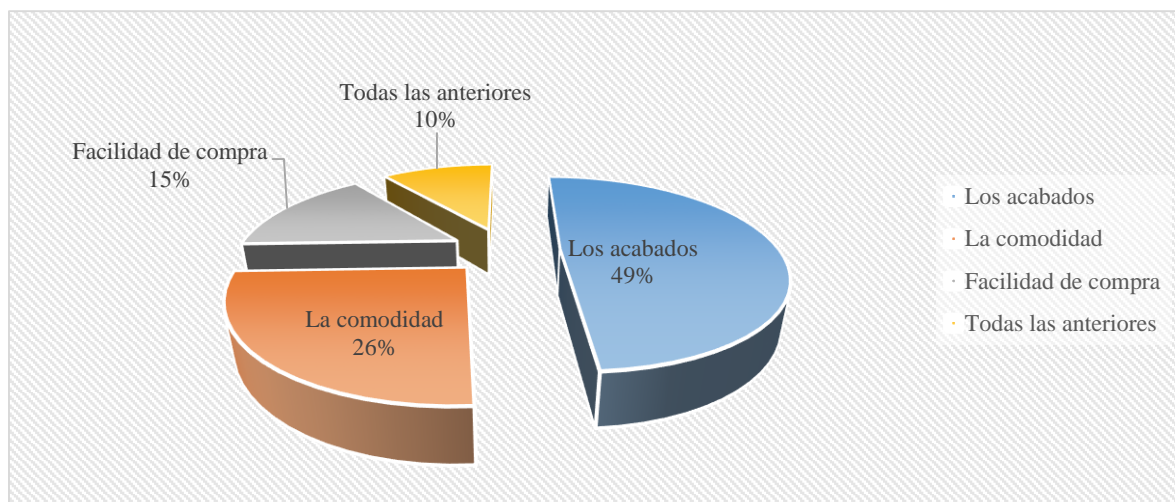
Razón para adquirir

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Los acabados	73	49%
La comodidad	38	26%
Facilidad de compra	23	15%
Todas las anteriores	16	11%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Encuesta a familias
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 26:

Razón para adquirir



Análisis

El porcentaje más alto de razones para adquirir los muebles está en la preferencia de los clientes potenciales por los acabados, seguida en segundo puesto por la comodidad que estos brindan.

6) ¿En dónde compra normalmente los muebles?

CUADRO 38:

Lugar de compra

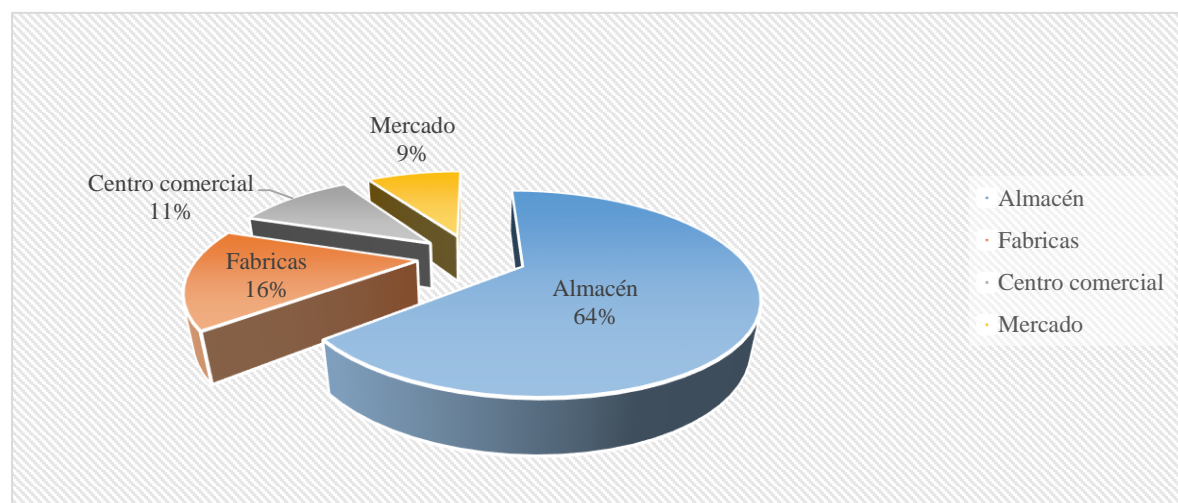
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Almacén	96	64%
Fabricas	24	16%
Centro comercial	16	11%
Mercado	13	9%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Encuesta a familias

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 27:

Lugar de compra



Análisis

La mayor parte de los potenciales clientes adquieren sus muebles en los almacenes, en menor cantidad lo hacen por pedido a los fabricantes, seguido de aquellos que los adquieren en un centro comercial y al final están los que adquieren muebles en el mercado los que son contruidos con materiales de poca calidad pero a menor precio.

7) ¿Cómo prefiere realizar el pago, cuando compra los muebles?

CUADRO 39:

Forma de compra

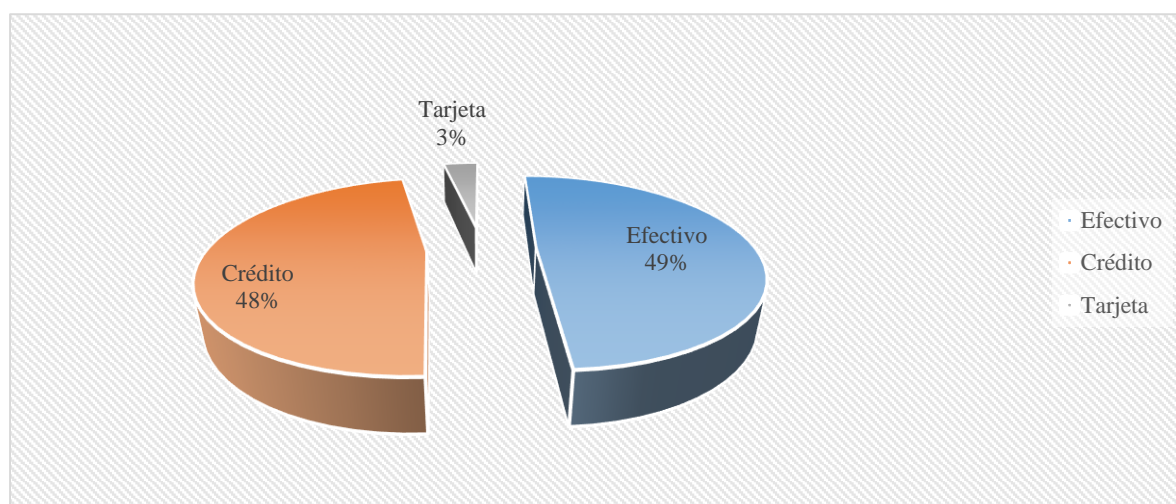
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Efectivo	74	49%
Crédito	72	48%
Tarjeta	5	3%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Encuesta a familias

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 28:

Forma de compra



Análisis

Actualmente existe un gran número de personas que prefieren realizar la compra de muebles en efectivo, en segundo lugar encontramos a los que adquieren sus muebles a crédito.

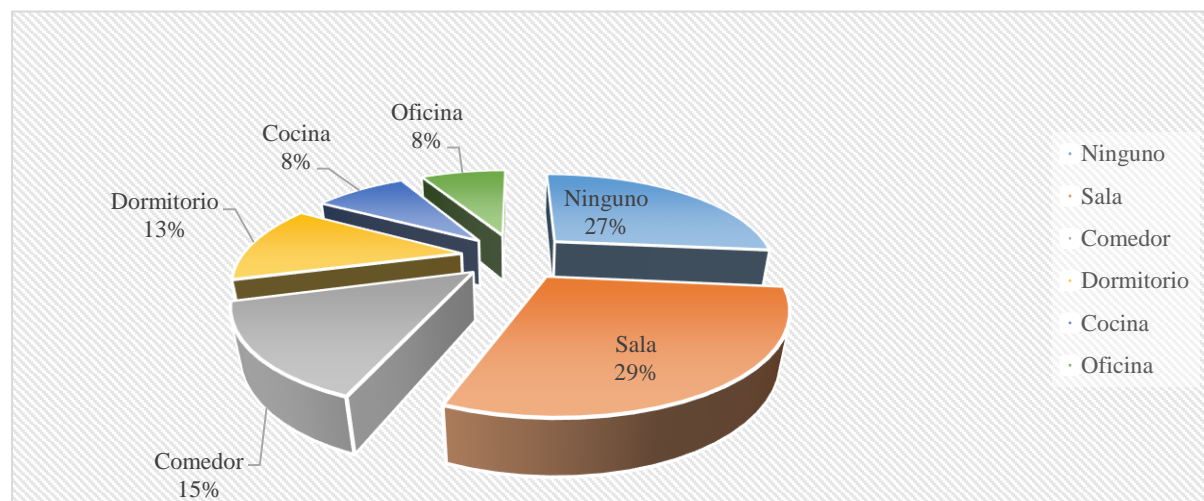
8) ¿Compraría muebles elaborados con caña guadua; para que uso?

CUADRO 40:**Compra de muebles de caña guadua**

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Sala	44	29%
Ninguno	40	27%
Comedor	22	15%
Dormitorio	19	13%
Cocina	13	9%
Oficina	12	8%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Encuesta a familias

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 29:**Compra de muebles de caña guadua****Análisis**

En primer lugar se encuentran las familias que podrían adquirir muebles de sala, en segundo puesto los que no compraría ningún tipo de muebles elaborados con caña guadua, los siguientes adquirirían muebles para los demás ambientes pero en menor porcentaje.

9) ¿Por qué medio de comunicación prefiere recibir información y promociones?

CUADRO 41:

Recepción de publicidad

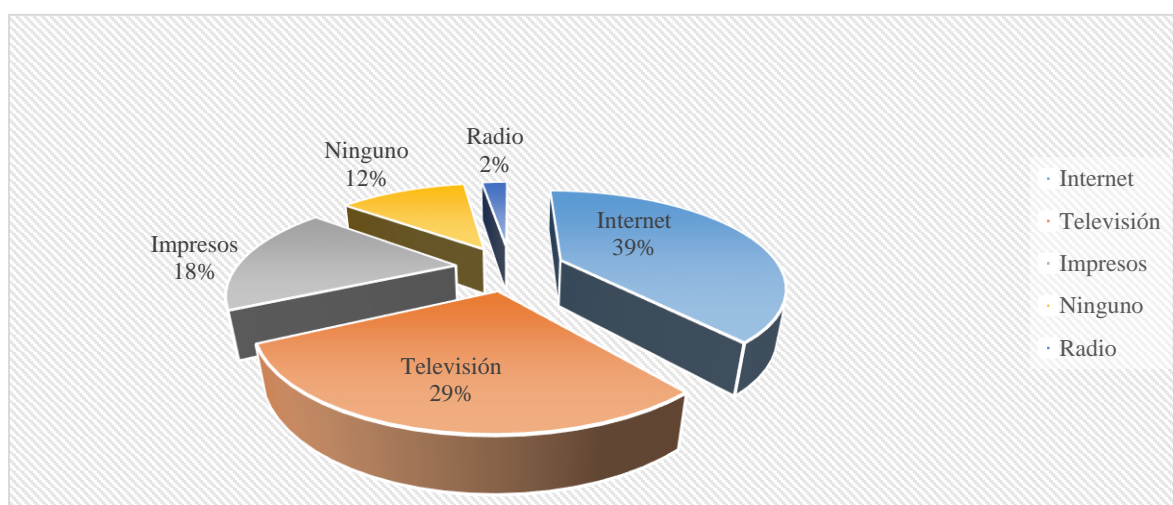
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Internet	58	39%
Televisión	43	29%
Impresos	27	18%
Ninguno	18	12%
Radio	4	2%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Encuesta a familias

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 30:

Recepción de publicidad



Análisis

La mayoría de las familias prefieren recibir publicidad e información a través de internet, en segundo lugar están las personas que prefieren recibirla por televisión, le siguen quienes desean recibirlas impresas.

10) ¿Cuál es su radio de preferencia?

CUADRO 42:

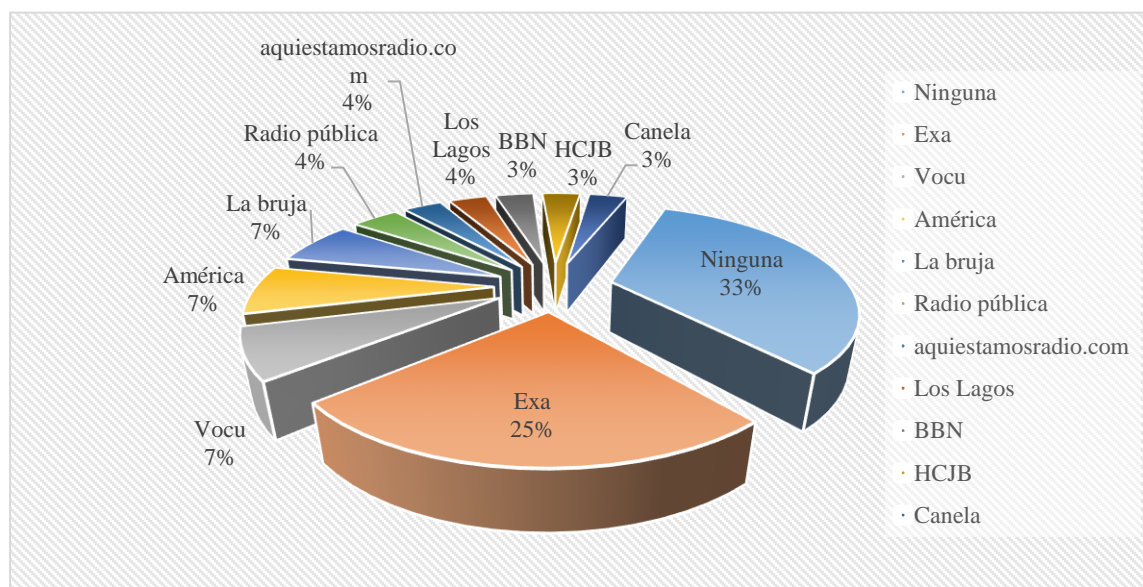
Radio de preferencia

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Ninguna	50	33%
Exa	37	25%
Vocú	11	7%
América	11	7%
La bruja	10	7%
Radio pública	6	4%
aquietamosradio.com	5	3%
Los Lagos	5	3%
BBN	5	3%
HCJB	5	3%
Canela	5	3%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Artesanos
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 31:

Radio de Preferencia



Análisis

La mayoría de las familias no tienen preferencia por una radio específica, en segundo lugar están las aquellas que prefieren Exa, luego está la radio Vocú.

11) ¿En dónde prefiere recibir información publicitaria?

CUADRO 43:

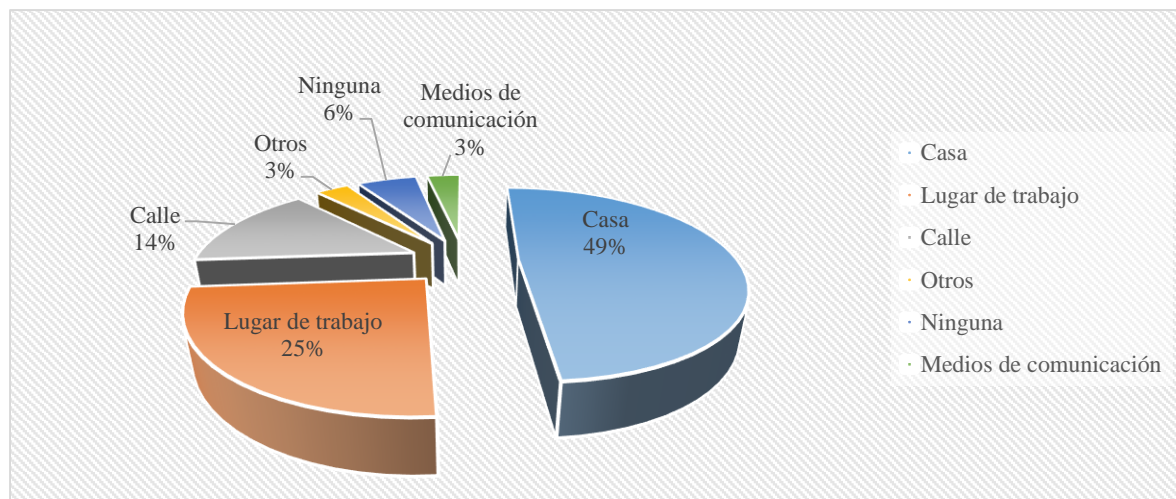
Donde recibe publicidad

VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Casa	73	49%
Lugar de trabajo	38	25%
Calle	22	14%
Otros	5	3%
Ninguna	8	6%
Medios de comunicación	5	3%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Artesanos
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 32:

Donde recibe publicidad



Análisis

La mayor parte de los clientes potenciales prefiere recibir publicidad en la casa, en segundo lugar está el lugar de trabajo, le sigue la recepción de publicidad en la calle.

12) ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir si se decidiera a comprar muebles de caña guadua?

CUADRO 44:

Cuanto gastaría en los muebles

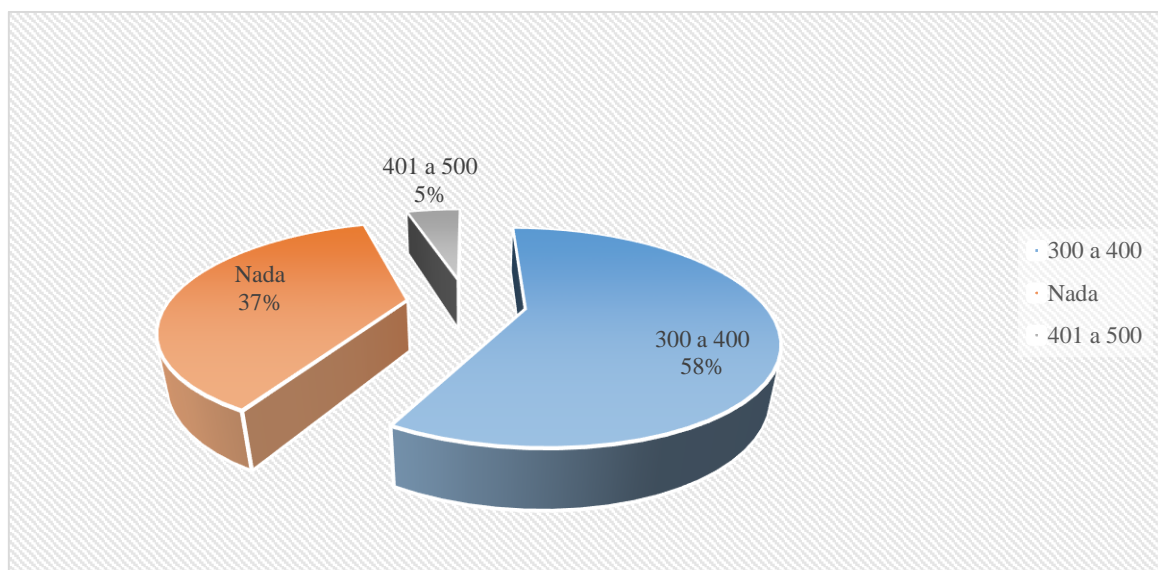
VARIABLE	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
300 a 400	87	58%
Nada	56	37%
401 a 500	7	5%
TOTAL:	150	100%

Fuente: Encuesta a familias

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 33:

Cuanto gastaría en los muebles



Análisis

Las familias en el caso de adquirir algún mueble de caña guadua gastarían entre los 300 y 400 USD, le sigue la población que no compraría muebles de dicha madera, muy pocos de los clientes potenciales que están dispuestos a gastar entre 400 y 500 USD.

3.9. Análisis de la oferta

Mediante las encuestas a los artesanos que producen muebles, los resultados determinan con mayor exactitud el comportamiento de la oferta actual y a futuro, permitiéndonos así conocer cuál es el posible mercado potencial.

Según la encuesta realizada a los productores, y con la información obtenida de la Asociación Interprofesional de artesanos de San Antonio de Ibarra (2.500 productores), se realiza el análisis de la oferta en el año 2014, lo cual se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 45:

Análisis de la oferta

VARIABLE	CÁLCULOS	REFERENCIA
Productores	2.500	Asociación Interprofesional de artesanos de San Antonio de Ibarra
Unidades producidas en un año por un artesano	17	Cuadro 29
Unidades que se pueden elaborar los productores al año	42.500	2.500 Artesanos por 17 Unidades
Unidades elaboradas sin pedido (7%)	2.975	Cuadro 27
Unidades vendidas en almacén (24%)	714	Cuadro 31
Unidades vendidas al contado (34%) + crédito directo (43%)	550	Cuadro 32

Elaborado por: El Autor

En este cuadro se procedió a realizar los cálculos para llegar a definir la oferta real de los muebles que se comercializan en la ciudad de Ibarra, para ello se realizó el análisis del cuadro N° 29 determinando una producción de 17 juegos de muebles (sin distingo de tipo), los que son elaborados por un artesano. Al número de productores (2.500) los multiplicamos por las unidades que puede producir un productor, llegando al total de 42.500 juegos de muebles

(sin distinción de tipo), que pueden ser producidos. De esta cantidad de muebles que pueden ser producidos tomamos el 7% correspondiente a los muebles elaborados por decisión del productor (2.975).

A partir del número de unidades que se producen sin pedido separaremos el 24% que corresponde a los juegos de muebles que son vendidos en almacén (714), del resultado obtenido realizamos el cálculo del 77% de las ventas que son realizadas con crédito directo (43%) y de contado (34%), obteniendo una oferta de 550

3.9.1. Análisis de la oferta real

CUADRO 46:

Oferta real de la producción de muebles

Producción	Oferta año 0	%	Oferta mensual
Sala	132	24%	11
Comedor	132	24%	11
Dormitorio	132	24%	11
Cocina	77	14%	6
Oficina	77	14%	6
TOTAL	550	100%	46

Fuente: Cuadro 30
Elaborado por: El Autor

La oferta real de los muebles que se comercializan en el cantón Ibarra por unidades, nos permite determinar la producción por tipo de mueble analizado desde el punto de vista del porcentaje producido, obteniendo la fabricación real ofertada para cada ambiente.

3.9.2. Análisis de la oferta potencial

La tasa de crecimiento anual es la misma del Producto Interno Bruto, ya que guardan la misma relación, para el año 2013 fue de 3,5% de acuerdo al CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), y el método que se utiliza es del crecimiento exponencial,

por no contar con datos históricos. A continuación se detalla la oferta potencial proyectada de muebles comercializados al contado:

CUADRO 47:

Oferta potencial proyectada producción de muebles

Variable	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dormitorio	132	178	240	325	438	592
Sala	132	178	240	325	438	592
Comedor	132	178	240	325	438	592
Cocina	77	104	140	189	256	345
Oficina	77	104	140	189	256	345
Total	550	742	1.002	1.353	1.826	2.465

Fuente: Cuadro 46
Elaborado por: El Autor

3.10. Análisis de la demanda

3.10.1. Análisis de la demanda actual del producto año 2014

Según la encuesta realizada a los consumidores (familias del cantón Ibarra) de muebles, se puede concluir que existe una demanda anual, (se toma en cuenta que se cambia de muebles cada diez años), esto se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 48:

Análisis de la demanda

Variable	Cálculo	Referencia
Familias	37.745	INEC 2010 (181.175/4,8)
Años de vida económica (18 a 73 años)	50	INEC 2010
Familias que comprarían muebles anualmente	755	Cuadro 35
Tipos de muebles	5	Cuadro 34
Unidades totales de muebles demandados	3.775	755 por 5
Muebles de madera (84%)	3.171	Cuadro 33
Compras en efectivo (49%)	1.554	Cuadro 39
Fabricados (69%)	1.072	Cuadro 36
Almacén (64%)	686	Cuadro 38

Elaborado por: El Autor

En el cuadro se define el consumo de muebles de las familias del cantón Ibarra, para esto se ha realizado el cálculo de las familias existentes utilizando el número de habitantes resultante del censo del 2.010 y dividiéndolo para 4,8, índice utilizado para el cálculo aproximado de miembros de una familia, obteniendo como resultado 37.745 familias. Según el estándar de vida de las familias en Ecuador (73 años), y, utilizando la edad permitida para laborar legalmente (18 años), obtenemos un promedio de años de vida económica de 50 años, para los cuales se dividió el número de familias encontrando que 775 familias adquieren muebles cada año. Para este estudio se han tomado 5 ambientes para los que una familia compra muebles, por esta razón, multiplicamos 775 por 5 resultando 3.775 muebles los adquiridos. De estos separamos el 84% porcentaje de los muebles de madera adquiridos obteniendo 3.171. De ellos separamos las compras realizadas en efectivo (49%) reflejando 1.554 muebles, separamos los muebles fabricados (69%), que es igual a 1.072. Para la llegar a 686 muebles calculamos el 64% que son el porcentaje de muebles que se comercializan en Almacén.

3.10.2. Análisis de la demanda potencial

CUADRO 49:

Demanda potencial

Variable	Muebles año 2014	Porcentaje adquirido	Demanda mensual
Dormitorio	167	24%	14
Sala	161	23%	13
Comedor	146	21%	12
Cocina	117	17%	10
Oficina	95	14%	8
Total	686	100%	57

Fuente: Cuadros 40 y 48
Elaborado por: El Autor

Para este cuadro se ha tomado en cuenta que los 5 ambientes o tipos de muebles manifestados por las familias, así como, los porcentajes adquiridos de cada uno de ellos,

también se utilizó el resultado final obtenido en el cuadro anterior del que se calculará los porcentajes para cada uno de los tipos de muebles. Por tanto, se muestra la cantidad de muebles que son demandados en el año 0; así como, al dividirlos para doce meses encontramos la demanda mensual de muebles por cada ambiente.

3.10.3. Análisis de la demanda potencial proyectada

La demanda potencial proyectada, determina el consumo de un producto a futuro que es el límite máximo hacia el que tiende el mercado potencial actual a lo largo del tiempo.

Si consideramos que nuestro mercado meta son las familias del cantón Ibarra, la misma que proyectada al año 2014 es de 3.775 unidades de muebles, podremos proyectar un mercado potencial utilizando el crecimiento exponencial para establecer las demandas potenciales en base al uso de la tasa de crecimiento poblacional (2010) del cantón Ibarra, misma que es del 2,09%. Su fórmula es: $Pt = Po(1 + i)^n$

En donde:

Pt = Población proyectada

Po = Población inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Periodo observado

CUADRO 50:***Demanda potencial proyectada***

Variable	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Dormitorio	167	171	175	178	182	186
Sala	161	164	167	171	174	178
Comedor	146	149	152	155	158	162
Cocina	117	120	122	125	127	130
Oficina	95	97	99	101	104	106
Total	686	700	715	730	745	761

Fuente: Cuadro 49
Elaborado por: El Autor

3.10.4. Análisis de la demanda insatisfecha

La diferencia existente entre la demanda proyectada y la oferta proyectada, determina la demanda insatisfecha, para lo cual deberá ser mayor la demanda con respecto a la oferta. A continuación se detalla la demanda insatisfecha de muebles:

CUADRO 51:***Demanda insatisfecha***

Variable	Demanda anual	Oferta anual	Demanda Insatisfecha
Dormitorio	167	132	35
Sala	161	132	29
Comedor	146	132	14
Cocina	117	77	40
Oficina	95	77	18
Total	686	550	136

Fuente: Cuadros 47 y 49
Elaborado por: El Autor

En este cuadro podemos ver que la oferta anual es inferior a la demanda anual de muebles de madera, lo que nos permite descubrir una demanda insatisfecha en muebles de madera.

CUADRO 52:***Demanda insatisfecha de muebles de caña guadua***

Variable	Demanda Insatisfecha	Porcentaje de familias interesadas	Muebles de caña que podrían ser adquiridos
Sala	29	29%	8
Comedor	14	15%	2
Dormitorio	35	13%	5
Cocina	40	9%	3
Oficina	18	8%	1
Total	136		20

Fuente: Cuadros 40 y 51

Elaborado por: El Autor

En este cuadro se describe la cantidad de muebles de caña guadua que de acuerdo a las encuestas realizadas, las familias estarían dispuestas a adquirir; tomado de la demanda insatisfecha de los muebles de madera. Debemos hacer notar, que al no existir en el cantón Ibarra un lugar donde se fabriquen muebles con esta madera, tenemos un porcentaje de familias, diferente a aquellos que podrían adquirir, que deben ser conquistados por este nuevo producto.

3.11. Análisis y determinación del precio del producto

Para establecer el precio de los muebles de caña guadua se efectuará en base al análisis de los costos y gastos más un margen de utilidad, que permita a la microempresa seguir produciendo y solventando todas las expectativas planteadas.

3.11.1. Proyección del precio

Para los próximos años se hará un incremento de acuerdo a la tasa de inflación anual en nuestro país, que para el año 2014 es del 3,53% (Banco Central del Ecuador).

CUADRO 53:**Proyección precio del producto**

Variable	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Dormitorio	499,68	517,32	535,58	554,49	574,06	499,68
Sala	591,31	612,18	633,79	656,16	679,33	591,31
Comedor	493,56	510,98	529,02	547,70	567,03	493,56
Cocina	268,21	277,68	287,48	297,63	308,13	268,21
Oficina	250,89	259,74	268,91	278,40	288,23	250,89

Fuente: Cuadro 44

Elaborado por: El Autor

3.12. Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto**3.12.1. Comercialización de muebles**

Para que un producto pueda introducirse en el mercado, es muy importante utilizar las estrategias correctas, para su promoción y difusión, entre las que la microempresa podría adoptar mencionamos las siguientes:

3.12.2. Estrategias de precios

- Establecer los precios de acuerdo a los costos y gastos implícitos en la producción
- Adquirir la materia prima directamente de los proveedores con el fin de disminuir los costos y mejorar los precios
- Establecer precios razonables y accesibles al bolsillo del consumidor.
- Ofrecer a los consumidores precios competitivos.
- Revisar frecuentemente los precios, para ajustarse a los cambios del mercado.
- Ofrecer a los consumidores el mismo precio del producto sin importar el lugar de entrega.
- Existirán precios diferenciados entre cada uno de los tipos de muebles.

3.12.3. Estrategias de promoción

- Distribuir publicidad en los domicilios
- Utilizar las redes sociales para promocionar nuestros productos
- Poseer un sello verde
- Realizar exposiciones de nuestros productos

3.12.4. Estrategias de producto

- 1) Enunciar las bondades del producto
- 2) Mantener los estándares de calidad
- 3) Innovar constantemente, tomando en cuenta las tendencias del mercado
- 4) Adaptarse a los cambios en las preferencias del consumidor

3.12.5. Estrategias de plaza

- 1) La comercialización del producto se la realizará en la ciudad de Ibarra y en la parroquia de Guayaquil de Alpachaca
- 2) Su conservación y transporte se lo realizará bajo un estricto cuidado y control de calidad.
- 3) Se buscará aliados que nos permitan comercializar nuestros productos

3.12.6. Canal de distribución

El objeto de este canal de distribución es colocar el producto a disposición del cliente en el lugar adecuado y en el momento oportuno. Se piensa que para los próximos años se pueda utilizar otros canales de comercialización con el único fin de posicionarle potentemente al producto en el mercado. Para hacer llegar el producto a manos del usuario, existe un conjunto de tareas y operaciones necesarias como:

GRÁFICO 34:**Esquema de distribución****Las funciones que realizan cada uno de los agentes son las siguientes:**

- 1) Microempresa “CAÑA DESIGN” (Productor).- Serán los encargados de la producción y comercialización de muebles de caña guadua
- 2) Minoristas.- Están constituidos por los almacenes, en los cuales el consumidor final comprará el producto. Su función básica es la de almacenar temporalmente dichos productos y venderlos.
- 3) Consumidor final.- El consumidor final es toda persona que adquiere el o los productos para su consumo.

3.13. Conclusiones del Estudio de Mercado

En el estudio de mercado se realiza un análisis completo y exhaustivo de la oferta y demanda de muebles, donde podemos concluir los siguientes aspectos:

- Se confirma que los consumidores potenciales de estos productos son las familias del cantón Ibarra
- Los muebles de madera tienen una muy buena acogida en el mercado.

- Los muebles de caña guadua tendrían una baja acogida en el inicio de comercialización debido al desconocimiento del producto.
- Para distinguirse ante la competencia se debe tomar en cuenta aspectos importantes como: calidad e innovación.
- El producto del proyecto es: “MUEBLES DE CAÑA GUADUA” para los diferentes ambientes: sala, comedor, dormitorio, cocina y oficina, tipos que son aceptados por los consumidores.
- Los productos ofertados en este estudio, en la actualidad no son producidos en el cantón Ibarra.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se realizó un análisis de los datos determinantes para cuantificar la viabilidad del proyecto. La información contenida en este capítulo permite contar con el tamaño, localización, ingeniería y el presupuesto técnico del proyecto.

4.1. Tamaño del proyecto

En este aspecto se determinó el tamaño que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso de conversión del proyecto, donde se considera los siguientes factores:

4.1.1. Mercado

Según la información obtenida en las encuestas a las familias, se determina que un 29% estarían dispuestas a adquirir muebles para Sala, 15% estarían dispuestas a obtener muebles para Comedor, 13% estarían dispuestas a conseguir muebles para Dormitorio, 9% estarían dispuestas a comprar muebles para Cocina, y, un 8% estarían dispuestas a adquirir muebles para Oficina, elaborados en caña guadua, considerando que se trata de un nuevo producto. La creación de la microempresa donde se ofertará el nuevo producto es aceptada por los futuros consumidores.

4.1.2. Disponibilidad de recursos financieros

Para el presente proyecto existe la disponibilidad del 100% de recursos propios, cubriendo la inversión total requerida para la creación de la microempresa.

4.1.3. Disponibilidad de mano de obra

Con respecto a la mano de obra, se determina que para el desarrollo efectivo de la nueva unidad productiva se requiere del personal idóneo, eficiente y especializado, en las áreas de producción y comercialización de muebles.

4.1.4. Disponibilidad de materia prima

La caña guadua es la materia prima imprescindible para la producción de los muebles planteados en este proyecto; luego del análisis realizado a los aserraderos y a los dueños de fincas donde existe esta variedad de Bambú, podemos indicar que contamos con la suficiente provisión de la misma. Además en el mercado local podemos encontrar fácilmente los insumos complementarios, lo cual nos permitirá seleccionar los proveedores para la adquisición de los materiales que se utilizarán para la elaboración del producto.

4.1.5. Definición de la capacidad de producción

El valor de producción estimada es equivalente al 1% en muebles de Dormitorio, 2% en muebles de Sala, 1% en muebles de Comedor, correspondiente a la demanda insatisfecha, de los datos obtenidos en las encuestas realizadas en la ciudad de Ibarra. La capacidad de producción de la microempresa “Caña Design” será aproximadamente de 24 unidades de muebles, teniendo una producción mensual de 3 unidades de muebles.

4.2. Localización del proyecto

El estudio del proyecto se define claramente cuál es el mejor sitio para ubicar la unidad de producción. La localización óptima será aquella que permita tener una máxima producción, maximizando los beneficios y reduciendo al mínimo posible los costos, por lo que se realizó un análisis detallado de la macro y micro localización.

4.2.1. Macro localización

Desde una visualización panorámica, la micro empresa estará ubicada en:

- País: Ecuador
- Provincia: Imbabura
- Región: Sierra
- Sector: Norte
- Cantón: Ibarra

GRÁFICO 35:

Mapa Físico de Imbabura



FUENTE: <http://www.zonu.com/detail/2009-09-17-5924/Mapa-fisico-de-Imbabura.html>

4.2.2. Micro localización

Para determinar la micro localización se realizó un análisis exhaustivo del sector donde debe estar ubicada la microempresa; para ello, se tomó en cuenta una serie de factores influyentes, los que ayudaron a determinar el lugar más idóneo:

1) Micro localización

Para la realización de este proyecto se ha considerado ubicar la planta productora de muebles en un terreno disponible propiedad del señor Ignacio Cruz, ubicada en la parroquia Guayaquil de Alpachaca, en el barrio Azaya; para establecer lo antes mencionado se ha tomado en cuenta lo siguiente:

2) Costos y medios de transporte

En lo relacionado a la movilización en la parroquia Guayaquil de Alpachaca, cuenta con facilidad de acceso al transporte terrestre, para transportar la materia prima a la unidad productiva y el producto terminado hacia el lugar de distribución. Se encuentra en una parte estratégica del cantón Ibarra, ya que está a poca distancia de la trayectoria de la panamericana norte.

a) Costos y disponibilidad de mano de obra

Dentro del mercado en el cual la unidad productiva se va a desenvolver, se encuentran personas calificadas en la línea de producción de carpintería, para incorporarse a la microempresa de producción y comercialización de muebles de caña guadua. Con respecto a la remuneración será en base a las leyes establecidas en el país.

3) Disponibilidad de materia prima

Bajo los estándares que la microempresa se va a administrar, la materia prima seleccionada será de calidad, considerando el segmento de mercado a atender y las expectativas generadas por el mismo.

4) Disponibilidad de servicios básicos

Para la implantación de la unidad productiva de muebles de caña guadua son indispensables los servicios básicos, aspectos importantes a considerar, tomando en cuenta que son fundamentales para la implementación de la microempresa, los mismos que contribuyen, como fuente de apoyo a la operatividad del proyecto.

5) Cercanía al mercado

Para el funcionamiento de la microempresa de producción y comercialización de muebles de caña guadua se considera la ubicación de los clientes potenciales, así como los posibles clientes a futuro. Por lo tanto la unidad productiva está ubicada cerca del mercado meta, es decir, a pocos minutos de donde se piensa distribuir el producto.

6) Ambiente

La parroquia de Guayaquil de Alpachaca, posee un clima templado, en el lugar donde va a ser ubicada la planta productora de muebles de caña guadua, apropiado para el almacenamiento de materias primas y del producto final.

7) Seguridad

En lo referente con la seguridad, los niveles de delincuencia son relativamente mínimos, por lo que para todo el sector existe una unidad de Policía Nacional, adicionalmente a la seguridad de la microempresa, se cuenta con alarmas y monitoreo diario.

8) Croquis de micro localización

CANTÓN: Ibarra

PARROQUIA: Alpachaca

BARRIO: Azaya

DIRECCIÓN: Isla Fernandina s/n y Azuay

GRÁFICO 36:

Croquis del sector donde se ubicará la microempresa



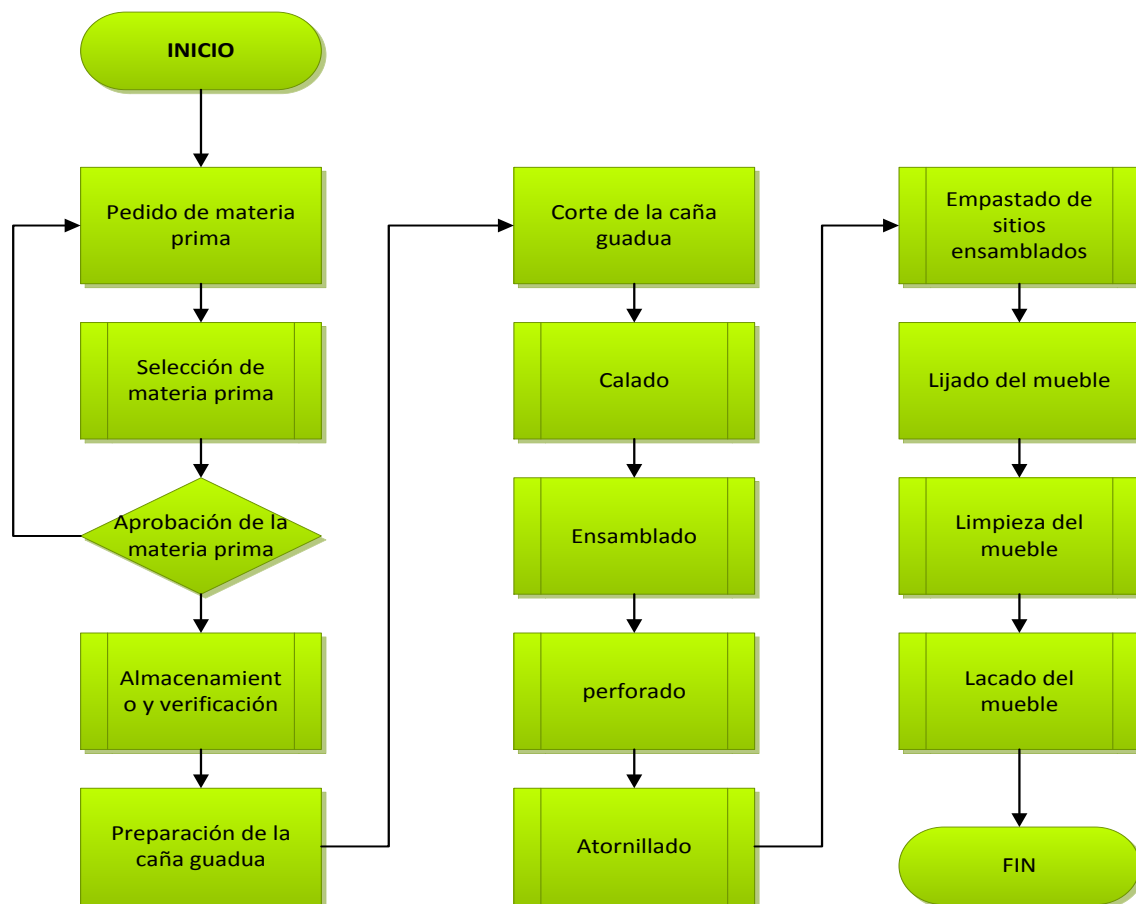
FUENTE: Google Earth

4.3. Ingeniería del proyecto

Se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: terreno, procesos de producción, producto, equipo y maquinaria, tecnología, cálculo de materia prima, recursos humanos, entre otros.

GRÁFICO 37:

Flujograma del proceso de producción de muebles de caña guadua



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO 38:

Cadena de valor de procesos

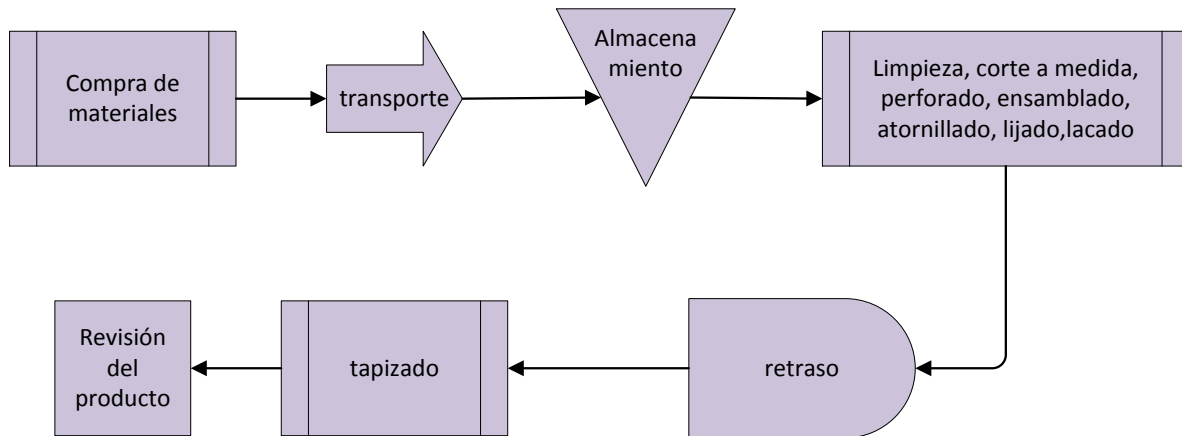


Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

a. Proceso de elaboración de un muebles de caña guadua

GRÁFICO 39

Proceso de elaboración de un mueble de caña guadua



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

4.3.1. Tecnología

La maquinaria y equipos de tecnología especializada para la microempresa “CAÑA DESIGN”, serán de calidad y garantizados para una eficiente producción de los muebles.

a. Estructura técnica de maquinaria y equipo

Ingleteadora para madera: se utiliza sobre una mesa de trabajo y realiza cortes de precisión a 90° y 45°.

GRÁFICO 40:***Ingleteadora para madera***

Fuente: <http://www.kywi.com.ec>
Elaborado por: El Autor

Taladro: Se utiliza para realizar perforaciones en la madera, son de bajas revoluciones, con mandriles de 10 o 13 mm, de diámetro.

GRÁFICO 41:***Taladros***

Fuente: <http://www.kywi.com.ec>

Juego copa sierra: se utilizan para realizar grandes perforaciones en la caña guadua, con la finalidad de poder realizar el ensamblaje de las piezas en el proceso de producción.

GRÁFICO 42:***Brocas de sierras***

Fuente: <http://www.kywi.com.ec>

Sierra caladora manual: se emplea para realizar cortes circulares en todas direcciones.

GRÁFICO 43:***Sierra caladora manual***

Fuente: <http://www.kywi.com.ec>

Herramientas manuales: son herramientas de apoyo en el proceso de producción especialmente en el ensamblaje de los muebles.

GRÁFICO 44:***Herramientas manuales***

Fuente: edu-proyectos-con-ecomateriales

4.3.2. Obras civiles**a. Planta productiva**

El diseño de la planta productiva de muebles se realizará en un terreno que será arrendado, el mismo que cuenta con un espacio para oficinas y bodega, por lo cual no se efectuará ninguna construcción. Solamente se adecuarán los espacios requeridos para el proceso de producción y almacenamiento de materia prima.

4.4. Presupuesto técnico**4.4.1. Inversiones fijas****a. Maquinaria y equipo de producción**

El siguiente cuadro permite un enfoque general de los requerimientos tecnológicos en maquinaria y equipo para el óptimo funcionamiento de la planta productiva de muebles.

CUADRO 54:**Maquinaria y equipo de producción**

INVERSIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Maquinaria y Equipos		1.407,49
JUEGO COPA SIERRA RIHNO 5 PCS	4,00	
COMPRESOR 2HP PORTEN 110V	115,00	
JUEGO BROCAS 1/16 x 1/2 29PCS	80,00	
JUEGO DESARMADOR STY 10 PCS 691	25,00	
MARTILLO UÑA 27 STANLEY	7,00	
PLAYO 8" 84098 STY	6,31	
FORMON STY 3/4 16111	4,60	
FORMON STY 5/8 16110	4,50	
FORMON STY 1/2 16107	4,00	
TALADRO DEWALT 1/2 245	199,00	
SIERRA CALADORA DEWALT DW 331K	250,00	
SIERRA DEWALT CIRCULAR DW 384	325,00	
LIJADORA DEWALT 5" D26471	120,00	
JUEGO DE LLAVES MIXTA	50,40	
ESMERIL 1HP	179,20	
CUCHILLO	8,96	
MACHETE	14,67	
ESCUADRA GRANDE	9,86	

Fuente: Ferretería Universo

Elaborado por: El Autor

b. Muebles y enseres

CUADRO 55:

Muebles y enseres

Muebles Y Útiles **539,00**

Sillón	115,00
Escritorio (Estación de trabajo)	310,00
Sillas	114,00

Fuente: Almacén línea nueva mobiliario Cía. Ltda.

Elaborado por: El Autor

c. Equipos de computo

CUADRO 56:

Equipo de cómputo

Equipo de computo		1.010,36
Computador	955,36	
Impresora	55,00	

Fuente: Almacén Intec Pc

Elaborado por: El Autor

d. Resumen de la inversión fija

CUADRO 57:

Inversión fija

Detalle	Valor total (USD)
Maquinaria y equipo de producción	1.407,49
Muebles y enseres	539,00
Equipos de cómputo	1.010,36
Total	2.956,85

Fuente: Cuadros N° 54, 55 y 56

Elaborado por: El Autor

4.4.2. Inversiones diferidas

CUADRO 58:

Gastos de Constitución

Detalle	Valor Total (USD)
Gastos de estudio e investigación	1.400,00
Registro único de contribuyentes (RUC)	5,00
Permiso Cuerpo de Bomberos Ibarra	8,00
Patente municipal (GAD Ibarra)	50,00
Total	1.463,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

4.4.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo nos permite financiar la producción de muebles durante los tres primeros meses de funcionamiento. Los rubros que intervienen en el capital de trabajo son:

CUADRO 59:

Capital de trabajo

Detalle	Mensual (USD)	Períodos	Total (USD)
GASTOS DE PRODUCCIÓN			
Materia prima	797,25	1	797,25
Sueldos operativos	1.412,28	3	4.236,85
Servicios básicos	125,73	3	377,19
Mantenimiento maquinaria y equipo	15,00	3	45,00
Arriendo operativo	150,00	3	450,00
Subtotal (CP)			5.906,29
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Sueldos administrativos	1.011,01	3	3.033,02
Servicios básicos	12,00	3	36,00
Suministros de oficina	16,44	3	49,32

Mantenimiento de equipo de computo	20,00	3	60,00
Subtotal (GA)			3.178,34
GASTOS DE VENTAS			
Sueldos ventas	486,20	3	1.458,60
Publicidad	50,00	3	150,00
Subtotal (GV)			1.608,60
Total			10.693,22
Imprevistos 2%			213,86
Capital de trabajo			10.907,09

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

4.4.4. Inversión total del proyecto

La inversión total que se necesita para la producción y comercialización de muebles de caña guadua, es la siguiente:

CUADRO 60:

Inversión total del proyecto

Detalle	Valor total (USD)	Porcentaje (%)
Inversión fija	2.956,86	19%
Inversiones diferidas	1.463,00	10%
Inversión capital de trabajo	10.907,09	71%
Total	15.326,95	100%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

4.4.5. Financiamiento

La inversión total será financiada con recursos propios cuyo monto asciende a los \$15.326,95.

CUADRO 61:**Financiamiento**

Detalle	Inversión (USD)	Porcentaje (%)
Aporte Propio	15.326,95	100%
TOTAL	15.326,95	100%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

4.4.6. Talento humano

El talento humano indispensable para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva será la que se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 62:**Talento humano**

Descripción	Número	Remuneración 2015	Remuneración mensual
Gerente	1	370,53	370,53
Contador(a)	1	389,72	389,72
Impulsador(a)	1	365,61	365,61
Operativos	3	354,00	1.062,00
Total	6		2.187,86

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Presentación

Dentro del desarrollo del capítulo se encuentra: ingresos, egresos, estados financieros y la evaluación de la inversión; cuyos resultados permitirán determinar si es factible en el aspecto económico.

5.2. Ingresos

Los ingresos de la microempresa están representados por la producción y comercialización de muebles de caña guadua para diferentes ambientes: sala, comedor, dormitorio, cocina y oficina.

5.3. Proyección de ingresos

Para establecer los ingresos se tomó en cuenta la capacidad de producción que tendría la empresa al disponer de tres operarios. Además, se toma en cuenta los ambientes para los cuales se necesitan los muebles; también, se hace referencia a los costos que las familias están dispuestas a pagar por los muebles, como se indica en el estudio de mercado. A continuación se presentan dos cuadros: en el primero se indica la proyección mensual de los ingresos por cada uno de los ambientes para los que son necesarios, así como también, por los meses en los que se elaborarían cada uno de ellos; en el segundo, se presenta la proyección anual de los ingresos, para cada uno de los tipos de muebles.

CUADRO 63:**Proyección mensual de ingresos**

Meses	Sala	Comedor	Dormitorio	Cocina	Oficina	Total mensual
Enero	591,31	493,56		-	250,89	1.335,76
Febrero	591,31	493,56	499,68	-	-	1.584,55
Marzo	591,31	-	499,68	268,21	-	1.359,20
Abril	591,31	-	-	268,21	250,89	1.110,40
Mayo	591,31	493,56	499,68	-	-	1.584,55
Junio	591,31	-	499,68	268,21	-	1.359,20
Julio	591,31	493,56	499,68	-	-	1.584,55
Agosto	591,31	-	499,68	268,21	-	1.359,20
Septiembre	591,31	-	499,68	-	250,89	1.341,88
Octubre	591,31	-	499,68	268,21	-	1.359,20
Noviembre	591,31	493,56	-	-	250,89	1.335,76
Diciembre	591,31	-	499,68	268,21	-	1.359,20
Total por ambiente	7.095,69	2.467,80	4.497,15	1.609,26	1.003,55	16.673,45

Elaborado por: El Autor

CUADRO 64:**Proyección anual de ingresos**

Variable	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Dormitorio	4.497,15	4.655,90	4.820,25	4.990,41	5.166,57
Sala	7.095,69	7.346,17	7.605,49	7.873,96	8.151,91
Comedor	2.467,80	2.554,92	2.645,11	2.738,48	2.835,15
Cocina	1.609,26	1.666,06	1.724,88	1.785,76	1.848,80
Oficina	1.003,55	1.038,97	1.075,65	1.113,62	1.152,93
Total	16.673,45	17.262,02	17.871,37	18.502,23	19.155,36

Fuente: Cuadro 63

Elaborado por: El Autor

5.4. Egresos

Los egresos son las erogaciones que se efectuará para poder producir los muebles con caña guadua.

5.4.1. Costos de operación

Los costos de operación son los que están relacionados específicamente con la elaboración de los muebles.

a. Sueldos operativos

Dentro de los sueldos operativos, se encuentran los tres operarios, estos costos aumentan en base a la proyección de los sueldos establecida por el estado ecuatoriano para el año 2015, la que tiene relación directa con la inflación anual, para esto se tomó el cálculo el 3,95%.

CUADRO 65:

Proyección salario básico unificado

Personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operativo 1	354,00	368,00	382,55	397,68	413,41
Operativo 2	354,00	368,00	382,55	397,68	413,41
Operativo 3	354,00	368,00	382,55	397,68	413,41
Total	1.062,00	1.104,00	1.147,66	1.193,05	1.240,23

Fuente: Tabla sectorial 2015

Elaborado por: El Autor

CUADRO 66:

Proyección del costo total de mano de obra directa

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario (SBU)	1.062,00	1.104,00	1.147,66	1.193,05	1.240,23
Aporte patronal (12,15%)	129,03	134,14	139,44	144,96	150,69
Fondos de reserva	-	92,00	95,64	99,42	103,35
Décimo tercero	88,50	92,00	95,64	99,42	103,35
Décimo cuarto	88,50	92,00	95,64	99,42	103,35
Vacaciones	44,25	46,00	47,82	49,71	51,68
Total	1.412,28	1.560,14	1.621,84	1.685,98	1.752,65

Fuente: Cuadro 65

Elaborado por: El Autor

b. Materia prima

A continuación se incluyen todos los materiales que son utilizados para la producción de los muebles de caña guadua, para ello se detalla los materiales necesarios para cada tipo de muebles que puede ser elaborado por la microempresa.

CUADRO 67:**Materia prima**

MUEBLES DE DORMITORIO				
DETALLE	CANTIDAD	EXPRESADO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GUADUAS GRUESAS	7,00	Unidad	3,50	24,50
GUADUAS DELGADAS	1,00	Unidad	4,00	4,00
COLA	0,13	Galón	8,50	1,06
TORNILLOS MDF	1,00	Caja	0,90	0,90
LACA	0,50	Litro	12,00	6,00
TINNER	2,00	Litro	2,50	5,00
ESPONJA	3,00	Plancha	27,00	81,00
LIJA # 100	3,00	Unidad	0,50	1,50
LIJA # 300	3,00	Unidad	0,50	1,50
MOTA (GUAYPE)	1,00	Unidad	0,25	0,25
Total				125,71
MUEBLES DE SALA				
DETALLE	CANTIDAD	EXPRESADO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GUADUAS GRUESAS	18,00	Unidad	3,50	63,00
GUADUAS DELGADAS	5,00	Unidad	4,00	20,00
COLA	0,25	Galón	8,50	2,13
TORNILLOS MDF	1,00	Caja	0,90	0,90
LACA	0,50	Litro	12,00	6,00
TINNER	2,00	Litro	2,50	5,00
ESPONJA	3,00	Plancha	27,00	81,00
TELA	4,00	Metro	5,60	22,40
LIJA # 100	3,00	Unidad	0,50	1,50
LIJA # 300	3,00	Unidad	0,50	1,50
MOTA (GUAYPE)	1,00	Unidad	0,25	0,25
Total				203,68

MUEBLES DE COMEDOR				
DETALLE	CANTIDAD	EXPRESADO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GUADUAS GRUESAS	2,00	Unidad	3,50	7,00
GUADUAS DELGADAS	12,00	Unidad	4,00	48,00
MDF	0,52	Plancha	18,00	9,36
COLA	0,25	Galón	8,50	2,13
TORNILLOS MDF	1,00	Caja	0,90	0,90
LACA	0,50	Litro	12,00	6,00
TINNER	2,00	Litro	2,50	5,00
ESPONJA	1,00	Plancha	27,00	27,00
TELA	2,00	Metro	5,60	11,20
LIJA # 100	3,00	Unidad	0,50	1,50
LIJA # 300	3,00	Unidad	0,50	1,50
MOTA (GUAYPE)	1,00	Unidad	0,25	0,25
Total				119,84

MUEBLE DE COCINA				
DETALLE	CANTIDAD	EXPRESADO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GUADUAS GRUESAS	0,50	Unidad	3,50	1,75
GUADUAS DELGADAS	7,00	Unidad	4,00	28,00
MDF	1,26	Plancha	18,00	22,68
COLA	0,12	Galón	8,50	1,02
TORNILLOS MDF	0,80	Caja	0,90	0,72
LACA	0,16	Litro	12,00	1,92
TINNER	0,50	Litro	2,50	1,25
ESPONJA	0,50	Plancha	27,00	13,50
TELA	1,50	Metro	5,60	8,40
LIJA # 100	1,00	Unidad	0,50	0,50
LIJA # 300	1,00	Unidad	0,50	0,50
MOTA (GUAYPE)	1,00	Unidad	0,25	0,25
Total				80,49

MUEBLES DE OFICINA				
DETALLE	CANTIDAD	EXPRESADO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GUADUAS GRUESAS		Unidad	3,50	-
GUADUAS DELGADAS	7,00	Unidad	4,00	28,00
MDF	1,09	Plancha	18,00	19,62
COLA	0,12	Galón	8,50	1,02

TORNILLOS MDF	0,40	Caja	0,90	0,36
LACA	0,16	Litro	12,00	1,92
TINNER	0,50	Litro	2,50	1,25
ESPONJA	0,17	Plancha	27,00	4,59
TELA	1,00	Metro	5,60	5,60
LIJA # 100	1,00	Unidad	0,50	0,50
LIJA # 300	1,00	Unidad	0,50	0,50
MOTA (GUAYPE)	2,00	Unidad	0,25	0,50
Total				63,86

Elaborado por: El Autor

c. Servicios básicos

Para el proceso de producción de muebles con caña guadua, se utilizarán maquinarias que utilizan energía eléctrica para su funcionamiento, de la misma manera serán utilizados otros servicios para el desarrollo normal de la microempresa.

CUADRO 68:

Servicios básicos

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	24,64	25,51	26,41	27,34	28,31
Electricidad	1.294,38	1.340,07	1.387,38	1.436,35	1.487,05
Total	1.319,02	1.365,58	1.413,79	1.463,69	1.515,36

Elaborado por: El Autor

d. Mantenimiento de maquinaria y equipo

CUADRO 69:

Mantenimiento maquinaria y equipo

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento maquinaria y equipo	180,00	186,35	192,93	199,74	206,79

Elaborado por: El Autor

e. Resumen de costos de operación

CUADRO 70:**Resumen de costos de producción**

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos operativos	1.412,28	1.462,14	1.513,75	1.567,19	1.622,51
Materia prima	4.522,49	4.682,13	4.847,41	5.018,53	5.195,68
Servicios básicos	1.319,02	1.365,58	1.413,79	1.463,69	1.515,36
Mantenimiento de maquinaria y equipo	180,00	186,35	192,93	199,74	206,79
Total	7.433,79	7.696,21	7.967,88	8.249,15	8.540,34

Elaborado por: El Autor

5.4.2. Gastos administrativos

Los gastos administrativos están constituidos por: los sueldos básicos, servicios de comunicación, útiles de oficina, mantenimiento de computación, los crecen al ritmo de la inflación del 3,53% anual registrada en el año 2014, excepto por los sueldos que crecen según lo fijado por el Gobierno 3,95%.

CUADRO 71:**Sueldos administrativos**

Personal	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	389,72	405,13	421,15	437,81	455,13
Contador(a)	370,53	385,18	400,42	416,25	432,71
Total	760,25	790,32	821,57	854,06	887,84

Fuente: Tabla salarial 2015

Elaborado por: El Autor

CUADRO 72:**Proyección de sueldos administrativos**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario (SBU)	760,25	790,32	821,57	854,06	887,84
Aporte patronal (12,15%)	92,37	96,02	99,82	103,77	107,87
Fondos de reserva	-	65,86	68,46	71,17	73,99
Décimo tercero	63,35	65,86	68,46	71,17	73,99
Décimo cuarto	63,35	65,86	68,46	71,17	73,99
Vacaciones	31,68	32,93	34,23	35,59	36,99
Total	1.011,01	1.116,85	1.161,02	1.206,93	1.254,67

Elaborado por: El Autor

a. Servicios básicos

Los gastos por servicios básicos corresponden a la parte administrativa de la microempresa Caña Design.

CUADRO 73:**Proyección de servicios básicos**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	12,32	12,75	13,21	13,67	14,15
Electricidad	228,42	236,48	244,83	253,47	262,42
Total	240,74	249,24	258,04	267,14	276,58

Elaborado por: El Autor

b. Servicios de comunicación

CUADRO 74:**Servicios de comunicación**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Teléfono	93,00	96,28	99,68	103,20	106,84
Internet	264,00	273,32	282,97	292,96	303,30
Total	357,00	369,60	382,65	396,16	410,14

Elaborado por: El Autor

c. Útiles de oficina

Los útiles de oficina que serán utilizados en las actividades que sean necesarias al interior de la microempresa son:

CUADRO 75:*Útiles de oficina*

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Resma de papel	12,00	3,70	44,40	45,97	47,59	49,27	51,01
Carpetas	15,00	0,40	6,00	6,21	6,43	6,66	6,89
Esferográficos	12,00	0,30	3,60	3,73	3,86	3,99	4,14
Tinta de impresora	4,00	6,00	24,00	24,85	25,72	26,63	27,57
Cuaderno	1,00	1,40	1,40	1,45	1,50	1,55	1,61
Lápiz	2,00	1,25	2,50	2,59	2,68	2,77	2,87
Borrador	2,00	0,35	0,70	0,72	0,75	0,78	0,80
Basureros	1,00	6,00	6,00	6,21	6,43	6,66	6,89
Factureros	1,00	8,00	8,00	8,28	8,57	8,88	9,19
Total			96,60	100,01	103,54	107,20	110,98

Elaborado por: El Autor

d. Mantenimiento Equipo de computo

CUADRO 76:*Mantenimiento equipo de cómputo*

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento Equipo de cómputo	240,00	248,47	257,24	266,32	275,72

Elaborado por: El Autor

e. Resumen de gastos administrativos

CUADRO 77:**Resumen de gastos administrativos**

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	1.011,01	1.116,85	1.161,02	1.206,93	1.254,67
Servicios básicos	240,74	249,24	258,04	267,14	276,58
Servicios de comunicación	357,00	369,60	382,65	396,16	410,14
Suministros de oficina	96,60	100,01	103,54	107,20	110,98
Mantenimiento Equipo de cómputo	240,00	248,47	257,24	266,32	275,72
Total	1.945,35	2.084,17	2.162,49	2.243,75	2.328,09

Elaborado por: El Autor

5.4.3. Gastos de ventas

Dentro de los gastos de ventas se encuentra el rubro por publicidad en cual crece en base a la inflación del año 2014 que es de 3,53%.

a. Publicidad

Para hacer conocer los productos que producimos, a través de publicidad impresa.

CUADRO 78:**Publicidad**

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	600,00	621,18	643,11	665,81	689,31

Elaborado por: El Autor

b. Sueldos ventas

Los sueldos de ventas crecen según lo fijado por el Gobierno 3,95%, y de acuerdo a la tabla salarial.

CUADRO 79:**Sueldos de ventas**

Personal	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Impulsador(a)	365,61	380,07	395,10	410,73	426,97
Total	365,61	380,07	395,10	410,73	426,97

Elaborado por: El Autor

CUADRO 80:**Proyección sueldos de ventas**

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario (SBU)	365,61	380,07	395,10	410,73	426,97
Aporte patronal (12,15%)	44,42	46,18	48,00	49,90	51,88
Fondos de reserva	-	31,67	32,93	34,23	35,58
Décimo tercero	30,47	31,67	32,93	34,23	35,58
Décimo cuarto	30,47	31,67	32,93	34,23	35,58
Vacaciones	15,23	15,84	16,46	17,11	17,79
Total	486,20	537,10	558,34	580,42	603,38

Elaborado por: El Autor

c. Resumen de gastos de ventas**CUADRO 81:****Resumen de gastos de ventas**

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	600,00	621,18	643,11	665,81	689,31
Impulsador(a)	486,20	537,10	558,34	580,42	603,38
Total	1.086,20	1.158,28	1.201,45	1.246,23	1.292,69

Elaborado por: El Autor

5.4.4. Depreciaciones

CUADRO 82:

Depreciación

Activo Fijo	Porcentaje legal	Costo	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de informática	33%	1.010,36	336,79	336,79	336,79		
Renovación de Equipos de Computación	33%	1160,76				383,05	383,05
Muebles y Enseres	10%	539,00	53,90	53,90	53,90	53,90	53,90
Maquinarias y Equipos	10%	1.407,49	140,75	140,75	140,75	140,75	140,75
Total		4.117,62	531,44	531,44	531,44	577,70	577,70

Elaborado por: El Autor

5.4.5. Resumen de egresos

CUADRO 83:

Resumen de Egresos

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de operación	7.433,79	7.696,21	7.967,88	8.249,15	8.540,34
Gastos administrativos	1.945,35	2.084,17	2.162,49	2.243,75	2.328,09
Gastos de ventas	1.086,20	1.158,28	1.201,45	1.246,23	1.292,69
Gastos financieros					
Gastos depreciación	531,44	531,44	531,44	577,70	577,70
Gastos de estudio y constitución	1.463,00	-	-	-	-
Total	12.459,78	11.470,09	11.863,26	12.316,84	12.738,82

Elaborado por: El Autor

5.5. Estado financieros

a. Estado de situación inicial

El estado de situación financiera muestra la posición financiera de la microempresa.

CUADRO 84:**Estado de arranque**

CAÑA DESIGN CIA. LTDA.			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
AL 30 DE DICIEMBRE DEL 2014			
(EXPRESADO EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA)			
ACTIVOS			
ACTIVOS CORRIENTES			10.907,09
Efectivo y equivalentes de efectivo		10.907,09	
Capital de trabajo	10.907,09		
ACTIVOS NO CORRIENTES			2.956,86
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO		2.956,86	
Muebles y enseres	539,00		
Maquinarias y Equipos	1.407,49		
Equipo de computación	1.010,36		
ACTIVO INTANGIBLE		1.463,00	1.463,00
Amortización Acumulada Gastos de Constitución	1.463,00		
TOTAL ACTIVOS	15.326,95	15.326,95	15.326,95
PASIVOS			
PASIVO CORRIENTE			-
TOTAL PASIVOS	-	-	-
PATRIMONIO NETO			15.326,95
CAPITAL			
CAPITAL SUSCRITO O ASIGNADO		15.326,95	
Capital socio A	15.326,95		
TOTAL PATRIMONIO	15.326,95	15.326,95	15.326,95
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	15.326,95	15.326,95	15.326,95
GERENTE		CONTADOR	

b. Estado de resultados

Este estado representa la posición económica de la pequeña empresa, reflejada en la utilidad o pérdida.

CUADRO 85:

Estado de resultados

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingresos proyectados	16.572,12	17.157,11	17.762,76	18.389,78	19.038,94
(-) Costos de producción	7.433,79	7.696,21	7.967,88	8.249,15	8.540,34
(=) Utilidad bruta	9.138,32	9.460,91	9.794,88	10.140,64	10.498,60
Gastos Administrativos	1.945,35	2.084,17	2.162,49	2.243,75	2.328,09
Gastos de ventas	1.086,20	1.158,28	1.201,45	1.246,23	1.292,69
Depreciación	531,44	531,44	531,44	577,70	577,70
Gastos de Estudio y Constitución	1.463,00	-	-	-	-
(=) Utilidad Operativa	4.112,34	5.687,02	5.899,50	6.072,95	6.300,12
(-) 15% Participación trabajadores	616,85	853,05	884,93	910,94	945,02
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos	3.495,49	4.833,97	5.014,58	5.162,01	5.355,11
Impuesto a la renta (22%)	769,01	1.063,47	1.103,21	1.135,64	1.178,12
(=) Utilidad neta proyectada	2.726,48	3.770,49	3.911,37	4.026,36	4.176,98

Elaborado por: El Autor

c. Estado de flujo de caja

El flujo de caja representa la dinámica del efectivo de la microempresa.

CUADRO 86:**Flujo de caja**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	(15.326,95)					
Utilidad operacional		4.112,34	5.687,02	5.899,50	6.072,95	6.300,12
(+) Depreciación		531,44	531,44	531,44	577,70	577,70
(-) Participación de Trabajadores		616,85	853,05	884,93	910,94	945,02
(-) Impuestos		769,01	1.063,47	1.103,21	1.135,64	1.178,12
(=) Flujo de caja neto proyectado	(15.326,95)	3.257,92	4.301,93	4.442,81	4.604,06	4.754,68

Elaborado por: El Autor

5.6. Evaluación financiera

Los evaluadores utilizados fueron: Valor actual neto, Tasa interna de retorno, costo beneficio, periodo de recuperación de la inversión y el punto de equilibrio.

5.6.1. Tasa de rendimiento medio (TRM)

Para el cálculo del TRM, al tener una inversión del 100%, es necesario conocer el rendimiento de la inversión, por lo que necesitaremos de la siguiente fórmula:

$$(1 + i) = (1 + ir)(1 + \pi)$$

Pero lo que realmente queremos encontrar es "ir", por lo tanto despejamos, obteniendo:

$$\left[\frac{(1 + i)}{(1 + \pi)} \right] - 1 = ir$$

$$i = \text{Tasa de Interés Nominal} = 7,84\%$$

$$\pi = \text{Tasa de Inflación} = 3,53\%$$

$$ir = \text{Tasa de Interés Real} = 0,04163045 = 4,16\%$$

Datos:

$$\text{Inflación} = 3,53\%$$

$$Ck \text{ (valor ponderado)} = 4,16\%$$

$$TRM = ((1 + Ck) * (1 + If) - 1)$$

$$TMR = 0,0784$$

$$TMR = 7,84\%$$

5.6.2. Valor actual neto (VAN)

En VAN representa el valor del dinero a tiempo, como también presenta la rentabilidad del proyecto en valores absolutos. Para el cálculo se utilizará una Tasa de Actualización (TRM) de 7,84%.

CUADRO 87:

Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA (FNC)	TASA $(1+t)^n$	FNC/ $(1+t)^n$
0	(15.326,95)	1,00	(15.326,95)
1	3.325,10	1,08	3.083,37
2	4.371,48	1,16	3.758,97
3	4.514,82	1,25	3.599,98
4	4.678,62	1,35	3.459,38
5	4.831,87	1,46	3.312,95
TOTAL	6.394,94		1.887,71

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

$$VAN = \$ 1.887,71$$

El VAN del proyecto en los cinco años es de \$ 1.887,71; valor que demuestra que el rendimiento del proyecto es sostenible.

5.6.3. Tasa interna de retorno (TIR)

Este evaluador representa la rentabilidad del proyecto en términos relativos o porcentuales, que devuelve la inversión en un periodo.

CUADRO 88

Tasa interna de retorno (TIR)

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA (FNC)
0	(15.326,95)
1	3.325,10
2	4.371,48
3	4.514,82
4	4.678,62
5	4.831,87
TOTAL	6.394,94

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

$$TIR = 12,14\%$$

El TIR del proyecto es de 12,14%, lo que representa que al ser mayor que el TRM, el proyecto puede ser sostenible.

5.6.4. Beneficio – costo

CUADRO 89

Beneficio – costo

Año	Flujo de caja	Factor ajustado	
1	3.325,10	0,96	3.192,21
2	4.371,48	0,92	4.029,04
3	4.514,82	0,88	3.994,84
4	4.678,62	0,85	3.974,32
5	4.831,87	0,82	3.940,46
		Valor presente	19.130,86
		Inversión inicial	15.326,95

$$C/B = \frac{\sum FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{19.130,86}{15.326,95}$$

$$C/B = 1,25$$

Por cada dólar invertido, el proyecto me devuelve \$0,25, es decir, existen ingresos, por lo tanto los ingresos son más altos que los egresos.

5.6.5. Periodo de recuperación de la inversión

Este indicador nos permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión, observando el comportamiento de los flujos de caja proyectado.

CUADRO 90:**Periodo de recuperación de la inversión**

AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSION INICIAL
1	3.257,92	15.326,95
2	4.301,93	
3	4.442,81	
4	4.604,06	
5	4.754,68	
	PRI	4,70

El periodo de recuperación que tendrá el proyecto es de 4 años, 7 meses.

5.6.6. Punto de equilibrio

Se refiere a la cantidad o el monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso la utilidad es cero.

Es únicamente valido para el primer año del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

$$\text{Punto equilibrio (dólares)} = \frac{\text{Costo fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\text{Punto equilibrio (dólares)} = \frac{3.106,86}{1 - \frac{2.909,49}{3.768,47}}$$

$$\text{Punto equilibrio (dólares)} = 3.768,47$$

El punto de equilibrio del presente proyecto nos muestra que al tener un ingreso en ventas de \$ 3.768,47, se empieza a recuperar los activos y costos fijos.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. La microempresa

Según la Ley de la Superintendencia de Compañías se clasifican en cuatro compañías según la titularidad de propiedad de la microempresa: Compañía en Nombre Colectivo, Compañía en Comandita Simple y dividida por Acciones, Compañía de Responsabilidad Limitada y Compañía Anónima.

De acuerdo al tipo de actividad que se proyecta desarrollar, la microempresa de muebles de caña guadua, se sugiere constituirse en una Compañía de Responsabilidad Limitada, con lo cual se tendrá la oportunidad de incrementar su capital y crecer progresivamente.

6.1.1. Razón social

La razón social es la denominación por la cual se conoce colectivamente a la microempresa productora y comercializadora de muebles de caña guadua la cual tendrá el nombre de CAÑA DESIGN CIA. LTDA, puesto que esta denominación hace referencia al nombre de la materia prima a utilizarse en el proyecto, con un slogan que lo identifica: “Innovando tus ambientes”.

GRÁFICO 45:***Logotipo de la microempresa***

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

6.2. Filosofía empresarial**6.2.1. Misión**

“CAÑA DESIGN CIA. LTDA.”, será una microempresa especializada en la producción y comercialización de muebles de caña guadua, la cual permite aprovechar las potencialidades naturales, materiales y el talento humano de la parroquia de Guayaquil de Alpachaca, con el fin de ofrecer un punto de calidad, satisfaciendo las necesidades de sus clientes y generando fuentes de trabajo para la comunidad.

6.2.2. Visión

Posicionarnos en los próximos cinco años, como una empresa referente de innovación, con reconocimiento, especializada en la producción y comercialización de muebles de caña guadua, siendo el líder en el mercado local y regional, buscando proyectarnos al mercado nacional.

6.2.3. Objetivos organizacionales

- a. Producir muebles de caña guadua de alta calidad
- b. Consolidar el posicionamiento en los mercados actuales
- c. Fomentar, desarrollar y comunicar eficientemente la aplicación de una gestión sustentable.
- d. Lograr un posicionamiento en el mercado a través de un producto y servicio que sobrepase las expectativas de los clientes.
- e. Incrementar la rentabilidad
- f. Desarrollar un sistema de información que facilite la toma de decisiones.
- g. Desarrollar, implementar y fortalecer la cadena de valor.
- h. Incentivar la producción de muebles con maderas alternativas en el Ecuador.

6.2.4. Políticas institucionales

- a. CAÑA DESIGN CIA. LTDA., manifestar un firme compromiso con sus clientes, satisfaciendo plenamente sus requerimientos y expectativas, para ello se garantizará a impulsar una cultura de calidad basada en principios de honestidad, liderazgo y desarrollo del recurso humano, solidaridad, compromiso de mejora y seguridad en sus operaciones.
- b. El equipo humano de CAÑA DESIGN CIA. LTDA., se caracterizará por su elevada vocación de servicio a los clientes, se consolidará a través de la comunicación abierta, la toma de decisiones de forma democrática, en un ambiente de pro-actividad, creatividad, innovación y solidaridad empresarial.
- c. En busca de la calidad de su producto CAÑA DESIGN CIA. LTDA., mantendrá convenios cooperativos con los productores agrícolas de caña guadua, quienes serán incluidos dentro de la cadena de valor agregado, garantizando una materia prima bajo los más estrictos estándares de calidad, y con ello, ofrecer excelencia a sus clientes

- d. CAÑA DESIGN CIA. LTDA., promoverá la agilidad en todos los procesos administrativos y productivos, así como innovación práctica y eficiencia de costos, a través de la optimización de recursos y el cuidado al medio ambiente.
- e. La empresa diversificará las fuentes de financiamiento para captar recursos en forma oportuna, ágil, segura y bajo los principios de honestidad, respeto y orden, así como, la correcta asignación y utilización de los mismos, dentro de la directriz de calidad u optimización empresarial.

6.2.5. Valores corporativos

- a. Orientación a resultados y eficiencia: ser consistentes en el cumplimiento de nuestros objetivos, al menor tiempo posible. Agilidad en la entrega y flexibilidad.
- b. Honestidad: elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la microempresa pensando en el cliente, con transparencia y rectitud, siendo justo en cada decisión que se presente.
- c. Responsabilidad: es un valor que está en la conciencia de las personas, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral, ético, lo que le permite desarrollar con efectividad las tareas encomendadas siempre en el mejoramiento laboral, social, cultural y ecológico.
- d. Innovación: actuar oportunamente ante los cambios del entorno y las nuevas exigencias del mercado.
- e. Trabajo en equipo: fomentar la integración de la cadena de comercialización con el propósito de alcanzar metas comunes, buscando el beneficio común en sus relaciones con las partes interesadas del negocio.

6.2.6. Estructura organizacional

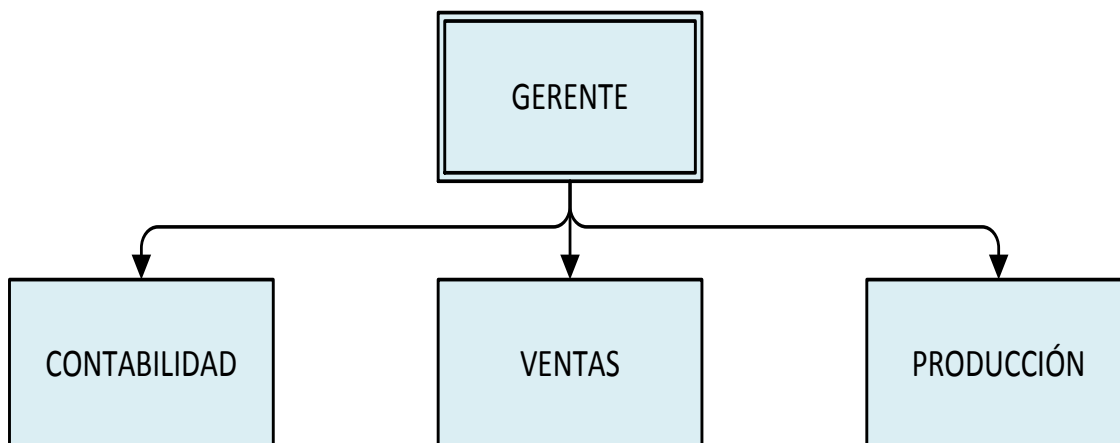
La estructura organizacional es el medio por el cual se determinan los niveles jerárquicos de autoridad y las responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades de trabajo dentro de la organización, por lo que se considera importante establecer una estructura organizativa en la microempresa CAÑA DESIGN CIA LTDA la misma que servirá como ente ejecutor, con el fin de lograr armonía en el desarrollo de las actividades.

a. Organización estructural

El organigrama estructural es un esquema gráfico que permita ubicar los niveles jerárquicos del personal, para lo cual se ha considerado la implementación de un organigrama lineal, ya que este determina claramente las jerarquías y funciones específicas, como consecuencia del uso de este tipo de organigrama se logrará eficientemente la consecución de los objetivos de la microempresa.

GRÁFICO 46:

Organigrama estructural



6.2.7. Estructura funcional

A continuación se realiza la descripción de los puestos señalados como básicos para alcanzar el objeto social de la microempresa propuesta:

CUADRO 91**Estructura funcional**

PUESTO	FUNCIONES	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> Ejercer la representación legal, administrativa y judicial de la empresa Aplicar estrategias que ayuden a conseguir los objetivos planteados Estar pendiente que el personal reciba capacitación Verificar que el correcto manejo de los recursos materiales y humanos Controlar y verificar el cumplimiento de las actividades en todas las áreas Aprobar los estados financieros y dar a conocer los resultados obtenidos. Demostrar liderazgo organizacional, para facilitar el cumplimiento de las metas. 	Título en: Ingeniería Comercial, Administración, Finanzas, Ingeniería en Contabilidad (CPA) y/o carreras afines.	Innovador, líder, disposición al cambio, investigador, motivador, etc.	Experiencia probada en posiciones similares, de preferencia en el sector industrial.
Secretaria Contadora	<ul style="list-style-type: none"> Llevar los libros de contabilidad de la empresa en debida forma de acuerdo con las NIIF Y NIC. Preparar los roles de pago de los empleados Presentar informes financieros cuando sean solicitados por gerencia Realizar las declaraciones de impuestos a su debido tiempo Tramitar las afiliaciones al IESS y cancelar las aportaciones Registrar los asientos contables, de acuerdo al movimiento de las actividades que se hayan realizado durante el día Recibir y revisar las facturas 	Título: Contador(a) CPA	Liderazgo, organizado(a), innovador, motivador.	Sólidos conocimientos contables, experiencia probada en cargos similares de dos años, conocimientos en atención al cliente. Conocimientos en tributación, trámites en el IESS y SRI
Obrero de producción	<ul style="list-style-type: none"> Operar los equipos de manera óptima, adecuada y oportuna. Reportar al supervisor de producción las novedades de los equipos. Medir exactamente la cantidad de materia prima necesaria para el procesamiento. Utilizar la materia prima de forma óptima. Manipular de forma adecuada los productos. Mantener la limpieza y el orden en el área de producción 	Preparación Académica: Bachillerato	Manuales, artísticas, innovadoras, disposición al cambio, investigador.	Experiencia en la elaboración de muebles (no indispensable), con o sin experiencia en el área

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

En este capítulo se realizará el análisis de los diferentes impactos que se presentarán por el desarrollo del proyecto. A continuación los impactos que se tomará en cuenta:

- Impacto social
- Impacto económico
- Impacto ambiental
- Impacto ético
- Impacto cultural
- Impacto y tecnológico

Para evaluar el presente proyecto se ha utilizado una matriz con una serie de indicadores, los cuales han sido tabulados con una ponderación de alta, media o baja, tanto positiva como negativa, de acuerdo a la siguiente tabla:

CUADRO 92

Análisis de impactos

NIVELES DE IMPACTO	PONDERACIÓN
Impacto Alto Positivo	+3
Impacto Medio Positivo	+2
Impacto Bajo Positivo	+1
Punto de Inferencia	0
Impacto Bajo Negativo	-1
Impacto Medio Negativo	-2
Impacto Alto Negativo	-3

7.1. Impacto social

CUADRO 93

Impacto social

INDICADOR	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de trabajo							X
Calidad de vida							X
Integración con la comunidad					x		
TOTAL					1		6

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

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{7}{3} = 2,33$$

Nivel de Impacto Social = Medio positivo

Análisis:

El beneficio social más importante del proyecto es la generación de fuentes de trabajo para las familias del sector, con lo que permitirá disminuir los índices delincuenciales, el nivel de pobreza y otros problemas sociales.

La microempresa permite integrar a la comunidad, por cuanto esta relación contribuye al desarrollo socio-económico de la ciudad de Ibarra.

7.2. Impacto económico

CUADRO 94

Impacto económico

INDICADOR	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Incremento de Ingresos familiares					X		
Efecto Multiplicador						X	
Rentabilidad del proyecto					X		
Generación de valor agregado						X	
TOTAL					2	4	

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

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{6}{4} = 1,5$$

Nivel de Impacto Económico = Impacto bajo positivo

Análisis:

El proyecto tiene un impacto económico de impacto bajo positivo, por cuanto su ejecución permitirá que pocas personas sean favorecidas en relación a obtener una remuneración económica significativa que les brinde una sostenibilidad familiar. Adicional a ello existirá un bajo efecto multiplicador de la economía, que promueva la generación de riqueza dentro de la cadena productiva de la empresa de muebles de caña guadua.

7.3. Impacto ambiental

CUADRO 95

Impacto ambiental

INDICADOR	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo adecuado de los desechos					X		
Polución del aire		X					
Contaminación auditiva		X					
Contaminación del agua			X				
TOTAL		-4	-2		1		

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

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{-5}{4} = -1,25$$

Nivel de Impacto Ambiental = Bajo Negativo

Análisis:

Como se puede observar, el nivel de impacto ambiental de este proyecto es bajo negativo pues al tomarse en cuenta todos los principales aspectos generadores de contaminación, se ha determinado que la producción de muebles caña guadua, trata de cumplir con las normas ambientales básicas y necesarias para tener una producción limpia; el adecuado manejo de los desechos sólidos, el cuidado al aire, al agua y a la emisión de ruido, garantizan un proceso adecuado en las operaciones del proyecto.

7.4. Impacto Cultural – Educativo

CUADRO 96

Impacto Cultural – Educativo

INDICADOR	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de cultura alimentaria							X
Generación de conocimientos						x	
Creatividad e innovación							x
Aplicación de conocimientos académicos						x	
TOTAL						4	6

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

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{10}{4} = 2,5$$

Nivel de Impacto Cultural-educativo = **Alto Positivo**

Análisis:

En el ámbito cultural – educativo, el proyecto tendrá un impacto positivo, ya que al ofertar un producto con calidad. Por otra parte el proyecto se constituye en un importante generador de conocimientos que facilita la investigación en beneficio de comunidad local, pues abre muchos campos por descubrir en la línea de industrialización de muebles. De igual forma, es un medio adecuado para reflejar la aplicación de los conocimientos académicos adquiridos en las cátedras universitarias, y permite el desarrollo de la creatividad e innovación a través de la investigación.

7.5. Impacto tecnológico

CUADRO 97

Impacto tecnológico

INDICADOR	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de un “know how”(saber hacer)							X
Aplicación de tecnología de punta						x	
TOTAL						2	3

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

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

Nivel de Impacto tecnológico = Alto Positivo

Análisis:

El proyecto es un potencial generador de tecnología en la producción de muebles, en la medida en que los sectores involucrados apliquen los resultados de la investigación, se podrá desarrollar un “know-how” productivo y de gestión.

Para una gestión efectiva de los procesos productivos y administrativos se requiere de un equipo de cómputo de última generación que permita organizar, controlar y operar en forma planificada y sistematizada.

7.6. Impacto general del proyecto

CUADRO 98

Impacto general del proyecto

IMPACTOS	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social						X	
Impacto Económico					X		
Impacto Ambiental			X				
Impacto Cultural-Educativo						X	
Impacto Tecnológico						X	
TOTAL			-1		1	8	

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

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{8}{5} = 1,60$$

Nivel de impacto general del proyecto = **Bajo Positivo**

Fuente: Cuadros 93, 94, 95, 96 y 97
Elaborado por: El Autor

Análisis:

El impacto general del proyecto es bajo positivo con una tendencia medio positivo, lo cual genera buenas expectativas para la creación del proyecto, ya que, no solo la microempresa va a ser beneficiada, sino también la comunidad en general de la ciudad de Ibarra, de la provincia y el país.

CONCLUSIONES

- Se ha determinado que la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de muebles de caña guadua, es sostenible, debido a que las familias del cantón Ibarra han mostrado un pequeño grado de aceptación frente a este proyecto.
- En el mercado investigado no existe oferta de un producto con las características determinadas, por otro lado la demanda potencial de muebles no se encuentra cubierta en los mercados del cantón Ibarra, por lo cual existe una oportunidad de ingreso del producto en el mercado.
- Con el estudio técnico realizado se evidenció que existen las condiciones climáticas, físicas, recursos tecnológicos, económicos, materiales, materia prima y talento humano para lograr un eficiente y óptimo funcionamiento del proyecto.
- Financieramente se comprobó la viabilidad del proyecto, mediante la aplicación de indicadores financieros, con un tiempo de recuperación de 4 años, 7 meses; la relación beneficio – costo es de 0,25 USD, lo que se podría realizar la inversión, por lo tanto se concluye que el proyecto es sostenible.
- La estructura organizacional y funcional de la microempresa de muebles de caña guadua está conformada por el personal administrativo y operativo seleccionado de acuerdo al perfil profesional y experiencia laboral, es así que, el proyecto permitirá el desarrollo de empleo directo e indirecto. En definitiva se identifican todos los elementos estratégicos administrativos y requisitos legales de la microempresa.
- El proyecto beneficiará directamente a la comunidad, a los propietarios de fincas agrícolas, trabajadores y consumidor final. Se obtuvo un impacto general positivo ya que en cada uno de los aspectos: social, cultural – educativo y tecnológico se presenta un resultado favorable, excepto en el ambiental.

RECOMENDACIONES

- Realizar una inversión sin financiamiento bancario, y además, pensar en innovar los diseños de los muebles producidos con esta madera, buscando adaptarlos a las tendencias cambiantes del mercado.
- Se debe incentivar el uso de la madera de caña guadua a nivel de los artesanos de la carpintería, para que sea utilizada como una alternativa eco – sustentable.
- Se debería tener en exposición los productos que se produzcan con esta madera, para que el mercado meta del cantón Ibarra, pueda apreciar sus bondades y características.
- Ante el hecho de que el proyecto puede ser sostenible, se recomienda hacer una revisión constante de los precios, para lo cual, será necesario realizar alianzas estratégicas con los proveedores con el fin de disminuir los costos de producción sin afectar a la calidad del producto.
- Las artesanías son una opción que permitiría la disminución del desempleo, para esto se deberían proporcionar las políticas y los controles, que faciliten la exportación de estos productos.
- Las instancias gubernamentales deben contribuir a la creación y fortalecimiento de una microempresa legalmente constituida a fin de que ofrezcan en los mercados actuales, productos de calidad y ante todo que permitan asegurar el éxito empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

ARAUJO MONTAHUD, J., & BRUNET ICART, I. (2011). *Compromiso y competitividad en las organizaciones: El caso de una empresa aeronáutica* (Primera ed.). Tarragona, España: Publicacions Universitat Rovira i Virgili.

CAMPOY, D. M. (2010). *Cómo Gestionar Y Planificar Un Proyecto en la Empresa*. España: Ideaspropias Editorial S.L.

COLLESH, T. (2009). *La Madera, Ayer, Hoy y Siempre. ¡Cuidemosla!* Traducción México, Brasil: Portuguesa.

ENRIQUEZ, B. F. (s.f.). *Organización de Empresas*.

FISHER, L., & ESPEJO, J. (2008). *Mercadotecnia* (Tercera ed.). México: Mc Graw Hill - Interamericana.

HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, A., & MARTÍNEZ GARCÍA, J. M. (2014). *Marketing sanitario: Evolución-Revolución* (Primera ed.). Madrid, España: ESIC Editorial.

HERRSCHER, E. G. (2013). *Administración. Aprender y actuar: Management sistémico para PyMEs*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica.

KOTLER, P., & AMSTRONG, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (Octava ed.). México: Perason Educación.

LARA, M. (2014). *Creando impacto: Un acercamiento efectivo para reducir la pobreza*. México: Penguin Random House Grupo Editorial.

MANENE, L. M. (28 de Julio de 2011). *DIAGRAMAS DE FLUJO: SU DEFINICIÓN, OBJETIVO, VENTAJAS, ELABORACIÓN, FASES, REGLAS Y EJEMPLOS DE*

MARTÍNEZ RUIZ, H., & Ávila Reyes, E. (2010). *Metodología de la investigación científica*. México: Cengage Learning Editores S.A. de C.V.

MUÑOZ HENAD, J. P. (2010). *Prácticas del secado de guadua*. Coombia.

PONCE JARRÍN, J. (2010). *Políticas educativas y desempeño: una evaluación de impacto de programas educativos focalizados en Ecuador* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Flacso-Sede.

REYES PÉREZ, U. D. (2014). *Gestión de recursos laborales, formativos y análisis de puestos de trabajo para la inserción sociolaboral de personas con discapacidad*. MF1034. Tutor Formación.

RISCO GARCÍA, L. (2013). *Economía de la Empresa*. Bloomington, Estados Unidos de América: Palibrio.

ROMERO, R. (2008). *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L.

RUIZ, J. F. (s.f.). *La Empresa Pública*. INAP.

STANTON, E. Y. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Treceava ed.). Mc Graw Hill.

VIERA LARA, L. (2014). *Técnicas de recepción y comunicación*. (1ra ed.). Malaga, España: Innovación y Cualificación S.L. INNOVA Editorial.

ZAPATA SÁNCHEZ, P. (2011). *Contabilidad General* (Septima ed.). México D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.

ZIKMUND, W., & BABIN, B. J. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Cengage Learning Latin América.

ZULETA, A. (2010). *Bambú Construcciones*. Colombia.

LINKOGRAFÍA

- *APLICACIONES*. Obtenido de Estructura Organizativa, Habilidades Directivas, Mejora Continua: <http://www.luismiguelmanene.com/2011/07/28/los-diagramas-de-flujo-su-definicion-objetivo-ventajas-elaboracion-fases-reglas-y-ejemplos-de-aplicaciones/>
- GERENCIE.COM. (07 de Septiembre de 2008). *Gerencie.com*. Obtenido de Costo de oportunidad: <http://www.gerencie.com/costo-de-oportunidad.html>
- <http://artescana.blogspot.com/>
- <http://repositorio.bce.ec/bitstream/32000/235/1/XX-III-03CANELOS-HIDROVO.pdf>
- <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/205/1/IAEN-035-2002.pdf>
- <http://servicios.ambiente.gob.ec/saf/estadisticas/Aprovechamiento%202007-2009.pdf>
- <http://www.angytagua.net/canaguadua.php>
- <http://www.buenvivir.gob.ec/agenda-zona1>
- <http://www.russellbedford.com.ec/images/Boletines%202010/12.%20Resolucion%20SUPER%20CIAS%20PYMES%20-%20SC-INPA-UA-G-10-005.pdf>
- <http://www.trabajo.gob.ec/fundaciones-corporaciones-y-microempresas-asociativas/>
- <https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.gpe.42.1976.pdf>
- MARÍN MONTEAGUDO, D. R. (Martes, 24 de Enero de 2012). *Elaboración de proyectos educativos y sociales*. Obtenido de Universidad Pedagógica Nacional: <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>
- RODAS, F. (08 de Febrero de 2012). *Contabilidad Puntual*. Obtenido de <https://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>

- SAN, L. (18 de Marzo de 2009). *Temas de Administración de Empresas*. Obtenido de Agropecuarias: <http://admluisfernando.blogspot.com/2009/07/iv-estudio-financiero.html>
- Trabajo, M. d. (s.f.). *Fundaciones, Corporaciones y Microempresas Asociativas*. Obtenido de REQUISITOS PARA LA CONSTITUCION DE UNA MICROEMPRESA ASOCIATIVA: <http://www.trabajo.gob.ec/fundaciones-corporaciones-y-microempresas-asociativas/>
- www.bambuguadua.tripod.com
- www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10536/2/CAPITULO%201.doc
- www.gestiopolis.microempresaimbaburaibarra.com
- www.guaduabiz.com
- www.Ibarra.gob.ec
- www.microempresa.blogdiario.com/1206741300/
- www.monografías.establecimientoprecio.com/Administración
- www.monografías.oferta-demanda.com/Administración
- www.muebleslineafractal.mex
- www.tueconomía.com

ANEXOS

ANEXO 1 CATÁLOGO DE PRODUCTOS













ANEXO 2 ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE CAÑA GUADUA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ING. CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE CAÑA GUADUA

- 1) La producción de caña guadua en su propiedad, es:
- 2) ¿Aproximadamente cuantas unidades se producen por año en su propiedad?
- 3) ¿En qué tiempo esta apta la caña guadua para su cosecha?
- 4) ¿Qué tipos de caña guadua conoce?
- 5) ¿A qué mercado está dirigida su producción?
- 6) ¿En qué precio comercializa cada unidad de caña guadua?
- 7) ¿Qué características o bondades de esta madera conoce?
- 8) ¿En qué se puede utilizar?
- 9) ¿Qué amenazas tiene esta madera?
- 10) ¿Qué durabilidad tiene esa madera?
- 11) ¿Qué tratamientos utiliza para su preservación?
- 12) ¿La tecnología que usted utiliza para la producción es?
- 13) ¿Posee un plan de producción aprobado por el Ministerio del Ambiente?

14) ¿Dónde entrega la producción?

15) ¿Cómo entrega la producción?

16) Cuándo vende la producción lo hace:

Fecha:.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE ASERRADEROS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ING. CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE ASERRADEROS

1) ¿Conoce en qué se utiliza la caña guadua?

- a) Artesanías ()
- b) Construcción ()
- c) Muebles ()

2) ¿Cómo vende la caña guadua?

- a) ()
- b) ()
- c) ()
- d) ()

3) ¿En qué forma vende esta madera?

- a) Al contado ()
- b) Crédito directo ()
- c) Otra ()

- 4) ¿Cuál es el tiempo que concede en las ventas a crédito?
- a) Mas 60 días
 - b) Ninguna
- 5) ¿De dónde proviene la caña guadua que usted vende?
- a) Sierra
 - b) Costa
 - c) Oriente
- 6) ¿Cuántas unidades de caña guadua vende al mes?
- a) 100 unid.
 - b) 150 unid.
 - c) 200 unid.
 - d) Más de 200 unid.
- 7) ¿Qué costo tiene una unidad de caña guadua?
- a) De 1,51 a 2 dólares
 - b) De 2,01 a 3,50 dólares
 - c) Más de 3,50 dólares
- 8) ¿Produce su aserradero algún producto con la caña guadua?
- a) Muebles
 - b) Artesanías
 - c) Escaleras
 - d) Laminas
 - e) Paneles

9) ¿Qué dificultades tiene para conseguir la caña guadua?

.....

10) ¿Conoce usted alguna amenaza que tenga la madera de caña guadua?

a) Tala indiscriminada ()

b) Ninguna ()

c) Desconoce ()

11) ¿Utiliza en su aserradero algún tratamiento para conservar la caña guadua?

a) Secado natural ()

b) Ninguno ()

12) ¿Qué características o bondades conoce de la caña guadua?

a) Resistencia ()

b) Durabilidad ()

c) Rápido crecimiento ()

d) Desconoce ()

13) ¿Qué variedades de caña guadua vende?

a) ()

b) ()

14) ¿Qué factores influye en la fijación del precio de venta de la caña guadua?

- a) Intermediarios ()
- b) Calidad ()
- c) Diámetro ()
- d) Rectitud ()
- e) Largo ()
- f) Demanda ()

ANEXO 4 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ARTESANOS DE MUEBLES

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ING. CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ARTESANOS DE MUEBLES

- 1) ¿Hace qué tiempo está dedicado a esta actividad de la elaboración de muebles?
 - a) Entre 1 – 5 años
 - b) Entre 6 – 10 años
 - c) Más de 10 años

- 2) ¿Ha utilizado la caña guadua para elaborar muebles?
 - a) No
 - b) Alguna vez

- 3) ¿Qué dificultades existen en el mercado de la madera?
 - a) Falta de materia prima
 - b) Poco consumo
 - c) Precios altos

- 4) Los muebles que usted vende son elaborados a:
- a) Pedido
 - b) Sin pedido
 - c) De catálogo
- 5) ¿Por qué considera que los muebles elaborados con madera tienen aceptación en el mercado?
- a) Pedido
 - b) Venta rápida
 - c) Todos los anteriores
- 6) ¿En cuánto tiempo produce su taller un juego de muebles?
- a) De una a dos semanas
 - b) De dos a tres semanas
 - c) Más de tres semanas
- 7) ¿Qué tipo de muebles fabrica normalmente?
- a) Sala
 - b) Comedor
 - c) Cocina
 - d) Dormitorio
 - e) Oficina

8) ¿Dónde comercializa normalmente los muebles?

- a) En la fábrica
- b) Almacén
- c) Mercado

9) ¿Qué estilos de muebles fabrica normalmente usted?

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)
- f)

10) ¿Cómo realiza el cobro por la venta de los muebles?

- a) Contado
- b) Crédito directo
- c) Tarjeta de crédito

Fecha:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 5 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE MUEBLES

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ING. CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE MUEBLES

- 1) ¿De qué materiales son los muebles que usted ha comprado?
- a) Madera
 - b) Hierro
 - c) Plástico
 - d) Mixtos (madera, hierro)
- 2) ¿Para qué ambientes ha comprado muebles de madera?
- a) Sala
 - b) Comedor
 - c) Cocina
 - d) Dormitorio
 - e) Oficina
 - f) Todos

- 3) ¿Cada que tiempo cambia de muebles?
- a) Entre 1 – 5 años
 - b) Entre 6 – 10 años
 - c) Más de 10 años
 - d) Situación económica
- 4) ¿Cómo prefiere adquirir los muebles?
- a) Elaborados a pedido
 - b) Fabricados
 - c) De catálogo
- 5) 5)¿Qué es lo que más le atrae y hace que se decida a adquirir los muebles?
- a) Los acabados
 - b) La comodidad
 - c) Facilidad de compra
 - d) Todas las anteriores
- 6) ¿En dónde compra normalmente los muebles?
- a) Fabricas
 - b) Almacén
 - c) Centro comercial
 - d) Mercado

7) ¿Qué estilo de muebles le gusta a usted?

- a) Moderno ()
- b) Lineal ()
- a) Clásicos ()
- b) Rústicos ()
- c) Contemporáneos ()
- d) Otros ()

8) ¿Cómo prefiere realizar el pago, cuando compra los muebles?

- a) Efectivo ()
- b) Crédito ()
- c) Tarjeta ()

9) ¿Compraría muebles elaborados con caña guadua; para que uso?

- a) Sala ()
- b) Comedor ()
- c) Cocina ()
- d) Dormitorio ()
- e) Oficina ()
- f) Ninguno ()

10) ¿Por qué medio prefiere recibir información y promociones?

- a) Radio ()
- b) Televisión ()
- c) Internet ()
- ()
- ()

- d) Impresos
- e) Ninguno

11) ¿Tiene alguna radio de preferencia, cuál?

.....

12) ¿En dónde prefiere recibir información publicitaria?

- a) Casa ()
- b) Lugar de trabajo ()
- c) Calle ()
- d) Ninguna ()
- e) Otro ()

.....

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir si se decidiera a comprar muebles de caña guadua?

- a) 300 a 400 ()
- b) 401 a 500 ()
- c) 501 a 600 ()
- d) Más de 601 ()

Fecha:.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 6 COTIZACIÓN FERRETERÍA UNIVERSO

FERRETERÍA UNIVERSO		PROFORMA:	01PR000072	126	
Cliente:	EDISON VILLARRUEL	RUC:	1001836301		
Dirección:	AV. ATAHUALPA 34-58	FECHA:	20-nov-14	11:58	
Código	Detalle	Cantidad	Pre/U	Total	
6931	JUEGO COPA SIERRA RIHNO 5 PCS	1,00	3,57	3,57	*
7917	COMPRESOR 2HP PORTEN 110V	1,00	102,68	102,68	*
8205	JUEGO BROCAS 1/16 x 1/2 29PCS	1,00	71,43	71,43	*
2273	JUEGO DESARMADOR STY 10 PCS 691	1,00	22,32	22,32	*
2901	MARTILLO UÑA 27 STANLEY	1,00	6,25	6,25	*
3969	PLAYO 8" 84098 STY	1,00	5,63	5,63	*
7139	FORMON STY 3/4 16111	1,00	4,11	4,11	*
1788	FORMON STY 5/8 16110	1,00	4,02	4,02	*
1787	FORMON STY 1/2 16107	1,00	3,57	3,57	*
5075	TALADRO DEWALT 1/2 245	1,00	177,68	177,68	*
4869	SIERRA CALADORA DEWALT DW 331K	1,00	223,21	223,21	*
4889	SIERRA DEWALT CIRCULAR DW 384	1,00	290,18	290,18	*
2374	LIJADORA DEWALT 5" D26471	1,00	107,14	107,14	*
	JUEGO DE LLAVES MIXTA	1,00	45,00	45,00	*
	ESMERIL 1HP	1,00	160,00	160,00	*
	CUCHILLO	2,00	4,00	8,00	*
	MACHETE	2,00	6,55	13,10	*
	ESCUADRA GRANDE	1,00	8,80	8,80	*
		BASE 0:		-	
		BASE IVA:		1.256,69	
		IVA:		150,80	
		TOTAL:		1.407,49	

ANEXO 7 COTIZACIÓN INTEC PC



INTEC PC
 INNOVACION & TECNOLOGIA A TU SERVICIO

Av. Teodoro Gómez de la Torre y Bartolomé García
 Telf: 062545-425
 Email: intecpc@protonmail.com

FECHA: 9 de enero de 2015
 CLIENTE: EDISON VILLARREAL
 DIRECCION:
 RUC:
 TELEFONO:

CANTIDAD	CARACTERISTICAS		
1	PC CORE I7 MAINBOARD ASUS M91 PROCESADOR CORE I7 MEMORIA 8 GB DISCO DURO 1TB DVD WRITER CASE MONITOR 20" TECLADO MOUSE PARLANTES	863	859,00
1	IMPRESORA CANON MG2410	49,11	49,11
SUBTOTAL			902,11
IVA		12%	108,25
TOTAL			1010,36

* Proforma valida hasta el 17 de enero de 2015
 La Proforma está sujeta a cambios por variación de precios
 INTEC PC
 EN CASO DE TRANSFERENCIA BANCO DEL PACIFICO CTA CTE # 002359007-7 HILDA MORALES

INTEC PC
 INNOVACION & TECNOLOGIA
 A TU SERVICIO
 RUC: 100254245-001

ANEXO 8 COTIZACIÓN LÍNEA NUEVA MOBILIARIO CIA. LTDA.



PROFORMA 0000301

Oficina Local y Táctico: Juan Montalvo 6-50 y Pedro Montalvo Telf: 261 7791 / 260 0094
 Almacén Pedro Montalvo y Camino Esquina Telf: 295 3400 / Fax: 261 1107
 E-mail: linea nuevamobiliario@gmail.com Ibarra - Ecuador

Cliente: EDISON V. CARROZL Ibarra, a 09 de MARZO de 2015
 Dirección: J. FLAZCA RUC: 1001876301
 Email: Telf: 04651787

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
1	ESTACION TRABAJO EXPL 150X150 ACCESORIO MONTAJE (1) Espuma triple (1) Pata T. Doble, (1) pasador	310	310
2	SILLAS VISITA 80X70 C/ARMAS 70X70 C/ARMAS 40X60	57	114
1	SILLA ESPALDA 80X70 C/ARMAS		115
Los precios ya incluyen IVA			

Observaciones:

LINEA NUEVA
 MOBILIARIO CIA. LTDA.
 RUC: 1001876301

[Firma]
 Firma y Sello

[Firma]
 Cliente

SUBTOTAL	
IVA 0 %	
IVA 12 %	
TOTAL USD.	539

Tiempo de Entrega:
 Forma de Pago:

Muebles para Oficina y Hogar