



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES PARA EL HOGAR EN EL BARRIO
YAHUARCOCHA, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTOR(A):

TAYÁN GAVILIMA TANIA MARIELA

DIRECTOR:

ECON. CERVANTES FERNÁNDEZ LUIS ARTURO

IBARRA, 2019

RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio se llevó a cabo para determinar la viabilidad de crear una microempresa para la fabricación y venta de muebles para el hogar en el vecindario 'Yahuarcocha', ciudad de Ibarra. La provincia de Imbabura, que ofrece muebles personalizados al público con la posibilidad de combinar colores, formas y materiales que se adapten a sus gustos y preferencias. En este estudio se aplicaron diversas técnicas de investigación que permitieron identificar potenciales aliados, opositores, oportunidades y riesgos. En el análisis de mercado, se utilizan varias herramientas de investigación para conocer las preferencias de los consumidores sobre los productos que se ofrecen, y también la oferta actual en el mercado de muebles con características similares a las del proyecto. Teniendo en cuenta que los productos que ofrecerán las microempresas se realizarán de acuerdo con las preferencias específicas, el precio se establecerá de acuerdo con el precio promedio de la competencia y los costos de producción, y también los mecanismos utilizados para comercializar el producto y los medios de publicidad. El estudio técnico revela la ubicación del proyecto y el valor de inversión para esta puesta en marcha. El estudio financiero determina la viabilidad financiera del proyecto en el que se establecen varios estados financieros para determinar la rentabilidad y la viabilidad de la empresa. La propuesta organizativa establece el nombre y la razón de ser de la microempresa, la estructura organizativa y las funciones de cada área. Finalmente, los impactos positivos del proyecto están bien detallados en la última sección del trabajo de grado.

ABSTRACT

This study was carried out to determine the feasibility of creating a microenterprise for the manufacture and sale of home furniture in 'Yahuarcocha' neighborhood, Ibarra city, Imbabura province, which aims to offer Customized furniture to the public with the possibility of combining colors, shapes and materials that suit their tastes and preferences. In this study were applied various research techniques that allowed identifying potential allies, opponents, opportunities and risks. In the market analysis several research tools are used to know the consumer preference on the products to be offered, and also the current offer in the market of furniture with similar characteristics to the ones in the project. taking into account that the products the microenterprise offer will be made according to specific preferences, the price is established according to the average price of the competition and production costs, and also the mechanisms used to commercialize the product and the advertising media. The technical study reveals the location of the project and the investment value for this start up. The financial study determines the financial viability of the project in which several financial statements are established to determine profitability and viability of the company. The organizational proposal establishes the name and raison d'être of the microenterprise, organizational structure, and the functions of each area. Finally, the positive impacts of the project are well detailed in the last section of the degree work.

Victor Rodriguez
ma



AUTORÍA

Yo, Tania Mariela Tayán Gavilima portadora de la cedula de ciudadanía N° 100385656-3, declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí descrito: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES PARA EL HOGAR EN EL BARRIO YAHUARCOCHA, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes de información y referencias bibliográficas incluidas en este documento.




Tania Mariela Tayán Gavilima

C.I: 100384656-3

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada Tania Mariela Tayán Gavilima, para obtener el título de INGENIERIA COMERCIAL, cuyo tema es: “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES PARA EL HOGAR EN EL BARRIO YAHUARCOCHA, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación del tribunal examinador que se le asigne.

Atentamente,



Econ. Luis Cervantes

DIRECTOR



CESIÓN DE DERECHOS A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

Yo, Tania Mariela Tayán Gavilima, portadora de la cedula de identidad N° 100384656-3 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES PARA EL HOGAR EN EL BARRIO YAHUARCOCHA, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERIA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Firma:

Nombre: Tania Mariela Tayán Gavilima

Cedula: 100384656-3

Fecha: 12 de junio del 2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100384656-3		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Tayán Gavilima Tania Mariela		
DIRECCIÓN:	Ibarra, calles Dr Agustín Cueva y Yahuarcocha		
EMAIL:	taniatayan1994@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0991805776
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES PARA EL HOGAR EN EL BARRIO YAHUARCOCHA, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”		
AUTOR:	Tayán Gavilima Tania Mariela		
FECHA:	12 de junio del 2019		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	Pregrado		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera Comercial		
ASESOR/DIRECTOR:	Econ. Luis Cervantes		

2. CONSTANCIAS

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

AUTORA:



Tania Mariela Tayán Gavilima

C.I: 1003846563

DEDICATORIA

El presente proyecto es dedicado a mi madre Sonia Gavilima y a mi padre Javier Tayán, quienes me apoyaron incondicionalmente durante mi carrera universitaria.

A mis hermanas Angela, Lorena y Anahí quienes son el motor principal de mi vida, las personas que me motivan a salir adelante y que siempre están conmigo.

A mi pareja Beker Benítez, quien ha estado conmigo en todo momento y me ha brindado todo su apoyo incondicional.

Tania Tayán

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que me ha dado la sabiduría necesaria para poder llegar a esta etapa de mi vida y ser quien ha guiado mis pasos hasta el día de hoy.

A mi familia por estar conmigo motivándome ante cualquier obstáculo, brindándome su apoyo y confianza para seguir luchando día tras día.

A mis amigas Joha, Carito, Mishell, Priscila y Brayan, quienes fueron mis compañeros y grandes amigos.

A la Universidad Técnica del Norte, por permitirme en calidad de estudiante ser parte de una prestigiosa institución, en especial la facultad FACA E por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de prepararme para llegar a ser una profesional de calidad.

Tania Tayán

PRESENTACIÓN

El presente proyecto “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES PARA EL HOGAR EN EL BARRIO YAHUARCOCHA, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, está desarrollado en siete capítulos que son: Diagnóstico situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Técnico Financiero, Estructura Organizacional y Análisis de Impactos.

Capítulo I; Se realiza el diagnóstico situacional de la ciudad de Otavalo, con la finalidad de conocer la ubicación del emprendimiento, además de lograr identificar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos a través de la matriz AOOR.

Capítulo II; Se recopila las bases teóricas y científicas que sustenten la investigación tales como fundamentos administrativos, además aspectos técnicos referentes al servicio en base a una bibliografía actualizada.

Capítulo III; Se procede a la determinación de las características que tendrá el servicio, además se realizará un análisis de la oferta y la demanda y también se espera conocer el mercado meta y los precios de la competencia.

Capítulo IV; Dentro del Estudio Técnico se determinó la macro y micro localización, la ingeniería del proyecto, recursos humanos, maquinaria necesaria, de igual manera la inversión requerida, y financiamiento esencial para el desarrollo del proyecto.

Capítulo V; En este capítulo se realizará un estudio financiero, dentro del cual se detallará la inversión inicial, fija y capital de trabajo para la ejecución de la microempresa, también se desarrolló un presupuesto de ingresos y egresos, el punto de equilibrio, por

último, se elaboró los estados financieros como; el estado de situación inicial, estados de resultados y presupuesto de caja.

Capítulo VI; Se estableció un modelo administrativo acorde a los requerimientos del proyecto, también se determina la razón social, además de plantear la filosofía empresarial, es decir el diseño del logotipo y slogan, misión, visión, valores y principios que permitan alcanzar objetivos y metas, finalmente se elaboró un organigrama estructural y el manual de funciones para el proyecto de emprendimiento.

Capítulo VII; El séptimo capítulo contendrá un análisis de los principales impactos que el proyecto generará, cada impacto tendrá su calificación considerando una escala de medición, finalmente dentro del mismo capítulo de elaborará las conclusiones y recomendaciones.

TABLA DE CONTENIDO

1. NOMBRE DEL PROYECTO	1
2. ANTECEDENTES	1
3. JUSTIFICACIÓN.....	2
4. OBJETIVOS.....	3
4.1. OBJETIVO GENERAL	3
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
CAPÍTULO 1	4
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	4
1.1. Antecedentes	4
1.2. Objetivos.....	4
1.2.1. Objetivo General.....	4
1.2.2. Objetivos específicos.....	5
1.3. Variables diagnósticas	5
1.4. Indicadores	5
1.5. Matriz de relación diagnóstico	7
1.6. Desarrollo de Variables e Indicadores.....	8
1.6.1 Variable Económica	8
1.6.1.1. Sector Servicios	8
1.6.1.2. Sector Industrial.....	8
1.6.1.3. Sector de la construcción.....	9
1.6.2. Variables Sociales.....	9
1.6.2.1. Vivienda	9
1.6.2.2. Cultural	10
1.6.2.3. Tendencias Actuales en muebles	11

1.6.2.4. Acceso a créditos	12
1.6.3 Variables Demográficas	13
1.6.3.1. Población	13
1.6.3.2. PEA.....	14
1.6.4 Variables Tecnológicas.....	15
1.6.4.1 Maquinaria.....	15
1.6.4.2. Equipo de computación	21
1.6.4.3. Redes Sociales	21
1.6.4.3.1. Internet.....	22
1.6.4.4. Proveedores	22
1.6.5. Variable Regulatoria.....	23
1.6.5.1. Fomento del municipio.....	23
1.7. Matriz AOOR	24
1.7.1 Determinación de la oportunidad de Inversión.....	25
CAPÍTULO II.....	26
2. MARCO TÉORICO	26
2.2. Objetivos	26
2.2.1. Objetivo General	26
2.2.2. Objetivo Específicos	26
2.3. Microempresa	26
2.4. Características de la Microempresa.....	27
2.5. Clasificación de las Microempresas	27
2.6. Emprendimiento	28
2.7. Definición de Mueble	28
2.8. Tipos de Muebles	29
2.9. Muebles para el Hogar.....	30

2.10. Estudio de mercado	31
2.11. Mercado meta.....	31
2.12. Segmento de mercado.....	32
2.13. Oferta.....	32
2.14. Demanda.....	32
2.15. Demanda Insatisfecha.....	33
2.16. Precio.....	33
2.17. Comercialización.....	33
2.18. Publicidad.....	34
2.19. Estudio técnico	34
2.20. Tamaño del proyecto	35
2.21. Macro localización	35
2.22. Micro localización	35
2.23. Capacidad instalada.....	36
2.24. Inversión.....	36
2.25. Estudio Financiero.....	36
2.26. Ingresos.....	37
2.27. Gastos.....	37
2.28. Materia Prima	37
2.29. Mano de Obra	38
2.30. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	38
2.31. Estados financieros	38
2.32. Flujo de caja	39
2.33. Gasto administrativo.....	39
2.34. Estructura Organizacional	39
2.35. Misión.....	40

2.36. Visión.....	40
2.37. Organigrama Estructural.....	41
2.38. Impactos.....	41
2.39. Económico.....	41
2.40. Ambiental.....	42
2.41. Social.....	42
CAPÍTULO III.....	43
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	43
3.1. Introducción.....	43
3.2. Objetivos del Estudio de Mercado.....	43
3.2.1. Objetivo General.....	43
3.2.2. Objetivo Específico.....	44
3.3. Variables e indicadores.....	44
3.3.1 Variables.....	44
3.3.2. Indicadores.....	44
3.4. Relación matriz Estudio de Mercado.....	46
3.4.1 Descripción de los productos.....	47
3.4.2. Segmentación del mercado.....	50
3.4.2.1. Población y muestra.....	51
3.4.3. Análisis de los resultados de la encuesta.....	52
3.4.3.1. Análisis de la demanda.....	63
3.4.4. Determinación de la demanda.....	63
3.4.5. Oferta.....	65
3.4.6. Demanda Insatisfecha.....	70
3.4.7. Análisis de determinación de precios.....	71
3.4.8. Estrategias de comercialización.....	72

3.4.8.1. Marketing mix (4Ps).....	72
3.4.8.1.1. Productos	73
3.4.8.1.2. Precio	74
3.4.8.1.3. Plaza	74
3.4.8.1.4. Promoción y Publicidad	75
CAPÍTULO IV	76
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	76
4.2 Objetivos.....	76
4.2.1 Objetivo general	76
4.2.2. Objetivos Específicos	76
4.3. Localización óptima del proyecto.....	77
4.3.1. Macro localización	77
4.3.2. Micro localización	78
4.4. Tamaño del Proyecto	80
4.4.1. Factores determinantes del tamaño del proyecto.....	81
4.5. Capacidad instalada	82
4.5.1. Capacidad de Producción	83
4.6. Distribución de la planta.....	83
4.7. Flujo de procesos	85
4.7.1. Proceso de Producción.....	86
4.8. Inversiones.....	87
4.8.1. Inversión Fija.....	87
4.8.2. Resumen de Inversiones Fijas	90
4.9. Inversiones Corrientes	91
4.9.1. Materia Prima	91
4.9.2. Maño de obra	92

4.9.3. Costos Indirectos de fabricación.....	93
4.10. Gastos Administrativos	93
4.11. Capital de trabajo.....	95
4.12. Gastos constitución.....	95
4.13. Inversión Inicial.....	96
4.14. Financiamiento del proyecto	96
4.14.1 Amortización de la deuda	97
CAPÍTULO V	99
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	99
5.1. Introducción.....	99
5.2. Objetivos.....	99
5.2.1. Objetivo general	99
5.2.2. Objetivos Específicos	99
5.3 Presupuesto de ventas.....	100
5.4. Presupuesto de Costos	102
5.4.1. Costos Directos de Producción.....	102
5.4.1.1. Materia prima Directa.....	102
5.4.1.2. Mano de Obra Directa	103
5.4.2. Costos Indirectos de Fabricación.....	104
5.4.2.1. Materia prima Indirecta	104
5.4.2.2. Mano de Obra Indirecta.....	104
5.4.2.3. Servicios Básicos.....	104
5.4.3. Resumen de Costos de Producción.....	105
5.5. Gastos Administrativos	106
5.5.1. Gasto Internet	106
5.5.2. Gasto Arriendo	106

5.5.3. Gasto Publicidad.....	106
5.5.4. Gasto Transporte	107
5.5.5. Gastos Imprevistos	107
5.5.6. Resumen de Gastos Administrativos.....	107
5.6. Gastos Depreciaciones.....	108
5.7. Balance General.....	108
5.8. Estado de Resultados	109
5.9. Flujo de caja	110
5.10. Balance General.....	111
5.10 Punto de equilibrio	112
5.10.1. Punto de equilibrio en unidades en muebles de dormitorio (Closets).....	112
5.10.2. Punto de equilibrio en dólares en muebles de dormitorio (Closets).....	112
5.10.2. Punto de equilibrio en unidades en muebles de cocina	113
5.10.2.1 Punto de equilibrio en dólares en muebles de cocina.....	113
5.10.1.1 Punto de equilibrio en unidades en muebles de baño.....	114
5.10.1.2 Punto de equilibrio en dólares en muebles de baño	114
CAPÍTULO VI.....	115
6. ESTUDIO ORGANIZATIVO.....	115
6.1. Introducción.....	115
6.2. Objetivos.....	115
6.2.1. Objetivo General.....	115
6.2.2. Objetivos específicos.....	115
6.3. Nombre y razón social.....	116
6.4. Slogan	116
6.5. Logotipo	117
6.6. Misión.....	117

6.7. Visión	117
6.8. Objetivos.....	118
6.9. Valores Estratégicos	118
6.10. Políticas	119
6.11. Organigrama Estructural	119
6.12. Estructura funcional.....	120
6.13. Manual de funciones.....	120
6.14. Aspectos Legales	124
6.14.1. Requisitos de funcionamiento	124
6.15. Tipo de empresa.....	125
7. IMPACTOS.....	126
7.1. Introducción	126
7.2. Objetivos.....	126
7.2.1. Objetivo General.....	126
7.2.2. Objetivos Específicos	126
7.3. Escala de mediación de impactos	126
7.4. Impacto Social	127
7.5. Impacto Económico	128
7.6. Impacto Ambiental	129
7.7. Resumen de Impactos	130
CONCLUSIONES.....	131
RECOMENDACIONES	132
ANEXOS	133
Bibliografía.....	143

Tabla 1 Matriz de Relación Diagnóstico	7
Tabla 2: Población de Ibarra.....	13
Tabla 3 Población Económicamente Activa.....	14
Tabla 4 Materia Prima	23
Tabla 5 Maquinaria.....	23
Tabla 6 Matriz AOOR	24
Tabla 7 Clasificación de la microempresa.....	28
Tabla 8 Matriz Estudio de Mercado	46
Tabla 9 Segmentación del Mercado	50
Tabla 10 Número de la Población de las Parroquias y nivel Económico.....	51
Tabla 11 Datos para cálculo de la muestra	51
Tabla 12 Adquisición de muebles	53
Tabla 13 Tipos de muebles.....	54
Tabla 14 Frecuencia de compra o renovación	55
Tabla 15 Disponibilidad económica en muebles de baño	56
Tabla 16 Disponibilidad económica en muebles de cocina.....	57
Tabla 17 Disponibilidad económica en muebles de dormitorio (Closets).....	58
Tabla 18 Lugar de compra de muebles.....	59
Tabla 19 Factor importante en la adquisición de muebles	60
Tabla 20 Forma de pago	61
Tabla 21 Medios de publicidad	62
Tabla 22 Determinación de la demanda en muebles de dormitorio (Closets).....	64
Tabla 23 Determinación de la demanda en muebles de Cocina	64
Tabla 24 Determinación de la demanda en muebles de Baño.....	65
Tabla 25 Resultados de la entrevista	66
Tabla 26 Oferta en muebles de dormitorio (Dentro del sector).....	67

Tabla 27 Oferta en muebles de dormitorio (Fuera del sector).....	67
Tabla 28 Determinación de la Oferta en muebles de dormitorio	68
Tabla 29 Oferta en muebles de cocina (Dentro del sector)	68
Tabla 30 Oferta en muebles de cocina (Fuera del sector)	68
Tabla 31 Determinación de la Oferta en muebles de cocina	69
Tabla 32 Oferta en muebles de baño (Dentro del sector).....	69
Tabla 33 Oferta en muebles de baño (Fuera del sector)	69
Tabla 34 Determinación de la Oferta en muebles de baño.....	70
Tabla 35 Resumen de la oferta	70
Tabla 36 Determinación de la Demanda Insatisfecha	71
Tabla 37 Determinación de precios por metro	71
Tabla 38 Análisis cuantitativo de la localización	79
Tabla 39 Tamaño del proyecto en espacio físico	82
Tabla 40 Capacidad de producción	83
Tabla 41 Distribución de la planta.....	84
Tabla 42 Infraestructura.....	87
Tabla 43 Herramientas.....	88
Tabla 44 Maquinaria y Equipo	89
Tabla 45 Equipo de computo.....	89
Tabla 46 Muebles y Enseres	90
Tabla 47 Resumen inversiones fijas	90
Tabla 48 Materia prima directa	91
Tabla 49 Sueldos y beneficios	92
Tabla 50 Costos indirectos de fabricación mensual	93
Tabla 51 Gasto Internet	93
Tabla 52 Gasto arriendo	93

Tabla 53 Gasto publicad	94
Tabla 54 Gasto Transporte	94
Tabla 55 Gastos Imprevistos	94
Tabla 56 Capital de trabajo.....	95
Tabla 57 Gasto constitución	95
Tabla 58 Inversión inicial	96
Tabla 59 Financiamiento del Proyecto	96
Tabla 60 Presupuesto estimado en ventas	101
Tabla 61 Materia prima directa anual.....	102
Tabla 62 Mano de Obra Directa Anual	104
Tabla 63 Materia Prima Indirecta Anual	104
Tabla 64 Mano de Obra Indirecta Anual	104
Tabla 65 Servicios Básicos Anual	104
Tabla 66 Resumen de costos de producción.....	105
Tabla 67 Gasto internet anual.....	106
Tabla 68 Gasto arriendo anual.....	106
Tabla 69 Gasto publicidad anual	106
Tabla 70 Gasto transporte anual	107
Tabla 71 Gastos Imprevistos	107
Tabla 72 Resumen gastos administrativos	107
Tabla 73 Gasto depreciación	108
Tabla 74 Balance General.....	108
Tabla 75 Estado de Resultados.....	109
Tabla 76 Flujo de caja	110
Tabla 77 Balance General Mensual.....	111
Tabla 78 Niveles de Impacto	127

Tabla 79 Nivel de impacto social	127
Tabla 80 Nivel de impacto económico	128
Tabla 81 Nivel de impacto ambiental.....	129
Tabla 82 Resumen de impactos	130
Gráfico 1 Sierra de Banco	15
Gráfico 2 Compresor de aire	16
Gráfico 3 Ingletadora.....	17
Gráfico 4 Tupi	18
Gráfico 5 Lijadora Eléctrica	19
Gráfico 6 Taladro eléctrico.....	20
Gráfico 7 Mueble de dormitorio (Closets)	47
Gráfico 8 Mueble de cocina	48
Gráfico 9 Mueble de baño	49
Gráfico 10 Adquisición de muebles	53
Gráfico 11 Tipos de muebles.....	54
Gráfico 12 Frecuencia de compra o renovación.....	55
Gráfico 13 Disponibilidad económica en muebles de baño	56
Gráfico 14 Disponibilidad económica en muebles de cocina.....	57
Gráfico 15 Disponibilidad económica en muebles de dormitorio (Closets)	58
Gráfico 16 Lugar de compra de muebles.....	59
Gráfico 17 Factor importante en la adquisición de muebles	60
Gráfico 18 Forma de pago	61
Gráfico 19 Marketing mix	73
Gráfico 20 Canal de comercialización.....	74
Gráfico 21 Mapa Zona 1 del Ecuador	78

Gráfico 22 Ubicación del Proyecto	80
Gráfico 23 Flujograma de procesos	85
Gráfico 24 Punto de Equilibrio Muebles de dormitorio (Closets).....	112
Gráfico 25 Punto de Equilibrio muebles de cocina	113
Gráfico 26 Punto de Equilibrio.....	114
Gráfico 27 Logotipo	117
Gráfico 28 Organigrama Estructural	120

1. NOMBRE DEL PROYECTO

“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES PARA EL HOGAR EN EL BARRIO YAHUARCOCHA, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

2. ANTECEDENTES

Las pequeñas y medianas empresas aportan en gran mayoría al desarrollo económico productivo y comercial del país, generando fuentes de empleo y mejorando la calidad de vida. Ecuador es un país conocido por la exclusividad de los muebles, es destacado por la calidad y diseño que van de acuerdo con el gusto de los clientes.

En la actualidad existe cerca de 1500 artesanos en el sector Imbabureño que trabaja en el sector maderero, que son reconocidos por su alta calidad artística. En la provincia de Imbabura existe un talento artesanal en la elaboración de muebles y tiene un reconocimiento nacional e internacional por una extensa gama de modelos, diseños y colores en muebles de alta calidad. (Rodríguez A. , 2016)

San Antonio de Ibarra se destaca en la elaboración de muebles, en la actualidad existe la mayor afluencia y concentración de artesanos dedicados a la producción de muebles de alta calidad y sus estupendos acabados. Constituyéndose en un eje motriz que incide directamente con la producción y la comercialización de productos artesanales de la zona por lo tanto el 97% de los habitantes de este sector se dedican a esta actividad. (Montesdeoca, 2013)

El índice de crecimiento en construcción de viviendas es de 5,0% anual en los últimos 15 años el aumento fue de 35,6%. En Imbabura fueron concedidos 1.237 permisos de construcción de viviendas mientras que a nivel cantonal en la ciudad de Ibarra fueron concedidos 647 permisos. Es necesario la obtención permisos de construcción para proyectos inmobiliarios tanto a nivel urbano como rural, posee relación con: las nuevas construcciones, reconstrucciones y ampliaciones de las mismas. (INEC, 2015)

3. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad Yahuarcocha es uno de los principales atractivos turísticos; se encuentra ubicada en la zona norte del país a 3 kilómetros de la ciudad de Ibarra, en dicho lugar se encuentran microempresas dedicada a la fabricación y comercialización de muebles las mismas que trabajan de forma empírica, es decir trabajan a partir de la experiencia por esta razón se ven obligados a entregar sus productos a bajos precios.

Por ello es necesario contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los clientes mediante procesos organizacionales apegada a la realidad, donde el cliente pueda cumplir sus necesidades en modelos diseños y calidad sin tener que trasladarse otro lugar de la ciudad. Este proyecto tiene la finalidad de contribuir con el desarrollo del barrio Yahuarcocha, cubriendo la demanda que existe por parte de la población en productos elaborados de madera.

Por ende, permitirá generar ingresos económicos, dejando de ser empleado para convertirse en el dueño de su propia microempresa siendo capaz de generar fuentes de empleo. Hoy en día las empresas buscan ser competitivas en el mercado innovando y adaptándose a los cambios tecnológicos para lograr su posicionamiento y así lograr la captación de clientes.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Crear una microempresa fabricante y comercializadora de muebles para el hogar en el barrio Yahuarcocha, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un diagnóstico situacional del entorno para identificar aliado, oponente, oportunidades y riesgos.
- Elaborar un marco teórico conceptual y legal para el sustento del presente trabajo.
- Realizar un estudio de mercado para determinar demanda, oferta, precios y comercialización de los productos.
- Elaborar un estudio técnico que permita delimitar la localización, macro localización, micro localización, tamaño y las inversiones que requeriría el proyecto.
- Efectuar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.
- Diseñar la estructura técnica organizacional del proyecto para la creación de la microempresa.
- Establecer los principales impactos sociales, económicos y ambientales que generará el proyecto.

CAPÍTULO 1

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

En San Antonio de Ibarra (provincia de Imbabura), donde las artesanías y esculturas tienen reconocimiento nacional e internacional, también goza de un gran prestigio por la calidad de sus muebles conocida por su diseño, innovación, originalidad y materiales de última generación irrumpen en las nuevas tendencias del mercado.

La microempresa está ubicada en el barrio Yahuarcocha, dentro de la ciudad de Ibarra misma que contará con toda la normativa legal vigente, rigiéndose en el cumplimiento de las normas legales del país. También dará a conocer los nuevos procesos de producción de los muebles modernos a fabricar en la microempresa, identificando estrategias de comercialización.

Este diagnóstico permitirá conocer la situación actual en el aspecto socio-económico en que se desenvuelve la microempresa tomando en cuenta variables e indicadores mismos que determinará la aceptación de los productos en el sector a ejecutarse.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Desarrollar un diagnóstico situacional del entorno para identificar aliado, oponente, oportunidades y riesgos.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar los aspectos económicos que se desarrollan en la ciudad de Ibarra.
- Identificar los aspectos sociales de la ciudad de Ibarra.
- Identificar el entorno demográfico en el cual se llevará a cabo el proyecto.
- Determinar los aspectos tecnológicos que se va a utilizar para la fabricación de los muebles.
- Analizar los aspectos legales que se necesita para la creación de la microempresa.

1.3. Variables diagnósticas

- Aspecto Económico
- Aspecto Social
- Entorno Demográfico
- Aspecto Tecnológico
- Aspecto Regulatorio

1.4. Indicadores

Aspecto Económico

- Sector Servicios
- Sector Industrial
- Sector de la construcción

Aspecto Social

- Vivienda
- Cultura
- Tendencias actuales en muebles
- Accesos a créditos

Entorno Demográfico

- Población
- PEA

Aspecto Tecnológico

- Maquinaria
- Equipo de computación
- Redes sociales
- Internet
- Proveedores

Aspecto Reglamentario

- Leyes
- Permisos

1.5. Matriz de relación diagnóstico

Tabla 1 Matriz de Relación Diagnóstico

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES
Determinar los aspectos económicos que se desarrollan en la ciudad de Ibarra.	Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Sector Servicios • Sector Industrial • Sector de la Construcción 	Investigación documentada	Secundaria
Identificar los aspectos sociales de la ciudad de Ibarra.	Social	<ul style="list-style-type: none"> • Vivienda • Cultura • Tendencias Actuales en muebles • Accesos a créditos 	Investigación documentada	Secundaria
Identificar el entorno demográfico en el cual se llevará a cabo el proyecto.	Demográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Población • PEA 	Investigación mediante Encuesta	Secundaria
Determinar los aspectos tecnológicos que se va a utilizar para la fabricación de los muebles.	Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria • Equipo de computación • Redes sociales • Internet • Proveedores 	Investigación documentada	Secundaria
Analizar los aspectos legales que se necesita para la creación de la microempresa.	Regulatorio	<ul style="list-style-type: none"> • Leyes • Permisos 	Investigación documentada	Secundaria

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Tania Tayán

1.6. Desarrollo de Variables e Indicadores

1.6.1 Variable Económica

1.6.1.1. Sector Servicios

Se ubica como el sector principal, alrededor del cual se desarrolla el crecimiento económico del cantón y fundamentalmente en actividades comerciales y de servicios. (PDyOT, PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL, 2015) El sector servicios es un aliado principal para la creación de la microempresa fabricante y comercializadora de muebles para el hogar, ya que nos permitirá conocer los diferentes proveedores de materia prima, misma que es necesaria para la fabricación de los productos.

1.6.1.2. Sector Industrial

El sector industrial es considerado un sector secundario y en la ciudad existe a una falta de estímulo a la Industria, Manufactura y Artesanía, una pesada carga tributaria, la falta de inversión y acceso a financiamiento, los elevados cánones de arrendamiento y otros factores que no solo desfavorecen a este sector y sus ramas han ocasionado la reducción de 65 actividades en este periodo, producto de la estimulación de este sector, es debido por una parte a la inversión de remesas de migrantes, el acceso a financiamiento vía crédito IESS y la regularización necesaria de este tipo de actividades y luego tenemos un incremento bajo de canteras así como el suministro de energía, agua, desechos sólidos. (PDyOT, PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL, 2015)

Es importante considerar esta actividad como un potencial aliado, debido a que nos proveerá de materia prima en el cual nos ayudará en la creación de la microempresa fabricadora y comercializadora de muebles para el hogar.

1.6.1.3. Sector de la construcción

El sector de la construcción nos brinda una oportunidad para la ejecución del proyecto en la actualidad el Municipio de Ibarra a través de la Empresa Pública de Vivienda, Hábitat e Industrialización de Residuos Sólidos, Materiales Áridos y Pétreos (Virsap). impulsa el crecimiento de potenciales proyectos inmobiliarios sean: viviendas, locales comerciales e industriales, edificios administrativos, entre otros. Con la finalidad de promover al desarrollo urbano y la vivienda social digna y sustentable, aproximadamente existe un déficit habitacional en el área urbana de 10.798 viviendas y en el área rural de 4.750. (GADIBARRA, 2018)

Por esta razón la municipalidad proporciona varias opciones para que la población entregue su información personal y pueda ser beneficiada a las viviendas que establece un uso de espacio en cuartos: dormitorios, sala, comedor, baño y cocina.

1.6.2. Variables Sociales

1.6.2.1. Vivienda

La cabecera cantonal se ubica a una altitud promedio de 2.300 m.s.n.m., situada en la parte centro occidental del territorio cantonal, caracterizado por asentarse en un valle perteneciente a la vertiente de cuenca interandina norte. El modo de tenencia de las viviendas del Cantón Ibarra permite establecer que el 42.04% de las viviendas son de tipo propia totalmente pagadas. En el cantón existen 47.521 viviendas construidas, igualmente

se tiene un promedio de 3,8 integrantes por cada hogar y una población de 181.175 habitantes; con ello la relación entre la cantidad de población y personas por hogar, da como resultado un total de 47.678 viviendas necesarias para el cantón Ibarra. (PDyOT, PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL, 2015)

Para la ejecución del proyecto es necesario tomar en cuenta que esta variable se encuentra directamente vinculado con el progreso de la microempresa, por ende, la construcción de viviendas es una oportunidad para la fabricación de muebles para el hogar

1.6.2.2. Cultural

La ciudad de Ibarra es reconocida por la grandeza de sus muebles. La industria maderera está compuesta por dos tipos de factorías, las de primera transformación (aserraderos, carpinterías, fábricas de tableros y pasta de papel), la de segunda transformación (fábrica de mueble, artesanías, etc.).

Sin embargo, la industria maderera de segunda transformación, si tiene una representación importante en la parroquia San Antonio de Ibarra. Donde se elaboran artesanías talladas en madera y muebles de toda índole. Es por eso que merece una atención especial el caso particular de esta localidad.

En San Antonio, los productos que más se elaboran son muebles (50%), seguido de artesanías artísticas (25%), utilitarias (15%), rústica (6%) y puertas y adornos (2% cada uno). La especialización de los maestros que trabajan en los talleres está liderada por los talladores (37%) y los escultores (36%), seguidos por los pintores (13%), torneadores (6%), carpinteros (4%) ilbanistas (2%) y lavadores y enchapadores (1% cada uno). (PDyOT, PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL, 2015)

1.6.2.3. Tendencias Actuales en muebles

El mercado de los muebles es un sector con alto dinamismo. La comercialización de estos artefactos ha sido una actividad que se ha acomodado a los cambios que ocurren en el ambiente y en la tecnología de fabricación. La constante evolución de este sector generó una mayor especialización en la comercialización, la cual obliga a ofrecer al cliente la mayor variedad en productos. La idea de este servicio es que el cliente pueda elegir cada detalle del diseño del mueble. Desde las dimensiones y líneas de diseño, hasta el estampado y los colores, e incluso el material y nivel de trabajo de cada pieza que lo componga.

La microempresa fabricará muebles modulares su principal atractivo serán sus diseños personalizados e innovadores siendo capaces de integrarse a cualquier ambiente y obteniendo un máximo aprovechamiento de espacio por más reducido que sea, aportando personalidad y exclusividad.

Por lo general para establecer el precio de los muebles se lo realiza por una cotización en el cual el carpintero maestro se encarga de realizar dicha cotización conjuntamente con el cliente tomando en cuenta el metraje, material y el diseño. Posteriormente al finalizar la fabricación de los muebles acordados se procede a la instalación de: Muebles de Dormitorio (Closets), Muebles de cocina y Muebles de baño en el espacio determinado.

La diferencia en realizar esta clase de muebles con madera tratada (MDF) es que con este material puede mejorar los procesos de producción reduciendo el tiempo de fabricación, además muestra un estilo moderno actual mientras que con la madera es más complicado y el tiempo de fabricación es más prolongado y muestra un estilo clásico antiguo.

1.6.2.4. Acceso a créditos

Para la accesibilidad de las viviendas que la municipalidad ofrece a través del Virsap (Empresa Pública Municipal de Vivienda, Hábitat e Industrialización de Residuos Sólidos, Materiales Áridos y Pétreos), los habitantes son sometidos a una evaluación socioeconómica como también a un análisis crediticio con la finalidad de verificar la capacidad de endeudamiento de cada postulante.

Los tipos de créditos a concederse depende del tipo de vivienda de uno, dos y tres pisos, con una capacidad económica aproximada de 30.000 a 35.000 dólares de acuerdo a las necesidades y capacidad de los beneficiarios será el costo de los inmuebles, cuyo pago será en cuotas mensuales hasta 20 años plazo con la tasa de interés anual de 4.87%. (GADIBARRA, 2018)

Para los afiliados el Biess ofrece créditos hasta 100.000 dólares para mejorar los muebles empotrados, pisos, mampostería, pintura o cualquier modificación en el interior de la vivienda o realiza una extensión de la misma, con un Préstamo Hipotecario Biess para Remodelación y Ampliación de Vivienda, ofreciendo un plazo máximo de 15 años con la cuota más baja. (BIESS, 2018)

El MIDUVI brinda financiamiento mediante el Bono de Vivienda del MIDUVI, orientándose a varias modalidades de ayuda como la compra de terreno para vivienda productiva, construcción en terreno propio, adquisición de vivienda nueva, adquisición de vivienda usada y el mejoramiento, remodelación y/o ampliación. El mismo que se otorga en el caso de que el precio máximo de la vivienda sea de USD. 30.000. Mientras que el plazo de los créditos, tendrá una duración de 15 años, con una frecuencia de pago mensual. (MIDUVI, 2018)

1.6.3 Variables Demográficas

1.6.3.1. Población

Según última información del (INEC, 2010) en base al último censo nacional de población, de los 14' 483 499 habitantes que tiene el Ecuador, la población total del cantón Ibarra alcanza a 139.721 habitantes de los cuales 131.856 corresponden a parte urbana y 7.865 a la rural. Contando con un total de 139.721 habitantes en la zona. Los siguientes años se proyectan en base de la tasa de crecimiento en la ciudad 2.02% según últimos datos del (PDyOT, 2015)

Tabla 2: Población de Ibarra

	Ibarra Urbana	Ibarra Rural	TOTAL
2010	131.856	7.865	139.721
2011	134.519	8.024	142.543
2012	137.237	8.186	145.423
2013	140.009	8.351	148.360
2014	142.837	8.520	151.357
2015	145.722	8.692	154.415
2016	148.666	8.868	157.534
2017	151.669	9.047	160.716
2018	154.733	9.230	163.962
2019	157.858	9.416	167.274
2020	161.047	9.606	170.653

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Tania Tayán

La población de la ciudad de Ibarra es una oportunidad para ofrecer los muebles a fabricarse en la microempresa mismos que satisficieran distintas necesidades a las diferentes familias del cantón.

1.6.3.2. PEA

Según última información de (INEC, 2010), la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra se distribuye de la siguiente manera, el Sector Agropecuario o Primario, concentra al 11,61% del total de la PEA y representa a 9.367 habitantes, el sector Secundario de Industria, manufactura, artesanía con el 19,38% que representa a 15.630 habitantes, el sector Terciario de servicios y comercio con el 58,02% que representa a 46.855 habitantes, que evidencia la tendencia de crecimiento de esta actividad en la última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector.

Tabla 3 Población Económicamente Activa

Actividad	PEA	%
Sector Agropecuario	9.367	11,61%
Sector Industrias	15.630	19,38%
Sector Servicios	46.855	58,02%
Otros	8.817	10,93%
Total	80.669	100%

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Tania Tayán

Dentro de la población económicamente activa (PEA) se encuentra el sector industrias representando el 19,38% en la localidad es importante rescatar este punto ya que tiene una gran ocupación en el mercado lo cual se convierte en un riesgo para nuestros productos debido a la alta competencia.

1.6.4 Variables Tecnológicas

1.6.4.1 Maquinaria

La maquinaria es un pilar fundamental para la fabricación de muebles para el hogar, para esto se necesita de una variedad de maquinaria para obtener los productos deseados.

Sierra de Banco

Es una herramienta que sirve como guía paralela para dar cortes precisos con alturas de corte hasta de 79 mm, capacidades de corte de hasta 460 mm a la derecha y 210 mm a la izquierda de la hoja de sierra. En la ciudad de Ibarra este tipo de maquina se encuentra en la Ferretería Ferro eléctrico quien será nuestro principal proveedor.

Gráfico 1 Sierra de Banco



Fuente: Mercado Libre

Compresor

El compresor de aire es una máquina diseñada para tomar aire del ambiente, almacenarlo y comprimirlo dentro de un tanque. Con ello se realiza varias funciones en el sector maderero como: grapar, remachar, taladrar, atornillar y la más común proyección de pinturas, lacas y barnices aplicando al producto para tener un mejor acabado.

Gráfico 2 Compresor de aire



Fuente: Mercado libre

Ingletadora

Es una herramienta importante y necesaria para la carpintería se usa para cortar una gran variedad de materiales, como madera, metal y plásticos. Esta sierra corta a través del material con una cuchilla circular dentada, los cortes difieren en ángulo y anchura.

Gráfico 3 Ingletadora



Fuente: Mercado libre

Tupi

Es una herramienta eléctrica muy habitual en las carpinterías que se usa para hacer rebajo, encastre y moldurado en un área determinada de piezas de madera, se compone con un sistema manual rotativo para realizar perfiles utilizando una variedad de cuchillas para fresadora brindando mejores acabados en los muebles.

Gráfico 4 Tupi



Fuente: Mercado libre

Pulidora

Es una herramienta que lleva acoplado un papel de lija y hace girar a una gran velocidad evitando hacer ralladuras y ofreciendo un mejor acabado más o menos fino de una superficie de madera.

Gráfico 5 Lijadora Eléctrica



Fuente: Mercado libre

Taladro eléctrico

Se considera una máquina-herramienta de vital importancia en el sector maderero, realiza perforaciones o agujeros en piezas de madera o metálicas en conjunto con una mecha o broca por eso es considerado en un instrumento significativo debido a su facilidad y múltiples usos. Existen varios tipos de taladros que se adaptan a las distintas necesidades, pero tienen las mismas funciones.

Gráfico 6 Taladro eléctrico



Fuente: Mercado libre

1.6.4.2. Equipo de computación

Un equipo de computación es una gran ventaja importante en la cual ayudará a la microempresa en su fortalecimiento con sus distintas funciones como: registrar a sus proveedores y clientes, guardar archivos, documentos, fotos, etc. Por ende, permite a la microempresa organizarse de una manera eficiente conduciendo a una mejor gestión, tiempo y productividad. Además, con la ayuda de esta herramienta y un software de diseño (AutoCAD) nos permitirá facilitar los diseños de muebles para el hogar a través de dibujos digitales en 3D. Este programa gestiona una base de datos de entidades geométricas (puntos, líneas, arcos, etc.) con la que se puede manejar a través de una pantalla gráfica permitiendo a la microempresa ahorrar tiempo y dinero.

1.6.4.3. Redes Sociales

Es un medio de comunicación social que se centra en encontrar gente para relacionarse en línea. Está formado por personas que comparten alguna relación, principalmente de amistad, mantienen intereses y actividades en común, o están interesadas en explorar los intereses y las actividades de otros. El desarrollo de una nueva tecnología ha llevado a la creación de nuevos sistemas informáticos que permiten formar nuevas redes sociales (Moreno Manuel, 2015)

En la actualidad las redes sociales en conjunto con el internet son utilizados como una nueva herramienta de trabajo y se convierte en una oportunidad para a la microempresa fabricante y comercializadora de muebles para el hogar, de esta forma la se puede captar clientes.

1.6.4.3.1. Internet

Es una red informática para transmitir información que mediante el uso de navegadores (software) se puede interconectarse a cualquier parte del mundo en actualidad este servicio permite utilizar mantenernos en contacto con nuestros clientes y proveedores; facilitándonos a tomar mejores decisiones en beneficio de la microempresa.

1.6.4.4. Proveedores

En la localidad existe una variedad de proveedores como: **FERRO - ELECTRICO**, **NOVOCENTRO MADEC**, **EDIMCA**, etc. Mediante una observación directa se pudo determinar quiénes serán nuestros principales aliados.

- **FERRO ELÉCTRICO**

Dirección: Antonio José de Sucre, Ibarra

Teléfono: (06) 395-3375

- **NOVOCENTRO MADEC**

Dirección: AV. Obispo Pasquel Monje Y, Darío Egas Grijalva, Ibarra

Teléfono: (06) 261-0986

- **EDIMCA**

Dirección: AV. Cristóbal de Troya Nro. 10156, Ibarra

Teléfono: (06) 264-2458

Proveedores que nos proporcionarán de materia prima y maquinaria como:

Tabla 4 Materia Prima

Descripción	Unidad de medida	Valor
Melamínico 15ml (plancha)	Unidad	38,00
Melamínico 6ml (plancha)	Unidad	38,00
Melamínico de color 15ml (plancha)	Unidad	77,00
Tornillos	Unidad	0,03
Rieles de cajón	Unidad	1,90
Bisagras	Unidad	0,50
Tiraderas	Unidad	1,25
Soporte de tubo	Unidad	0,15
Tubo para closets	Metros	2,00
Niveladores	Unidad	0,20
Pistones	Unidad	1,20

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Tabla 5 Maquinaria

Descripción	Unidad de Medida	V. Unit.
Sierra de Banco	unidad	\$200
Compresor	unidad	\$250
Ingletadora	unidad	\$650
Tupi	unidad	\$300
Pulidora	unidad	\$350
Taladro eléctrico	unidad	\$150
Cepillo eléctrico	unidad	\$250
Caladora de mano	unidad	\$180

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

1.6.5. Variable Regulatoria

1.6.5.1. Fomento del municipio

El municipio del Cantón Ibarra mediante de la ley orgánica de economía popular y solidaria busca promover a la ciudadanía la creación de microempresas, para lo cual se ha emitido una ordenanza municipal para fortalecer el desarrollo económico social incluyente en el cantón de Ibarra para la ejecución de actividades económicas de bienes o prestación de servicios. (GAD Ibarra, 2015) **Anexo 1**

1.7. Matriz AOOR

Tabla 6 Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none">• Existencia de proveedores en la localidad (MADEC, EDIMCA, FERRO-ELECTRICO,).• Personal con experiencia en fabricación de muebles.• Maquinaria apropiada para el proceso de producción.• Diseñadores de muebles para el hogar.• Existencia de programas para el diseño de los muebles (AutoCAD).	<ul style="list-style-type: none">• Alta competencia en el sector.• Materiales sustitutos como el plástico y el metal.• Competencia con productos similares y al bajo costo.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none">• Nuevas tendencias en muebles actuales.• Mejores procesos productivos.• Acceso a créditos de construcción de vivienda y remodelación a los afiliados• Utilización de las redes sociales para realizar marketing.• Incremento de las construcciones.	<ul style="list-style-type: none">• Incremento de los Costos de materia prima.• Cambio de gustos en los clientes.• Escases de materia prima necesaria para la fabricación de muebles.

Elaborado por: Tania Tayán

1.7.1 Determinación de la oportunidad de Inversión

- La microempresa aprovechará el crecimiento del sector de la construcción de viviendas en la ciudad de Ibarra brindando a los clientes muebles modernos de primera calidad cumpliendo con las expectativas de los clientes.
- La microempresa trabajara conjuntamente con el cliente puesto a que los diseños de los muebles son personalizados de acuerdo al gusto del cliente en modelo, material y diseño.
- La microempresa fabricadora y comercializadora de muebles para el hogar tendrá como primordiales aliados a MADEC, EDIMCA, FERRO-ELÉCTRICO, quienes nos proveerán de maquinaria y de materia prima.

Después de realizar el estudio en el entorno a ejecutarse la microempresa se ha llegado a determinar que en la ciudad de Ibarra existen condiciones necesarias para la ejecución del proyecto denominado **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES PARA EL HOGAR EN EL BARRIO YAHUARCOCHA, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Introducción

El marco teórico tiene como finalidad dar a conocer conceptos que orienten al presente estudio y permitan una mejor comprensión de los temas que se desarrollará en el proyecto, para la elaboración del marco teórico se requiere investigación bibliográfica y linkográfica.

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo General

Elaborar un marco teórico conceptual y legal para el sustento del presente trabajo.

2.2.2. Objetivo Específicos

- Determinar conceptos claros procedentes de libros, sitios web, documentos, etc.
- Realizar una interpretación personal después de cada concepto.
- Citar las referencias bibliográficas en cada uno de los conceptos.

2.3. Microempresa

“Se conoce como Mipymes al conjunto de micro, pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas” (SRI, 2018)

La microempresa es un término utilizado para diferenciar una empresa por los ingresos mensuales o anuales además se diferencia en el número de trabajadores contribuyendo al desarrollo económico y social de la población mediante el cumplimiento de metas u objetivos.

2.4. Características de la Microempresa

Según (Kisk Danny, 2015) define las Características de la microempresa como:

- El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.
- El número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.
- El dueño hace las veces de gerente, administrador, operario, vendedor secretario.
- Generalmente los dueños no se fijan sueldo y toman los gastos personales de las entradas de dinero del negocio.
- Algunas microempresas están dentro del hogar y comparten local, servicios públicos y vehículo, pero a la hora de calcular costos no suman.
- Padece de dificultades económicas, de liquidez, margen bajo de ganancia

Una de las características principales de la microempresa es la diferencia por el número de trabajadores que posee, incluyendo el propietario del negocio, por lo general hay algún tipo de límite en la cantidad de activos que la empresa.

2.5. Clasificación de las Microempresas

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros clasifico las pequeñas y medianas empresas, PYMES, de acuerdo con la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente, conforme al siguiente cuadro:

Tabla 7 Clasificación de la microempresa

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grande Empresa
Personal ocupado	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199	≥ 200
Valor bruto de ventas anuales	≤ 100.000	100.001 – 1'000.000	1'000.001 – 5'000.000	> 5'000.000
Monto de activos	≤ \$100.000	\$100.001 a \$750.000	\$750.001 – \$3.999.999	>4'000.000

Fuente: La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018

Las microempresas se pueden clasificar de diferentes formas, sin embargo esta clasificación es en función de la composición económica y el número de empleados lo importante es brindar un buen servicio y productos de buena calidad a los clientes pensando en el beneficio de la microempresa.

2.6. Emprendimiento

“Es un Agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto.” (Schnarch Kirberg, 2014, pág. 10)

El emprendimiento es comenzar un pequeño negocio que parte de ideas innovadoras y de manera novedosa.

2.7. Definición de Mueble

“El mueble es un elemento funcional doméstico pensado y diseñado para favorecer la comodidad y facilidad del uso de los espacios al ser humano atendiendo a sus necesidades cotidianas.” (Mejorado Guadalupe, 2017)

Los muebles son objetos con fines específicos que puede ser desplazado o trasladado de un lugar a otro, o sea un cuerpo movable. En este caso los muebles a realizarse son modulares con tendencias actuales y acabados de primera.

2.8. Tipos de Muebles

- 1. Muebles de sala.** - Se trata de la mueblería que se centra en el uso de la sala, es el caso, por ejemplo, de sillones, (sillones individuales, sofás de tres personas y taburetes), cillas, mesas de sala, lámparas, muebles para aparatos de televisión y entretenimiento, esquineros, barras o cantina, para el servicio de invitados ocasionales, así como las estanterías para libros o películas que se usen en la sala para entretenimiento.
- 2. Muebles de cocina.** - Se trata de los diversos muebles que se tienen y utilizan en las cocinas. Estos pueden ser muebles propiamente, o incluso estar “pegados” o incrustados en la pared y el suelo. Es el caso de barras de desayuno, estanterías, alacenas, gabinetes de cocina, trasteros, dispensarios, porta garrafrones (para agua), tarjas, estufas, “cocinas” modulares (módulos incrustados o atornillados en la pared, que permiten la colocación de los diversos utensilios de cocina como hornos, y demás), así como algunos electrodomésticos como el refrigerador.
- 3. Muebles de comedor.** - Se trata de una parte de los que se utilizan para el hogar, son muebles especializados en prestar servicios a la hora de comer, como mesas, sillas, cantinas, vitrinas, y barras (en especial en cocinas/comedores tipo americano). Son los que se utilizan, ya sea para comer propiamente (las mesas) como para guardar los diversos implementos que se utilizan durante la comida, como vasos, copas, platos, y cubiertos, así como otros implementos.

4. Muebles de oficina. - Se trata de la diversa mueblería utilizada en las oficinas, tal es el caso de escritorios, estanterías, gabinetes, archiveros, muebles de computadoras, lámparas, libreros sillones, sillas reclinables o móviles y cubículos. Se trata de aquellos que prestan una utilidad práctica durante las diversas acciones laborales dentro de las oficinas, prestado tanto comodidad al trabajar, como cierta formalidad y elegancia.

5. Muebles para dormitorio. - Se trata de aquellos muebles destinados para dormir y las acciones diversas que realiza la persona en el dormitorio. Son muebles como la cama, cunas, mesas de noche, lámparas, roperos, baúles, repisas, cómodas y tocadores. (Gutierrez Pablo, 2016)

Los muebles son productos tangibles que son diseñados para el equipamiento del hogar con funciones específicas y sirve para brindar comodidad y elegancia en el espacio donde se encuentre el mueble.

2.9. Muebles para el Hogar

“Se trata de todos aquellos muebles que se destinan para uso del hogar, incluyendo los que se utilizan en las habitaciones o dormitorios, cocina, sala, comedor, patio, biblioteca o estudio, incluyendo mueblería como camas, sillas, roperos, baúles (de ropa y demás), libreros, mesas de noche, de sala, para comer, cillas y mesas de patio, muebles para televisores y centros de entretenimiento, etc., es decir, abarca todos los muebles que suelen utilizarse dentro del hogar.” (Gutierrez Pablo, 2016)”

Existen varios tipos de muebles que pertenecen al hogar, dentro de esta se puede decir que se encuentran sillas, camas, mesas, puertas, closets, muebles de cocina, muebles de baño, entre otros. Cabe recalcar que los muebles a realizar en el proyecto son muebles de

dormitorio (Closets), muebles de cocina y muebles de baño, cada producto con sus funciones específicas para el uso exclusivo de los clientes.

2.10. Estudio de mercado

“Tiene como objetivo determinar si existe mercado para productos finales del proyecto, en este sentido, se analizan las potencialidades de este mercado, traducido en consumidores, la competencia, posibles inversores, los canales de distribución, entre otros.” (Sequeda Reyes, 2014, pág. 74)

El estudio de mercado determina si el producto o servicio tiene factibilidad, ya que el éxito depende de la población, realizando un sondeo de gustos, necesidades de los potenciales clientes.

2.11. Mercado meta

“Es el grupo de personas u organizaciones al que la empresa dirige su programa de marketing. A fin de seleccionar estos mercados, la empresa debe pronosticar la demanda, es decir, las ventas, en los segmentos de mercado que parezcan promisorios. Como estudiamos en el capítulo 6, los resultados de este pronóstico son información valiosa para decidir si vale la pena un segmento específico o deben considerarse segmentos alternativos.” (Stanton, Etzel, & Walker, 2015, pág. 604)

El mercado meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar.

2.12. Segmento de mercado

“Es el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización.” (Thompson Ivan, 2015, pág. 13)

Es un grupo de personas, empresas u organizaciones con características homogéneas en cuanto a deseos, preferencias de compra o estilo en el uso de productos, pero distintas de las que tienen otros segmentos que pertenecen al mismo mercado.

2.13. Oferta

“La oferta se define como aquella cantidad que los vendedores están dispuestos a ofrecer de un determinado bien, durante un período concreto de tiempo y a un precio determinado.” (López Eguilaz, 2017, pág. 105)

La oferta es una parte esencial en el transcurso de la economía, por lo que se debe tener en cuenta los cambios o variaciones en el tiempo de cómo pueden afectar a los consumidores.

2.14. Demanda

"La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un proceso determinado" (Urbina Baca, 2014, pág. 17)

La demanda suele ser interpretada como la cantidad de bienes o servicio que son adquiridos por los clientes para satisfacer una necesidad.

2.15. Demanda Insatisfecha

“Se llama demanda insatisfecha aquella demanda que no ha sido cubierta y que puede ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto, dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta” (Arboleda Vélez, 2013)

La demanda insatisfecha es el segmento que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta por un nuevo proyecto, dicho de otro modo, es cuando la demanda es mayor que la oferta.

2.16. Precio

“El precio es la cantidad de dinero necesaria para adquirir en intercambio la combinación de un producto y los servicios que lo acompañan.” (López Eguilaz, 2017)

El precio es el valor monetario que recibimos a cambio de brindar nuestros productos o servicios, para colocar el precio es necesario considerar mano de obra, la materia prima, los gastos y costos de producción.

2.17. Comercialización

“Venta de los productos y servicios que produce la empresa. Esta función relaciona a la empresa con los distribuidores y los clientes, y es la única que aporta liquidez. Es una función que se debe realizar con mucha dedicación.” (Lobato Gómez, 2014)

La comercialización es un proceso de venta que las empresas realizan para que el producto llegue a al consumidor final, en este caso la forma de comercializar los productos será de manera directamente con el consumidor.

2.18. Publicidad

“La publicidad es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares, a las playeras impresas, y, en fechas más recientes, Internet.” (Stanton, Etzel, & Walker, 2015, pág. 506)

La publicidad juega un papel muy importante ya que a través de propaganda en los diferentes medios de comunicación atrae a clientes, mejorando la rentabilidad de la microempresa.

2.19. Estudio técnico

“El estudio técnico, también denominado estudio de producción, consiste en ubicar, analizar, definir, diseñar el tamaño y localización óptima, así como la investigación de necesidades de infraestructura, proceso de producción, activo fijo y micro y macro localización del plan estratégico de negocios, además, debe basarse en el estudio de mercado para satisfacer integralmente la demanda, referente a la oferta técnica que se requiera, la que debe ser de calidad, para lograr los efectos de competitividad entre otros.” (Luna González, 2016, pág. 131)

El estudio técnico es la determinación de la localización de la microempresa, el tamaño del proyecto, proceso productivo y distribución de la planta con la finalidad de establecer la rentabilidad del proyecto.

2.20. Tamaño del proyecto

“Se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, en un mes o en un año, dependiendo del tipo de proyecto que se está conformando.” (Córdoba Padilla, 2015)

El tamaño del proyecto puede expresar la cantidad de productos que se puede fabricar en un periodo de tiempo determinado buscando siempre un tamaño óptimo, es decir que asegure la más alta rentabilidad.

2.21. Macro localización

“La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro del cual se establecerá un determinado proyecto y esta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales e la oferta, la demanda y la infraestructura existente.” (Córdoba Padilla, 2015)

Es la ubicación del área global donde se ubicará el negocio tomando en cuenta las conveniencias o necesidades que tiene la microempresa.

2.22. Micro localización

“La micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca una investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos por cada alternativa. (Córdoba Padilla, 2015)

En la micro localización se toma en cuenta la mejor alternativa en donde una vez establecida la microempresa se puede tener una buena rentabilidad.

2.23. Capacidad instalada

“Es la capacidad instalada se entiende como la capacidad de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo: hora, turno, día, mes o año. Para determinar el tamaño óptimo de la planta, se requiere conocer con mucha precisión los tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso.” (Rodríguez Aranday, 2018, pág. 31)

La capacidad instalada es el nivel máximo de producción o prestación de servicios que puede generar la microempresa

2.24. Inversión

“La inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización. (Córdoba Padilla, 2015, pág. 11)

La inversión es un aporte de recursos tangibles o intangibles que son de vital importancia para llevar a cabo la ejecución del proyecto

2.25. Estudio Financiero

“El estudio financiero, también conocido como estudio económico consiste en analizar y determinar la cantidad necesaria para realizar el proyecto.” (Luna González, 2016, pág. 160)

Para determinar la inversión del proyecto es importante analizar la capacidad sustentable y viable mediante documentos de evaluación.

2.26. Ingresos

“Las fuentes de ingresos pueden ser de carácter operacional y no operacional. Dentro de los operacionales, se encuentran las ventas de productos o la prestación de servicios; los no operacionales pueden considerarse como los rendimientos que pueden producir los activos por la puesta de excedentes de efectivo.” (Flores Uribe, 2015, pág. 103).

Los ingresos es una parte fundamental de la empresa, de esto depende si la microempresa puede ser o no rentable, es necesario que los ingresos estén adecuadamente proyectados entorno a lo que se puede vender en in determinado periodo.

2.27. Gastos

“Gastos son erogaciones o causaciones de obligaciones ciertas no recuperables efectuadas para adquirir los medios y recursos necesarios en la realización de un proyecto.” (Flores Uribe, 2015, pág. 103)

Es la determinación de un resultado del valor monetario de producir un determinado producto o un servicio considerando aspectos que pueden afectar el proceso productivo por esta razón es importante realizar un presupuesto de costos y gastos.

2.28. Materia Prima

“Se conoce como materia prima a aquellos elementos obtenidos directamente de la naturaleza y que se utilizarán como material para elaborar un producto. Por lo tanto, también se puede denominar como materia prima a los diversos materiales individuales que componen un bien de consumo.” (Robles Roman, 2015, pág. 40)

La materia prima es un componente sustancial que mediante un proceso de fabricación sufre cambios hasta transformarse en un producto determinado.

2.29. Mano de Obra

“Es el esfuerzo físico o mental que se emplea en la elaboración de un producto”. Los autores también comentan que el costo de la mano de obra es el precio que se paga por emplear los recursos humanos. La compensación que se paga a los empleados que trabajan en las actividades relacionadas con la producción representa el costo de la mano de obra de fabricación.” (Manulanda Castaño, 2016, pág. 63)

La mano de obra es el esfuerzo físico y mental que emplean los trabajadores para obtener un objetivo a cambio de una remuneración mensual.

2.30. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

“Son denominados también carga fabril, gastos generales de fábrica o gastos de fabricación. Son aquellos costos que intervienen dentro del proceso de transformar la materia prima en un producto final y son distintos al material directo y mano de obra directa.” (Marulanda Castaño, 2016, pág. 3)

Los costos indirectos de fabricación son valores indispensables para suplir algunos requerimientos en el desarrollo del proceso de producción.

2.31. Estados financieros

“El estado de origen y aplicación de recursos al, o balance general es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo más capital contable), a una fecha determinada. De su análisis e interpretación podemos conocer, entre otros aspectos, la situación financiera y económica, la liquidez y rentabilidad de una entidad” (Román Fuentes, 2018)

Los estados financieros nos permiten analizar los resultados de la situación económica y financiera de un determinado tiempo y así poder evaluar el futuro de la microempresa

2.32. Flujo de caja

“Presenta operaciones realizadas en el periodo. Muestra las entradas y salidas de efectivo que representan la generación o aplicación de recursos del período.” (Farias Toto, 2014, pág. 7)

El flujo de caja o de efectivo nos permite evaluar las entradas o salidas de efectivo que genera el negocio permitiéndonos conocer la capacidad de generar liquidez para cubrir los gastos corrientes.

2.33. Gasto administrativo

“Son, como su nombre lo indica, los gastos que provienen de realizar la función de administración en la empresa.” (Urbina Baca, 2014, pág. 142)

Es importante establecer adecuadamente estos gastos ya que incurren dentro de la micro empresa e influyen directamente en las operaciones que se realizan en un periodo de tiempo.

2.34. Estructura Organizacional

“Se trata de poner orden a las tareas, la estructuración de cada uno de sus procedimientos, la definición de las principales responsabilidades, funciones, y líneas de autoridad al interior de la empresa, para lograr con mayor facilidad la eficiencia y eficacia en el desarrollo de sus actividades, de igual forma, establecer el rol que han de desarrollar cada uno de los miembros de la empresa para lograr la armonía del trabajo en equipo,

optimizando sus actividades y alcanzar las metas fijadas previamente en la planificación estratégica de la organización.” (Canabal Marrugo & Reed Barragán, 2014, pág. 16)

La estructura Organizacional debe ir acorde con las necesidades de la microempresa internamente acoplándose a sus necesidades con la finalidad de aprovechar su eficiencia dentro de los objetivos planteados.

2.35. Misión

“Existe una relación proporcional entre las declaraciones de la misión y el rendimiento de las empresas; es decir, que al tener una declaración de misión las ganancias aumentan. Las empresas que cuentan con declaraciones de misión muestran 30% de rendimiento más alto sobre ciertos índices financieros que las empresas que no disponen de estas declaraciones.” (Torres Hernandez, 2014, pág. 79)

La misión es la razón de ser de la empresa u organización ya que la entidad se direcciona en función de ella, teniendo en claro la meta u objetivo a dónde quiere llegar.

2.36. Visión.

“Es una imagen compartida sobre lo que queremos que nuestras empresas sean o lleguen a ser. Proporciona un propósito intencionado para una orientación futura. Responde a la pregunta, ¿cómo queremos que nos vean aquéllos por los que nos interesamos? Esta declaración de la visión, incluye un elemento de propósito noble y valoración elevada, de algo considerado especialmente valioso.” (Torres Hernandez, 2014, pág. 75)

La Visión indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta nuevas tecnologías y la aparición de nuevas condiciones del mercado.

2.37. Organigrama Estructural

“La distribución entre varias líneas de personas y posiciones sociales que influyen en las relaciones de los roles entre dichas personas (implica división del trabajo, jerarquía, comunicación, tramos de control, y existencia de reglas y reglamentos).” (Torres Hernandez, 2014, pág. 234)

En estructura organizacional se encuentra gráficamente todos los departamentos o componentes que conforma la empresa, estableciendo jerarquía para dar funcionamiento a la microempresa y trabajar por un objetivo en común.

2.38. Impactos

“Los impactos se constituyen de un análisis detallando las huellas de los impactos positivos negativos que un proyecto genera en diferentes área y ámbitos.” (Arboleda Vélez, 2013)

Los impactos pueden ser económicos, ambientales y sociales en el micro y macro entorno causado por las actividades diarias de la microempresa. El impacto puede ser negativo o positivo dependiendo el punto de vista de cada persona.

2.39. Económico

“Son aquellas propiedades relacionadas a la institución ocupacional, comprendiendo actividades laborales, la recepción y la asignación de los ingresos familiares; junto con

las precepciones sobre las modificaciones que se han operada en la reproducción económica a partir del proyecto social.” (Rodríguez, Buthet, Scavuzzo, & Taborda, 2014)

Promueve a la dinamización económica en el sector a desarrollarse el proyecto satisfaciendo las necesidades materiales del ser humano.

2.40. Ambiental

“Es un elemento central del sistema, a través de este análisis ambiental un grupo de expertos de diferentes disciplinas efectivamente identifica los impactos ambientales que una acción humana puede producir sobre su entorno. Busca asegurar que el proyecto no traerá consigo impactos negativos sobre el medio ambiente.” (Arboleda Vélez, 2013)

El impacto ambiental es efecto causado por la humanidad, en el medio ambiente las personas buscan minimizar el impacto mediante actividades implementadas en la misma microempresa.

2.41. Social

“Parte de la evaluación económica en la cual se hacen ajustes basados en el objetivo nacional o local de redistribución a los sectores de la población de menos ingresos.” (Arboleda Vélez, 2013)

Este impacto hace referencia a los impactos que incurren en la sociedad, en este caso la microempresa brindará seguridad laboral a los habitantes del sector que cumplan con los requerimientos en el negocio.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El movimiento económico de la ciudad de Ibarra ha crecido notablemente en los últimos años, es necesario realizar el estudio de mercado para identificar la oportunidad de crear una microempresa fabricante y comercializadora de muebles para el hogar, mediante el cual es necesario analizar el comportamiento actual de la oferta, demanda, precio y estrategias de comercialización. También permitirá mejorar condiciones internas de la planta y conocer la viabilidad del proyecto estableciendo ciertas características y especificaciones del producto.

Para ello es indispensable realizar investigaciones de campo y la utilización de información secundaria las cuales permitirán desarrollar estrategias claves para el desarrollo del emprendimiento. La información necesaria se recolectará a través de la utilización de herramientas de apoyo tales como encuestas, observaciones y la revisión de datos estadísticos aplicados en la ciudad de Ibarra.

3.2. Objetivos del Estudio de Mercado

3.2.1. Objetivo General

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

3.2.2. Objetivo Específico

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

3.3. Variables e indicadores

3.3.1 Variables

- Producto
- Demanda
- Oferta
- Precios
- Comercialización

3.3.2. Indicadores

Producto

- Gustos y preferencia
- Beneficios
- Diseño

Demanda

- Frecuencia
- Cantidad

Oferta

- Frecuencia
- Cantidad

Precio

- Precio de venta de la competencia

Comercialización

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

3.4. Relación matriz Estudio de Mercado

Tabla 8 Matriz Estudio de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE
Conocer las características, diseño y presentación que el producto requiere.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Gustos y preferencias • Beneficios • Diseño 	Encuesta Observación Opinión de expertos	Primaria Secundaria
Analizar la demanda del producto que requiere el mercado.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia • Cantidad 	Encuesta Observación Opinión de expertos	Secundaria
Determinar la oferta del producto en el mercado.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia • Cantidad 	Entrevista Observación	Secundaria
Analizar el precio del producto que los clientes estén dispuestos a los muebles para el hogar.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de venta de la competencia. 	Encuesta Observación Opinión de expertos	Secundaria
Determinar la forma de comercialización del producto.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Plaza • Promoción 	Encuesta Opinión de expertos	Secundaria

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Tania Tayán

3.4.1 Descripción de los productos

Los productos a fabricar son muebles modernos que cuentan como decorativos de confort, satisfaciendo necesidades del hogar. Los mismos que están enfocados al aprovechamiento de espacios, constando como elementos diseñados y fabricados de acuerdo al gusto del cliente, caracterizándose por los diferentes modelos y sus estupendos acabados.

Muebles de dormitorio

Closets: Mueble moderno fabricado con planchas de melamínico de 16mm color blanco (en la parte interna) y planchas de melamínico 6mm de color (parte externa), este closet contiene bisagras, rieles y tiraderas de acero inoxidable, elaborado con materiales de primera calidad. El closet consta de dos maleteras, cuatro cajoneras inferiores, dos colgadores, una zapatera y un estante para ropa doblada..

Gráfico 7 Mueble de dormitorio (Closets)



Fuente: Investigación directa

Muebles de cocina

Elaborado con Melamínico, con madera MDF, tornillos, bisagras, rieles, tiraderas de acero inoxidable, fabricado con materiales de primera calidad, con un tono oscuro clásico y colocado un mesón de granito en la parte superior del mueble.

Gráfico 8 Mueble de cocina



Fuente: Investigación directa

Mueble de baño

Elaboradon en melamínico, con madera de MDF, tornillos, bisagras, rieles y tiraderas de acero inoxidable utilizando y fabricado con materiales de primera calidad en color wengue y color semi mate y es contra la humedad.

Gráfico 9 Mueble de baño



Fuente: Investigación directa

3.4.2. Segmentación del mercado

En este capítulo se realizará un análisis del comportamiento de la población para determinar el mercado meta mediante un proceso de segmentación. La ciudad de Ibarra se encuentra constituida por cinco parroquias urbanas como: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa de Priorato y siete parroquias rurales como Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio. La población tomada en cuenta para el presente proyecto son las familias de las parroquias: El Sagrario, San Francisco y Caranqui puesto a que dichas parroquias tienen la mayor concentración de familias de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.

Este estudio se centrará a los potenciales clientes de la microempresa fabricante muebles para el hogar que habitan la dicha zona con posibilidades económicas medias altas de esta manera se podrá determinar la demanda, preferencias, precios, que indicaran si el proyecto es factible.

Tabla 9 Segmentación del Mercado

Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Ciudad	Ibarra
Población	Familias
Sector	Parroquias urbanas (El Sagrario, San Francisco, Caranqui)
Nivel Socioeconómico	Medio, Medio alto, Alto

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

3.4.2.1. Población y muestra

Para el presente capítulo se realizó una investigación de campo, en el cual nos permitió extraer datos e información verídica a través del uso de encuestas con el fin de realizar un análisis de una situación. La población a ser tomada en cuenta en este estudio son las familias del Cantón Ibarra y particularmente de las parroquias urbanas como: El Sagrario, San Francisco y Caranqui. Estas parroquias son consideradas por su estatus socioeconómico medio, medio alto y alto. **Anexo 2**

Tabla 10 Número de la Población de las Parroquias y nivel Económico

PARROQUIAS URBANAS	Porcentaje	Población 2018	Población por familias (3.71)	Porcentaje de nivel Económico Medio (22.8)	Porcentaje nivel Económico Medio Alto (11.2)	Porcentaje de Nivel Alto por familias (1.9)	Total, de familias por nivel económico
Sagrario	39%	47.555	12.818	2.923	1.436	244	4.602
San francisco	46%	55.534	14.969	3.413	1.676	284	5.374
Caranqui	15%	17.755	4.786	1.091	536	91	1.718
TOTAL	100%	120.844	32.573	7.427	3.648	619	11.694

Fuente: PDyOT

Elaborado por: Tania Tayán

Después de haber realizado la identificación respectiva de la población, se procede a calcular el tamaño de la muestra, siendo esta la siguiente:

Tabla 11 Datos para cálculo de la muestra

N= Tamaño de la muestra	11.694
P= Probabilidad de la aceptación	0.5
Q= Probabilidad de contra	0.5
K = Nivel de confianza	1.96
e= Error muestral	0.05
n= Tamaño muestral	X

Fuente: Investigación de Campo

Fórmula

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

Cálculo de la muestra

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (11.694)}{(0,05)^2(11.694 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = 372 \text{encuestas}$$

El tamaño de la muestra nos refleja 372 encuestas.

3.4.3. Análisis de los resultados de la encuesta

A continuación, se detalla el resultado de las encuestas aplicadas a las familias del cantón Ibarra específicamente a las parroquias El Sagrario, San Francisco y Caranqui. Esta tabulación se encuentra con su respectivo análisis que nos servirá para la ejecución del proyecto.

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

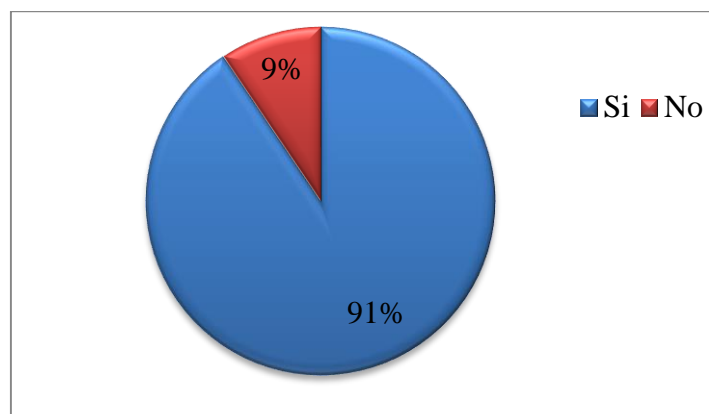
Tabla 12 Adquisición de muebles

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Si	337	90,6%
No	35	9,4%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Gráfico 10 Adquisición de muebles



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Análisis:

Mediante la encuesta se determinó que el 90% de la población del cantón Ibarra específicamente de las parroquias El Sagrario, San Francisco y Caranqui estarían dispuestas a comprar muebles para su hogar, lo cual indica que podrían ser nuestros potenciales clientes.

2.- ¿Qué tipo de mueble adquiriría para su hogar?

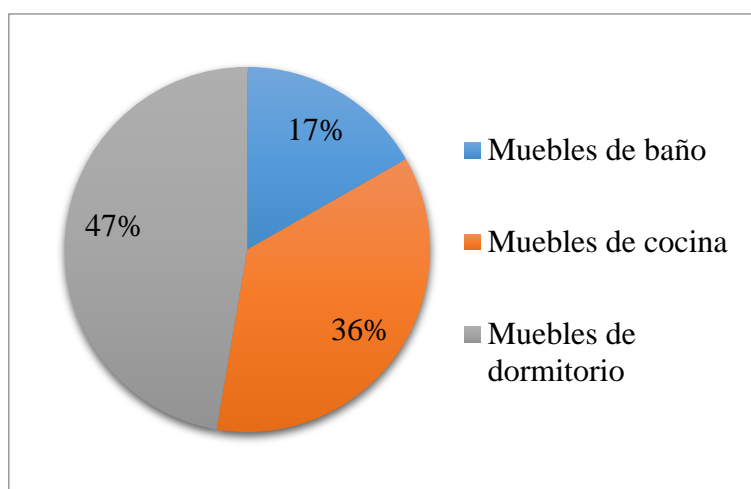
Tabla 13 Tipos de muebles

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Muebles de baño	62	17%
Muebles de cocina	133	36%
Muebles de dormitorio (Closets)	175	47%
TOTAL	372	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Gráfico 11 Tipos de muebles



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Análisis:

De acuerdo a las respuestas obtenidas se puede determinar que el 47% de las familias encuestadas prefiere comprar muebles de dormitorio (Closets), lo cual indica que estarían dispuestos a adquirir este tipo de mueble ya que debe estar totalmente diseñado para el descanso y por ello debe brindar comodidad y confort.

3. ¿Cada que tiempo usted estaría dispuesto a renovar los muebles en su hogar?

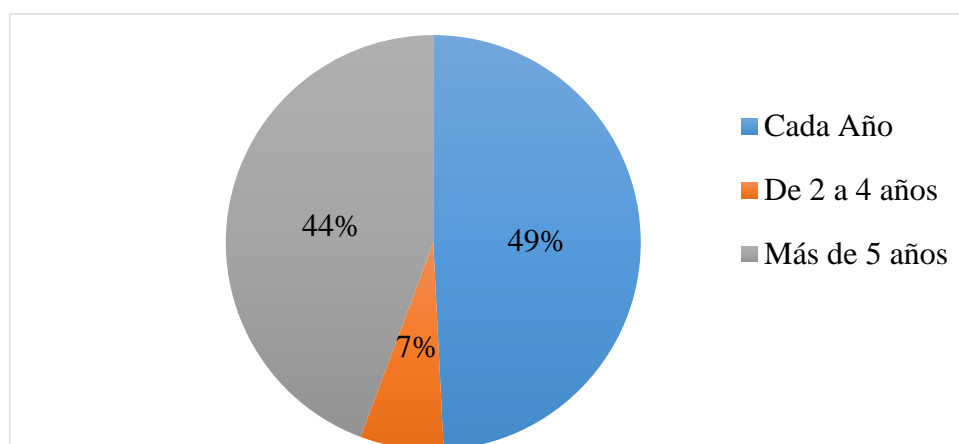
Tabla 14 Frecuencia de compra o renovación

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Cada Año	183	49,2%
De 2 a 4 años	24	6,5%
Más de 5 años	165	44,3%
TOTAL	372	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Gráfico 12 Frecuencia de compra o renovación



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Análisis:

Mediante la encuesta se pudo deducir que el 49% de las familias optan por comprar o realizar una renovación de los muebles en su vivienda cada año lo cual demuestra que no es necesario ejecutar la adquisición de nuevos muebles si no que se puede renovar y volverlo a ver como nuevo.

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la adquisición de muebles para el hogar?

Muebles de baño

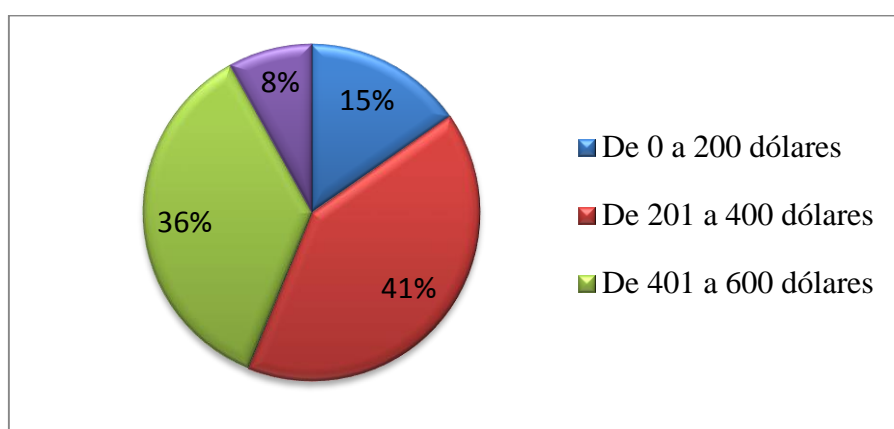
Tabla 15 Disponibilidad económica en muebles de baño

Categoría	Encuestados	Porcentaje
De 0 a 200 dólares	57	15,3%
De 201 a 400 dólares	152	40,9%
De 401 a 600 dólares	133	35,8%
De 601 dólares en adelante	30	8,1%
TOTAL	372	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Gráfico 13 Disponibilidad económica en muebles de baño



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Análisis:

Según la encuesta aplicada se determinó que el 41% de las familias encuestadas están de acuerdo en pagar de 401 a 600 dólares por cada mueble de baño, lo cual muestra que en las casas modernas es importante tener muebles para su baño ya que indica estilo y lujo.

Muebles de cocina

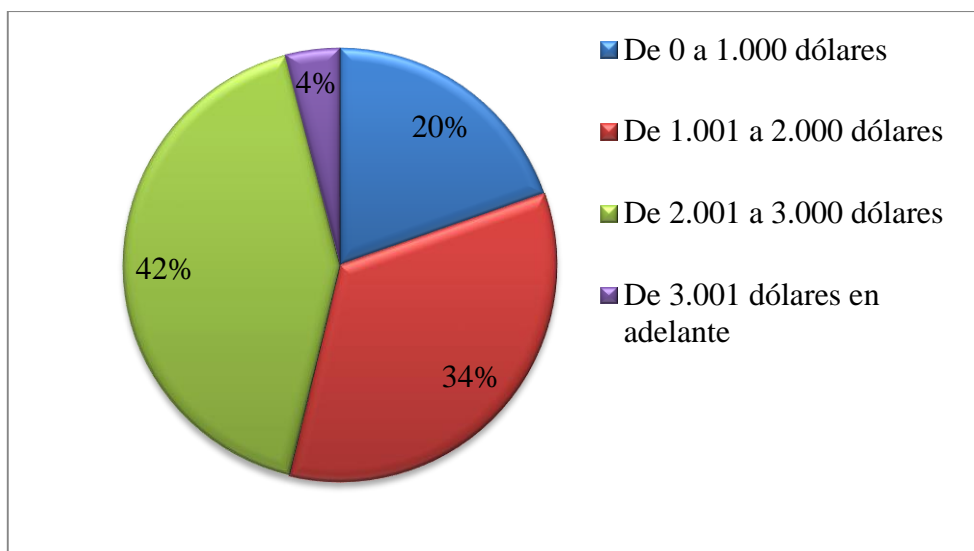
Tabla 16 Disponibilidad económica en muebles de cocina

Categoría	Encuestados	Porcentaje
De 0 a 1.000 dólares	73	19,6%
De 1.001 a 2.000 dólares	127	34,1%
De 2.001 a 3.000 dólares	157	42,2%
De 3.001 dólares en adelante	15	4,1%
TOTAL	372	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Gráfico 14 Disponibilidad económica en muebles de cocina



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Análisis:

Se pudo analizar que el 42% de las familias encuestadas prefieren gastar de 2.001 a 3.000 dólares en muebles para su cocina e indica que es indispensable tener muebles en su cocina ya que es considerada como la instancia más importante, por lo que tiene funciones significativas en nuestras vidas y es la de preparar alimentos y las amas de casa eligen el confort y no les duele invertir en ella.

Muebles de dormitorio (Closets)

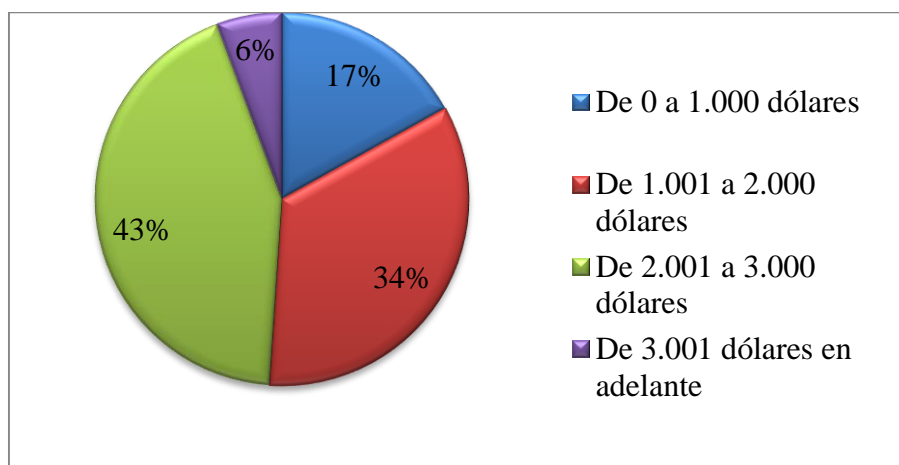
Tabla 17 Disponibilidad económica en muebles de dormitorio (Closets)

Categoría	Encuestados	Porcentaje
De 0 a 2.000 dólares	63	16,9%
De 2.001 a 4.000 dólares	127	34,1%
De 4.001 a 6.000 dólares	161	43,3%
De 6.001 dólares en adelante	21	5,6%
TOTAL	372	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Gráfico 15 Disponibilidad económica en muebles de dormitorio (Closets)



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Análisis:

El 43% de las familias encuestadas señalan que estarían dispuestas a gastar de 2001 a 3000 dólares en muebles de dormitorio (Closets) e indican que la habitación es una parte importante en el hogar por ende debe ser un lugar confortante ya que pasamos momentos de descanso y tranquilidad.

5.- ¿Dónde adquiere comúnmente los muebles para su hogar?

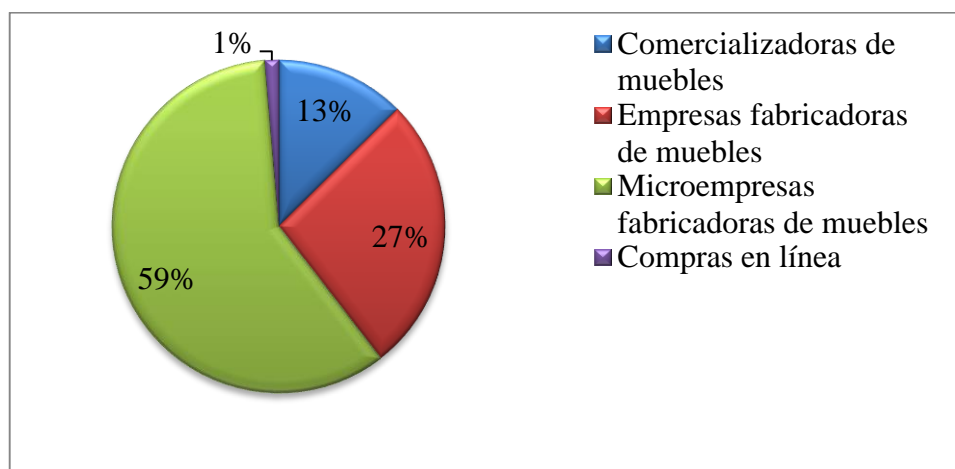
Tabla 18 Lugar de compra de muebles

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Comercializadoras de muebles	47	12,6%
Empresas fabricantes de muebles	100	26,9%
Microempresas fabricantes de muebles	220	59,1%
Compras en línea	5	1,3%
TOTAL	372	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Gráfico 16 Lugar de compra de muebles



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Análisis:

Según las familias encuestadas el 59% adquieren sus muebles para su hogar en microempresas fabricantes de muebles lo cual indica que es una oportunidad para nosotros como pequeños empresarios siendo elegidas por diferentes aspectos ya sea por el precio, diseño o calidad.

6.- ¿Qué factor considera usted importante para la adquisición de muebles para el hogar?

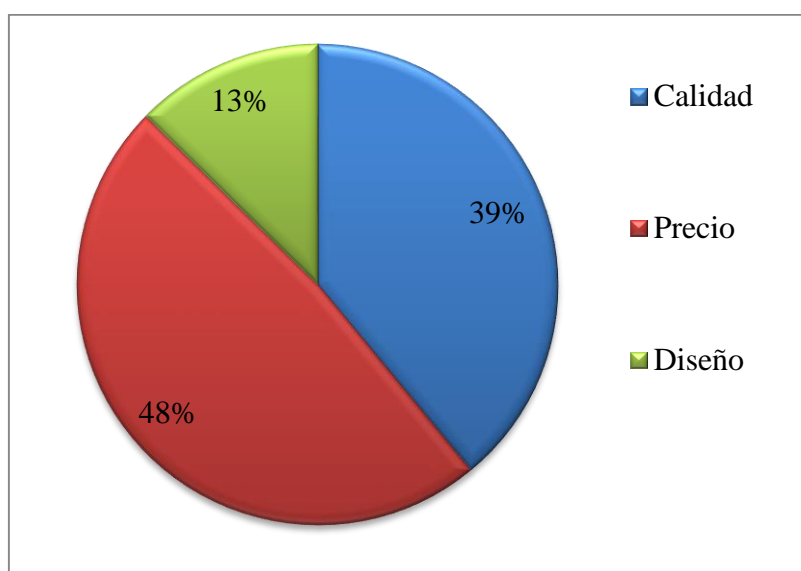
Tabla 19 Factor importante en la adquisición de muebles

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Calidad	145	39%
Precio	180	48,6%
Diseño	47	12,6%
TOTAL	372	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Gráfico 17 Factor importante en la adquisición de muebles



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Análisis:

Se pudo analizar que el 49% de las familias dan favoritismo al precio como factor principal al momento de obtener muebles para su hogar, lo cual indica que este aspecto es un elemento clave en la economía y muestra un límite monetario e impacta a su presupuesto.

7. ¿Cuál es la forma de pago que usted adopta al momento de cancelar su compra?

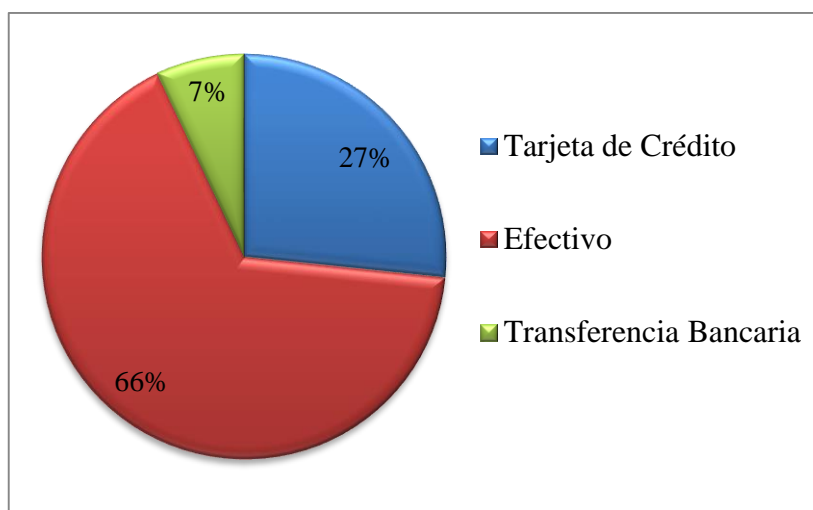
Tabla 20 Forma de pago

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Tarjeta de Crédito	99	26,6%
Efectivo	247	66,4%
Transferencia Bancaria	26	7%
TOTAL	372	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Gráfico 18 Forma de pago



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Análisis:

El 66% de las familias que fueron aplicadas las encuestas dedujeron que optan por pagar en efectivo y prefieren este sistema porque es más rentable y facilita las acciones comerciales entre comprador y vendedor.

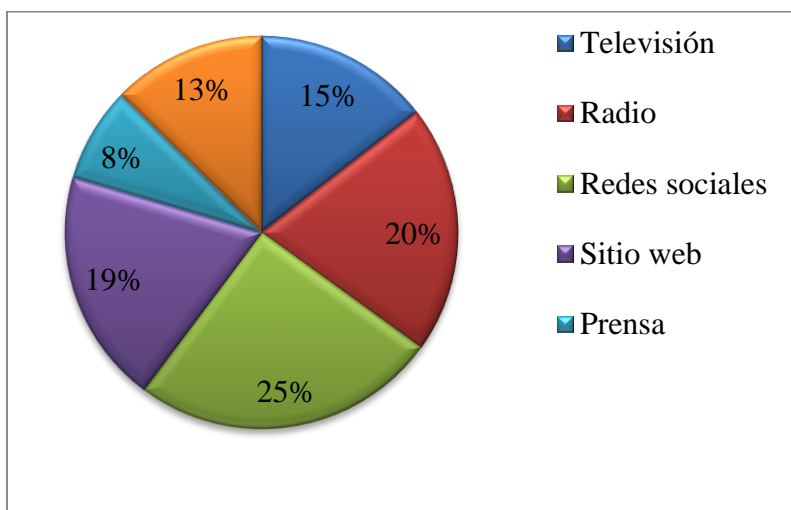
8.- ¿Qué medio de publicidad considera más eficiente para el conocimiento de un negocio?

Tabla 21 Medios de publicidad

Categoría	Encuestados	Porcentaje
Redes sociales	94	25,3%
Radio	76	20,4%
Sitio web	72	19,4%
Televisión	54	14,5%
Recomendaciones	47	12,6%
Prensa	29	7,8%
TOTAL	372	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Análisis:

El 25% de las familias encuestadas opinan que el medio más eficiente para el conocimiento de un negocio son las redes sociales puesto a que permiten tener un contacto visual a través de cualquier dispositivo. Además, es económico si se aprovecha como un canal de comunicación masivo.

3.4.3.1. Análisis de la demanda

Para determinar el análisis e la demanda se debe conocer su concepto el cual es el conjunto de bienes y servicios que los compradores y consumidores están dispuestos adquirir con la finalidad de satisfacer necesidades. La demanda realiza una amplia referencia al espacio en el mercado ya sea en diseño, calidad y precio también lo hace con productos sustitutos.

Para lo cual se consideró varios aspectos para determinar gustos y preferencias de los clientes mediante una encuesta aplicada a las diferentes parroquias del Cantón Ibarra. Estos factores pueden ser controlables o no controlables ya que son enfocados en relación del consumidor.

3.4.4. Determinación de la demanda

Con la investigación realizada se pudo determinar el número de familias en la Ciudad de Ibarra específicamente de las parroquias El Sagrario, San Francisco y Caranqui se compone de 11.694 familias. En base a la investigación se pudo determinar que los productos obtuvieron una aceptación del 91% de las familias encuestadas, es decir que la demanda actual es de 10.524 familias. En base a esta información se procede al cálculo de la demanda por cada uno de los productos que la microempresa ofrecerá.

Cálculo:

Demanda Actual = Familias % de aceptación

Demanda Actual = 11.694* 91%

Demanda Actual = 10.524 Familias

Muebles de dormitorio (Closets)

Tabla 22 Determinación de la demanda en muebles de dormitorio (Closets)

Total Familias 2018	Familias dispuestas a adquirir (90%)	Preferencias muebles de dormitorio (47%)	Frecuencia de compra	Total muebles Anual
11.694	10.525	4.947	1 vez por Año	4.947
Demanda Total en Muebles de dormitorio (Closets)				4.947

Elaborado por: Tania Tayán

Muebles de cocina

Tabla 23 Determinación de la demanda en muebles de Cocina

Total Familias 2018	Familias dispuestas a adquirir (90%)	Preferencias muebles de cocina (36%)	Frecuencia de compra	Total muebles Anual
11.694	10.525	3.789	1 vez por Año	3.789
Demanda Total en Muebles de Cocina				3.789

Elaborado por: Tania Tayán

Muebles de baño

Tabla 24 Determinación de la demanda en muebles de Baño

Total Familias 2018	Familias dispuestas a adquirir (90%)	Preferencias muebles de cocina (17%)	Frecuencia de compra	Total muebles Anual
11.694	10.525	1.789	1 vez por Año	1.789
Demanda Total en Muebles de Baño				1.789

Elaborado por: Tania Tayán

3.4.5. Oferta

El análisis de la oferta se realiza con la finalidad de conocer la cantidad de productos existentes y que son similares al presente proyecto, el precio al que se los oferta y cantidad de clientes a los que satisfacen.

3.4.6. Determinación de la oferta

Para establecer la oferta es necesario realizar una entrevista a la competencia situada dentro y fuera del sector donde se ejecutará la microempresa, se conoce que actualmente existen negocios que funcionan o trabajan de forma empírica en el barrio de Yahuarcocha como también microempresas fabricantes y comercializadoras localizadas en el centro de la ciudad legalmente registradas y poseen giros de negocio similares a los que propone este proyecto. Para calcular el nivel de la oferta se acudió a 4 negocios ubicados dentro del sector y 4 establecimientos legalmente constituidos fuera del sector, en donde reflejaron los siguientes datos. **Anexo 3**

Tabla 25 Resultados de la entrevista

Propietario/ Nombre de la Entidad	Tipo de mueble más demandado	Forma de establecer precio	Cantidad Unidades Mensuales	Cantidad Unidades Anuales	Cantidad Metros Mensuales	Cantidad Metros Anuales
Rigoberto Gavilima	Muebles de dormitorio	M2	7	84	40	480
Polivio Méndez	Muebles de dormitorio	M2	10	120	56	672
Miguel Alba	Muebles de dormitorio	M2	8	96	50	600
Sixto Juma	Muebles de dormitorio	M2	5	60	28	336
Muebles el Laurel	Muebles de dormitorio	M2	20	240	120	1440
Vialeza Modular	Muebles de dormitorio	M2	13	156	92	1104
Muebles el Roble	Muebles de dormitorio	M2	16	192	96	1152
Amoblar	Muebles de dormitorio	M2	10	120	60	720
TOTAL		M2	89	1068	542	6504

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

Los datos muestran que las entidades poseen más demanda en muebles de dormitorio, todas las empresas manejan la misma forma que cobro es decir que el precio depende de los metros que tenga cada mueble. También se realizó un sondeo de producción de muebles en unidades como también en metros a cada uno de los establecimientos posteriormente se procedió a proyectar anualmente.

Para el cálculo de la oferta se tomó en cuenta la suma de muebles de las microempresas ubicados dentro y fuera del sector, esto se efectuó por cada producto, finalmente se realizó la suma de la oferta de los tres productos: Muebles de dormitorio (Closets), Muebles de cocina y muebles de baño.

Muebles de dormitorio (Closets)

Tabla 26 Oferta en muebles de dormitorio (Dentro del sector)

Propietarios	Unidades Mensuales	Unidades Anuales
Rigoberto	2	24
Gavilima		
Polivio Méndez	4	48
Miguel Alba	3	36
Sixto Juma	2	24
TOTAL	11	132

Elaborado por: Tania Tayán

Tabla 27 Oferta en muebles de dormitorio (Fuera del sector)

Nombre de la Entidad	Unidades Mensuales	Unidades Anuales
Muebles el Laurel	12	144
Vialeza Modular	8	96
Muebles el Roble	10	120
Amoblar	6	72
TOTAL	36	432

Elaborado por: Tania Tayán

Tabla 28 Determinación de la Oferta en muebles de dormitorio

Oferta	Total Unidades
Oferta en el sector	132
Oferta Fuera del Sector	432
TOTAL	564

Elaborado por: Tania Tayán

Muebles de cocina

Tabla 29 Oferta en muebles de cocina (Dentro del sector)

Propietarios	Unidades Mensuales	Unidades Anuales
Rigoberto Gavilima	2	24
Polivio Méndez	2	24
Miguel Alba	3	36
Sixto Juma	1	12
TOTAL	8	96

Elaborado por: Tania Tayán

Tabla 30 Oferta en muebles de cocina (Fuera del sector)

Propietarios	Unidades Mensuales	Unidades Anuales
Muebles el Laurel	4	48
Vialeza Modular	2	24
Muebles el Roble	3	36
Amoblar	2	24
TOTAL	11	132

Elaborado por: Tania Tayán

Tabla 31 Determinación de la Oferta en muebles de cocina

Oferta	Total unidades
Oferta dentro del sector	96
Oferta fuera del Sector	132
TOTAL	228

Elaborado por: Tania Tayán

Muebles de baño

Tabla 32 Oferta en muebles de baño (Dentro del sector)

Propietarios	Unidades Mensuales	Unidades Anuales
Rigoberto Gavilima	3	36
Polivio Méndez	4	48
Miguel Alba	2	24
Sixto Juma	2	24
TOTAL	11	132

Elaborado por: Tania Tayán

Tabla 33 Oferta en muebles de baño (Fuera del sector)

Propietarios	Unidades Mensuales	Unidades Anuales
Muebles el Laurel	4	48
Vialeza Modular	3	36
Muebles el Roble	3	36
Amoblar	2	24
TOTAL	12	144

Elaborado por: Tania Tayán

Tabla 34 *Determinación de la Oferta en muebles de baño*

Oferta	Total unidades
Oferta dentro el sector	132
Oferta fuera del Sector	144
TOTAL	276

Elaborado por: Tania Tayán

Tabla 35 *Resumen de la oferta*

Producto	Oferta
Muebles de Dormitorio	564
Muebles de Cocina	228
Muebles de Baño	276
Total	1.068

Elaborado por: Tania Tayán

Mediante la entrevista se pudo determinar que el total de la oferta es de **1.068** unidades en muebles de dormitorio (Closets), Muebles de cocina y muebles de baño.

3.4.6. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha parte de la población que no se siente conforme con el bien o servicio que requiere, por lo tanto, si la demanda es mayor a la oferta produce una insatisfacción por parte de los clientes, dando paso a que genere una competencia para cubrir esa necesidad. Es indispensable considerar datos de la demanda y oferta previamente proyectados, obtenidos mediante la investigación de campo para cada tipo de mueble.

Tabla 36 Determinación de la Demanda Insatisfecha

Producto	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
Muebles de Dormitorio	4947	564	4.383
Muebles de Cocina	3789	228	3.561
Muebles de Baño	1789	276	1.513
Total	10525	1.068	9.457

Elaborado por: Tania Tayán

3.4.7. Análisis de determinación de precios

Para establecer el precio de los muebles se lo realiza por una cotización en el cual el carpintero maestro se encarga de realizar conjuntamente con el/la cliente tomando encuentra el metraje, material y el diseño. En este caso para colocar el precio se tomó en cuenta el precio promedio de la competencia que se encuentra dentro y fuera del sector donde se ejecutará el proyecto.

Tabla 37 Determinación de precios por metro

PROPIETARIOS/ EMPRESAS	Muebles de Dormitorio (Closets)	Muebles de Cocina	Muebles de baño
Rigoberto Gavilima	135	140	130
Polivio Méndez	145	145	100
Miguel Alba	140	135	120
Sixto Juma	145	140	125
Muebles el Laurel	130	125	120
Vialeza Modular	155	155	130
Muebles el Roble	150	145	125
Amoblar	130	135	120
Precio Promedio	140	140	120

Elaborado por: Tania Tayán

Prototipo de precio:

Sí un mueble de dormitorio (Closet) mide 7m² y es fabricado con estructura de melamínico blanco de 15ml, melamínico blanco de 6ml y melamínico de color de 15ml.; el valor por cada metro cuadrado es de \$140,00 su precio de venta al público es de \$980.00 es decir, se multiplica los metros cuadrados que en este caso son 7m² por el valor de cada metro que es \$140.00.

De la misma manera en muebles de cocina, sí una cocina mide 5 metros en muebles aéreos y 6 metros en muebles bajos, la suma total es de 11 metros lineales y su valor por cada metro es de \$140,00 el precio de venta al público es de \$1.540.

3.4.8. Estrategias de comercialización

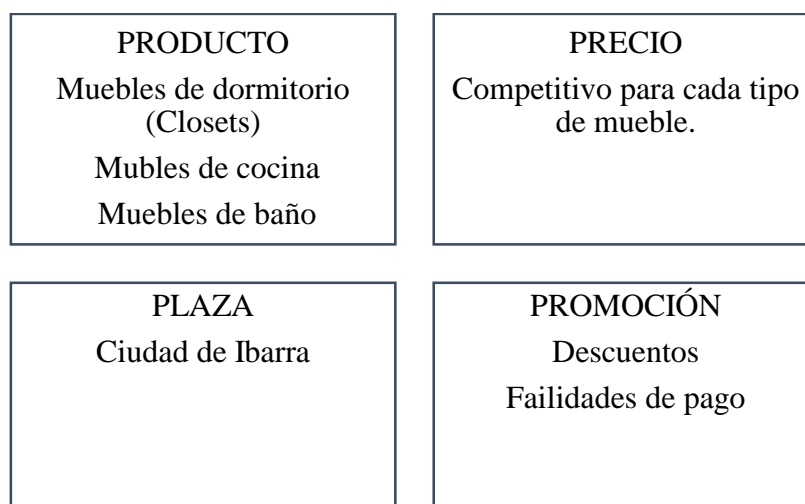
Consiste en realizar estrategias de mercadeo o realizar determinadas acciones para dar a conocer un producto en el mercado satisfaciendo las necesidades de los clientes es necesario tomar en cuenta los recursos económicos con el que cuenta la microempresa.

La estrategia de comercialización es uno de los procesos más importantes para la venta de muebles para el hogar, por ello para dar a conocer los productos que ofrecerá la microempresa se pretende utilizar un sistema de comercialización que relacione a las 4 Ps (Producto, Precio, Plaza y Promoción).

3.4.8.1. Marketing mix (4Ps)

Es un análisis de estrategia que se utiliza para promocionar el producto en el mercado satisfaciendo necesidades de los clientes en el cual se trata de poner el producto adecuado en el lugar apropiado en el momento indicado y al precio justo. Estas cuatro variables son consideradas para conseguir objetivos comerciales. Por ello es necesario que estas cuatro variables se combinen con coherencia para lograr complementarse entre sí.

Gráfico 19 Marketing mix



Elaborado por: Tania Tayán

3.4.8.1.1. Productos

La microempresa ofrecerá diferentes tipos de muebles modulares como: Muebles de dormitorio (Closets), Muebles de cocina. Estos tipos de muebles están compuestos por diferentes módulos lo cual muestra una solución moderna y personalizada a los espacios.

Los muebles de dormitorio (Closets) incorpora módulos con diferentes funciones dependiendo de los estilos de cada persona este mueble está conformado por dos maleteras, cuatro cajoneras inferiores, dos colgadores, una zapatera y un estante para ropa doblada. Los muebles de cocina esta dividido en muebles bajos y muebles aereos cada uno con diferentes funciones por lo general estás cocinas son dinámicas, personalizadas y funcionales ya que se adaptan a las necesidades de la familia. Los muebles de baño muestran confort en el hogar y va diseñado de acuerdo a los requerimientos de la familia

3.4.8.1.2. Precio

En referencia al estudio realizado a los clientes potenciales es necesario tomar en cuenta el precio de la competencia más considerable en el margen de utilidad, que permita la microempresa producir y solventar las expectativas planteadas.

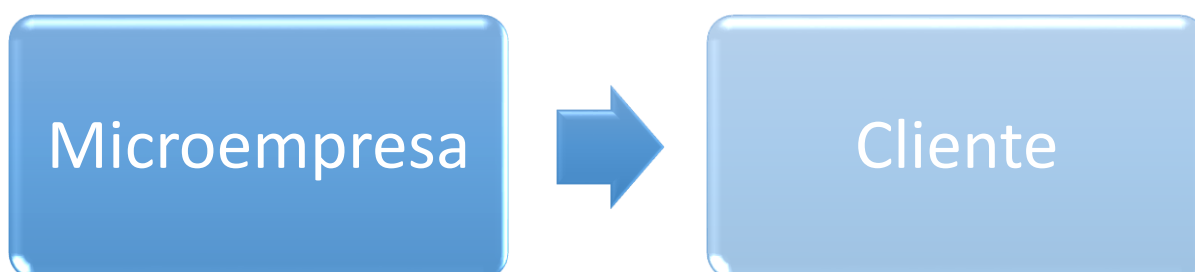
Los precios son considerables para cada tipo de mueble en closet el precio va en función de dimensiones por metro cuadrado, en cocina y en baño en función de metro lineal cabe recalcar que el precio también varía de acuerdo con el tipo de material y diseño, sin perder la calidad.

Los precios están orientados a conquistar la preferencia y gusto del cliente, brindando un servicio de excelencia consiguiendo una imagen positiva frente a nuestros clientes y encontrándose en condiciones de competir con las empresas que oferten productos similares.

3.4.8.1.3. Plaza

El lugar a ubicarse la microempresa fabricante de muebles para el hogar será en el barrio Yahuarcocha. Se ha considerado mantener un sistema de comercialización estándar lo cual se enfoca a tener contacto directo con el consumidor final.

Gráfico 20 Canal de comercialización



Elaborado por: Tania Tayán

3.4.8.1.4. Promoción y Publicidad

En cuanto a la publicidad se realizará mediante el uso de redes sociales como en Facebook, WhatsApp, etc. Actualmente son los medios de comunicación más conocidos también es necesario la entrega de tarjetas corporativas y ver la posibilidad de crear un catálogo virtual para la exhibición de los muebles con la finalidad que los clientes conozcan los diferentes tipos de muebles para el hogar. En cuanto a la promoción tendrá accesibilidad para facilidades de pago y se establecerá ofertas, promociones y descuentos.

3.5. Conclusiones

Este capítulo nos permite analizar el mercado y saber si realmente nuestro producto satisface o no una necesidad, si demanda es mayor que la oferta existe demanda insatisfecha lo cual muestra que en nuestro proyecto de fabricación de muebles modernos en la actualidad tienen una gran acogida ya que hoy en día existen hogares sofisticadas y elegantes.

Además, nos permite conocer los diferentes gustos y preferencias de los diferentes tipos de muebles a fabricar en la microempresa.

Mediante una investigación directa con la competencia de productos similares y un análisis de costos de producción se pudo establecer los precios de cada tipo de mueble en nuestro caso el precio varía según el tipo de mueble, el material y el diseño que el cliente prefiera.

La manera de comercializar los muebles será netamente directa, es decir, microempresa –cliente sin intermediarios ya que el carpintero maestro se encargará desde la cotización de los muebles hasta la instalación de los mismos.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El estudio técnico permite determinar el tamaño y localización óptima de la planta de acuerdo con las características del entorno, capacidad instalada, la tecnología apropiada en relación con la maquinaria y equipos que se utilizará para la fabricación de muebles para el hogar. También se observó la capacidad del personal relacionada con la utilización de maquinaria y al proceso productivo que implica la fabricación de los productos.

Por otro lado, se determinó el monto de inversión y los costos de operación requeridos para la instalación de la planta y el proceso de producción de muebles para el hogar.

4.2 Objetivos

4.2.1 Objetivo general

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

4.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar la macro y micro localización.
- Definir el tamaño del proyecto.
- Establecer el diseño de la instalación de la planta para la fabricación de los muebles para el hogar.

- Elaborar el proceso de fabricación de los muebles para hogar.
- Establecer la inversión necesaria para la ejecución del proyecto.

4.3. Localización óptima del proyecto

Para determinar la localización del proyecto, se llevará a cabo un análisis de la macro y micro localización en donde se analizarán las variables cualitativas del sector donde se instalará la planta, misma que permitirá cubrir todas las exigencias o requerimientos del proyecto, minimizar costos y gastos operacionales para obtener mayor rentabilidad.

4.3.1. Macro localización

La microempresa de fabricadora y comercializadora de muebles para el hogar se encontrará ubicada en la Zona 1 de Ecuador, en la provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, Barrio Yahuarcocha. Reconociendo la ciudad de Ibarra como el lugar donde se llevará a cabo el desarrollo del proyecto con la finalidad de fortalecer el contexto económico de la ciudad y con el propósito de apoyar el desarrollo local y por ende regional.

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Región: Sierra

Cantón: Cantón de Ibarra

Ciudad: Ibarra

Gráfico 21 Mapa Zona 1 del Ecuador



Fuente: Senplades 2014

4.3.2. Micro localización

Para determinar la micro localización del proyecto se utilizó un método cuantitativo por puntos en la cual consiste en asignar valores en una calificación cuantitativa a los indicadores más relevantes como: Ubicación, Valor de arriendo, vías de acceso, infraestructura y espacio físico.

Ubicación

Es importante determinar la ubicación en la cual se ejecutará en proyecto la cual cuente con acceso a los servicios básicos como: agua potable, teléfono, energía eléctrica, alcantarillado e internet.

Valor de arriendo

Para determinar nuestro capital de trabajo es necesario que sea un lugar amplio en la cual podamos sentirnos satisfactorios al momento de fabricar muebles para el hogar y además que tenga un costo considerable.

Infraestructura y espacio físico

El terreno de arriendo deberá contar con un espacio físico necesario para el proceso de fabricación de los muebles y su respectiva bodega.

Opción 1: Cantón: Ibarra; Parroquia: El Sagrario; Barrio: Pilanqui; Calles: Darío Egas Almeida y Av. Heleodoro Ayala.

Opción 2: Cantón: Ibarra; Parroquia: El Priorato; Barrio: Yahuarcocha; Calles: San Miguel y 18 de abril.

Tabla 38 Análisis cuantitativo de la localización

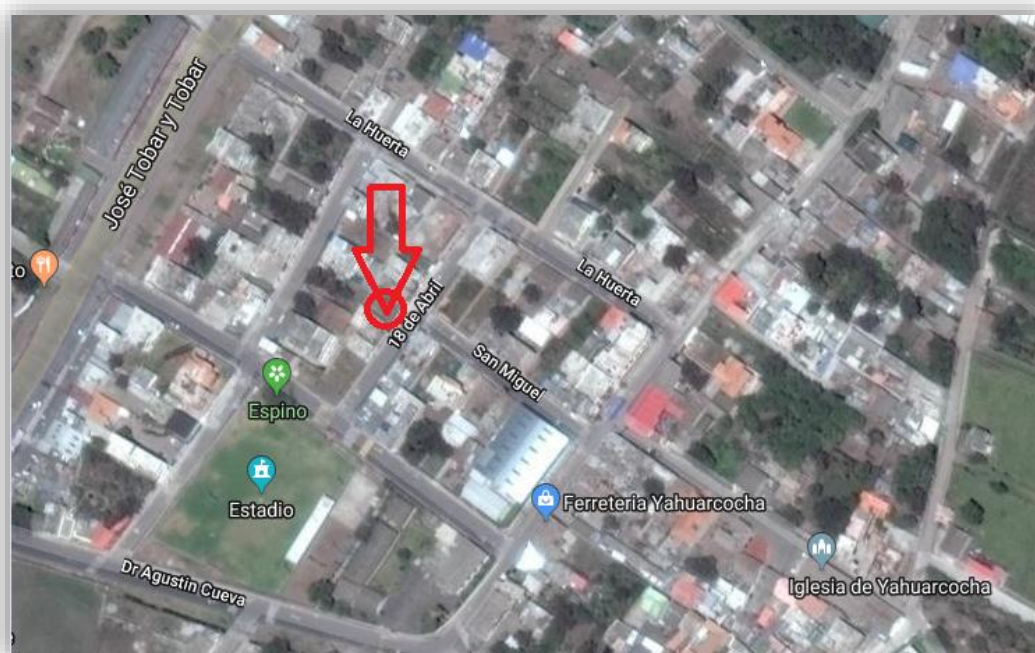
FACTOR	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2
Ubicación	8	8
Valor Arriendo	6	9
Infraestructura	7	8
TOTAL	21	25

Elaborado por: Tania Tayán

Después de haber realizado un análisis cuantitativo con una escala de 10 puntos siendo 10 la opción óptima, se puede concluir que el lugar adecuado para ejecutar el proyecto es la opción 2, misma que se encuentra ubicada en Cantón: Ibarra; Parroquia: El Priorato; Barrio: Yahuarcocha; Calles: San Miguel y 18 de abril.

Desde una visualización más detallada, la microempresa fabricante de muebles para el hogar, estará ubicada en la Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, Barrio Yahuarcocha en las calles San Miguel y 18 de Abril, el sector cuenta con todos los servicios necesarios para el desarrollo del proyecto. Además es un lugar turístico y cuenta con la disponibilidad de mano de obra calificada y vías accesibles.

Gráfico 22 Ubicación del Proyecto



Fuente: Google maps

Yahuarcocha pertenece a la parroquia La Dolorosa del Priorato, a 3 kilómetros al norte de la ciudad de Ibarra, en el centro-este de la provincia de Imbabura, Ecuador. Se consideró este lugar con el fin de reactivar la producción económica en el área del mueble, manteniendo la cultura y las habilidades de la fabricación de los muebles para el hogar.

4.4. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto es un elemento importante para determinar la inversión necesaria para el desarrollo del proyecto, aprovechando la capacidad instalada al máximo optimizando espacios y tiempo del recurso humano.

4.4.1. Factores determinantes del tamaño del proyecto

Para la determinación del tamaño de proyecto se consideraron los siguientes factores:

Demanda. - La demanda de muebles en la ciudad de Ibarra presenta un camino viable de crecimiento para la creación de una nueva unidad productiva y comercializadora de muebles, ya que el mercado es atractivo, de acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo, se manifestó que el 90,6% de las familias de la ciudad de Ibarra, está dispuesta adquirir o renovar los muebles, situación que muestra claramente que los productos que se van a ofertar serán aceptados por futuros compradores.

Inversión: Para determinar la inversión del proyecto para la instalación de la planta y el proceso de producción que implica la creación de la microempresa fabricante y comercializadora de muebles para el hogar, la inversión total será cubierta con un crédito financiero considerando la alternativa más conveniente para la ejecución del proyecto.

Disponibilidad de Materia Prima. - Para la producción de muebles para el hogar en cuanto a la materia prima para la fabricación de muebles de dormitorio (Closets), cocina y baño se utilizará MDF, MDF laminado, melamínico, tripex; esto en cuanto a material principal, y material secundario como manijas, rieles, brazos hidráulicos, topes push, tornillos, bisagras, tiraderas de acero inoxidable, laca, tinte para madera, etc.

Disponibilidad de Mano de Obra. - En lo referente a la mano de obra a utilizar es necesario contratar personal especializado en el tratamiento de la madera y conocimiento de fabricación de muebles modulares lo cual existe una capacidad obrera en el sector a ejecutarse la microempresa.

4.5. Capacidad instalada

Para proceder con el cálculo de la capacidad instalada del proyecto se realiza en función de diversos factores, uno de ellos es la disponibilidad de espacio físico existente en cada uno de las áreas de la microempresa tomando en cuenta en unidades y metros de muebles a fabricar. A continuación, se muestra un cálculo en diversos volúmenes realizado para determinar la capacidad de producción en espacio físico.

Tabla 39 Tamaño del proyecto en espacio físico

Detalle	Cantidad en unidades	Cantidad en metros
Muebles de dormitorio (Closets)		
Bodega	1	7m
Área de trazado y corte	1	7m
Área de armado	1	7m
Área de lijado	1	7m
Área de lacado	1	7m
Área de secado	1	7m
Muebles de cocina		
Bodega	1	11m
Área de trazado y corte	1	11m
Área de armado	1	11m
Área de lijado	1	11m
Área de lacado	1	11m
Área de secado	1	11m
Muebles de Baño		
Bodega	1	2m
Área de trazado y corte	1	2m
Área de armado	1	2m
Área de lijado	1	2m
Área de lacado	1	2m
Área de secado	1	2m
TOTAL	18m	120m²

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tania Tayán

4.5.1. Capacidad de Producción

La capacidad de producción es máximo nivel de actividad que se puede alcanzar, es fundamental analizar el grado de uso de las instalaciones tomando en cuenta los recursos con los que cuenta la microempresa ya que el incremento o disminución de la capacidad productiva proviene de las inversiones a realizar.

Para determinar la capacidad de producción se consideró en función del espacio físico conjuntamente con el tiempo de fabricación en cada tipo de mueble, la cantidad de mano de obra y la maquinaria existente. La microempresa está en capacidad cubrir 84 muebles anuales, representando el 1% de su demanda insatisfecha además su capacidad a utilizar será el 39% de su capacidad instalada.

Tabla 40 Capacidad de producción

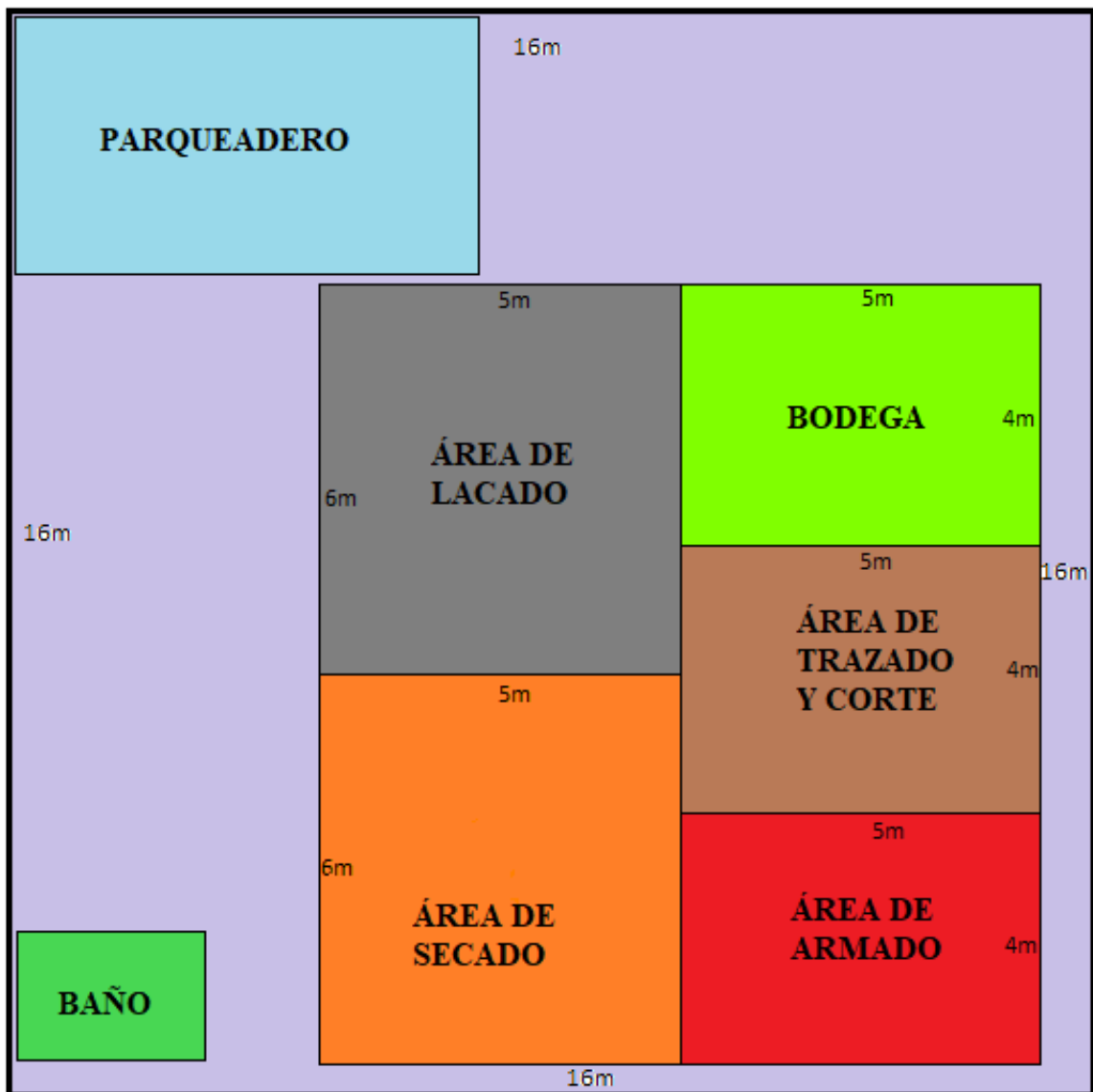
Productos	Cantidad metros en unidad	Producción mensual en unidades	Producción anual en unidades	Producción mensual en metros
Muebles de dormitorio (Closets)	7 m	3	36	21
Muebles de Cocina	11 m	1	12	11
Muebles de baño	2 m	3	36	6
TOTAL	20 m	7	84	38

Elaborado por: Tania Tayán

4.6. Distribución de la planta

Para la distribución de la planta se ha considerado las dimensiones del terreno el cual tiene un área total del terreno es de **256 m²** y se utilizará una infraestructura de **120 m²** del total del área y se distribuye de la siguiente manera: Bodega, Área trazado y corte, Área de Armado, Área de Lacado y Área de Secado. El restante del terreno se utilizará como parqueadero exclusivamente para los clientes.

Tabla 41 Distribución de la planta

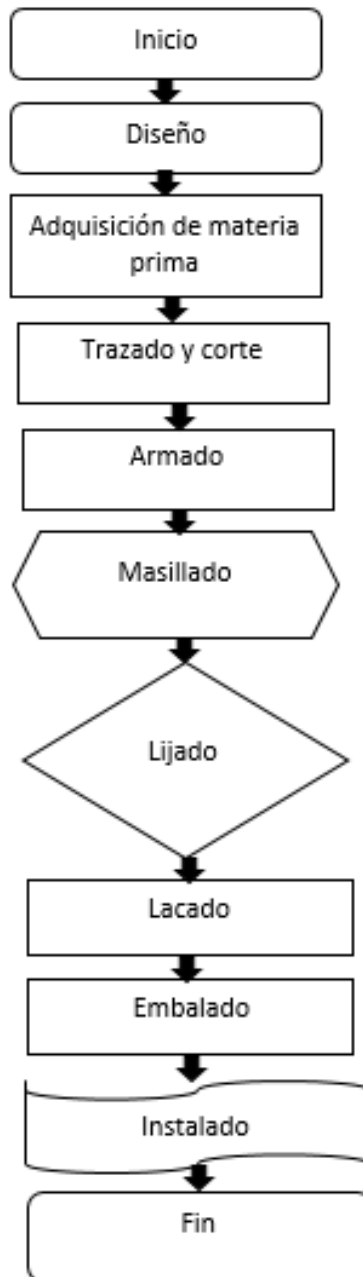


Elaborado por: Tania Tayán

4.7. Flujo de procesos

Gráfico de proceso de fabricación de muebles para el hogar.

Gráfico 23 Flujograma de procesos



Elaborado por: Tania Tayán

4.7.1. Proceso de Producción

Diseño: Se define el tipo de mueble y el tipo de materiales que el cliente prefiere en su hogar.

Adquisición de materia prima: Una vez seleccionado el tipo de mueble que se va a realizar se procede a la compra y selección de materia prima que se va a utilizar en el proceso de fabricación.

Trazado y corte: Se procese trazar y cortar las dimensiones del cuerpo y estructura del mueble.

Armado: A continuación, se procede a unir las piezas dando forma al mueble, mediante el uso de tornillos asegurando la firmeza de los muebles dependiendo el diseño y tipo del mueble.

Masillado: Posteriormente se procede a realizar pequeños trabajos de relleno o fallas en el mueble es decir re rellena los orificios y corrigiendo las imperfecciones utilizando masilla aplicándola con una espátula.

Lijado: Es necesario realizar un lijado adecuado, consta de eliminar el daño de la madera permitiendo nivelar y alisar la superficie proporcionando una condición ideal para la aplicación de productos como selladores o lacados.

Lacado: Se refiere a la aplicación de un líquido para dar terminación al mueble brindándole un color al mueble que se seca mediante la evaporación del disolvente.

Embalado: Es necesario para evitar que se rayen o sufran cualquier desperfecto durante el traslado de los muebles.

Instalado: Es una parte muy fundamental, los muebles son colocados en los espacios dispuestos para el funcionamiento o que cumplan ciertas necesidades de los clientes.

4.8. Inversiones

4.8.1. Inversión Fija

Se refiere a todos los aspectos relacionados con los bienes tangibles para la creación de la microempresa tales como: maquinaria y equipos, muebles y enseres, y herramientas a utilizar en la microempresa.

Infraestructura

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno arrendado de 256m² en la cual va de acorde con los procesos de fabricación de muebles para el hogar determinando un espacio físico para el área de producción, lacado, secado y bodega para lo cual debe tener un ambiente iluminado, amplio y cómodo sobre todo debe ser una zona con ventanales, ya que es un trabajo con exceso de polvo y es perjudicial para la salud de los trabajadores.

Para la construcción de las instalaciones se va a ocupar el 44% del total de terreno, según la proyección estimada para la construcción de las instalaciones de la microempresa será de \$1300 misma que será construida de un galpón y estructura metálica como también constará de una bodega de 16m² con un cerramiento de bloques.

Tabla 42 Infraestructura

Descripción	Total
Infraestructura	\$800
Bodega	\$500
Total	\$1.300

Elaborado por: Tania Tayán

Herramientas

Las herramientas son necesarias para el proceso de fabricación de los muebles, comprenden la utilización de las siguientes herramientas y sus respectivas cotizaciones que se detallan a continuación.

Tabla 43 Herramientas

Descripción	Unidad de Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Martillo	unidad	1	3	\$3
Cepillo	unidad	1	3	\$3
SERRUCHO	unidad	1	4	\$4
Formón	unidad	2	3	\$6
Espátula	unidad	2	3	\$6
Escuadras	unidad	2	4	\$8
Juego de brocas	unidad	1	50	\$50
Juego de lijas	unidad	2	20	\$40
Casco	unidad	2	5	\$10
Gafas	unidad	2	5	\$10
Overoles	unidad	2	35	\$70
Protectores de Nariz	unidad	2	25	\$50
Total				\$260

Elaborado por: Tania Tayán

Maquinaria y Equipo

Para el funcionamiento del proyecto es necesario realizar la adquisición de maquinaria y equipo, mismos que serán adquiridas en los diferentes almacenes de la ciudad de Ibarra.

Tabla 44 Maquinaria y Equipo

Descripción	Unidad de Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Sierra de Banco	Unidad	2	200	\$400
Compresor	Unidad	1	250	\$250
Ingletadora	Unidad	1	650	\$650
Tupi	Unidad	1	300	\$300
Pulidora	Unidad	1	350	\$350
Taladro eléctrico	Unidad	2	150	\$300
Cepillo eléctrico	Unidad	1	250	\$250
Caladora de mano	Unidad	1	180	\$180
Total				\$2.680

Elaborado por: Tania Tayán

Equipo de cómputo

Es necesario contar con un computador el cual permitirá llevar un control adecuado del área administrativa, el cual nos ayudará a tomar mejores decisiones

Tabla 45 Equipo de computo

Descripción	Unidad de Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Computador	Unidad	1	600	\$600
Impresora	Unidad	1	100	\$100
Teléfono	Unidad	1	100	\$100
Total				\$800

Elaborado por: Tania Tayán

Muebles y enseres

Los muebles y enseres nos permitirán facilitar las actividades en la microempresa y no ayudará a brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

Tabla 46 Muebles y Enseres

Descripción	Unidad de Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Escritorio	unidad	1	150	\$150
Sillón de escritorio	unidad	1	50	\$50
Sillas de espera	unidad	2	25	\$50
Archivador	unidad	1	100	\$100
Total				\$350

Elaborado por: Tania Tayán

4.8.2. Resumen de Inversiones Fijas

Tabla 47 Resumen inversiones fijas

Descripción	Costo
Infraestructura	\$1.300
Herramientas	\$260
Maquinaria y Equipo	\$2.680
Equipo de Computo	\$800
Muebles y Enseres	\$350
Total	\$5.390

Elaborado por: Tania Tayán

4.9. Inversiones Corrientes

4.9.1. Materia Prima

La cotización realizada comprende materia prima para 3 muebles de dormitorio (Closets) de 7 metros cuadrados cada uno, una cocina de 11 metros lineales y tres muebles de baño de 2 metros lineales cada uno, fabricado con estructura de melamínico blanco de 15ml, melamínico blanco de 6ml y melamínico de color de 15ml. La inversión es valorizada mensualmente.

Tabla 48 Materia prima directa

Descripción	Unidad de Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Muebles de dormitorio (Closets) de 7 metros				
Melamínico 15ml (plancha)	unidad	3	\$38,00	\$114,00
Melamínico 6ml (plancha)	unidad	2	\$38,00	\$76,00
Melamínico de color 15ml (plancha)	unidad	1	\$77,00	\$77,00
Tornillos	unidad	108	\$0,03	\$3,24
Rieles de cajón	unidad	8	\$1,90	\$15,20
Bisagras	unidad	12	\$0,50	\$6,00
Tiraderas	unidad	4	\$1,25	\$5,00
Soporte de tubo	unidad	6	\$0,15	\$0,90
Tubo para closets	metros	3	\$2,00	\$6,00
Niveladores	unidad	16	\$0,20	\$3,20
Costo por mueble				\$306,54
Muebles por mes				3
Subtotal				919,62
Muebles de cocina de 11 metros				
Melamínico 15ml (plancha)	unidad	3	\$38,00	\$114,00
Melamínico 6ml (plancha)	unidad	2	\$38,00	\$76,00
Melamínico de color 15ml (plancha)	unidad	3	\$77,00	\$231,00

Tornillos	unidad	200	\$0,03	\$6,00
Rieles de cajón	unidad	8	\$1,90	\$15,20
Bisagras	unidad	36	\$0,50	\$18,00
Tiraderas	unidad	26	\$1,25	\$32,50
Niveladores	unidad	20	\$0,20	\$4,00
Pistones	unidad	8	\$1,20	\$9,60
Costo por mueble				\$506,30
Muebles por mes				1
Subtotal				506,30
Mueble de baño 2 metros				
Melamínico 15ml (plancha)	unidad	1	\$38,00	\$19,00
Melamínico 6ml (plancha)	unidad	1	\$38,00	\$19,00
Melamínico de color 15ml (plancha)	unidad	1	\$77,00	\$38,50
Tornillos	unidad	70	\$0,03	\$2,10
Rieles de cajón	unidad	8	\$1,90	\$15,20
Bisagras	unidad	4	\$0,50	\$2,00
Tiraderas	unidad	8	\$1,25	\$10,00
Costo por mueble				\$105,80
Muebles por mes				3
Subtotal				\$317
TOTAL DE MATERIA PRIMA				1.743,32

Elaborado por: Tania Tayán

4.9.2. Maño de obra

Estos son los sueldos y salarios con sus respectivos y beneficios de ley según el Código de Trabajo Ecuatoriano.

Tabla 49 Sueldos y beneficios

Cargo	Cant.	Sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal/personal	Total Mensual
Administrador	1	411	34,25	34,25	45,83	525,33
Carpintero Maestro	1	409	34,08	34,08	45,60	522,77
Operario	1	406	33,83	33,83	45,27	518,94
Total						1.567,03

Elaborado por: Tania Tayán

4.9.3. Costos Indirectos de fabricación

Tabla 50 Costos indirectos de fabricación mensual

Descripción	V. Total
Plástico de embalaje	\$12
Consumo de Energía Eléctrica	\$20
Consumo de Teléfono	\$20
Consumo de Agua Potable	\$10
Total	\$62

Elaborado por: Tania Tayán

4.10. Gastos Administrativos

Gasto Internet

Tabla 51 Gasto Internet

Descripción	Mensual
Internet	\$25
Total	\$25

Elaborado por: Tania Tayán

Gasto Arriendo

Tabla 52 Gasto arriendo

Descripción	Mensual
Arriendo	\$50
Total	\$50

Elaborado por: Tania Tayán

Gasto Publicidad

Tabla 53 Gasto publicad

Descripción	Mensual
Publicidad en Facebook	\$10
Tarjetas de presentación	\$10
Total	\$20

Elaborado por: Tania Tayán

Gasto Transporte

Tabla 54 Gasto Transporte

Descripción	Mensual
Transporte	\$100
Total	\$100

Elaborado por: Tania Tayán

Gastos Imprevistos

Tabla 55 Gastos Imprevistos

Descripción	Mensual
Imprevistos	\$50
Total	\$50

Elaborado por: Tania Tayán

4.11. Capital de trabajo

Tabla 56 Capital de trabajo

Descripción	Valor mensual	Total
Costos de producción		\$3.372
Materia prima	\$1.743	
Mano de obra	\$1.567	
Costos indirectos de fabricación	\$62	
Gastos Administrativos		\$245
Internet	\$25	
Arriendo	\$50	
Publicidad	\$20	
Transporte	\$100	
Varios	\$50	
Total		\$3.617
Capital de Trabajo (2 Meses)		\$7.235

Elaborado por: Tania Tayán

4.12. Gastos constitución

Tabla 57 Gasto constitución

Descripción	Valor
Gasto Constitución	\$250
Total	\$250

Elaborado por: Tania Tayán

4.13. Inversión Inicial

Una vez analizado los factores que intervienen en la ejecución de la microempresa es necesario invertir \$ **12.875** dólares para su correcto funcionamiento.

Tabla 58 Inversión inicial

Descripción	Total
Activos Fijos	\$5.390
Capital de trabajo	\$7.235
Gastos de constitución	\$250
Total	\$12.875

Elaborado por: Tania Tayán

4.14. Financiamiento del proyecto

Para creación de la microempresa se necesita \$**12.875** el cual se cubrirá el 61% con recursos propios y el 39% que se obtendrá mediante un microcrédito en una institución financiera.

Tabla 59 Financiamiento del Proyecto

Descripción	Porcentaje	Total
Capital propio	61%	\$7.875
Crédito Bancario	39%	5.000
Total		12.875

Elaborado por: Tania Tayán

4.14.1 Amortización de la deuda

Para financiar el 39% del proyecto se tomó en cuenta un microcrédito que será otorgado por la COOPERATIVA ATUNTAQUI, el monto a solicitar es de \$5.000,00 a un plazo de 36 meses con una tasa al 21%. **Anexo 4**

Monto:	\$5.000
Tasa de interés	21,00%
Periodos	36
Interés	1.850,43

Nro. Periodos	Cuota	Interés	Otros	Capital	Saldo
0					5000
1	\$191,37	\$122,50	\$2,48	\$66,39	\$4.933,61
2	\$191,37	\$86,34	\$1,74	\$103,29	\$4.830,32
3	\$191,37	\$78,90	\$1,59	\$110,88	\$4.719,44
4	\$191,37	\$90,85	\$1,84	\$98,68	\$4.620,76
5	\$191,51	\$75,47	\$1,66	\$114,38	\$4.506,38
6	\$190,44	\$80,59	\$1,62	\$108,23	\$4.398,15
7	\$191,37	\$82,10	\$1,66	\$107,61	\$4.290,54
8	\$191,37	\$72,58	\$1,47	\$117,32	\$4.173,22
9	\$191,37	\$75,47	\$1,52	\$114,38	\$4.058,84
10	\$191,37	\$73,40	\$1,48	\$116,49	\$3.942,35
11	\$191,37	\$68,99	\$1,39	\$120,99	\$3.821,36
12	\$191,37	\$66,87	\$1,35	\$123,15	\$3.698,21
	\$2.295,65	\$974,06	\$19,80	\$1.301,79	
13	\$191,37	\$66,88	\$1,35	\$123,14	\$3.575,07
14	\$191,68	\$64,65	\$1,62	\$125,41	\$3.449,66
15	\$191,94	\$56,34	\$1,71	\$133,89	\$3.315,77
16	\$191,37	\$61,89	\$1,25	\$128,23	\$3.187,54
17	\$191,62	\$53,92	\$1,34	\$136,36	\$3.051,18
18	\$191,26	\$55,06	\$1,12	\$135,08	\$2.916,10
19	\$191,37	\$52,73	\$1,07	\$137,57	\$2.778,53

20	\$191,54	\$48,62	\$1,15	\$141,77	\$2.636,76
21	\$191,54	\$50,76	\$1,20	\$139,58	\$2.497,18
22	\$191,37	\$40,79	\$0,82	\$149,76	\$2.347,42
23	\$191,37	\$42,45	\$0,86	\$148,06	\$2.199,36
24	\$191,37	\$41,05	\$0,83	\$149,49	\$2.049,87
	\$2.297,80	\$635,14	\$14,32	\$1.648,34	
25	\$197,96	\$34,68	\$7,29	\$155,99	\$1.893,88
26	\$191,37	\$34,25	\$0,69	\$156,43	\$1.737,45
27	\$191,37	\$28,38	\$0,57	\$162,42	\$1.575,03
28	\$191,37	\$28,48	\$0,58	\$162,31	\$1.412,72
29	\$191,37	\$24,72	\$0,50	\$166,15	\$1.246,57
30	\$191,37	\$22,54	\$0,46	\$168,37	\$1.078,20
31	\$191,37	\$18,87	\$0,38	\$172,12	\$906,08
32	\$191,37	\$16,38	\$0,33	\$174,66	\$731,42
33	\$191,37	\$13,23	\$0,27	\$177,87	\$553,55
34	\$191,37	\$9,69	\$0,20	\$181,48	\$372,07
35	\$191,37	\$6,73	\$0,14	\$184,50	\$187,57
36	\$190,92	\$3,28	\$0,07	\$187,57	\$0,00
	\$2.302,58	\$241,23	\$11,48	\$2.049,87	
	6.896,03	1.850,43	45,60	5.000,00	

Fuente: Cooperativa de ahorro y crédito Atuntaqui Ltda.

Elaborado por: Tania Tayán

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

El estudio financiero es una síntesis cuantitativa que permite organizar la información recopilada para evaluar los resultados financieros que nos permita observar la factibilidad del proyecto como también una serie de indicadores para tomar la decisión de ejecutar el proyecto.

5.2. Objetivos

5.2.1. Objetivo general

Efectuar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

5.2.2. Objetivos Específicos

- Establecer el presupuesto de ingresos y de costos, estimado a 12 meses.
- Ejecutar los estados financieros.
- Determinar el presupuesto de caja.
- Calcular el punto de equilibrio.

5.3 Presupuesto de ventas

El presupuesto de ingresos busca determinar y proyectar los ingresos de la microempresa que se va a generar en un lapso de tiempo, con la finalidad de realizar el presupuesto de ingresos y egresos, es necesario determinar las unidades a vender, el costo y precio de venta del producto.

Para el cálculo de los ingresos se tomó en cuenta tres productos, actualmente son los productos más demandados en la construcción de viviendas. Por lo tanto, la evaluación financiera de esta propuesta se centra en estos tres productos:

- Mueble de dormitorio Closet de 7 metros cuadrados
- Muebles de cocina de 11 metros lineales
- Muebles de baño de 2 metros lineales

“CARPINTERÍA MODERNA”
PRESUPUESTO DE VENTAS
AL AÑO DE OPERACIÓN

Tabla 60 Presupuesto estimado en ventas

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Mueble de dormitorio (Closets 7metros)													
Mueble por mes	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
PVP	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$11.760
Total	\$2.940	\$2.940	\$2.940	\$2.940	\$2.940	\$2.940	\$2.940	\$2.940	\$2.940	\$2.940	\$2.940	\$2.940	\$35.280
Mueble de cocina de 11 metros													
Mueble por mes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
PVP	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$18.480
Total	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$1.540	\$18.480
Mueble de baño de 2 metros													
Mueble por mes	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
PVP	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$2.880
Total	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$8.640
Total de ventas													\$62.400

Elaborado por: Tania Tayán

5.4. Presupuesto de Costos

Es indispensable efectuar un presupuesto de costos y gastos para la ejecución del proyecto como: la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos y gastos de depreciación, que son necesarios para la constitución de la microempresa.

5.4.1. Costos Directos de Producción

Los costos de producción se recuperan al momento de vender el producto los elementos corresponden a Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa.

5.4.1.1. Materia prima Directa

Para determinar el costo de la materia prima se realizó una investigación directamente con los proveedores y se concluyó que el costo de producción de muebles de dormitorio (Closets) de 7 metros es a \$306,54, el costo de producción del mueble de cocina de 11 metros es de \$506,30 y un mueble de baño de 2 metros es de \$105,80, esta cotización se proyectó de forma mensual y anual.

Tabla 61 Materia prima directa anual

Descripción	Unidad de Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total	Valor mensual	Valor total anual
Mueble de dormitorio de 7 metros (Closets)						
Melamínico 15ml (plancha)	unidad	3	38,00	114,00	342,00	4.104,00
Melamínico 6ml (plancha)	unidad	2	38,00	76,00	228,00	2.736,00
Melamínico de color 15ml (plancha)	unidad	1	77,00	77,00	231,00	2.772,00
Tornillos	unidad	108	0,03	3,24	9,72	116,64
Rieles de cajón	unidad	8	1,90	15,20	45,60	547,20
Bisagras	unidad	12	0,50	6,00	18,00	216,00
Tiraderas	unidad	4	1,25	5,00	15,00	180,00

Soporte de tubo	unidad	6	0,15	0,90	2,70	32,40
Tubo para closets	metros	3	2,00	6,00	18,00	216,00
Niveladores	unidad	16	0,20	3,20	9,60	115,20
Costo por mueble				306,54	919,62	11.035,44

Muebles de cocina de 11 metros

Melamínico 15ml (plancha)	unidad	3	38,00	114,00	114,00	1.368,00
Melamínico 6ml (plancha)	unidad	2	38,00	76,00	76,00	912,00
Melamínico de color 15ml (plancha)	unidad	3	77,00	231,00	231,00	2.772,00
Tornillos	unidad	200	0,03	6,00	6,00	72,00
Rieles de cajón	unidad	8	1,90	15,20	15,20	182,40
Bisagras	unidad	36	0,50	18,00	18,00	216,00
Tiraderas	unidad	26	1,25	32,50	32,50	390,00
Niveladores	unidad	20	0,20	4,00	4,00	48,00
Pistones	unidad	8	1,20	9,60	9,60	115,20
Costo por mueble				506,30	506,30	6.075,60

Mueble de baño 2 metros

Melamínico 15ml (plancha)	unidad	1	38,00	19,00	57,00	684,00
Melamínico 6ml (plancha)	unidad	1	38,00	19,00	57,00	684,00
Melamínico de color 15ml (plancha)	unidad	1	77,00	38,50	115,50	1.386,00
Tornillos	unidad	70	0,03	2,10	6,30	75,60
Rieles de cajón	unidad	8	1,90	15,20	45,60	547,20
Bisagras	unidad	4	0,50	2,00	6,00	72,00
Tiraderas	unidad	8	1,25	10,00	30,00	360,00
Costo por mueble				105,80	317,40	3.808,80
Total						20.919,84

Elaborado por: Tania Tayán

5.4.1.2. Mano de Obra Directa

Para la ejecución del proyecto se necesita contratar un carpintero maestro, un operario y un auxiliar de carpintería, los sueldos están establecidos según el código de trabajo.

Tabla 62 Mano de Obra Directa Anual

Cargo	Cant.	Sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal/personal	Total Mensual	Total Anual
Carpintero							
Maestro	1	\$409	\$34	\$34	\$46	\$523	\$6.273
Operario	1	\$406	\$34	\$34	\$45	\$519	\$6.227
Total						\$1.042	\$12.500

Elaborado por: Tania Tayán

5.4.2. Costos Indirectos de Fabricación

5.4.2.1. Materia prima Indirecta

Tabla 63 Materia Prima Indirecta Anual

Descripción	Cantidad	Valor	Valor Mensual	Valor Anual
Plástico de embalaje	1	\$12	\$12	\$144
Total				\$144

Elaborado por: Tania Tayán

5.4.2.2. Mano de Obra Indirecta

Tabla 64 Mano de Obra Indirecta Anual

Cargo	Cant.	Sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Total Mensual	Total Anual
Administrador	1	\$411	\$34	\$34	\$46	\$525	\$6.304
Total						\$525	\$6.304

Elaborado por: Tania Tayán

5.4.2.3. Servicios Básicos

Tabla 65 Servicios Básicos Anual

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Consumo de Energía Eléctrica	\$20	\$240
Consumo de Teléfono	\$20	\$240
Consumo de Agua Potable	\$10	\$120
Total		\$600

Elaborado por: Tania Tayán

5.4.3. Resumen de Costos de Producción

“CARPINTERÍA MODERNA”
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN
AL AÑO DE OPERACIÓN

Tabla 66 Resumen de costos de producción

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	T. anual
MATERIA PRIMA													
M.P.D.	\$1.743	\$1.743	\$1.743	\$1.743	\$1.743	\$1.743	\$1.743	\$1.743	\$1.743	\$1.743	\$1.743	\$1.743	\$20.920
M.P.I.	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12	\$144
MANO DE OBRA													
M.O.D.	\$1.042	\$1.042	\$1.042	\$1.042	\$1.042	\$1.042	\$1.042	\$1.042	\$1.042	\$1.042	\$1.042	\$1.042	\$12.500
M.O.I	\$525	\$525	\$525	\$525	\$525	\$525	\$525	\$525	\$525	\$525	\$525	\$525	\$6.304
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN													
S. BÁSICOS	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$600
TOTAL	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$40.468

Elaborado por: Tania Tayán

5.5. Gastos Administrativos

5.5.1. Gasto Internet

Tabla 67 Gasto internet anual

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Internet	\$25	\$300
Total		\$300

Elaborado por: Tania Tayán

5.5.2. Gasto Arriendo

Tabla 68 Gasto arriendo anual

Descripción	Mensual	Valor Anual
Arriendo	\$50	\$600
Total		\$600

Elaborado por: Tania Tayán

5.5.3. Gasto Publicidad

Tabla 69 Gasto publicidad anual

Descripción	Mensual	Valor Anual
Publicidad en Facebook	\$10	\$120
Tarjetas de presentación	\$10	\$120
Total	\$20	\$240

Elaborado por: Tania Tayán

5.5.4. Gasto Transporte

Tabla 70 Gasto transporte anual

Descripción	Mensual	Valor Anual
Transporte	\$100	\$1.200
Total	\$100	\$1.200

Elaborado por: Tania Tayán

5.5.5. Gastos Imprevistos

Tabla 71 Gastos Imprevistos

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Imprevistos	\$50	\$600
Total		\$600

Elaborado por: Tania Tayán

5.5.6. Resumen de Gastos Administrativos

Tabla 72 Resumen gastos administrativos

Descripción	Valor	Valor Anual
Internet	\$25	\$300
Arriendo	\$50	\$600
Publicidad	\$20	\$240
Transporte	\$100	\$1.200
Imprevistos	\$50	\$600
Total	\$245	\$2.940

Elaborado por: Tania Tayán

5.6. Gastos Depreciaciones

Tabla 73 Gasto depreciación

Activo	Valor	%Depreciación	Total
Infraestructura	1.300	10%	130
Herramientas	260	10%	26
Maquinaria y Equipo	2.680	10%	268
Equipo de Computo	800	33%	267
Muebles y Enseres	350	10%	35
Total			726

Elaborado por: Tania Tayán

5.7. Balance General

“CARPINTERÍA MODERNA”

BALANCE GENERAL

AL AÑO DE OPERACIÓN

Tabla 74 Balance General

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes	\$7.235	Pasivos Corrientes	\$5.000
Caja	\$7.235	Préstamo por pagar	\$5.000
Activos fijos	\$5.390		
Infraestructura	\$1.300		
Herramientas	\$260	PATRIMONIO	\$7.875
Maquinaria y Equipo	\$2.680	Inversión propia	\$7.875
Equipo de Computo	\$800		
Muebles y Enseres	\$350		
Activos Diferidos	\$250		
Gasto Constitución	\$250		
		TOTAL PASIVOS +	
TOTAL ACTIVOS	\$12.875	PATRIMONIO	\$12.875

Elaborado por: Tania Tayán

5.8. Estado de Resultados

“CARPINTERÍA MODERNA” ESTADO DE RESULTADOS AL AÑO DE OPERACIÓN

Tabla 75 Estado de Resultados

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos proyectados	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200
(=) Total de ingresos	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200
(-) Costo de producción	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372
Total de costos de producción	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372	\$3.372
(=) Utilidad bruta	\$1.828	\$1.828	\$1.828	\$1.828	\$1.828	\$1.828	\$1.828	\$1.828	\$1.828	\$1.828	\$1.828	\$1.828
(-) Gastos administrativos	\$245	\$245	\$245	\$245	\$245	\$245	\$245	\$245	\$245	\$245	\$245	\$245
(-) Gasto de depreciación	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60
(-) Gastos de constitución	\$250	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
(=) Utilidad en operaciones	\$1.272	\$1.522	\$1.522	\$1.522	\$1.522	\$1.522	\$1.522	\$1.522	\$1.522	\$1.522	\$1.522	\$1.522
(-) Gastos financieros (Interés)	\$123	\$86	\$79	\$91	\$75	\$81	\$82	\$73	\$75	\$73	\$69	\$67
(=) Utilidades antes de part. Trab	\$1.150	\$1.436	\$1.443	\$1.431	\$1.447	\$1.442	\$1.440	\$1.450	\$1.447	\$1.449	\$1.453	\$1.455
(-) 15% participación trabajadores	\$172	\$215	\$216	\$215	\$217	\$216	\$216	\$217	\$217	\$217	\$218	\$218
(-) Utilidad Neta	\$977	\$1.220	\$1.227	\$1.217	\$1.230	\$1.225	\$1.224	\$1.232	\$1.230	\$1.231	\$1.235	\$1.237

Elaborado por: Tania Tayán

5.9. Flujo de caja

“CARPINTERÍA MODERNA” FLUJO DE CAJA AL AÑO DE OPERACIÓN

Tabla 76 Flujo de caja

Descripción		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo Inicial	\$7.235	\$7.235	\$8.378	\$9.771	\$11.164	\$12.557	\$13.950	\$15.344	\$16.737	\$18.130	\$19.523	\$20.915	\$22.308
Ventas mensuales		\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200	\$5.200
Total disponible		\$12.435	\$13.578	\$14.971	\$16.364	\$17.757	\$19.150	\$20.544	\$21.937	\$23.330	\$24.723	\$26.115	\$27.508
Pagos del mes													
Préstamo	\$5000												
Total gastos		\$3.990	\$3.704	\$3.696	\$3.708	\$3.693	\$3.698	\$3.699	\$3.690	\$3.693	\$3.691	\$3.686	\$3.684
Amortización del crédito		\$66	\$103	\$111	\$99	\$114	\$108	\$108	\$117	\$114	\$116	\$121	\$123
Suma de egresos		\$4.056	\$3.807	\$3.807	\$3.807	\$3.807	\$3.806	\$3.807	\$3.807	\$3.807	\$3.807	\$3.807	\$3.807
Saldo final de caja		\$8.378	\$9.771	\$11.164	\$12.557	\$13.950	\$15.344	\$16.737	\$18.130	\$19.523	\$20.915	\$22.308	\$23.701

Elaborado por: Tania Tayán

5.10. Balance General

“CARPINTERÍA MODERNA” BALANCE GENERAL AL AÑO DE OPERACIÓN

Tabla 77 Balance General Mensual

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
ACTIVOS													
Caja	\$7.235	\$8.378	\$9.771	\$11.164	\$12.557	\$13.950	\$15.344	\$16.737	\$18.130	\$19.523	\$20.915	\$22.308	\$23.701
ACTIVOS CORRIENTES	\$7.235	\$8.378	\$9.771	\$11.164	\$12.557	\$13.950	\$15.344	\$16.737	\$18.130	\$19.523	\$20.915	\$22.308	\$23.701
ACTIVOS FIJOS													
Infraestructura	\$1.300	\$1.289	\$1.278	\$1.268	\$1.257	\$1.246	\$1.235	\$1.224	\$1.213	\$1.203	\$1.192	\$1.181	\$1.170
Herramientas	\$260	\$258	\$256	\$254	\$251	\$249	\$247	\$245	\$243	\$241	\$238	\$236	\$234
Maquinaria y Equipo	\$2.680	\$2.658	\$2.635	\$2.613	\$2.591	\$2.568	\$2.546	\$2.524	\$2.501	\$2.479	\$2.457	\$2.434	\$2.412
Equipo de Computo	\$800	\$778	\$756	\$733	\$711	\$689	\$667	\$644	\$622	\$600	\$578	\$556	\$533
Muebles y Enseres	\$350	\$347	\$344	\$341	\$338	\$335	\$333	\$330	\$327	\$324	\$321	\$318	\$315
SUBTOTAL	\$5.390	\$5.330	\$5.269	\$5.209	\$5.148	\$5.088	\$5.027	\$4.967	\$4.906	\$4.846	\$4.785	\$4.725	\$4.664
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$5.390	\$5.330	\$5.269	\$5.209	\$5.148	\$5.088	\$5.027	\$4.967	\$4.906	\$4.846	\$4.785	\$4.725	\$4.664
ACTIVOS DIFERIDOS	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250
Gastos de Constitución	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250
TOTAL ACTIVOS	\$12.875	\$13.958	\$15.291	\$16.623	\$17.956	\$19.288	\$20.621	\$21.954	\$23.286	\$24.618	\$25.951	\$27.283	\$28.615
PASIVOS													
Préstamo	\$5.000	\$4.934	\$4.830	\$4.719	\$4.621	\$4.506	\$4.398	\$4.291	\$4.173	\$4.059	\$3.942	\$3.821	\$3.698
TOTAL PASIVO	\$5.000	\$4.934	\$4.830	\$4.719	\$4.621	\$4.506	\$4.398	\$4.291	\$4.173	\$4.059	\$3.942	\$3.821	\$3.698
PATRIMONIO													
CAPITAL	\$7.875	\$7.875	\$9.024	\$10.460	\$11.903	\$13.335	\$14.782	\$16.223	\$17.663	\$19.113	\$20.560	\$22.008	\$23.461
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$1.150	\$1.436	\$1.443	\$1.431	\$1.447	\$1.442	\$1.440	\$1.450	\$1.447	\$1.449	\$1.453	\$1.455
TOTAL PATRIMONIO	\$7.875	\$9.024	\$10.460	\$11.903	\$13.335	\$14.782	\$16.223	\$17.663	\$19.113	\$20.560	\$22.008	\$23.461	\$24.917
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	\$12.875	\$13.958	\$15.291	\$16.623	\$17.956	\$19.288	\$20.621	\$21.954	\$23.286	\$24.618	\$25.951	\$27.283	\$28.615

Elaborado por: Tania Tayán

5.10 Punto de equilibrio

5.10.1. Punto de equilibrio en unidades en muebles de dormitorio (Closets)

$$CVu = CVT / VENTA \Rightarrow 20.870 / 36 = 580$$

$$PEu = CF / P - CVu \Rightarrow 5.999 / (980 - 580)$$

$$PEu = 15 \text{ Muebles}$$

Si el precio de venta por unidad producida es de \$980 y el costo variable unitario es de \$580 quiere decir que cada unidad que se venda, contribuirá con \$400 para cubrir los costos fijos y las utilidades operacionales, Es decir, se tendrán que vender 15 unidades de muebles de dormitorio (Closets) en el año.

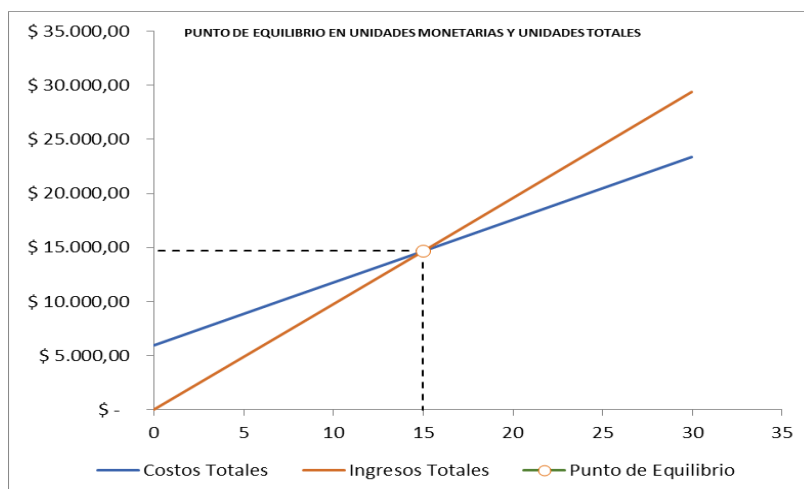
5.10.2. Punto de equilibrio en dólares en muebles de dormitorio (Closets)

$$\text{Margen de Contribución} = P - CVu / P \Rightarrow (980 - 580) / 980 = 0.41$$

$$PE\$ = CF / \text{Margen de Contribución} \Rightarrow 5.999 / 0.41 = \$14.686$$

De acuerdo a los cálculos elaborados se puede establecer que para cubrir los costos y gastos totales de la microempresa se debe generar ingresos por un valor **14.686** anuales.

Gráfico 24 Punto de Equilibrio Muebles de dormitorio (Closets)



Elaborado por: Tania Tayán

5.10.2. Punto de equilibrio en unidades en muebles de cocina

$$CVu = CVT / VENTA \Rightarrow 11.227 / 12 = 936$$

$$PEu = CF / P - CVu \Rightarrow 3.142 / (1540 - 936)$$

$$PEu = 5 \text{ Muebles}$$

Si el precio de venta por unidad producida es de \$1540 y el costo variable unitario es de \$936 quiere decir que cada unidad que se venda, contribuirá con \$604 para cubrir los costos fijos y las utilidades operacionales, Es decir, se tendrán que vender 5 unidades de muebles de cocina en el año.

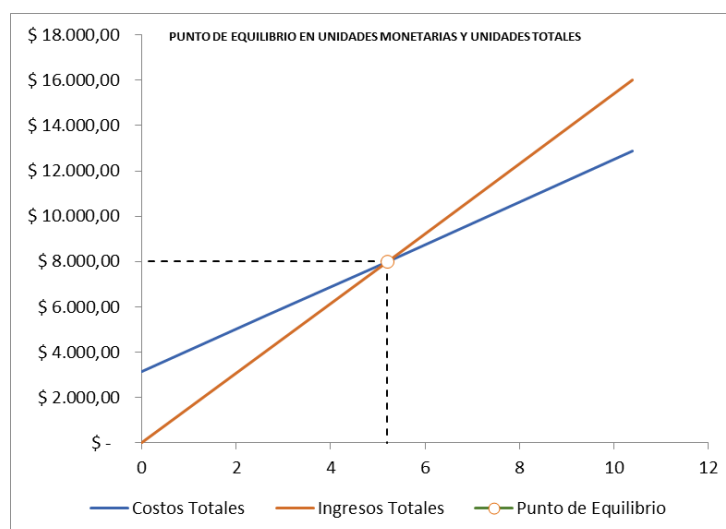
5.10.2.1 Punto de equilibrio en dólares en muebles de cocina

$$\text{Margen de Contribución} = P - CVu / P \Rightarrow (1.540 - 936) / 1.540 = 0.39$$

$$PE\$ = CF / \text{Margen de Contribución} \Rightarrow 3.142 / 0.39 = \$8.006$$

De acuerdo a los cálculos ejecutados se puede establecer que para cubrir los costos y gastos totales de la microempresa se debe conseguir ingresos por un valor **\$8.006** anuales.

Gráfico 25 Punto de Equilibrio muebles de cocina



Elaborado por: Tania Tayán

5.10.1.1 Punto de equilibrio en unidades en muebles de baño

$$CVu = CVT / VENTA \Rightarrow 6.217 / 36 = 173$$

$$PEu = CF / P - CVu \Rightarrow 1.469 / (240 - 173)$$

$$PEu = 22 \text{ Muebles}$$

Si el precio de venta por unidad producida es de \$240 y el costo variable unitario es de \$173 quiere decir que cada unidad que se venda, contribuirá con \$67 para cubrir los costos fijos y las utilidades operacionales, Es decir, se tendrán que vender 22 unidades de muebles de baño en el año.

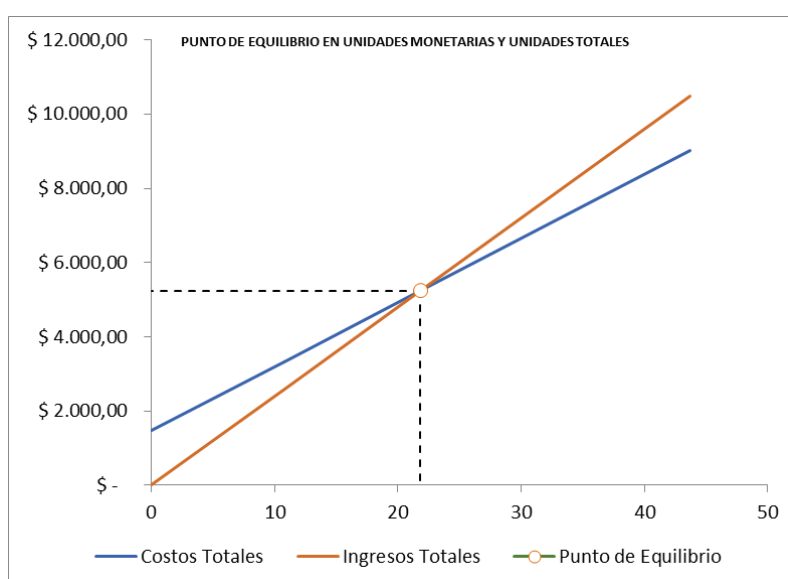
5.10.1.2 Punto de equilibrio en dólares en muebles de baño

$$\text{Margen de Contribución} = P - CVu / P \Rightarrow (240 - 173) / 240 = 0.28$$

$$PE\$ = CF / \text{Margen de Contribución} \Rightarrow 1.469 / 0.28 = \$5.239$$

De acuerdo a los cálculos elaborados se puede establecer que para cubrir los costos y gastos totales de la microempresa se debe obtener ingresos de **\$5.239** anuales.

Gráfico 26 Punto de Equilibrio



Elaborado por: Tania Tayán

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO ORGANIZATIVO

6.1. Introducción

El presente capítulo tiene como finalidad establecer una estructura organizacional de la microempresa, identificando los componentes administrativos para su respectivo funcionamiento.

6.2. Objetivos

6.2.1. Objetivo General

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

6.2.2. Objetivos específicos

- Determinar el nombre y su razón social.
- Establecer misión, visión, valores, principios y políticas organizacionales.
- Determinar un logotipo que identifique la marca y los productos a comercializar.
- Ejecutar la estructura organizacional de la microempresa.
- Identificar los aspectos legales que rigen el establecimiento.

6.3. Nombre y razón social

La microempresa se dedicará a la fabricación y comercialización de muebles para el hogar, ofreciendo una variedad de productos de buena calidad, muebles diseñados al gusto y preferencia del cliente con precios accesibles y cómodos, la microempresa se ubicará en el barrio Yahuarcocha, ciudad de Ibarra y operará bajo la denominación de **“CARPINTERÍA MODERNA”**.

El nombre del negocio es designado debido a que una CARPINTERÍA es un oficio y un lugar que se fabrica productos derivados de la madera; la palabra MODERNA es una característica que tienen los muebles debido a su estilo, funcionalidad, materiales con los que son fabricados y lugares que son destinados. Estos tipos de muebles son netamente actuales e innovadores y van de acuerdo a la elegancia de los hogares.

6.4. Slogan

Un eslogan es el mensaje corto que posiciona y describe la marca del producto, para la microempresa es importante la confianza y la satisfacción del cliente por este motivo **“CARPINTERÍA MODERNA”** tiene como eslogan **“Somos parte de tu vida”**, debido a que el hogar es el refugio de una familia y la microempresa aportará al lapso emocional familiar mediante la exclusividad de sus muebles modernos brindando seguridad y confort a cada una de las familias de la ciudad de Ibarra.

6.5. Logotipo

Gráfico 27 Logotipo



Elaborado por: Tania Tayán

6.6. Misión

“**CARPINTERÍA MODERNA**”, dedicada a la fabricación y comercialización de muebles para el hogar, satisfacer al cliente ofreciendo muebles de excelente calidad, comodidad y elegancia; apoyándonos en las capacidades de nuestro personal competente y comprometido, garantizando durabilidad, innovación y entregas a tiempo con responsabilidad y amabilidad.

6.7. Visión

“**CARPINTERÍA MODERNA**”, tiene como visión para el año 2023 ser una empresa líder a nivel local mediante la fabricación y comercialización de muebles modernos de la más alta calidad, contando con el talento humano calificado comprometido con el crecimiento de la microempresa y satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

6.8. Objetivos

- Entregar muebles de alta calidad que satisfaga completamente a nuestros clientes aplicando creatividad e innovación a nuestros muebles.
- Contar con personal que tenga conocimientos en el tratado de la madera.
- Satisfacer al cliente mediante muebles modernos de acuerdo a las nuevas tendencias en el mercado.
- Expandir el mercado de la microempresa a diferentes ciudades del país.
- Ampliar continuamente nuestros productos y acoplar con diferentes tipos de materiales de acuerdo a las nuevas tendencias en el mercado.
- Liderar el sector de la industria a de la madera.

6.9. Valores Estratégicos

Responsabilidad. - En cada una de las actividades al interior de la empresa para un mejor desempeño y garantizar la optimización de los recursos.

Puntualidad. - Todos los colaboradores de la microempresa deberán cumplir con absoluta puntualidad y todas las tareas determinadas con una medida de tiempo en el cual reducirá el riesgo de incumplimiento de las responsabilidades adquiridas.

Respeto. - Dentro de las instalaciones de la microempresa, todos los trabajadores deberán respetar a sus semejantes, aportando al establecimiento con un adecuado clima laboral.

Liderazgo. – Dirigir al equipo de trabajo para lograr cumplir los objetivos en común, evitando el individualismo.

6.10. Políticas

Las instalaciones de la microempresa deberán mantenerse limpias de residuos y libres de materiales que puedan entorpecer a los trabajadores al momento de fabricar los muebles.

Prohibido fumar dentro de las instalaciones de la empresa puesto a que pueden ocurrir calamidades.

Los trabajadores deben hacer uso del uniforme y de las herramientas de seguridad según las etapas de la producción.

La microempresa planeará motivar el crecimiento personal y laboral de los empleados continuamente.

“**CARPINTERÍA MODERNA**” oferta al mercado productos de buena calidad de acuerdo a las exigencias de los clientes.

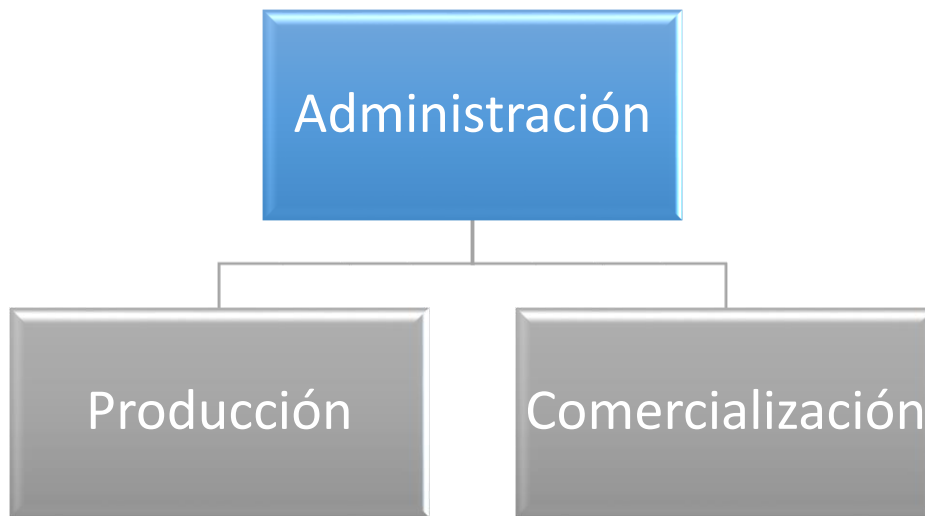
Los precios son fijados de madera responsable y justa para el cliente.

La atención del cliente debe ser respetuosa y estableciendo una buena comunicación.

6.11. Organigrama Estructural

La propuesta del Organigrama Estructural de la microempresa “**CARPINTERÍA MODERNA**” es básica y diseñada a las funciones de la microempresa. Con el propósito de representar gráficamente los niveles de autoridad y jerarquía que conforma la microempresa para un mayor desempeño en cada una de las actividades.

Gráfico 28 Organigrama Estructural



Elaborado por: Tania Tayán

6.12. Estructura funcional

Nivel ejecutivo. - Contempla el cargo de administrador de la microempresa en el cual es el líder y el encargado de supervisar el área de producción y comercialización, es el encargado de tomar decisiones encaminadas al cumplimiento de los objetivos además es el representante legal de la microempresa y da cumplimiento con lo que se establece la ley.

Nivel operativo. -En este nivel se encuentra el carpintero maestro y el operario, sus funciones es realizar en forma eficaz las actividades que se realizan en la organización, dichas tareas son rutinarias y programadas previamente.

6.13. Manual de funciones

Es un instrumento eficaz que ayudará al desarrollo de las estrategias de la microempresa determinando y limitando campos de actuación de cada área de trabajo, estableciendo normas de coordinación entre ellos, asignando responsabilidades y funciones mediante actividades. En la microempresa se acoplará tres puestos por ende efectuarán tres manuales de funciones.



IDENTIFICACIÓN DE CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Administrador
AREA:	Administrativa
NIVEL	Ejecutivo
SUPERVISA A:	Todo el personal
HORARIO:	8:00 am-13:00pm 15:00pm-18:00pm
SUELDO:	\$411 dólares
PERFIL PROFESIONAL:	<ul style="list-style-type: none"> • Título en Administración de empresas • Persona Emprendedora
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la microempresa. • Tomar de decisiones en cada uno de los procesos de la microempresa. • Cuidar y manejar la información de la microempresa. • Mantener contacto con los clientes y dar a conocer los productos. • Brindar un servicio y atención de calidad. • Tomar decisiones bajo presión de acuerdo a las problemáticas de la microempresa. • Realizar cotizaciones con los clientes. • Establecer contratos. • Emitir facturas. • Declaraciones con el SRI.
COMPETENCIAS:	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Creatividad • Innovador • Liderazgo y trabajo en equipo



IDENTIFICACIÓN DE CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Carpintero Maestro
AREA:	Operativa
NIVEL	Operativo
SUPERVISA A:	Operario
EXPERIENCIA:	2 años de Experiencia
HORARIO:	8:00 am-13:00pm 15:00pm-18:00pm
SUELDO:	\$409 dólares
PERFIL PROFESIONAL:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en el tratado de la materia • Conocimiento en nuevas tendencias de muebles.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Acatar órdenes del Administrador. • Elaborar los bocetos (medir, estimar, seleccionar, y elaborar la requisición de materiales). • Realizar los diferentes procesos de producción. • Usar y conservar las diferentes herramientas y maquinaria. • Instalación de mobiliario modular en el espacio determinado. • Brindar un servicio y atención de calidad.
COMPETENCIAS:	Responsabilidad <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Innovador • Liderazgo y trabajo en equipo



IDENTIFICACIÓN DE CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Operario
AREA:	Producción
NIVEL	Operativo
SUPERVISA A:	Nadie
EXPERIENCIA:	Trabajos a fines, mínima experiencia
HORARIO:	8:00 am-13:00pm 15:00pm-18:00pm
SUELDO:	\$ 406 dólares
PERFIL PROFESIONAL:	<ul style="list-style-type: none"> • Haber terminado el Bachillerato • Conocimiento del tratado de la madera
FUNCIONES :	<ul style="list-style-type: none"> • Carga y descarga de material y piezas. • Acatar órdenes del Administrador. • Colaborar con el carpintero maestro. • Mantener limpias las instalaciones de la microempresa. • Cuidar y mantener limpias las herramientas y equipo de trabajo. • Brindar un servicio y atención de calidad • Limpiar apropiadamente después de las debidas instalaciones del mobiliario. • Supervisión de herramientas y maquinaria al terminar la obra.
COMPETENCIAS:	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Orden • Proactivo

6.14. Aspectos Legales

6.14.1. Requisitos de funcionamiento

RUC

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria. Permittiéndonos realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional, correspondiendo un número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos. (SRI, 2018)

Los requisitos para obtener el RUC son:

1. Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
2. Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral,
3. Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Patente municipal

Deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el Cantón Ibarra que realicen permanentemente Actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales (GADIBARRA, 2018)

Requisitos:

1. Copia del Ruc o RISE actualizado
2. Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
3. Copia del comprobante de pago del impuesto predial
4. Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.

Permiso funcionamiento bomberos

De acuerdo con el marco legal vigente en el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios del Registro Oficial Edición Especial N° 114 del jueves 2 de abril de 2009, para la obtención del Permiso Ocasional de Funcionamiento se deberá cumplir con el artículo 350. (BomberosIbarra, 2018)

Requisitos:

1. Solicitud de inspección del local.
2. Informe favorable de la inspección.
3. Copia del RUC.
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

6.15. Tipo de empresa

Este negocio se considera una microempresa puesto a que percibirá ingresos menores a \$100.000 y contará con una cantidad menor a 9 trabajadores, también según el CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) este negocio pertenece a las Industrias Manufactureras basado en un conjunto de conceptos, principios y normas de clasificación de muebles de madera para el hogar, oficina u otros usos a excepción de los muebles de medicina. (SRI, 2018)

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Introducción

En el presente capítulo se analizará los impactos que “CARPINTERÍA MODULAR” puede originar al iniciar sus actividades, por tal motivo se medirá la incidencia de cada uno de los factores sobre el entorno de la empresa.

7.2. Objetivos

7.2.1. Objetivo General

Establecer los principales impactos sociales, económicos y ambientales que generará el proyecto.

7.2.2. Objetivos Específicos

- Examinar los impactos que generara el proyecto
- Evaluar los impactos del proyecto
- Establecer y valorar el nivel de impacto en el proyecto

7.3. Escala de mediación de impactos

Para identificar los impactos económico, ambiental y comercial se utilizará una matriz con las respectivas valoraciones para cada uno de los indicadores correspondientes a los impactos, en la matriz se calificará de acuerdo a una escala en donde -3 es un impacto

altamente negativo, 0 no presenta ningún impacto (neutro) y 3 es un impacto altamente positivo, después de valorar cada indicador se divide el total para el número de impactos.

Tabla 78 Niveles de Impacto

PARÁMETRO	NIVEL DE IMPACTO
3	Alto positivamente.
2	Medio positivamente
1	Bajo positivamente.
0	No hay impacto (neutro)
-1	Bajo negativamente.
-2	Medio negativamente.
-3	Alto negativamente.

Elaborado por: Tania Tayán

Aplicando esta matriz se observará los impactos positivos y negativos, en aspectos como: el económico, ambiental comercial y lo importante es equilibrar y valorar dichos impactos, alcanzando de esta manera un desarrollo general de las del proyecto

7.4. Impacto Social

Tabla 79 Nivel de impacto social

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Trabajo en equipo							X	3
Satisfacción del cliente							X	3
Empleo						X		2
TOTAL								8

Elaborado por: Tania Tayán

$$\text{Nivel IE} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Nivel IE} = 2.66$$

Nivel del impacto Social = 3 Alto positivamente

Análisis:

La ejecución del proyecto involucra mejorar las condiciones sociales de los habitantes de la ciudad de Ibarra, debido a que la microempresa ofrece empleo a los moradores del sector incitando a la participación de los trabajadores en las ocupaciones diarias, promoviendo el trabajo en equipo y creando un ambiente de compañerismo en la microempresa además propone muebles de primera y de excelente calidad con la finalidad de obtener la satisfacción del cliente.

7.5. Impacto Económico

Tabla 80 Nivel de impacto económico

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Rentabilidad						X		3
Costo de producción						X		3
Inversión						X		3
TOTAL								9

Elaborado por: Tania Tayán

$$\text{Nivel IE} = \frac{9}{3}$$

$$\text{Nivel IE} = 3$$

Nivel de impacto económico = Alto positivamente

Análisis:

En el resultado de la matriz muestra que hay un impacto alto positivo debido a que la microempresa fomenta el crecimiento económico a través de la mejora de la productividad de la microempresa permitiendo reinvertir para obtener una mejor rentabilidad al mismo tiempo, favorecen la calidad de vida de su entorno.

7.6. Impacto Ambiental

Tabla 81 Nivel de impacto ambiental

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Clasificación de desechos						X		2
Ruido			X					-1
Reciclaje de materias primas							X	3
TOTAL								4

Elaborado por: Tania Tayán

$$Nivel IE = \frac{4}{3}$$

$$Nivel IE = 1,33$$

Nivel de impacto ambiental= 1.33 Bajo Positivamente

Análisis:

El resultado de la matriz muestra un impacto bajo positivo, indicando que la mantiene un impacto ambiental equilibrado. La contaminación ambiental representa un peligro en el ecosistema, existe un mal manejo de la materia prima en los procesos involucrados con

la madera y una mayor generación de residuos en las industrias de fabricación de muebles lo cual genera una problemática que afecta a las personas y los espacios.

Las emisiones de ruido de la maquinaria son perjudiciales tanto como para el trabajador como para las personas en general, en los trabajadores se proveerá de herramientas para su seguridad industrial como son los protectores auditivos para el público en general la microempresa trabajara un tiempo estándar en el uso de maquinarias. La microempresa tratará de mitigar los residuos de material sólido y liquido mediante el aprovechamiento máximo de la materia prima.

7.7. Resumen de Impactos

Tabla 82 Resumen de impactos

NIVELES DE								
IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Social							X	3
Impacto Económico						X		3
Impacto Ambiental				X				1
TOTAL								7

Elaborado por: Tania Tayán

$$Nivel IE = \frac{7}{3}$$

$$Nivel IE = 2$$

Nivel de impacto económico = 2 Medio positivamente

Análisis:

La creación de la microempresa fabricante y comercializadora de muebles para el hogar muestra un impacto de 2 lo cual determina que el proyecto es viable.

CONCLUSIONES

- Después de haber realizado el análisis de la Matriz AOOD y el estudio del entorno donde se busca implantar el proyecto, se logró conseguir información importante con la cual se concluye que este tipo de muebles es muy escogido por las familias de del cantón Ibarra ya que muestra elegancia y confort en los hogares.
- El desarrollo del marco teórico permitió conocer temas claves para el desarrollo del estudio pues la base teórica y científica ayudó a sustentar y fortalecer el conocimiento en la realización del proyecto.
- Los muebles para el hogar cuentan con características personalizadas en cada uno de sus tipos, lo cual se convierte en productos llamativos para la sofisticación del hogar, existe una gran demanda insatisfecha de los productos, mediante la aceptación del mercado se puede establecer un precio y canal de distribución.
- Al realizar el estudio técnico se logró establecer el lugar de funcionamiento, tamaño y capacidad instalada, además de analizar todo el capital necesario para la implementación del proyecto.
- Al finalizar el capítulo financiero se puede determinar la factibilidad del proyecto analizando los estados financieros, que nos reflejan que el proyecto es rentable.
- La estructura organizacional permitió definir los principios de la empresa como su nombre, razón social, la división de trabajo y todos los permisos requerido para el funcionamiento.
- En el análisis de impactos que puede producir la implementación del proyecto, se lograron determinar efectos positivos en variables, económicas, sociales, y ambientales.

RECOMENDACIONES

- Realizar investigación de campo es un punto clave para identificar la oportunidad de crear una microempresa con el fin de ayudar a dinamizar la economía del sector aprovechando oportunidades económicas, sociales y ambientales.
- Para tener un amplio conocimiento del tema de investigación es necesario recolectar información relacionada con el mismo, que lleve a disipar dudas y asegurar el provenir de la investigación.
- Para que la demanda insatisfecha sea cubierta se debe diseñar estrategias de comercialización como: campañas publicitarias, sondeos, lo que permitirá mayor participación en el mercado.
- Se requiere que el lugar de instalación de la microempresa cuente con todas las especificaciones técnicas, para evitar alguna anomalía que ponga en peligro la actividad empresarial, medio ambiente y la salud humana.
- Para verificar la factibilidad del proyecto es necesario ejecutar y analizar estados financieros que refleje si existe o no utilidad, como también verificar si es necesario beneficiarse un crédito con una entidad financiera para la ejecución del proyecto.
- Implementa una adecuada una estructura organizacional para trabajar con eficiencia y eficacia en todos los procesos que se puedan llevar a cabo en la microempresa.
- Los análisis de los impactos deben generar el mínimo riesgo en aspectos negativos y el máximo bienestar en aspectos positivos, debe tener un promedio satisfactorio para que el proyecto sea viable.

ANEXOS

Anexo 1



Gobierno Autónomo
Descentralizado Municipal
San Miguel de Ibarra



Artículo 2.- Ámbito de aplicación.- La presente ordenanza rige para las formas de organización económica popular y solidaria, sectores cooperativistas, asociativos, comunitarios, empresariales y las Unidades Económicas Populares, como personas naturales o jurídicas, que actúan en el Cantón Ibarra y buscan realizar actividades económicas de manera sustentable y sostenible.

Se sujetan además a estas disposiciones las dependencias municipales que ejercen las funciones de rectoría, ejecución, regulación, control, fomento, fortalecimiento y acompañamiento de los procesos de la Economía Popular y Solidaria.

Esta ordenanza no se aplica a las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios.

No serán aplicables las disposiciones de la presente ordenanza, a las mutualistas, fondos de inversión ni a las formas societarias de capital prescritas en la Ley de Compañías; a las Empresas Unipersonales y de Responsabilidad Limitada; y las Empresas Públicas.

Artículo 3.- Objeto.- La presente Ordenanza tiene por objeto:

- a. Promover la Economía Popular social y Solidaria en su ejercicio y en la relación con la municipalidad y con las otras formas de organización económica;
- b. Fortalecer el desarrollo económico y social incluyente e inclusivo en el Cantón Ibarra
- c. El desarrollo y fortalecimiento de las posibilidades de articulación, cooperación, participación y autogestión con los sectores de la economía popular y solidaria.
- d. Potenciar las prácticas inclusivas en el marco de la economía popular y solidaria que se desarrollan en el cantón Ibarra para alcanzar el Buen Vivir.
- e. "Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y sus unidades económicas productivas para alcanzar el sumak kausay;"
- f. Establecer el marco jurídico en el cantón y su posible ampliación mediante mancomunidad, en armonía con la normativa nacional para las organizaciones que integran la Economía Popular y Solidaria;
- g. Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones que habitan en el cantón, sujetas a esta ordenanza; y,
- h. Establecer la Institucionalidad pública del Cantón que ejercerá la rectoría, promoción, ejecución, acompañamiento y control a las personas y organizaciones sujetas a esta ordenanza.

Anexo 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

-Encuesta dirigida a las familias de la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura con el objetivo de medir el grado de aceptación de los muebles para el hogar; para determinar demanda, oferta, precios y comercialización mediante la creación de una microempresa fabricante y comercializadora de la misma.

-Lea detenidamente cada pregunta y responda.

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

SI ()

NO ()

2.- ¿Qué tipo de mueble adquiriría para su hogar?

Muebles de Baño ()

Muebles de Cocina ()

Muebles de Dormitorio (Closets) ()

3. ¿Cada que tiempo usted estaría dispuesto a renovar los muebles en su hogar?

Cada año ()

De 2 a 4 años ()

De 5 años en adelante ()

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la adquisición de muebles para el hogar?

Muebles de baño

De 0 a 200 dólares ()

De 201 a 400 dólares ()

De 401 a 600 dólares ()

De 601 dólares en adelante ()

Muebles de cocina

De 0 a 1.000 dólares ()

De 1.001 a 2.000 dólares ()

De 2.001 a 3.000 dólares ()

De 3.001 en adelante ()

Muebles de dormitorio (Closets)

De 0 a 2.000 dólares ()

De 2.001 a 4.000 dólares ()

De 4.001 a 6.000 dólares ()

De 6.001 dólares en adelante ()

5.- ¿Dónde adquiere comúnmente los muebles para su hogar?

Comercializadoras de muebles ()

Empresas fabricantes de muebles ()

Microempresas fabricantes de muebles ()

Compras en línea ()

6.- ¿Qué factor considera usted importante para la adquisición de muebles para el hogar?

Calidad ()

Precio ()

Diseño ()

7. ¿Cuál es la forma de pago que usted adopta al momento de cancelar su compra?

Tarjeta de Crédito ()

Al Contado ()

Transferencia Bancaria ()

8.-¿Qué medio de publicidad considera más eficiente para el conocimiento de un negocio?

Televisión ()

Radio ()

Redes sociales ()

Sitio Web ()

Prensa ()

Recomendaciones ()

Anexo 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS INGENIERÍA COMERCIAL

Objetivo: Entrevista dirigida a las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles para el hogar.

MARQUE CON UNA (X) LA RESPUESTA CORRECTA.

1. Que tipos de muebles ofrece.

- Muebles de dormitorio (closets)
- Muebles de baño
- Muebles de oficina
- Muebles de sala
- Puertas
- Otros.....

2. ¿Qué tipo muebles son más demandados en su negocio?

- Muebles de dormitorio (closets)
- Muebles de baño
- Muebles de oficina
- Muebles de sala
- Puertas
- Otros.....

3. ¿Trabaja de manera empírica u obtuvo algún título en tratado de la madera?

- Si
- No

4. ¿De qué manera establece los precios? ¿cuál es el precio en unidad o por metraje?

- Unidades
- Por metros

5. Que cantidad de muebles fabrica mensualmente.

PRODUCTO	UNIDADES	METROS
Muebles de dormitorio (closets)		

Muebles de cocina

Muebles de baño

6. ¿Enumere los tipos de madera que utiliza en su microempresa?

7. .- ¿Qué factor consideran los clientes en la adquisición de muebles para el hogar?

- Calidad
- Precio
- Diseño

8. ¿Qué medio de publicidad mantiene en su negocio?

- Televisión
- Radio
- Redes sociales
- Sitio web
- Prensa
- Recomendaciones

Anexo 4

No. RUC 1090033456001

TABLA DE AMORTIZACION

PAGINA: Page 1 of 2
 FECHA: 21/feb./2019
 SUCURSAL: SUCURSAL IBAR

No. OPERACION: 0020388884
 TIPO OPERACION: MICROCREDITO FACIL
 CLIENTE: 283734 TAYAN ORTIZ JAVIER ZOLIZ
 MONEDA: DOLARES
 CED./RIF/PASAP: 1002492518

DATOS DE LA OPERACION

MONTO: 5.000,00
 TASA INT.NOMINAL: 21,0000 %
 TASA INT.EFECTIVA: 24,0100 %
 PLAZO: 36 MENSUAL
 TIPO AMORTIZAC.: FRANCESA
 DIRECCION: AGUSTIN CUEVA 1-56 PASAJE SN
 FECHA LIQUIDAC.: 05/12/2016
 FECHA VENCIMIE.: 15/12/2019
 PAGO CAPITAL: 1
 PAGO INTERES: 1
 CUOTA: MENSUAL
 MES DE GRACIA: 0
 GRACIA MORA: 0 dias
 GRACIA CAPITAL: 0
 GRACIA INTERES: 0
 TELEFONO:

Div	FEC. PAG	SALDO CAP.	CAPITAL	INTERES	OTROS	ABONO	CUOTA
1	16/01/2017	5,000.00	66.39	122.50	2.48	191.37	191.37
2	15/02/2017	4,933.61	103.29	86.34	1.74	191.37	191.37
3	15/03/2017	4,830.32	110.88	78.90	1.59	191.37	191.37
4	17/04/2017	4,719.44	98.68	90.85	1.84	191.37	191.37
5	15/05/2017	4,620.76	114.38	75.47	1.66	191.51	191.51
6	15/06/2017	4,506.38	108.23	80.59	1.62	190.44	190.44
7	17/07/2017	4,398.15	107.61	82.10	1.66	191.37	191.37
8	15/08/2017	4,290.54	117.32	72.58	1.47	191.37	191.37
9	15/09/2017	4,173.22	114.38	75.47	1.52	191.37	191.37
10	16/10/2017	4,058.84	116.49	73.40	1.48	191.37	191.37
11	15/11/2017	3,942.35	120.99	68.99	1.39	191.37	191.37
12	15/12/2017	3,821.36	123.15	66.87	1.35	191.37	191.37
13	15/01/2018	3,698.21	123.14	66.88	1.35	191.37	191.37
14	15/02/2018	3,575.07	125.41	64.65	1.62	191.68	191.68
15	15/03/2018	3,449.66	133.89	56.34	1.71	191.94	191.94
16	16/04/2018	3,315.77	128.23	61.89	1.25	191.37	191.37
17	15/05/2018	3,187.54	136.36	53.92	1.34	191.62	191.62
18	15/06/2018	3,051.18	135.08	55.06	1.12	191.26	191.26
19	16/07/2018	2,916.10	137.57	52.73	1.07	191.37	191.37
20	15/08/2018	2,778.53	141.77	48.62	1.15	191.54	191.54
21	17/09/2018	2,636.76	139.58	50.76	1.20	191.54	191.54
22	15/10/2018	2,497.18	149.76	40.79	0.82	191.37	191.37
23	15/11/2018	2,347.42	148.06	42.45	0.86	191.37	191.37
24	17/12/2018	2,199.36	149.49	41.05	0.83	191.37	191.37
25	15/01/2019	2,049.87	155.99	34.68	7.29	197.96	197.96
26	15/02/2019	1,893.88	156.43	34.25	0.69	191.37	191.37
27	15/03/2019	1,737.45	162.42	28.38	0.57	0.00	191.37
28	15/04/2019	1,575.03	162.31	28.48	0.58	0.00	191.37
29	15/05/2019	1,412.72	166.15	24.72	0.50	0.00	191.37
30	15/06/2019	1,246.57	168.37	22.54	0.46	0.00	191.37
31	15/07/2019	1,078.20	172.12	18.87	0.38	0.00	191.37

Archivo Fuente: tamortiz.rpt

Dirección: OLMEDO 11-94 Y AV. PEREZ G.
 Ciudad: IBARRA Teléfono

No. RUC 1090033456001

TABLA DE AMORTIZACION

PAGINA: Page 2 of 2
FECHA: 21/feb./2019
SUCURSAL: SUCURSAL IBAR

No. OPERACION: 0020388884
TIPO OPERACION: MICROCREDITO FACIL
CLIENTE: 283734 TAYAN ORTIZ JAVIER ZOLIZ
MONEDA: DOLARES
CED./RIF/PASAP: 1002492518

Div	FEC. PAG	SALDO CAP.	CAPITAL	INTERES	OTROS	ABONO	CUOTA
32	15/08/2019	906.08	174.66	16.38	0.33	0.00	191.37
33	15/09/2019	731.42	177.87	13.23	0.27	0.00	191.37
34	15/10/2019	553.55	181.48	9.69	0.20	0.00	191.37
35	15/11/2019	372.07	184.50	6.73	0.14	0.00	191.37
36	15/12/2019	187.57	187.57	3.28	0.07	0.00	190.92
TOTALES		0.00	5,000.00	1,850.43	45.60	4,982.78	6,896.03

DESCRIPCION OTROS

No.	CONCEPTO	DESCRIPCION	MONEDA	MONTO
1	GDGE	GESTION DE COBRANZA EXTRA JUDIC	DOL	6.00
2	INTM	INTERES MORA	DOL	2.20
3	SDESG	SEGURO DE DESGRAVAMEN	DOL	37.40
				45.60

Elaborado por:

Aprobado por:

Cliente:

REQUISITOS DE CRÉDITO



ATUNTAQUI
COOPERATIVA FINANCIERA
La caja fuerte del Ecuador

CONSUMO MICROCRÉDITO VIVIENDA

MONTO	PLAZO	CUOTA	AHORRO
8000	12m	190	

OFICINA: _____

NOMBRE DEL SOCIO: _____

Nº. CTA. _____

NOMBRE DEL OFICIAL DE NEGOCIOS: _____

FECHA: _____

REQUISITOS PERSONALES	
Apertura de Cuenta	
Copia a color de cédula y papeleta de votación (socio, cónyuge y garantes)	///
Planilla de agua, luz o teléfono del último mes	///
Croquis del domicilio (solicitantes y garantes)	///
Carta del impuesto predial actualizado	///
Copia de la matrícula o contrato de compra venta legalizado	
INGRESOS	
DEPENDIENTES	
Certificado de ingresos con sello y firma de responsabilidad	
Tres roles de pago de los últimos meses	
Contratos de arriendo de preferencia legalizados	
Giros del exterior 3 últimos meses	
Justificación Jubilados, pensiones, montepíos	
INDEPENDIENTES	
RUC, 3 Declaraciones IVA e Impuesto a la Renta	
Facturas de los últimos tres meses	
Dos certificados de proveedores o clientes	
Estados de Cuenta Bancarios / Cooperativas	
Patente	
Permiso de Funcionamiento	
TRANSPORTISTAS	
Certificado de ingresos con sello y firma de responsabilidad	
Copia de matrícula	
Permiso de circulación	
Licencia	

Handwritten note: 3 meses de ingresos

GARANTÍA HIPOTECARIA	
Avalúo técnico de la casa o terreno	
Copia de la escritura de la propiedad	
Copia de escritura de hipoteca vigente	
Certificado de registro de la propiedad actualizado (Historial 15 años)	
Certificado de avalúos y catastros	
Certificado de Plan regulador	
Promesa compra-venta	
Presupuesto y cronograma de obra	

NOTA: El cónyuge del deudor, garantes y cónyuges deberán presentar los mismos requisitos.

Bibliografía

- Arboleda Vélez, G. (2013). Proyectos, identificación, formulación evaluación y Gerencia. Colombia: Alfaomega Colombiana.
- BIESS, B. d. (2018). Obtenido de <https://www.biess.fin.ec/hipotecarios/remodelacion-y-ampliacion-de-vivienda>
- BomberosIbarra. (2018).
- Canabal Marrugo, V. M., & Reed Barragán, G. (2014). DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA. COLOMBIA.
- Córdoba Padilla, M. (2015). Formulación y Evaluación de proyectos. ECOE.
- Farias Toto, M. d. (2014). Manual de Contabilidad. Mexico: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Flores Uribe, J. A. (2015). Proyectos de Inversión para las Pymes. Eco Ediciones.
- GAD Ibarra. (2015). ordenanza Municipal .
- GADIBARRA. (2018).
- Gutierrez Pablo. (2016). TIPOS DE MUEBLES. Obtenido de <http://10tipos.com/tipos-de-muebles/>
- INEC. (2010). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- INEC. (2015). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2015/2015_EDIFICACIONES_PRESENTACION.pdf
- Kisk Danny. (2015). SCRIBD. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/261299208/Caracteristicas-de-La-Microempresa>

- Lobato Gómez, F. (2014). Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa. Macmillan Iberia, S.A.
- López Eguilaz, M. J. (2017). Economía industrial para ingenieros. ESPAÑA: UNED.
- Luna González, A. C. (2016). Plan Estratégico de negocios. Grupo Editorial Patria.
- Luna González, A. C. (2016). Plan Estratégico de negocios. Grupo Editorial Patria.
- Manulanda Castaño, O. (2016). Costos y Presupuesto. Mexico.
- Marulanda Castaño, O. J. (2016). Costos y presupuestos. <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-25-Contabilidad-de-Costos.pdf>.
- Mejorado Guadalupe. (2017). ABOUT ESPAÑOL. Obtenido de Qué es un mueble: definición y datos históricos: <https://www.aboutspanol.com/que-es-un-mueble-definicion-y-datos-historicos-2441551>
- MIDUVI, M. d. (2018). Obtenido de Orientándose a varias modalidades de ayuda como la compra de terreno para vivienda productiva, construcción en terreno propio, adquisición de vivienda nueva, adquisición de vivienda usada y el mejoramiento, remodelación y/o ampliación.
- Montesdeoca, S. (2013). Análisis de la situación artesanal (madera) en san Antonio de Ibarra y su vinculación con el turismo.
- Moreno Manuel. (2015). Cómo triunfar en las redes Sociales. Obtenido de <https://www.trecebits.com/como-triunfar-en-las-redes-sociales/>
- PDyOT. (2015). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000260001_PD%20Y%20OT%20IBARRA%20UNIFICADO%20004_13-03-2015_17-34-44.pdf
- PDyOT. (2015). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/pdyot2018.pdf>
- Robles Roman, C. L. (2015). Costos Hisóricos. Mexico: RED TERCER MILENIO S.C.

- Rodriguez Aranday, F. (2018). Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica. Mexico: Instituto Mexicano de Contadores.
- Rodríguez, A. (2016). San Antonio de Ibarra, la meca del mueble. Telegáfo.
- Rodríguez, M., Buthet, C., Scavuzzo, J., & Taborda, A. (2014). INDICADORES DE RESULTADOS E IMPACTOS METODOLOGIA DE APLICACION EN PROYECTOS PARTICIPATIVOS DE HABITAT POPULAR. Argentina.
- Román Fuentes, J. C. (2018). Estados Financieros Básicos. Obtenido de <https://doctrina.vlex.com.mx/vid/situacion-financiera-556591354>
- Schnarch Kirberg, A. (2014). Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión,. Colombia: ECOE EDICIONES.
- Sequeda Reyes, P. (2014). Finanzas Corporativas y Valoración de la Empresa al Alcance de todos. Colombia: Ediciones de la U.
- SRI. (2018). sri.gob.ec. Obtenido de sri.gob.ec: sri.gob.ec
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2015). Fundamentos de Marketing. Mexico: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA.
- Thompson Ivan. (2015). La segmentación del Mercado. 13.
- Torres Hernandez, Z. (2014). Administración estratégica. Editorial Grupo Patria.
- Urbina Baca, G. (2014). Evaluación de Proyectos 5ta. DF MEXICO.