



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN FINANZAS Y PROYECTOS CORPORATIVOS

**Tesis de Grado presentada para optar por el título de
Magíster en Finanzas y Proyectos Corporativos**

TEMA:

**"PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA COMPAÑÍA
PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
PRODUCTOS DE MADERA, EN LA PARROQUIA
ATAHUALPA, PROVINCIA DE SANTA ELENA"**

AUTORA:

ING. JESENNIA NARCISA MUÑOZ MÉNDEZ

TUTOR:

ECON. CARLOS CASTILLO GALLO, MSc.

GUAYAQUIL - OCTUBRE 2015

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: “Propuesta para la creación de una compañía para la producción y comercialización de productos de madera, en la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena”.		
AUTORA: Jesennia Narcisa Muñoz Méndez		REVISORES: Eco. Carlos Castillo Gallo, MSc.
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil		FACULTAD: Ciencias Económicas
CARRERA: Maestría en Finanzas y Proyectos Corporativos		
FECHA DE PUBLICACIÓN: 27/oct/2015		Nº DE PÁG: 125
ÁREA TEMÁTICA: Comercialización, Organización social, Administración, Evaluación Financiera.		
PALABRAS CABLE: Organización, comercialización, alternativas de desarrollo, planificación, producción, artesanos, asociatividad.		
RESUMEN: Como aporte al desarrollo de la provincia Santa Elena y a la actividad artesanal del país, partiendo de la problemática de estudio presentada en la parroquia Atahualpa, específicamente en el sector artesanal, en la producción y comercialización de productos de madera se pretende desarrollar una propuesta que fomente la asociatividad en el sector y sus alrededores a través de la creación de una compañía de tal manera que ésta permita mejorar las condiciones en que se desarrolla la producción de muebles, dándole un valor agregado a esta matriz productiva.		
Nº DE REGISTRO (en base de datos):		Nº DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI X	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0999351233	Mail: jesennia_1605@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Econ. Nathalia Andrade	
	Teléfono: 2293083 - 2293052	
	Mail: nandramo@hotmail.com	

INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del Programa de Maestría en Finanzas y Proyectos Corporativos, nombrado por el Director General de la Unidad de Postgrado, Investigación y Desarrollo, **CERTIFICO:** que he analizado la tesis presentada como requisito para optar por el grado académico de Magíster en Finanzas y Proyectos Corporativos, titulada: "PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA COMPAÑÍA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE MADERA, EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, PROVINCIA DE SANTA ELENA" la cual cumple con los requisitos académicos, científicos y formales que demanda el Reglamento de Postgrado.

Guayaquil, Octubre del 2015

Econ. Carlos Castillo Gallo MSc.

Tutor

AGRADECIMIENTO

Es inolvidable la labor desplegada e inmensa la satisfacción al empezar a escribir estas líneas que encierran sacrificio y dedicación que no obstante conllevan a alcanzar una de mis metas trazadas.

Al culminar esta etapa profesional no me queda más que agradecer infinitamente a DIOS mi guía espiritual y al cuerpo de docentes que con vuestros sacrificios nos brindaron sus conocimientos, para seguir adelante en el camino de la superación.

En particular al Econ. Carlos Castillo Gallo, tutor de mi tesis, quién supo guiar con éxito este trabajo.

Jesennia Muñoz Méndez

DEDICATORIA

Con amor dedico esta tesis a mis familiares y amigos por todo el apoyo que me brindaron.

A mis padres fuentes inagotables que con sabiduría y comprensión supieron guiarme y motivarme para alcanzar una de mis metas.

En especial a mi querida abuelita Modesta (+) quién a pesar de que ya no está físicamente entre nosotros, desde el cielo bendice y fortalece cada uno de mis pasos.

Siéntansen orgullosos de mí al tener la satisfacción de dedicarles a ustedes por ser los seres que más quiero.

Jesennia Muñoz Méndez

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
REPOSITORIO DEL SENESCYT.....	ii
INFORME DEL TUTOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	4
PROBLEMA.....	4
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.4. EVALUACIÓN DEL PROBLEMA	7
1.5. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.6. OBJETIVOS.....	9
1.6.1. Objetivo general	9
1.6.2. Objetivos específicos	9
1.7. JUSTIFICACIÓN	10
1.8. HIPÓTESIS	11
1.9. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	11
CAPÍTULO II	14
MARCO TEÓRICO	14
2.1. ASPECTOS GENERALES DE LA PARROQUIA ATAHUALPA..	14
2.2. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO.....	16
2.2.1. Análisis económico	17
2.2.2. Pib del sector	19

2.2.3.	La inflación.....	20
2.3.	ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE PRODUCTOS DE MADERA	22
2.4.	ARTESANOS DEDICADOS A LA MADERA.....	25
2.5.	MADERA QUE SE UTILIZA PARA LA ELABORACIÓN DE MUEBLES.....	26
2.6.	EMPRESAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE MADERA.....	27
2.7.	EN QUÉ CONSISTE LA CREACIÓN DE LAS EMPRESAS	29
2.8.	TIPOS DE EMPRESAS	30
2.8.1.	Empresas según el sector de actividad:.....	30
2.8.2.	Empresas según el tamaño	31
2.8.3.	Empresas según la propiedad del capital	32
2.8.4.	Empresas según la forma jurídica.....	32
2.9.	ASPECTOS GENERALES PARA ELABORACIÓN DE PROYECTOS	35
2.9.1.	Análisis de Mercado.....	35
2.9.2.	Análisis Técnico	36
2.9.3.	Análisis Económico	37
2.9.4.	Análisis Financiero.....	37
2.10.	MARCO LEGAL	39
	CAPÍTULO III	41
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	41
3.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.3.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	42
3.4.	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	42
3.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA	44
3.6.	PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.7.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	48
	CAPÍTULO IV.....	79

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA COMPAÑÍA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE MADERA, EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	79
4.1. MISIÓN	79
4.2. VISIÓN	79
4.3. OBJETIVOS	79
4.3.1. Objetivo general	79
4.3.2. Objetivos específicos	80
4.4. POLÍTICAS	80
4.5. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	80
4.6. ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS Y DE PRODUCCIÓN	81
4.7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	82
4.8. MERCADO	83
4.8.1. Análisis de la demanda	83
4.8.2. Segmentación de mercado	83
4.8.3. Determinación de la población objetivo	84
4.8.4. Identificación de los clientes meta	84
4.8.5. Proyección de la demanda	85
4.8.6. Demanda insatisfecha	86
4.9. ANÁLISIS DE LA OFERTA	86
4.9.1. Identificación de los competidores	86
4.10. ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA	87
4.11. MARKETING MIX	88
4.11.1. Producto	89
4.11.1.1. Descripción de los productos de madera	89
4.11.2. Precio	90
4.11.3. Promoción	91
4.11.4. Publicidad	91
4.11.4.1. Presupuesto de publicidad	92
4.12. ESTUDIO TÉCNICO	93
4.12.1. Tamaño de empresa de producción y comercialización de productos de madera.	93

4.12.2.	Factores determinantes de la empresa.....	94
4.12.3.	Recursos requeridos	94
4.12.3.1.	Instalaciones físicas	94
4.12.3.2.	Requerimiento de equipos y maquinarias a utilizar en el proceso productivo	95
4.12.3.3.	Recurso Humano	97
4.12.3.4.	Materia prima	98
4.13.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	100
4.13.1.	Plan de Inversiones.....	100
4.13.2.	Inversión Fija tangible	101
4.13.3.	Capital de trabajo requerido.....	102
4.13.4.	Plan de Financiamiento.....	102
4.13.5.	Costo de Producción.....	104
4.13.6.	Ingresos	106
4.14.	EVALUACIÓN FINANCIERA	107
4.14.1.	Estados Financieros Proyectados.....	107
4.14.1.1.	Estado de Resultado.....	107
4.14.1.2.	Balance General	109
4.14.1.3.	Flujo de Efectivo	111
4.14.1.4.	Flujo de caja para evaluación	113
4.14.2.	Indicadores de rentabilidad de la Inversión.....	114
4.14.2.1.	Valor Presente Neto.....	114
4.14.2.2.	Tasa Interna de Retorno	115
4.14.2.3.	Período de Retorno de la Inversión	116
4.14.2.4.	Análisis costo – beneficio.....	116
4.14.2.5.	Punto de Equilibrio	118
4.14.2.6.	Análisis de sensibilidad.....	120
4.14.3.	Coeficientes de rentabilidad.....	121
4.14.3.1.	Valor agregado	121
4.13.3.2.	Generación de empleos.....	121
4.13.3.3.	Beneficios socio económicos	121
	CONCLUSIONES	122

	x
RECOMENDACIONES.....	124
BIBLIOGRAFÍA.....	126
ANEXOS.....	128
ABREVIATURAS	156

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
CUADRO N°1: Operacionalización de las variables	12
CUADRO N°2: Actividades económicas de la parroquia Atahualpa	15
CUADRO N°3: Inflación anual del Ecuador	21
CUADRO N°4: Socios activos de la asociación	23
CUADRO N°5: Grupo ocupacional al interior de los talleres.....	26
CUADRO N°6: Comparación jurídica Cía. Limitada - Cía. Anónima.....	33
CUADRO N°7: Población.....	45
CUADRO N°8: Muestra	46
CUADRO N°9: Identificación clientes meta	85
CUADRO N°10: Identificación de competidores	87
CUADRO N°11: FODA Artesanos S.A.....	88
CUADRO N°12: Determinación de precios.....	90
CUADRO N°13: Costo de publicidad anual	93
CUADRO N°14: Inversión Infraestructura e inversión.....	95
CUADRO N°15: Inversión en activos fijos	96
CUADRO N°16: Recurso humano requerido	98
CUADRO N°17: Materia prima (juego de comedor).....	99
CUADRO N°18: Materia prima (juego de sala)	99
CUADRO N°19: Materia prima (juego de dormitorio-cama).....	100
CUADRO N°20: Inversión requerida.....	100
CUADRO N°21: Inversión fija	101
CUADRO N°22: % Activos depreciables	101
CUADRO N°23: Método analítico para el cálculo de capital de trabajo	102
CUADRO N°24: Estructura de capital.....	103
CUADRO N°25: Tabla de amortización	103
CUADRO N°26: Costos por línea de producción.....	104
CUADRO N°27: Costo de la mano de obra directa.....	104
CUADRO N°28: Costos indirectos	105
CUADRO N°29: Costo de materia prima por unidad y producción total (juego de comedor, juego de sala y cama)	105

CUADRO N°30: Resumen proyección de ventas	106
CUADRO N°31: Estado de resultados proyectado	108
CUADRO N°32: Balance general proyectado	110
CUADRO N°33: Estado de flujo de efectivo (cash flow)	112
CUADRO N°34: Estado de flujo de inversión (cash free)	113
CUADRO N°35: Valor presente neto	115
CUADRO N°36: TIR.....	115
CUADRO N°37: Retorno de la inversión.....	116
CUADRO N°38: Punto de equilibrio.....	119
CUADRO N°39: Análisis de sensibilidad	120

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
TABLA N°1: Sexo	51
TABLA N°2: Organización en la producción y comercialización de los productos acabados en madera.....	52
TABLA N°3: Opciones económicas más destacadas	53
TABLA N°4: Conocimiento de Organización empresarial	54
TABLA N°5: Usted estaría interesado en participar y emprender en un proyecto empresarial	55
TABLA N°6: Participación en talleres y seminarios de emprendimiento	56
TABLA N°7: Problemáticas que afectan al desarrollo de la producción y comercialización	57
TABLA N°8: Opciones económicas que debería fortalecerse.....	58
TABLA N°9: Tipo de financiamiento realizan las actividades de producción y comercialización.....	59
TABLA N°10: Reciben apoyo de instituciones públicas	60
TABLA N°11: Los productos en madera es su principal ingreso	61
TABLA N°12: Mercados a los que destina la producción y comercialización de sus productos artesanales.....	62
TABLA N°13: Tipo de productos que ofertan.....	63
TABLA N°14: Temporada de aumento de ventas	64
TABLA N°15: Edad	65
TABLA N°16: Ocasiones de visita a la Parroquia Atahualpa	66
TABLA N°17: Ha realizado algún tipo de compra	67
TABLA N°18: Tipo de producto adquirido	68
TABLA N°19: Tipo de establecimiento donde compró	69
TABLA N°20: Orientación de compra	71
TABLA N°21: Tipo de madera de preferencia.....	72
TABLA N°22: Tipo de producto a comprar.....	73
TABLA N°23: Forma de pago	74
TABLA N°24: Calidad de productos de madera.....	75
TABLA N°25: Beneficiarios	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO N°1: Sexo	51
GRÁFICO N°2: Organización en la producción y comercialización de los productos acabados en madera.....	52
GRÁFICO N°3: Opciones económicas más destacadas	53
GRÁFICO N°4: Conocimiento de Organización empresarial	54
GRÁFICO N°5: Interés en participar y emprender en un proyecto empresarial	55
GRÁFICO N°6: Participación en talleres y seminarios.....	56
GRÁFICO N°7: Problemáticas que afectan al desarrollo de la producción y comercialización	57
GRÁFICO N°8: Opciones económicas que debería fortalecerse.....	58
GRÁFICO N°9: Tipo de financiamiento realizan las actividades de producción y comercialización	59
GRÁFICO N°10: Reciben apoyo de instituciones públicas	60
GRÁFICO N°11: Los productos en madera es su principal ingreso.....	61
GRÁFICO N°12: Mercados a los que destina la producción y comercialización de sus productos artesanales.....	62
GRÁFICO N°13: Tipo de productos que ofertan	63
GRÁFICO N°14: Temporada de aumento de ventas	64
GRÁFICO N°15: Edad	65
GRÁFICO N°16: Ocasiones de visita a la Parroquia Atahualpa	66
GRÁFICO N°17: Ha realizado algún tipo de compra	67
GRÁFICO N°18: Tipo de producto adquirido	68
GRÁFICO N°19: Tipo de establecimiento donde compró	69
GRÁFICO N°20: Orientación de compra	71
GRÁFICO N°21: Tipo de madera de preferencia.....	72
GRÁFICO N°22: Tipo de producto a comprar.....	73
GRÁFICO N°23: Forma de pago	74
GRÁFICO N°24: Calidad de productos de madera.....	75
GRÁFICO N°25: Beneficiarios	76

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO N°1: Requisitos para dar inicio a las actividades económicas de la empresa.....	128
ANEXO N°2: Marco Legal.....	129
ANEXO N°3: Descripción de funciones para dar inicio a las actividades económicas de la empresa	135
ANEXO N°4: Entrevista	139
ANEXO N°5: Encuesta dirigida a los artesanos de la parroquia Atahualpa.....	140
ANEXO N°6: Encuesta dirigida a los habitantes de la provincia de Santa Elena y turistas estacionales	143
ANEXO N°7: Modelos de muebles	145
ANEXO N°8: Roles de pago	146
ANEXO N°9: Tabla de depreciación	147
ANEXO N°10: Presupuesto de depreciación.....	148
ANEXO N°11: Costo de producción proyectado.....	149
ANEXO N°12: Proyección de ventas por tipo de muebles.....	150
ANEXO N°13: Gastos administrativos proyectados.....	151
ANEXO N°14: Gastos de ventas proyectados	152
ANEXO N°15: Flujo de efectivo proyectado.....	153
ANEXO N°16: Mezcla de ventas para el cálculo del punto de equilibrio....	154
ANEXO N°17: Ponderación del precio, cif, materia prima y mano de obra para el cálculo del punto de equilibrio.....	155

INTRODUCCIÓN

Durante la historia, siempre ha existido el conocimiento sobre administración y con ella de planeación. Pero es una noción inconsciente, pues una vez que comienza a plasmarse el pensamiento administrativo, se empieza a percibir la importancia de planear cada uno de los pasos que se deberán seguir. En la literatura académica, existen dos grandes enfoques para estimar el comportamiento financiero de una empresa.

El primer enfoque, consiste en predecir la probabilidad de insolvencia basándose en el análisis de devolución de la deuda. El segundo, consiste en evaluar los retornos futuros a los inversores analizando las condiciones financieras actuales. Las dificultades de prever el valor futuro de la empresa son la principal parte en el trabajo diario de un asesor financiero.

El sector empresarial artesanal ecuatoriano responde a dos incitaciones básicas: la satisfacción de necesidades utilitarias y la respuesta a apetencias estéticas, ocurre con las artesanías, la cual se trata de satisfactores de necesidades prácticas a las que se añaden componentes de belleza. Se considera artesanía, todo producto elaborado a través de la ejecución de actividades llevadas a cabo generalmente en pequeños talleres con baja división social del trabajo y con predominio de la energía humana, física y mental, complementada con herramientas y máquinas relativamente simples.

En nuestro país Ecuador la artesanía se manifiesta por la conjugación de los conocimientos ancestrales unidos a la materia prima, que han dado origen a cientos de objetos que reflejan, de manera extraordinaria, la diversidad cultural en todas y cada una de sus provincias. En muchas ocasiones la producción artesanal abarca objetos que sirven para el uso cotidiano del hogar y el trabajo, o tienen un objetivo estético asociado a su uso cotidiano o a una finalidad ritual que las hace quedar inmersas en la

red de símbolos que constituyen la identidad comunitaria. El excedente se comercializa al interior del Ecuador o al exterior del mismo.

A través de este estudio de investigación, partiendo de la problemática de estudio presentada en la parroquia Atahualpa, concretamente en el sector artesanal, en la producción y comercialización de productos de madera lo que se persigue es elaborar una propuesta destinada a impulsar mediante la asociatividad, la actividad artesanal a través de la creación de una compañía de producción y comercialización de productos de madera, de tal manera que ésta permita, mejorar el proceso productivo, dándole un valor agregado a esta matriz productiva.

La investigación realizada consistió en desarrollar una propuesta para la creación de una compañía para la producción y comercialización de productos de madera, en la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena, iniciando por establecer la relación que existe entre la actividad artesanal y la asociatividad local mediante un diagnóstico situacional. Luego se procede a levantar una base de datos e información de soporte para la elaboración de la propuesta de creación de la compañía de productos de madera en la parroquia Atahualpa; finalizando con la propuesta para la creación de una compañía que se dedique a la producción y comercialización.

La industria del mueble en Ecuador a pesar de ubicarse en un sector secundario de la matriz productiva, ha demostrado un alto dinamismo de sus ventas en el mercado internacional de los últimos años, esto se debe por diferentes factores como el hecho de contar con una cultura artesanal de la madera y disposición de materia prima 100% local que es utilizada para la elaboración de productos que satisfacen la demanda de los mercados nacionales e internacionales, reflejando el despunte de dicha industria en las exportaciones.

Es necesario tener en cuenta el conocimiento del tipo de compañía en aquellas áreas que actualmente producen productos de procesamiento de madera y ebanistería, así como también quiénes son los que actualmente demandan esta necesidad y los productos terminados; con el fin de conformar las instalaciones y modelos de compañías artesanales con productos y servicios de acuerdo a las necesidades existentes en el sector.

Aplicando encuestas a los habitantes de Atahualpa se pudo constatar un esquema de las problemáticas que se encuentran en la producción y comercialización de los productos así como también de las instalaciones que actualmente ellos poseen para desempeñar la actividad artesanal, presentan falencias en lo concerniente a gestión administrativa y comercialización de los productos, por lo que se busca es la integración de los artesanos para que puedan comercializar sus productos en un lugar específico de forma organizada e impulsando procesos productivos amigables con el medio ambiente.

Una vez realizado un análisis comparativo referente a la temática tratada, se propone un modelo final de la figura asociativa, constitutiva y empresarial de la cual se acogerán los artesanos de Atahualpa para la creación de la compañía que se encargue del procesamiento y comercialización de los productos de madera. El mismo que se fundamenta en los resultados de la investigación obtenida.

Como último aspecto y para finalizar el trabajo de investigación esté se despliega en cuatro capítulos los mismos que conforman su armazón fundamental, y, un último, un apartado especial dedicado a las conclusiones y recomendaciones. También se suma la fuente bibliográfica de la cual se consultó e investigó las temáticas de la problemática, con sus correspondientes anexos y apéndices.

CAPÍTULO I

PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Provincia de Santa Elena, es una de las más recientes que tiene el Ecuador, creada el 7 de noviembre del 2007, posee una superficie de 3.763 kilómetros cuadrados aproximadamente y según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo realizado en noviembre del 2010, cuenta con una población que sobrepasa los 308.693 habitantes. La Provincia de Santa Elena ha tenido un acrecentamiento tanto poblacional como en las actividades económicas, convirtiéndose en un atractivo comercial para las grandes y pequeñas empresas.

La parroquia de Atahualpa, una de las poblaciones más antiguas de la región cuenta con 3.532 habitantes y se encuentra ubicada al sur de la provincia de Santa Elena, conocida también como la “capital del mueble” debido a que gran parte de su población se dedica a la producción de muebles y el arte maderero, segmento productivo que representa uno de los principales ingresos de la comunidad. En este sector los trabajos realizados con ingenio de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa son de excelencia, calidad y gozan de producción artística y son solicitados por su detalle y calidad tales como la elaboración de bellos muebles, aparadores, salas de comedor, centros de entretenimientos, camas, cunas, y otros productos.

En esta parroquia, está constituida la Asociación Interprofesional de Artesanos de Atahualpa la cual fue creada el 18 de mayo de 1985, por 80 socios fundadores entre maestros artesanos y operarios residentes en la parroquia, con la finalidad de fortalecer la unidad de los artesanos, fomentar la fraternidad entre ellos, procurando el bienestar de los mismos, además de la realización de programas de beneficios entre los socios y otros fines asociativos. Es de mucha importancia buscar alternativas crediticias las cuáles puedan cubrir las necesidades económicas que a futuro generen un servicio eficiente como asociación, logrando de esta manera obtener múltiples beneficios, brindando un trabajo de manera eficaz y eficiente.

La parroquia es un referente emblemático de desarrollo en la provincia de Santa Elena por la actividad artesanal; al recorrer sus calles, podemos apreciar los diferentes talleres de ebanistería que se encuentran en los portales de sus casas; siendo este uno de los principales problemas que aqueja a este sector debido a que no tienen un lugar donde puedan exhibir y vender los productos de forma organizada y por ende obtengan mejores beneficios, la mayoría de artesanos aprendió el oficio de sus familiares y ahora lo ejercen como su principal sustento; la utilización del guayacán ha sido la tradición en Atahualpa, sin embargo dicha madera se encuentra dentro de las especies de aprovechamiento condicionado según el Art. 38, de las Normas para el manejo forestal sustentable para aprovechamiento de madera en bosques húmedos, motivo por el cual se han presentado varios inconvenientes en los últimos años para el abastecimiento de la materia prima para el procesamiento y transformación de los muebles.

La vía de ingreso al centro poblado constituye su calle principal, es a la vez el corredor comercial de exhibición de la artesanía elaborada en la parroquia, en las calles contiguas, que conforman los diferentes barrios y ciudadelas están distribuidos los talleres, muchos de los cuáles en rigor

trabajan para los principales centros de venta de la calle principal. Teniendo como referente un pasado común marcado por la actividad de la artesanía en madera.

A pesar de la excelencia de productos que comercializa la zona, como producto del análisis de la situación de los artesanos dedicados a la fabricación de muebles de madera, encontramos que entre las problemáticas que presentan están, la falta de implementación de un plan de marketing y comercialización con herramientas de comunicación efectivas, que permita incrementar la venta de sus productos en el mercado, de igual forma la falta de recursos económicos y el fortalecimiento del talento humano, así como la falta de una organización con un modelo de gestión asociativo de manera que permita potencializar sus productos y la sostenibilidad de la misma.

En función de la problemática de estudio presentada en la parroquia Atahualpa, concretamente en el sector artesanal, en la producción y comercialización de productos de madera lo que se persigue es elaborar una propuesta destinada a impulsar mediante la asociatividad, la actividad artesanal a través de la creación de una compañía de producción y comercialización de productos de madera, de tal manera que ésta permita mejorar las condiciones en que se desarrolla la producción de muebles, dándole un valor agregado a esta matriz productiva.

1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Delimitación conceptual.- Se analizó las conceptualizaciones correspondientes a la organización, comercialización, alternativas de desarrollo, planificación y producción artesanal. De igual manera se analizó el marco legal vigente en el Ecuador.

Delimitación espacial.- El desarrollo de la investigación se llevó a cabo en la parroquia Atahualpa, perteneciente al cantón Santa Elena de la provincia del mismo nombre, principalmente con las personas relacionadas a las actividades artesanales de producción en madera, en quién se pudo determinar la problemática actual que posee el sector artesanal de Atahualpa.

Delimitación temporal.- La delimitación temporal de la investigación desarrollada se vislumbró en un tiempo de 9 meses, teniendo como guía la estructura de un cronograma de trabajo valorado, el cual se considera en toda su extensión desde Febrero hasta Octubre del 2015.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuirá el diseño de una propuesta para la creación de una compañía de producción y comercialización de los productos de madera en la parroquia Atahualpa de la provincia Santa Elena?

1.4. EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

Delimitado: El ámbito de aplicación del problema son los productores de madera de la parroquia Atahualpa de la provincia de Santa Elena.

Relevante: La investigación proporcionará soluciones para una excelente producción y comercialización de productos de madera, en la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena.

Factible: Porque la creación de la compañía para la producción y comercialización de productos de madera mejorará la utilización del tiempo, material humano, recursos naturales y su calidad de vida.

Contextual: Herramienta que servirá de ayuda a las demás investigaciones, proporcionando soluciones a los posibles inconvenientes, sirviendo de educación a los demás.

Variables: Su planteamiento define claramente las variables que se presentan tanto la variable **dependiente e independiente**.

- **Variable Independiente:** Propuesta para la creación de una compañía de producción y comercialización de productos de madera.
- **Variable Dependiente:** Parroquia Atahualpa, Provincia de Santa Elena.

1.5. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué teorías existen que fundamenten la creación de una compañía que se dedique a la producción y comercialización de productos de madera, en la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena?

¿Cuántas compañías existirán que se dediquen a la producción y comercialización de productos de madera, en la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena?

¿Qué factores internos incidieron en la producción y comercialización de productos de madera, en la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena?

¿Cómo se obtendrá la intervención de todos los mancomunados productores de madera de la parroquia Atahualpa?

¿Qué beneficios se obtendrán con la implementación de una compañía que se dedique a la producción y comercialización de productos de madera, en la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena?

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. Objetivo general

Diseñar una propuesta para la creación de una compañía que se dedique a la producción y comercialización de productos de madera, en la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena.

1.6.2. Objetivos específicos

- a.** Analizar los diferentes criterios para la creación de una compañía para la producción y comercialización de productos de madera, considerando las diferentes teorías y autores que faciliten el desarrollo del objeto de estudio.
- b.** Realizar un diagnóstico situacional empresarial de la producción y comercialización de los productos de madera, considerando los métodos, técnicas e instrumentos de investigación, que faciliten la propuesta para la creación de una compañía en la parroquia Atahualpa de la provincia Santa Elena.
- c.** Levantar una base de datos e información de soporte para la elaboración de la propuesta de creación de la compañía de productos de madera en la parroquia Atahualpa.

- d. Elaborar la propuesta para la creación de una compañía que se dedique a la producción y comercialización de productos de madera, en la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena.

1.7. JUSTIFICACIÓN

La actividad artesanal es uno de los pilares fundamentales en la economía de la parroquia Atahualpa, sus habitantes netamente dependen de la producción de productos terminados en madera, en razón de que la gran mayoría se dedican a esta labor, por ello, es necesario fortalecer de forma prioritaria dicha actividad ya que de ello depende la economía del sector.

En los últimos años la planificación se ha convertido en una alternativa de uso productivo; dicha percepción, se basa en el criterio de que las industrias, en su rol por ser generadoras de empleo, y en algunos casos al trabajárselo de manera empírica ocasiona un retraso en sus emprendedores, quiénes han carecido del mejoramiento continuo de sus cadenas de producción aprovechando de esta manera las políticas de inclusión que se están promoviendo en la actualidad por las políticas de estado.

El proyecto está direccionado a lograr el fortalecimiento de las actividades comerciales en los artesanos de la parroquia de Atahualpa, para que así tengan una identidad corporativa ante sus competidores potenciales, además, de direccionar sus estrategias a su grupo objetivo, cuya única finalidad sea la de aprovechar el mercado, e incrementar sus ventas mejorando de esta manera colectivamente la productividad comercial en el sector.

La justificación del problema científico se sostiene en la necesidad de que es necesario lograr el reconocimiento de una marca a nivel nacional, de

esta parroquia, debido a que las artesanías que se comercializan son de total calidad, considerándolos como los mejores muebles y productos elaborados a base de madera; y encontrando inconvenientes como la falta de estrategias en la comercialización, promoción y venta de los productos que elaboran estos artesanos reducen las oportunidades de crecimiento en el negocio y limitan las condiciones de desarrollo para los artesanos de la parroquia.

La ejecución del proyecto es una necesidad que tienen los productos de acabados en madera representados por todos los artesanos de la parroquia Atahualpa, para poder lograr el fortalecimiento de la imagen empresarial en el mercado mediante las diferentes actividades productivas y artesanales del sector.

1.8. HIPÓTESIS

El diseño de una propuesta para la creación de una compañía que se dedique a la producción y comercialización de productos de madera, permitirá determinar la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto.

1.9. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CUADRO N° 1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Hipótesis	Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumento
El diseño de una propuesta para la creación de una compañía que se dedique a la producción y comercialización de productos de madera, permitirá determinar la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto	VARIABLE INDEPENDIENTE: Propuesta para la creación de una compañía dedicada a la producción y comercialización de productos de madera	Análisis que nos ayudará a recopilar información relevante sobre el desarrollo del proyecto, que mediante el estudio técnico financiero permitirá conocer la viabilidad del mismo	Tipos de empresas	Sector de la Actividad Tamaño Propiedad de capital Forma jurídica	¿Qué tipo de empresa o forma jurídica se llevará cabo?	Encuesta Entrevista
			Análisis del mercado	Análisis oferta demanda	¿En qué lugar o tipo de establecimientos usted adquirió el producto?	
				Segmentación de mercado	¿Qué tipo de muebles le gustaría adquirir?	
				Análisis de precios	¿Qué tipo de madera usted prefiere a la hora de adquirir un determinado producto?	
				Gustos y preferencias	¿Cómo le gustaría realizar sus compras?	
				Comercialización		
			Análisis técnico	Localización	¿Localización y tamaño del proyecto? ¿Cómo aportaría la creación de una empresa dedicada a la producción de muebles de madera en el desarrollo productivo del sector? ¿Los accionistas de la compañía tienen los recursos económicos, materiales y técnicos para el desarrollo de esta actividad productiva?	
				Inversión		
				Estudio y evaluación financiera	VAN	
			TIR		¿Cómo se obtendrá el financiamiento para el inicio de las actividades de la empresa?	

Hipótesis	Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumento
El diseño de una propuesta para la creación de una compañía que se dedique a la producción y comercialización de productos de madera, permitirá determinar la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto	VARIABLE DEPENDIENTE Parroquia Atahualpa Provincia de Santa Elena	Obtener información para determinar el nivel de aceptación de los artesanos de la parroquia Atahualpa del cantón Santa Elena hacia la Organización y comercialización empresarial	Aspectos generales de la Parroquia Atahualpa	Actividades económicas Organización Producción Comercialización	¿Cuáles de las opciones económicas mencionadas considera usted, que es la más destacada?	Encuesta Entrevista
					¿Considera usted que la parroquia Atahualpa ha logrado desarrollar de manera organizativa la producción y comercialización de los productos acabados en madera?	
					¿Tiene conocimiento de temas relacionados con la organización empresarial?	
					¿La actividad de producción de los productos de madera es su principal ingreso económico para su familia?	
			Análisis del macro entorno	Análisis económico PIB Inflación	¿Qué actividad económica considera usted que debería fortalecerse?	
					¿Qué productos artesanales ofrecen al consumidor?	
			Artesanos dedicados a la madera	Tipos de muebles	¿A qué mercados, se destina la producción y comercialización de sus productos artesanales?	
					¿Reciben apoyo de instituciones públicas en el fortalecimiento de MyPimes y producción y comercialización de los productos de madera artesanales?	
				Financiamiento	¿Con que tipo de financiamiento realizan la actividad de producción y comercialización de los productos de madera artesanales?	
					Beneficiarios	

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ASPECTOS GENERALES DE LA PARROQUIA ATAHUALPA

Atahualpa es un centro poblado ordenado, ubicado a 17 km de Santa Elena, cuenta con una superficie de 77.80 km², con una trama urbana muy definida a manera de damero, la cual facilita la expansión urbana. Su uso es predominantemente residencial. Según el último censo de población y vivienda 2010 del INEC, cuenta con una población de 3.532 habitantes.

Se considera que entre el 50% y el 40% de la población económicamente activa está relacionada a la artesanía de muebles. Así mismo el uso residencial se da combinado con producción artesanal y comercio.

La Parroquia Atahualpa cuenta actualmente con 11 barrios, de los cuáles 6 están legalmente constituidos mediante acuerdo ministerial otorgados por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), como lo son el barrio Eloy Alfaro, Villamil, 10 de Agosto, Hogar de Cristo, 9 de Octubre y el barrio 1º de enero, de igual manera existen otros barrios que no cuentan aún con esta acreditación como los son el barrio Jimmy Candell, San José, Central, 5 de Junio y Nuevo Atahualpa debido a que de acuerdo a la Cotad el encargado del ordenamiento territorial son los GAD. Además según datos INEC del 2010 el 82,70% de las viviendas, son de tipo casa o villa.

La mayoría de sus pobladores se dedican a la elaboración de muebles y artesanías, utilizando como materia prima la madera y los aglomerados MDF en todo su proceso de producción, dando como resultado un producto de calidad óptima. Los servicios básicos existentes en la cabecera parroquial en la actualidad cuentan con agua potable entubada, energía eléctrica y telefonía convencional. En cuanto a la seguridad de Atahualpa, se construyó una Unidad de Policía Comunitaria en donde residen policías que brindan seguridad a la comunidad.

Según datos otorgados por el GAD parroquial de Atahualpa, existe un total de 229 tipos de negocios en el sector; y según se puede observar la ebanistería es la principal actividad económica de este sector con el 36%.

CUADRO N°2: ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA

ACTIVIDAD ECONÓMICA	RESULTADOS	%
Elaboración de muebles o mueblerías	83	36%
Venta de alimentos preparados	8	3%
Venta de productos de primera necesidad	44	19%
Venta de bebidas alcohólicas	16	7%
Venta de artesanías	11	5%
Panaderías	11	5%
Venta de Servicios	27	12%
Librerías	8	3%
Farmacias	3	1%
Otros	18	8%
TOTAL	229	100%

Fuente: GAD parroquial de Atahualpa

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

En Atahualpa se encuentra legamente constituida la Asociación Interprofesional de Artesanos de Atahualpa, creada el 18 de mayo de 1985, por 80 socios fundadores, cuya finalidad es fortalecer las actividades de producción y comercialización de los artesanos, sin embargo las gestiones que realizan como tal no son suficientes para resolver los problemas existentes del sector, principalmente porque no

cuentan con la infraestructura necesaria para llevar a cabo la fabricación de sus muebles, puesto que la realizan en áreas incómodas. Por ello es necesaria la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles, a fin de mejorar las condiciones en que se desarrolla la producción de muebles, dándole así un valor agregado a la matriz productiva del país.

2.2. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

Ecuador es uno de los países más pequeños de Sudamérica con 1,5% de la superficie del continente. Sin embargo, su diversidad de flora y de fauna lo convierte en uno de los más ricos del mundo en cuanto a biodiversidad, por el número total de especies así como por el número de especies por unidad de área.

En el país la actividad con madera y elaborados tiene aproximadamente 70 años. De toda la extensión territorial del país, según (CORPEI, 2009) señala que: “El 52% tienen una vocación forestal que equivale a 13’561.000 Has.; el 42.38% se conserva cubierto con bosques naturales que corresponde a 11’473.000 Has., de las cuáles el 80% se encuentra en la Amazonía, el 13.00% en el litoral y el 7 % en la sierra; perteneciendo el 17.15% a los Sistemas Nacionales de Áreas Protegidas, el 8.83% a áreas de Bosques y Vegetación Protectores, el 7.02% como Patrimonio Forestal del Estado, y el 9.28% a otros Bosques Naturales Privados”. De este total la superficie de bosques relacionados con la industria maderera es el 52%, que equivale al 0.01% del territorio total.

Entre las especies arbóreas con valor comercial se encuentran: Cedro, varias especies de Caoba, Laurel, Bálsamo, Seique, Batea, Chanul, varias especies de Colorado, Guayacán, Moral fino, Canelo

amarillo, varias especies de Copal, Cuángare, Cutanga, la balsa, las Virola spp y Roble de Guayaquil.

Por la diversidad de condiciones climáticas, se ha logrado introducir varias especies comerciales exóticas como la Teca, Pinos, Eucaliptos, Melina, Terminalias.

La superficie de plantaciones alcanza 170 mil hectáreas, principalmente de varias especies de Pino, Eucalipto, Teca, Balsa, Laurel y Terminalia. Alrededor del 45% se encuentra en la sierra y el restante 55% en la costa y región amazónica ecuatoriana. Una fuente importante de productos madereros son los árboles que están dentro de los sistemas agroforestales.

Los productos forestales utilizados por la industria maderera son 100% locales y los muebles son elaborados con las maderas más diversas. Debido a la elevada calidad de la materia prima ecuatoriana, existe un potencial muy grande para el desarrollo de industrias de transformación primaria de la madera (tableros conglomerados y pulpa) y para la transformación secundaria (muebles y papel).

Las oportunidades de la industria se reflejan en el continuo crecimiento del consumo nacional e internacional de productos forestales y preferencia por muebles hechos de madera, el incremento de la demanda de muebles a nivel mundial y el potencial uso de variedades alternativas.

2.2.1. Análisis económico

En el Ecuador la industria maderera es muy fuerte y muestra grandes aportes a la economía nacional. El país ha logrado llegar a muchas partes del mundo como Estado Unidos, Colombia, Holanda, México, China, Dinamarca ofreciendo maderas de calidad,

permitiendo así que al Ecuador se lo reconozca por la excelencia de sus productos madereros.

En el país se exportan 19 variedades de madera, pero la balsa y la teca son las de mayor demanda en el exterior. Siendo sus principales destinos: Perú, Colombia, Bolivia, Venezuela, Panamá, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Guatemala, Estados Unidos y México.

En la actualidad el 98% de la teca ecuatoriana se exporta a la India, debido a que en este país llegó a ser muy escasa producto de una prohibición de talar los bosques, lo cual dejó al mercado con menos oferta. En el mercado internacional de teca, Ecuador compite con Colombia, Costa Rica y Panamá, aunque los principales exportadores de esta variedad están en África y Asia.

Para ganar mercado, el Gobierno ha puesto en marcha el Programa de Incentivos para la Reforestación con Fines Comerciales, que está a cargo del Ministerio de Agricultura, cuyos objetivos son generar materia prima, reducir la importación de madera, fomentar las exportaciones y reducir la tala indiscriminada de bosque nativo. Este proyecto cuenta con 2,6 millones de hectáreas a nivel nacional para reforestación comercial y se espera la aprobación de créditos para llegar a un millón de hectáreas.

Las cinco variedades que tienen mayores incentivos son: teca, melina, balsa, pino y eucalipto, las cuales se usan para la fabricación de paneles aglomerados y de MDF, además de chips (astillas) y como materia prima. Para obtener financiamiento, el Banco Nacional de Fomento (BNF) y la Corporación Financiera Nacional (CFN) ofrecen créditos para quienes le apuesten al sector forestal. Para el caso de las plantaciones de más de 50 hectáreas es entregado por la CFN y si es menor a este, por el BNF. Las provincias con mayor número de plantaciones financiadas por el

programa se encuentran en Los Ríos, Cotopaxi, Esmeraldas, Manabí y Guayas.

2.2.2. Pib del sector

En Ecuador la balanza comercial de la madera es positiva en volumen no así en términos de valor, las exportaciones del producto alcanzan 420 mil Tn. métricas anuales en promedio y las importaciones 320 mil Tn. métricas, es por eso que desde el Gobierno Nacional se está generando bienes públicos con oferta de servicios para este sector industrial.

El sector forestal maderero es considerado un sector prioritario para las inversiones y el que ofrece mayor potencial de crecimiento, su aporte al PIB es del 3% y genera alrededor del 7.75% de la población económicamente activa.

El sector genera más de 235 mil puestos de trabajo directos y 100 mil indirectos, con gran impacto en el sector rural, especialmente en ciudades pequeñas donde existe mucha actividad empresarial, con especial concentración en diseño, carpintería, y artesanías de madera.

En el 2013, la industria maderera generó ventas en el exterior de 231,4 millones de dólares, según las estadísticas del Centro de Comercio Internacional (CCI). Esa venta representó un leve crecimiento del 0,34% con respecto al 2012. Los principales destinos fueron Estados Unidos con 56,6 millones, seguido de Colombia con 41,5 millones y Perú que adquirió 32,7 millones de dólares. Y de esos destinos no se alejan India y China que cada año aumentan sus demandas de elaborados de madera ecuatorianos.

Pese a que el desarrollo de la industria forestal y de madera en Ecuador ha tenido un desarrollo desigual, la industria de tableros contrachapados ha alcanzado altos niveles tecnológicos y es considerada como un referente en América Latina.

La industria maderera mundial se concentra específicamente en ocho países China, Canadá, Estados Unidos, Alemania, Rusia, Austria, Suecia y Malasia, tal es así que de los 131.715 millones de dólares que se exportaron a los mercados internacionales en el 2013, el 49% se originó por estos ocho países.

2.2.3. La inflación

Los procesos inflacionarios son influyentes en los ciclos económicos, si bien nuestro país se ha caracterizado por tener altos niveles inflacionarios en décadas anteriores y en este gobierno se ha mantenido niveles controlables de inflación con estrategias en el control de precios y la utilización de las políticas fiscales y políticas públicas descritas en la SENPLADES como el fomento productivo, fijación de precios en la canasta básica, subsidios, incrementar el poder adquisitivo (telefonía pública y celular), inclusión de productos sustitutos y descuentos en alianzas públicas y privadas, entre otras.

En cuanto a una política monetaria autores discrepan en su utilización en nuestro país a partir de la dolarización ya que adoptando una moneda algunos autores dicen que perdimos su aplicación y otros postulan que seguimos sirviéndonos de su utilización.

Los esfuerzos realizados por los gobiernos de turno no han podido ser controlados en grandes periodos sino en ciclos cortos donde se manifiesta una desaceleración.

**CUADRO N°3: INFLACIÓN ANUAL DEL
ECUADOR**

MESES	2013	2014	2015
Ene	4.10	2.92	3.53
Feb	3.38	2.85	4.05
Mar	3.01	3.11	3.76
Abr	3.03	3.23	4.32
May	3.01	3.41	4.55
Jun	2.68	3.67	4.87
Jul	2.39	4.11	4.36
Ago	2.27	4.15	
Sep	1.71	4.19	
Oct	2.04	3.98	
Nov	2.30	3.76	
Dic	2.70	3.67	

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Ecuador registró una inflación anual de 3,67% en el 2014 frente al 2,70% del 2013, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

En diciembre del 2014, el país registró una inflación mensual de 0,11% en comparación al 0,20% del doceavo mes del año 2013. La división de Alimentos y Bebidas no alcohólicas es la que más contribuyó en la variación mensual del IPC con el 27,74% del total, seguida de Recreación y Cultura con el 19,27%.

Según el INEC a julio del 2015 se registra una inflación acumulada de 2.99%, y la anual se ubicó en 4,36% frente al 4,11% de julio del 2014, hay una decreciente variación en la inflación, este escenario se debe a que existen factores que ayudan a equilibrar la inflación como la estabilización de los precios y el aumento de los impuestos.

2.3. ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE PRODUCTOS DE MADERA

La representación del subsector de la transformación primaria y secundaria; y comercialización de la madera en Ecuador, está agrupada por las siguientes instituciones gremiales:

AIMA (Asociación Ecuatoriana de Industriales de Madera), entidad privada sin fines de lucro cuyo fin es promover el desarrollo de la actividad maderera en el Ecuador; especialmente en el campo de la industrialización de los recursos forestales.

Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, son organizaciones legalmente reconocidas y que agrupan principalmente, a las microempresas dedicadas a las actividades artesanales de la madera, en todo el País.

Cámaras de Industriales del País

- Cámara de Industriales de Cotopaxi
- CAINC, Cámara de Industrias de Cuenca
- CINDUCH, Cámara de Industrias de Chimborazo
- CAINDORO, Cámara de Industrias de El Oro
- CIG, Cámara de Industrias de Guayaquil
- Cámara de Industrias de Loja
- Cámara de Industrias de Manta
- Cámara de Industriales de Pichincha
- Cámara de Industrias de Tungurahua

Los artesanos dedicados a la producción de muebles de madera en la parroquia Atahualpa, se encuentran legalmente agremiados en la Asociación interprofesional de artesanos del mueble y la madera, creada mediante la Ley de Defensa del Artesano en el año 1985. En la actualidad

la asociación cuenta con 40 socios activos, dedicados a las diferentes actividades que conllevan al proceso de fabricación de todo tipo de muebles de madera.

La necesidad de asociarse nace con la finalidad de unir esfuerzos que conlleven a fortalecer las diferentes actividades productivas y artesanales del sector, mediante la gestión de propuestas de proyectos que faciliten al productor artesanal mejorar sus canales de producción y comercialización.

CUADRO N°4: SOCIOS ACTIVOS DE LA ASOCIACIÓN

ACTIVIDAD	N°	%
Maestros	28	70%
Oficiales	6	15%
Lacadores	4	10%
Tapizadores	2	5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Presidente Asociación Interprofesional de artesanos del mueble de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Lamentablemente los artesanos de la parroquia Atahualpa no reciben apoyo gubernamental de manera directa, pero a través de los intermediarios han logrado llevar sus productos a mercados nacionales e internacionales. Además manifiestan que están dispuestos a aumentar la producción de los muebles con la finalidad de poder mejorar sus ingresos económicos.

Para el autor Andrade Glen, 2011, “La Asociatividad en términos económicos se deriva de la unión o integración de las empresas con fines comunes y bajo la misma normativa e ideología de lucro, en cualquier modelo empresarial bien estructurado”.

La asociatividad la conforman un grupo de personas con espíritu emprendedor que buscan un mismo fin, de tal manera que este autor la describe como un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas

y medianas, así como también entre personas naturales o conjuntos sociales comprometidas en la defensa de los intereses comunes de cada uno de los miembros accediendo a nuevos mercados, mejorando su status económico vinculado con el desarrollo local.

Para el desarrollo de una empresa la asociatividad en conjunto con la planificación estratégica es primordial en sectores donde el capital y los recursos son limitados, convirtiéndose en una oportunidad para potencializar sus productos y para la sostenibilidad de la misma, logrando como beneficio social la generación de nuevas plazas de empleo en el área o sector donde desarrolla su actividad, permitiendo de esta manera el fortalecimiento de su matriz productiva y la competitividad con otros productores del país.

Para el autor (Cevallos Arturo, 2012), “Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común”.

Los recursos económicos y humanos que posea una empresa son el principal componente para el desarrollo y sostenibilidad de una empresa, lo cual se reflejará en sus productos terminados dando mayores potencialidades en el mercado que se desempeña, y de ello dependerá el éxito o fracaso que tengan por la demanda potencial o existente. Es por ello que debe realizarse una evaluación minuciosa de cada uno de los productos ofertados que posee el área estudiada.

En este sentido, para que exista un buen compromiso de asociatividad por parte de sus asociados se requiere del esfuerzo conjunto de múltiples actores: tanto del sector público, del sector privado y de la comunidad,

estando necesariamente ligado a sectores donde desarrollan su actividad económica sea cantón, municipio o parroquia en el que se desarrolla.

2.4. ARTESANOS DEDICADOS A LA MADERA

Ebanistería.

Según la Real Academia Española (2007), el ebanista es la “Persona que tiene por oficio trabajar en ébano y otras maderas finas”.

La ebanistería es el oficio de trabajar en madera fina, es una especialización propiamente de la carpintería la misma que está orientada a la construcción de muebles, esta se distingue de la carpintería ya que sus mobiliarios son más elaborados y emplean técnicas más avanzadas para la manufactura de las piezas tales como la talla, la marquetería, el torneado entre otras. El arte del ebanista es una de las profesiones más antiguas plasmada en belleza estética y la laboriosa actividad artesanal, exige mucha práctica por lo que se tiene que regir a las exigencias del cliente y de acuerdo a las tendencias de moda que cada día se van incrementando en el mercado artesanal, buscando desarrollar productos de mejor calidad y diseño.

En la parroquia Atahualpa se encuentra un gran número de artesanos que se dedican a la fabricación de muebles de madera, y de acuerdo a información otorgada por el GAD parroquial de Atahualpa, existe un total de 97 artesanos dedicados a actividades netamente artesanales como la ebanistería.

**CUADRO N° 5: GRUPO OCUPACIONAL AL
INTERIOR DE LOS TALLERES**

POBLACION	N°	%
Maestros	54	56%
Oficiales	29	30%
Lacadores	7	7%
Tapizadores	4	4%
Otros	3	3%
TOTAL	97	100%

Fuente: GAD parroquial de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Actualmente el Gobierno a través de la Subsecretaría de Desarrollo de Mipymes y Artesanías del Ministerio de Industrias y Productividad está promoviendo la creación de los Centros de Fomento Productivo de la Madera y Mueble, con el propósito de que el sector maderero se convierta en estratégico dentro del cambio de la matriz productiva.

2.5. MADERA QUE SE UTILIZA PARA LA ELABORACIÓN DE MUEBLES

El mundo del mueble es extremadamente diverso ajustable a las necesidades particulares de cada espacio sea este un cuarto de una casa o de la oficina por ello existe una variedad de maderas que el ebanista utiliza para la elaboración de los muebles sean estas maderas blandas o duras y según del árbol que se las obtiene independientemente de la resistencia y del costo de las mismas.

Maderas duras.- Estas provienen de los árboles que tienen su crecimiento lento y de mayor densidad, se utilizan generalmente para fabricar muebles de calidad, son bastante caras y cuentan con una gran gama de colores.

Maderas blandas.- Son árboles de crecimiento rápido de escasa densidad de tronco recto, las mismas que al trabajar en ellas su labor es de mayor facilidad, su resistencia es menor y su valor es inferior ya que son las más abundantes y baratas.

Entre las maderas más utilizadas para la fabricación de muebles y puertas tenemos: el bálsamo, el cedro, el chanul, el guayacán, el moral, el laurel, el cerezo, el nogal, el olivo, el pino; entre otras que tienen la capacidad de producir juegos de dormitorios, juegos de comedor y muebles de oficina, puertas, ventanas, sillas, entre otros.

2.6. EMPRESAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE MADERA

El sector maderero ecuatoriano busca mantenerse en constante evolución es por ello que en el 2013 aportó con casi USD 300 millones al Producto Interno Bruto (PIB). La producción de madera es de aproximadamente 421.000 TM y está concentrada principalmente en variedades como son madera fina, madera regular, madera para construcción entre otros. Los principales países de destino de la madera ecuatoriana son: Estados Unidos, China, Colombia, Perú, Japón, Alemania, Dinamarca y México y alrededor de 235,000 familias en el Ecuador se benefician directamente de esta actividad.

La producción de la industria secundaria no puede ser cuantificada en vista de que no existen datos disponibles, sin embargo se estima que toda la producción es procesada por:

12 empresas grandes

100 empresas medianas

500 empresas pequeñas

50.000 microempresas

Los productos primarios madereros concentran mayoritariamente la producción de la industria forestal nacional.

La madera es una parte importante de las estrategias de supervivencia de los pequeños productores de Ecuador, en algunas comunidades constituye hasta el 50% de los ingresos de las familias dependiendo de cada una de las provincias.

Existen distintas formas jurídicas para formalizar una empresa: Persona natural, Compañía Anónima, Compañía Limitada, Asociación, Cooperativa.

Escoger una forma jurídica para un proyecto empresarial es como hacerle un traje a medida a partir de las posibilidades que ofrece el marco jurídico ecuatoriano, se debe ser capaz de encontrar la estructura que mejor se adapte a las necesidades y características de la empresa, en función de la actividad que se desarrolla y de los objetivos personales y societarios que se persigue.

En la actualidad las empresas para ser más competitivas en el mercado se han visto envueltas en la necesidad de ofrecer a los clientes una mayor gama de productos y servicios para de esta manera satisfacer sus necesidades, teniendo en cuenta las tendencias de consumo y la desconfianza de la calidad de ciertos bienes los mismos que se obtengan con precios accesibles.

2.7. EN QUÉ CONSISTE LA CREACIÓN DE LAS EMPRESAS

Hay algunos factores que son de diversa índole que corresponden al macro entorno de una empresa, como la economía, tecnología, el ámbito social y el entorno ambiental; éstas son las principales fuerzas dentro de las cuáles se mueve una compañía y hay que analizarlas previo al inicio de la operación.

El macro entorno son los factores o fuerzas del exterior de la empresa que influyen en su comportamiento y el éxito de la empresa dependerá justamente de las relaciones con el entorno, de su capacidad de adaptación y la capacidad de influir en el entorno donde desarrolla la actividad comercial. El entorno general se basa en el estudio de los análisis del factor económico, político legal, socio cultural y tecnológico, así como también de la determinación de la naturaleza del entorno.

El análisis de los factores estratégicos del entorno general pueden generar oportunidades o convertirse en amenazas para una empresa, dentro de estos tenemos los factores económicos que se dividen en temporales y los permanentes.

Los factores políticos legales analizan la legislación específica como el derecho mercantil, las relaciones laborales, el derecho administrativo y el derecho civil; y otras regulaciones de precios, legislaciones antimonopolios, control de contaminación ambiental, medidas de fomento a la inversión entre otras.

El factor sociocultural analiza las pautas culturales y sistemas de valores como el consumo, los ahorros, la calidad de vida de la población. También se encarga de la cantidad, calidad, coste y disponibilidad de mano de obra, el volumen de la población, la estructura de edad, sexo,

razas, clases sociales, religiones, nivel educativo, distribución de la renta, entre otros de este ámbito.

El análisis del entorno también considera los factores tecnológicos como parte del producto y los procesos de producción que la empresa desarrolla.

Para darle un buen funcionamiento a la empresa constituida, se debe incurrir en la adquisición de activos fijos, tener un capital de trabajo, constituir legalmente la empresa, entre otros procesos que aporten al normal desenvolvimiento de las actividades que esta realice o que cumpla los fines por lo cual se creó. Todos estos costos requieren de una inversión, por tal motivo, se debe fundamentar un análisis de los ingresos, costos y gastos en los que se incurrirá hasta hacer llegar nuestro producto hacia el consumidor final.

2.8. TIPOS DE EMPRESAS

2.8.1. Empresas según el sector de actividad:

Empresas del sector primario: Esta clase de empresas son de aprovechamiento de los recursos la naturaleza sean estas correspondientes a la agricultura, ganadería, pesca, entre otras.

Empresas del sector secundario o industrial: Se refiere a todas aquellas que relacionan a la industria o manufactura obtenido del sector primario. Es decir se limita a elaborar productos para el consumidor o bienes de equipo. En referencia a la artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación plasmadas en una escultura tallada en madera.

Empresas del sector terciario o de servicios: Son las empresas que se dedican propiamente al servicio para satisfacer las diferentes necesidades de las personas en general. Es decir, el sector terciario distribuye lo que los dos sectores mencionados anteriormente fabrican. Entre las empresas de servicio se incluye a las del comercio, turismo, finanzas, comunicación, educación, sanidad, seguros, entre otros.

2.8.2. Empresas según el tamaño

Grandes empresas: son aquellas empresas que soportan grandes cantidades de capital, cuentan con un gran número de trabajadores que sobrepasa de 100 personas, su volumen de ventas al año incrementa considerablemente.

Medianas empresas: en este grupo de empresas se encuentran las que su capital, el número de trabajadores y los ingresos son limitados.

Pequeñas empresas: el capital, trabajadores e ingresos de ventas son muy reducidos, por lo general su número de colaboradores no excede de 20 personas.

Microempresas: son aquellas cuyo capital, trabajadores e ingresos son establecidos en cuantías personales, estas cuentan con un número de trabajadores y empleados de 10 personas.

Famiempresas: en este tipo de empresas se definen a aquellas en donde la familia es el motor principal del negocio, convirtiéndolos en una unidad productiva.

2.8.3. Empresas según la propiedad del capital

Empresa privada: el capital proviene de instituciones particulares, como por ejemplo las sociedades comerciales.

Empresa pública: es aquella donde el capital es proveniente de entidades públicas tales como el gobierno o el estado.

Empresa mixta: es el tipo de empresa donde su capital proviene tanto de entidades particulares como del estado.

2.8.4. Empresas según la forma jurídica

Unipersonal: el empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.

Sociedad colectiva: en este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa.

Cooperativas: no poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quiénes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.

Comanditarias: poseen dos tipos de socios: Los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.

Sociedad de responsabilidad limitada: los socios propietarios de estas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.

Sociedad Anónima: tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. De esta forma, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan.

**CUADRO N° 6 COMPARACIÓN JURÍDICA
CÍA. LIMITADA - CÍA. ANÓNIMA**

Criterio	Cía. Limitada	Cía. Anónima
Marco Jurídico	Ley de Compañías	Ley de Compañías
Ente Regulador	Superintendencia de Compañías	Superintendencia de Compañías
Número de Socios	Mínimo 3, máximo 15	De 2 en adelante, máximo ilimitado
Responsabilidad de los socios	Con el valor de sus aportes	Con el porcentaje de sus acciones
Finalidad	Con fin de lucro	Con fin de lucro
Capital	\$ 400.00	\$ 800.00
Repartición de las utilidades	Puede repartirse entre los socios	Puede repartirse entre los accionistas
Asociación	Sí puede ser parte de otra persona jurídica	Sí puede ser parte de otra persona jurídica

Luego del análisis efectuado se ha considerado que la mejor alternativa es la formación de una Compañía Anónima por las siguientes razones:

- ✓ Las empresas que se alinean a Compañía Anónima, requieren de una forma más dinámica de organización empresarial, en la cual

exista un flujo de capitales más importante que en las otras formas jurídicas de organización empresarial.

- ✓ Al crear una Compañía Anónima se recompensa y protege el aporte intelectual de los gestores ante inversionistas capitalistas.
- ✓ Una Compañía Anónima tiene mayor reconocimiento a nivel financiero como sujeto de crédito.
- ✓ Si los beneficiarios (fabricantes de muebles de madera) del proyecto son parte de la entidad solicitante, se puede obtener financiamiento por medio de las Organizaciones No Gubernamentales.
- ✓ Regularmente una Compañía Anónima puede vender de una manera ágil sus acciones a fin de capitalizarse, de esta forma incorporan socios capitalistas sin tener obstáculos como los existentes en una Compañía Limitada.

De igual manera es necesario cumplir ciertos requisitos legales para garantizar el inicio de las actividades de la empresa, como en el Servicio de Rentas Internas (SRI), Superintendencia de Compañías y con el Gobierno seccional, que en el caso nuestro, es el Municipio de Santa Elena.

En el anexo 1 se detallan los diversos requisitos a cumplir, para poder dar inicio a las actividades económicas de la empresa.

2.9. ASPECTOS GENERALES PARA ELABORACIÓN DE PROYECTOS

2.9.1. Análisis de mercado

El estudio de mercado constituye la primera parte de la investigación formal, consta básicamente del análisis, proyección y oferta de la demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Es difícil estimar el volumen del mercado de las artesanías en el Ecuador, debido a su enorme variedad y a la complejidad que resulta diferenciar en las estadísticas de los productos hechos a mano y aquellos fabricados de manera industrial.

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa. Como último aporte el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

Para la presente investigación se realizará una encuesta dirigida a los artesanos de la parroquia Atahualpa y a la comunidad en general de la

Provincia de Santa Elena, de manera que nos permita contar con información descriptiva y fidedigna.

El objetivo del estudio de mercado es conocer la viabilidad del proyecto, es decir, conocer el nivel de aceptación que tendrá nuestro producto en el mercado, conociendo los gustos y preferencias de los consumidores, permitiendo así la creación de una compañía dedicada a la producción y comercialización de productos de madera en la parroquia Atahualpa.

La información obtenida para la investigación de mercado se fundamenta en obtener una clasificación porcentual de posibles clientes por: género, edad, noción del producto, posicionamiento, nivel de aceptación, ubicación geográfica, gustos y preferencias.

2.9.2. Análisis técnico

Según (Meza Jhonny, 2005), con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto.

Es decir, el estudio técnico consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, pudiendo ser éste un bien o servicio, debiendo definirse en el estudio técnico dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir. Fundamentalmente se debe considerar los siguientes elementos en un estudio técnico como: análisis organizativo, administrativo y legal, tamaño de la planta, localización general y específica del proyecto e ingeniería del proyecto .

2.9.3. Análisis económico

El análisis económico se fundamenta en la estructura de la inversión y describe los aspectos relacionados con el financiamiento. El objetivo de la inversión y financiamiento es mostrar cual será el capital requerido para poner en marcha el proyecto, es decir, en que se usará y como se obtendrá dicho capital.

Esta parte del estudio de inversión y financiamiento deberá contener los siguientes elementos:

- Inversión fija
- Inversión intangible
- Capital de trabajo
- Inversión total

2.9.4. Análisis financiero

(Marín Granados, 2007), expresa que el estudio financiero tiene la finalidad de analizar la situación financiera, la rentabilidad y la capacidad económica de una organización.

El análisis financiero sirve para determinar qué tan rentable es la inversión que se debe realizar para ejecutar el proyecto, es decir, permite evaluar si el negocio es factible o no ejecutarlo.

Los componentes de un análisis financiero son los siguientes:

- Flujo de caja
- Análisis de rentabilidad
- Análisis de sensibilidad y riesgo

FLUJO DE CAJA.- El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está contenida en el estudio de mercado, técnico y organizacional así como en el cálculo de los diferentes beneficios del proyecto. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

VALOR ACTUAL NETO.- El valor actual neto es una técnica en evaluación de proyectos que nos permite emitir un criterio cuantitativo si el proyecto genera o no ganancia, comparado con inversiones alternativas, el valor actual neto es la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficios y el valor también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo.

TASA INTERNA DE RETORNO.- La Tasa Interna de Retorno nos indica la rentabilidad global del capital invertido, es decir, determina si el retorno del proyecto es suficiente para compensar el costo de oportunidad del dinero.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PAY BACK).- El período de recuperación del capital se conoce como el tiempo en el cual se recupera la totalidad de la inversión.

ANÁLISIS COSTO BENEFICIO.- Es la comparación del Valor Actual Neto (VAN) sobre la inversión inicial, decir, es lo que el inversionista obtendrá por cada dólar invertido.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.- El análisis de sensibilidad es una de las herramientas que utilizan las empresas para identificar los posibles

escenarios del proyecto de inversión, para la toma de decisiones acorde al grado de riesgo que decidamos asumir. Los cuáles se clasifican en:

Pesimista: Es el peor escenario de la inversión, puesto que es el resultado en caso del fracaso del proyecto.

Probable: Es el resultado más factible que supondríamos en el análisis de la inversión, el cual debe ser objetivo y fundamentado en la mayor información posible.

Optimista: Éste escenario es el que se presenta a los inversionistas para motivarlos a correr el riesgo de invertir en el proyecto.

2.10. MARCO LEGAL

Debido a las leyes vigentes en el país, toda empresa para que pueda ejercer sus actividades comerciales, debe estar constituida legalmente como una compañía, amparada en las diferentes modalidades legales existentes. En la presente investigación, se considera a las siguientes:

- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR
- CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN
- PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR
- MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD
- LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
- LEY DE FOMENTO ARTESANAL
- LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO
- LEY DE COMPAÑÍAS
- DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

- DE LOS PERMISOS QUE SE DEBE OBTENER EN EL CUERPO DE BOMBEROS
- DE LOS PERMISOS QUE OTORGA EL MUNICIPIO

En el anexo 2 se detallan cada uno de las leyes y normativas que contienen los artículos que corresponden al trabajo y a la producción en que deben regirse las empresas, asociaciones y otros gremios.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología aplicada en el trabajo de investigación se desarrolló a través del empleo de procesos de manera que se logró estructurar la investigación para mostrar todas las partes del proyecto, ofreciendo los componentes y el correcto plan para llevar a cabo el estudio de la investigación de manera satisfactoria, este estudio se realizó mediante investigación cualitativa ya que por medio de este se determinó la cultura en general de los artesanos de la parroquia Atahualpa, también se ejecutó la investigación cuantitativa para la correcta medición de los resultados obtenidos en base a los estándares para la creación de una Compañía para la producción y comercialización de productos de madera.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para esta investigación se utilizó el concepto del proyecto factible ya que consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de la propuesta de un modelo operativo viable, por medio de este no solo se estudiaron los problemas, requerimientos o necesidades que tenían los artesanos en la producción y comercialización de productos de madera, sino que se pudo buscar las respuestas a sus interrogantes logrando plantear una oferta factible que ayude a resolver las situaciones que aparecieron dentro de las asociaciones productoras de artículos de madera en el sector.

Las mismas que se dieron mediante apoyo en las investigaciones de tipo documental y de campo, con el propósito de que se puedan describir, interpretar, entender su naturaleza y los factores que la constituyen explicando sus causas y sus efectos con la ayuda de trabajos de investigación realizados, fuentes bibliográficas, libros, folletos, revistas, entre otros.

3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para la investigación en curso se utilizaron varios tipos de investigación las mismas que facilitaron el levantamiento de la información.

Investigación bibliográfica. - Se hizo la revisión de fuentes bibliográficas concernientes a las bases teóricas afines a la producción y comercialización de productos de maderas, las mismas que fortalecieron el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Investigación de campo.- Constituye un proceso riguroso y racional de recolección de datos, se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad que viven los artesanos de la madera de la parroquia de Atahualpa.

3.4. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

En este proyecto se utilizó el método deductivo el cual se utiliza a partir de los fenómenos generales con la finalidad de poder establecer un fenómeno particular del problema de investigación.

La observación científica, se emplea a lo largo de toda la investigación en la aplicación práctica de las distintas fases, etapas, actividades y métodos del procedimiento. Así como también los criterios de especialistas, para obtener información y evaluar el grado de aceptación del procedimiento a elaborar, asimismo, perfeccionar la tecnología del producto creado.

Con la finalidad de establecer las causas para llegar a conclusiones que permitan determinar el efecto del problema antes planteado como la falta de posicionamiento de marca de la sociedad de Artesanos Interprofesionales de Atahualpa se utilizó el estudio del método analítico y deductivo.

El análisis de documentos, para evaluar el tratamiento del problema de investigación en disposiciones y normativas que han emitido referente a la actividad artesanal en el Ecuador. Se implementó el estudio exploratorio y descriptivo en la investigación para la recopilación de información cualitativa y cuantitativa con la finalidad de determinar las estrategias más apropiadas para el desarrollo del proyecto. Permitiendo el desarrollo de teorías para formular el punto de partida o hipótesis básicas deduciendo las consecuencias con la ayuda de teorías formales. La explicación verdaderamente científica tuvo una misma estructura lógica, estando basada en la ley universal.

Para realizar la propuesta de estudio, se llevó a efecto las siguientes técnicas:

Observación.- Se observó la situación artesanal actual de la parroquia Atahualpa del cantón Santa Elena y a los actores directos vinculados con la producción y comercialización de productos en madera.

Entrevistas formales e informales.- Se realizarán entrevistas a los representantes de la parroquia Atahualpa del cantón Santa Elena y a

instituciones vinculadas con la temática de investigación. Así como también a los actores directos vinculados con la actividad artesanal.

Encuesta.- Se aplicó una encuesta a los artesanos involucrados en la actividad de la elaboración de muebles, y a la población en general de la provincia de Santa Elena, con el objetivo de obtener una información descriptiva y a la vez estructurada sobre la base de nuestros requerimientos de la necesidad de información específica sobre el tema que se estaba investigando para la elaboración de la propuesta.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

Tomando en cuenta que desde el punto de vista estadístico, una población es un conjunto de elementos de los cuáles pretendemos indagar y conocer sus características. Para la presente investigación, el universo de estudio son los Artesanos de la parroquia Atahualpa de la provincia de Santa Elena, así de esta manera podremos conocer las prioridades y necesidades que tienen tanto los miembros de la Asociación Interprofesionales de artesanos de Atahualpa como los artesanos no asociados.

De igual manera se estudiará a una parte de la población de la Provincia de Santa Elena mayores de 18 años, que son quienes tienen capacidad de compra y a los turistas estacionales que visitan la localidad mediante un estudio estimado (según datos del INEC 2010), a fin de conocer los gustos y preferencias de los consumidores.

También se consideró necesario aplicar entrevistas al representante del GAD Parroquial de Atahualpa y al Presidente de la Asociación Interprofesionales de artesanos de Atahualpa, a fin de conocer la

actividad que realizan y el nivel de aceptación que tendría nuestra propuesta.

CUADRO N° 7: POBLACIÓN

ELEMENTOS	Ni
REPRESENTANTES DEL GAD	1
ASOCIACIONES DE FAB. DE MUEBLES	1
FABRICANTES DE MUEBLES O ARTESANOS ASOCIADOS	40
TRABAJADORES DE LA MADERA NO ASOCIADOS	57
PEA MAYORES DE 18 AÑOS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA (INCLUYE LOS QUE VIVEN EN ATAHUALPA) Y TURISTAS QUE VISITAN LA LOCALIDAD (POSIBLES CLIENTES)	186.146
TOTAL	186.245

Fuente: Censo de población y vivienda 2010, INEC

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Muestra

Bernal Torres (2010) define a la muestra como “parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio”.

Existen dos tipos de muestra, probabilística y no probabilística, en las muestras probabilísticas todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos; en cambio en las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación.

Considerando que la elección del tipo de muestra, depende de los objetivos del estudio, del esquema de la investigación y de la contribución de ésta; para el caso de nuestro trabajo de investigación utilizaremos el muestreo probabilístico, en razón de que es necesario hacer una

asociación de las diferentes variables cuyos resultados nos servirán de base para tomar decisiones que contribuirán al desarrollo de la población y obviamente esto se logrará por medio de una investigación por encuestas.

Para determinar nuestra muestra, se procedió a utilizar la fórmula del muestreo probabilístico aleatorio simple, la misma que nos permitirá obtener el número de encuestas a aplicar.

Fórmula de la muestra

$$n = \frac{Z^2(p)(q)(N)}{e^2(N-1) + Z^2(p)(q)}$$

N= Población

n= muestra?

Z= nivel de confianza (1,96)

p= posibilidad que ocurra (50%)

q= posibilidad de que no ocurra (50%)

e= margen de error que está dispuesto a aceptar (5%)

CUADRO N° 8: MUESTRA

ELEMENTOS	ni
REPRESENTANTES DEL GAD	1
ASOCIACIONES DE FAB. DE MUEBLES	1
FABRICANTES DE MUEBLES O ARTESANOS ASOCIADOS	36
TRABAJADORES DE LA MADERA NO ASOCIADOS	50
PEA MAYORES DE 18 AÑOS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA (INCLUYE LOS QUE VIVEN EN ATAHUALPA) Y TURISTAS QUE VISITAN LA LOCALIDAD (POSIBLES CLIENTES)	383
TOTAL	471

Fuente: GAD Parroquial, Asociación de artesanos de Atahualpa e INEC
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Cálculo del tamaño de la muestra para los artesanos asociados

$$n = \frac{Z^2(p)(q)(N)}{e^2(N-1) + Z^2(p)(q)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(40)}{(0.05)^2(40-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 36 \text{ Personas a encuestar}$$

Cálculo del tamaño de la muestra para los artesanos no asociados

$$n = \frac{Z^2(p)(q)(N)}{e^2(N-1) + Z^2(p)(q)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(57)}{(0.05)^2(57-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 50 \text{ Personas a encuestar}$$

Cálculo del tamaño de la muestra para la PEA de la provincia

$$n = \frac{Z^2(p)(q)(N)}{e^2(N-1) + Z^2(p)(q)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(186146)}{(0.05)^2(186146-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 383 \text{ Personas a encuestar}$$

Se determinó que la muestra para la investigación es de 86 artesanos entre asociados y no asociados y de 383 personas a encuestar de la

P.E.A. de la provincia de Santa Elena, a quiénes se les aplicó los instrumentos de investigación.

3.6. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la obtención de la información en el desarrollo del tema de estudio, se recolectó toda la información referente a la actividad de los artesanos de la parroquia Atahualpa, y acerca de los gustos y preferencias de los consumidores de la provincia en general, dando como resultado datos claros y precisos para el proyecto a implementar.

Para el estudio de mercado, se utilizaron tres formatos, uno de entrevistas aplicado al Presidente del GAD parroquial de Atahualpa y Presidente de la Asociación Interprofesionales de artesanos de Atahualpa, y dos formatos de encuestas, una empleada a la PEA mayores de 18 años de la Provincia de Santa Elena, dando como resultado una muestra de 383 de personas a encuestar; y a los artesanos de la parroquia Atahualpa con una muestra de 86 artesanos.

3.7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Los datos obtenidos a través de las entrevistas y encuestas aplicadas, contribuyeron con información importante acerca de la problemática existente en esta zona de estudio.

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS AL PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL Y AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE ARTESANOS DE ATAHUALPA. (Ver anexo N°4)

1. ¿Cuál considera usted, que es la principal actividad económica que genera mayores ingresos y es considerada la más destacada en la parroquia Atahualpa?

Dentro de la entrevista planteada, consideran que la principal actividad económica de la parroquia Atahualpa, por más de 40 años es la ebanistería, profesión que ha ido de generación en generación de artesanos de la madera, la gran parte aprendió este trabajo por medio de sus familiares y en la actualidad lo ejercen como una fuente de sustento de vida.

2. ¿Considera usted que la parroquia Atahualpa ha logrado desarrollar de manera organizativa la producción y comercialización de los productos acabados en madera?

No obstante, de ser reconocida la parroquia Atahualpa como la “capital del mueble” y tener una larga tradición artesanal, no ha logrado desarrollarse de manera organizativa, debido a que se carece de un local donde se comercialice y se exhiba la producción, en la calle principal es donde funcionan locales particulares de venta de muebles, y en la mayoría de los casos las casas son utilizadas como talleres y venta de muebles; además existe una competencia desleal porque no hay una estandarización de precios, la gran mayoría de talleres vende sus productos a bajos costos.

3. ¿Su organización contempla algún tipo de planificación y gestión para la producción y comercialización de los productos acabados en madera?

En esta pregunta manifestaron que no tienen una línea de planificación definida, debido a que la producción de los productos en madera no es a gran escala, análisis que nos demuestra que a pesar de que existen asociaciones, los niveles de gestión son modestos, muy poco se puede hacer alrededor de temas como asistencia técnica, capacitación y líneas de financiamiento; la mayor evidencia es la ausencia de locales donde puedan exhibirse sus productos, por lo que es importante fortalecer los procesos asociativos desde enfoques que incorporen la gestión corporativa al interior de los gremios.

4. ¿De qué manera cree usted que se beneficiaría la parroquia Atahualpa, si se creara una compañía dedicada a la producción y comercialización de productos de madera?

La opinión vertida por parte de los presidentes entrevistados se ve reflejado por la coincidencia de esta interrogante al señalar que la necesidad de que se cree una compañía dedicada a la producción y comercialización de productos de madera, beneficiaría a la parroquia Atahualpa, puesto que se generarían plazas de empleo y se fortalecería la actividad económica del sector, logrando de esta manera rescatar la tradición artesanal de Atahualpa reconocida como la “capital del mueble”.

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS ARTESANOS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA

Las encuestas realizadas a los artesanos de parroquia Atahualpa, tiene como objetivo primordial, obtener información para determinar el nivel de aceptación de los artesanos de la parroquia Atahualpa del cantón Santa Elena hacia la Organización y comercialización empresarial. (Ver anexo N°5).

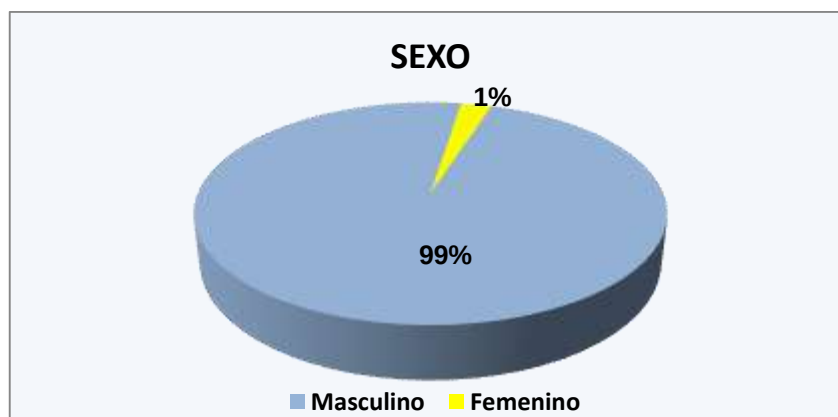
SEXO

Tabla N° 1: Sexo

SEXO	TOTAL	PORCENTAJE
Masculino	85	99%
Femenino	1	1%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N° 1: Sexo



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Del total de la muestra aplicada tenemos que el 99% corresponde al género masculino y el 1% al femenino, resultado que demuestra que la actividad artesanal principalmente es realizada por los hombres debido a lo cansado que debe ser ejecutar dicha labor.

1. ¿Considera usted que la parroquia Atahualpa ha logrado desarrollar de manera organizativa la producción y comercialización de los productos acabados en madera?

Tabla N° 2: Organización en la producción y comercialización de los productos acabados en madera

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Si	17	20%
No	69	80%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N° 2: Organización en la producción y comercialización de los productos acabados en madera



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

La población de estudio de la parroquia Atahualpa considera que en un 80% no ha logrado desarrollarse de manera organizativa en la producción y comercialización de los productos acabados en madera, en tanto que el 20% restante reconoce que si ha existido dicho desarrollo. Uno de los principales problemas que presentan es la ausencia de locales donde puedan exhibirse sus productos, por lo que es importante fortalecer los procesos asociativos de gestión al interior de los gremios.

**2. Dentro de las opciones económicas mencionadas a continuación:
¿Cuáles considera usted, que es el más destacado?**

Tabla N° 3: Opciones económicas más destacadas

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Productos acabados en Madera	86	100%
Producción agropecuaria	0	0%
Recursos naturales y culturales	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°3: Opciones económicas mencionadas más destacadas.



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Dentro de las opciones económicas la población expresa que la principal actividad que genera ingresos a las familias de la parroquia son los productos acabados en Madera con un nivel del 100% del total de la muestra mientras que las otras opciones no son consideradas como principal opción.

3. ¿Tiene conocimiento de temas relacionados con la organización empresarial?

Tabla N° 4: Conocimiento de Organización empresarial

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Si	40	47%
No	46	53%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°4: Conocimiento de temas relacionados con la organización empresarial



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

En cuanto al nivel de conocimientos de temas relacionados con la organización empresarial el 47% si los posee, mientras que el otro 53% restante no tiene conocimientos. Aquí claramente es evidente poder comprobar la necesidad de capacitación al recurso humano encargado de la producción y comercialización de los productos artesanales en madera, con la intención de que sean ellos quienes manejen de manera responsable su organización o empresa artesanal. Como parte importante que es posible aprovechar en este aspecto sería establecer vínculos con las instituciones públicas y privadas de manera que a través de programas capaciten al artesano en todos estos temas, como parte de la vinculación que deben hacer con la comunidad.

4. ¿Estaría usted interesado en caso de realizarse un proyecto empresarial que ofrezca facilidades necesarias, y fortalezca la actividad productiva del sector, en participar en el mismo?

Tabla N°5: Interés en participar y emprender en un proyecto empresarial

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Si	86	100%
No	0	0%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°5: Interés en participar y emprender en un proyecto empresarial



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

En la pregunta formulada sobre las facilidades necesarias que fortalezcan la actividad productiva del sector artesanal el 100% respondieron que si están interesados en participar y emprender en el mismo. Lo que deja en evidencia el interés y compromiso de participación que poseen los artesanos de la parroquia Atahualpa hacia el emprendimiento, dejando de esta forma una posibilidad de participación directa tanto de los actores públicos como la parte privada en realizar inversión y fortalecimiento a la producción artesanal.

5. ¿De impartirse talleres y seminarios de emprendimientos de actividades en relación a la producción y comercialización de los productos de madera, estaría usted interesado en participar?

Tabla N°6: Participación en talleres y seminarios

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Si	86	100%
No	0	0%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°6: Participación en talleres y seminarios



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

En cuanto a la pregunta planteada sobre el interés de participación en talleres y seminarios de emprendimiento de actividades en relación a la producción y comercialización de los productos de madera el 100% muestra interés por dicho tema, lo que significa que la comunidad en general consideran como factor principal el fortalecimiento de capacidades en su territorio.

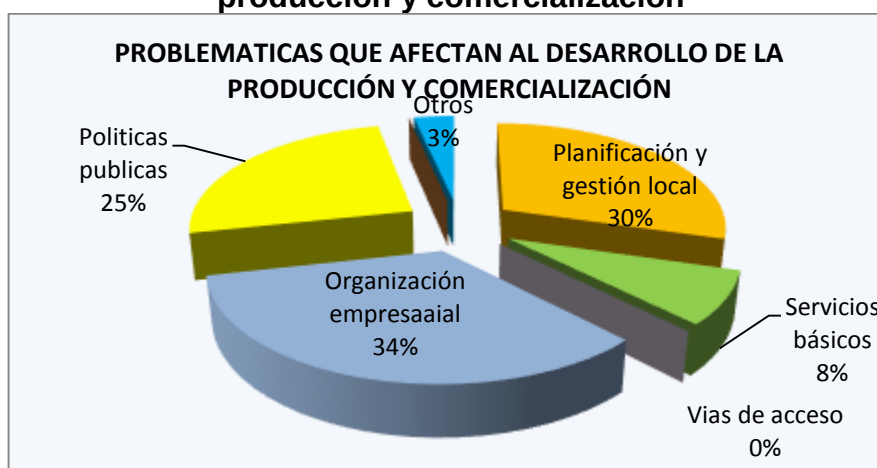
6. De las opciones mencionadas: ¿Cuáles de estas considera que afectan al desarrollo de la producción y comercialización de los productos de madera que produce la parroquia Atahualpa?

Tabla N°7: Problemáticas que afectan al desarrollo de la producción y comercialización

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Planificación y gestión local	26	30%
Servicios básicos	7	8%
Vías de acceso	0	0%
Organización empresarial	29	34%
Políticas públicas	21	25%
Todos los anteriores	0	0%
Otros	3	3%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°7: Problemáticas que afectan al desarrollo de la producción y comercialización



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Al referirnos a las problemáticas que afectan al desarrollo de la producción y comercialización de los productos en madera, los artesanos de Atahualpa consideran que la planificación y gestión local en un 30% afecta con dicho desarrollo de igual forma se ve reflejado con un 8% servicios básicos, las vías de acceso y todos los anteriores con un 0%, La organización empresarial en un 34% siendo el componente de mayor incidencia, las políticas públicas el 25% y otros con un 3% del total de la muestra.

**7. Dentro de las opciones económicas mencionadas a continuación:
¿Cuáles considera usted que debería fortalecerse?**

Tabla N°8: Opciones económicas que debería fortalecerse.

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Productos acabados en madera	86	100%
Producción agropecuaria	0	0%
Recursos naturales y culturales	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°8: Opciones económicas que debería fortalecerse.



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Dentro de las opciones económicas mencionadas en nuestro cuestionario se considera que debería fortalecerse en un 100% los productos acabados en madera y en relación a la producción agropecuaria, los recursos naturales y culturales, y otros se ven representado con un 0%; como es evidente la comunidad es netamente dependiente de la producción de productos terminados en madera y es por ello que se debe fortalecer de forma prioritaria dicha actividad ya que de ello depende la economía del sector.

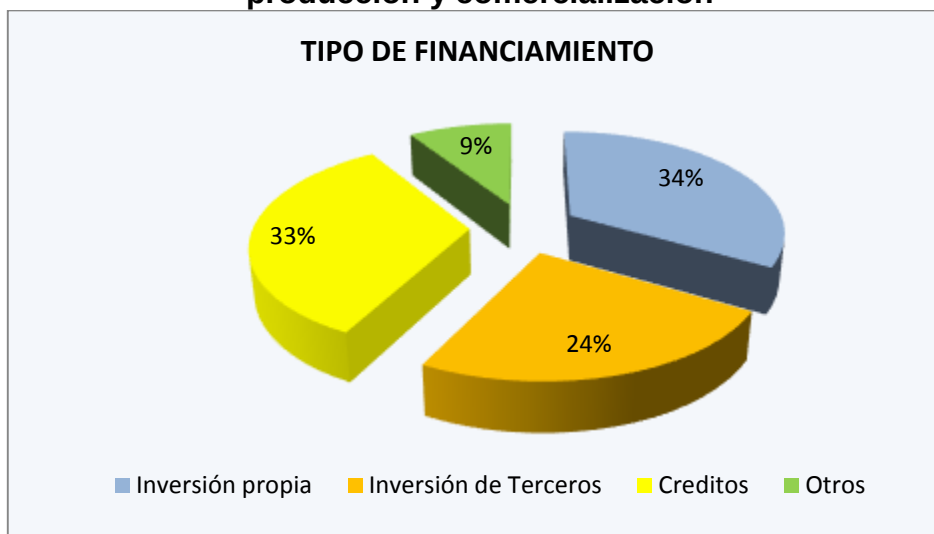
8. ¿Con que tipo de financiamiento realizan las actividades de producción y comercialización de los productos de madera artesanal?

Tabla N°9: Tipo de financiamiento realizan las actividades de producción y comercialización

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Inversión propia	29	34%
Inversión de Terceros	21	24%
Créditos	28	33%
Otros	8	9%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N° 9. Tipo de financiamiento realizan las actividades de producción y comercialización



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Dentro del tipo de financiamiento que emplean los artesanos de la parroquia Atahualpa para poder realizar las actividades de producción y comercialización de productos en madera lo hacen en un 34% con inversión propia, el 24% través de inversión de terceros, el 33% a través de créditos y en un 9% utiliza otros medios o fuentes de financiamiento para poder realizar su cadena de producción y comercialización de productos elaborados en su taller artesanal.

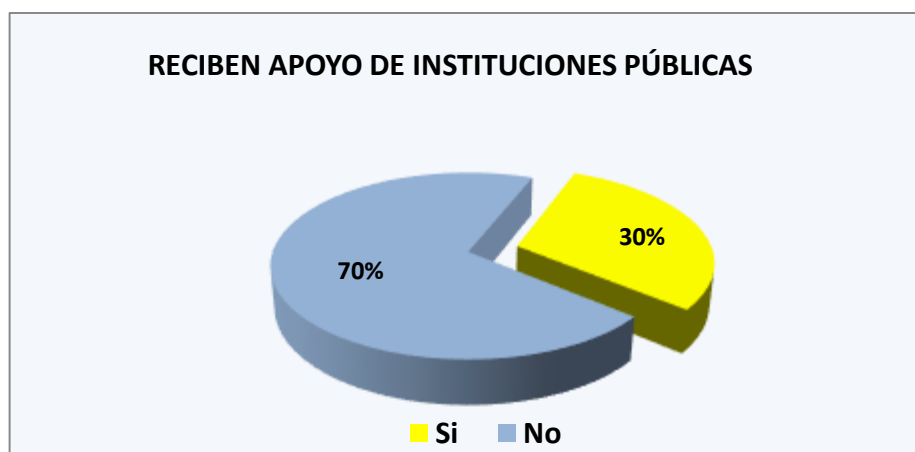
9. ¿Reciben apoyo de instituciones públicas en el fortalecimiento de MyPimes, producción y comercialización de los productos de madera artesanal?

Tabla N°10: Reciben apoyo de instituciones públicas

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Si	25	30%
No	61	70%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°10. Reciben apoyo de instituciones públicas



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Los artesanos de Atahualpa consideran en un 30% que si reciben apoyo de instituciones públicas en el fortalecimiento de MyPimes, así como también en la producción y comercialización de los productos terminados en madera en cada uno de sus talleres artesanales. Esto hasta cierto punto es necesario considerar y poner atención a dichos resultados ya que de ser necesario se debe aprovechar dicha intervención de las instituciones públicas para a través de ellas poder gestionar y direccionar un proyecto de financiamiento y fortalecimiento a los actores de economía popular y solidaria vinculados con la producción de madera artesanal en la parroquia de Atahualpa.

10. ¿La actividad de producción de los productos de madera es su principal ingreso económico para su familia?

Tabla N°11: Los productos en madera es su principal ingreso

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Si	86	100%
No	0	0%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°11: Los productos en madera es su principal ingreso



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Dentro de los principales ingresos económicos en las familias de la parroquia Atahualpa, el 100% dependen de la actividad de producción en los productos de madera ya que esta actividad es hereditaria y se ha aprendido dicho oficio desde muchos años atrás, siendo esta parte del sustento familiar y de la identidad cultural del sector.

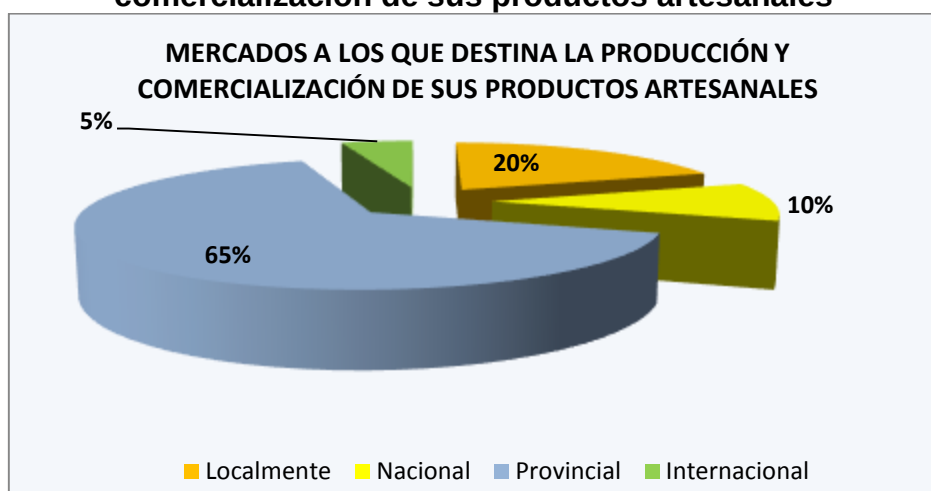
11. ¿A qué mercados, se destina la producción y comercialización de sus productos artesanales?

Tabla N°12: Mercados a los que destina la producción y comercialización de sus productos artesanales

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Localmente	17	20%
Nacional	9	10%
Provincial	56	65%
Internacional	4	5%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°12: Mercados a los que se destina la producción y comercialización de sus productos artesanales



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Referente a los mercados principales a los que se destina la producción y comercialización de los productos artesanales de la parroquia Atahualpa en un 65% es de manera provincial mientras que el 20% tiene un ámbito local, seguido del 10% a manera nacional y por último el 5% de la producción tiene como destino el mercado internacional. Motivo por el cual se hace necesario la implementación de un plan de marketing y comercialización, de manera que permita posicionar en la mente de los consumidores, los productos y poder alcanzar su fidelidad.

12. ¿Qué productos artesanales ofrecen al consumidor?

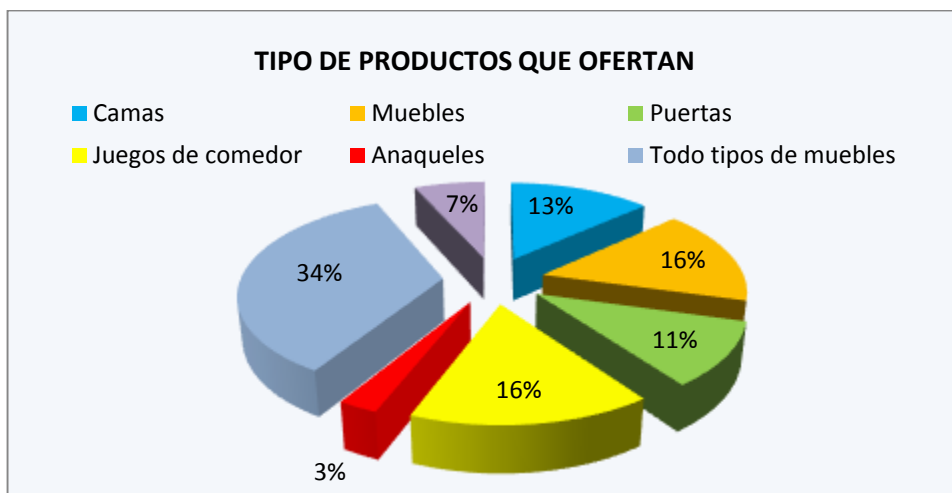
Tabla N°13: Tipo de productos que ofertan

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Camas	11	13%
Muebles	14	16%
Puertas	9	11%
Juegos de comedor	14	16%
Anaqueles	3	3%
Todo tipos de muebles	29	34%
Otros	6	7%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°13: Tipo de productos que ofertan



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

El principal producto artesanal que ofertan al consumidor en la parroquia Atahualpa son todo tipo de muebles que se ve reflejado con un 34% del total de la muestra, seguido a ello se encuentran los muebles de sala y los juegos de comedor de forma paralela con un 16%, las camas reflejan el 13%, las puertas en un 11%, otro tipo de mueble con el 7% y el 3% restante abarca los anaqueles del hogar. Sin embargo a través del fortalecimiento de sus líneas de producción pueden mejorar los productos que actualmente se elaboran en el sector, pudiendo de esta manera poder competir con otros proveedores del país y a nivel internacional.

13. ¿En qué temporada aumenta la producción y comercialización de sus productos artesanales?

Tabla N°14: Temporada de aumento de ventas

ÍTEM	TOTAL	PORCENTAJE
Invierno	2	2%
Verano	84	98%
TOTAL	86	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°14: Temporada de aumento de ventas



Fuente: Encuesta aplicada a los artesanos de Atahualpa
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Según los resultados obtenidos en la investigación en la temporada que aumenta la producción y comercialización de los productos artesanales que elaboran en la parroquia Atahualpa es entre los meses de verano o de sequía con un 98% y el 2% restante se dedica a realizar un aumento de sus productos en los meses de lluvia o temporal invernal. Esto se debe a la afluencia de visitantes que acuden a la Península de Santa Elena en este temporal, así como también a las facilidades climáticas que se prestan para poder desarrollar de una mejor manera la actividad artesanal; sin dejar de mencionar la disponibilidad de su materia prima empleada en la producción de todo tipo de muebles en madera.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS HABITANTES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA Y TURISTAS ESTACIONALES (Ver anexo N°6)

EDAD

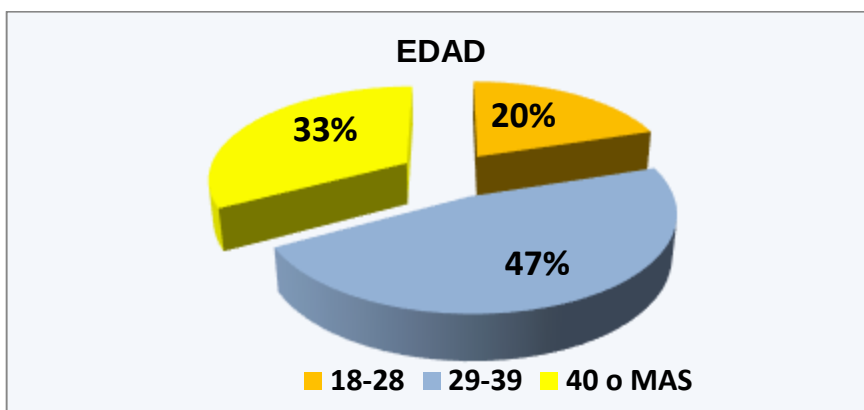
Tabla N°15: Edad

EDAD	TOTAL	%
18 - 28	77	20%
29 - 39	180	47%
40 o Más	126	33%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°15: Edad



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

De las 383 personas encuestados tenemos que el 20% tiene edad entre 18-28 años; mientras que en el 33% se sitúan las personas que tienen 40 años en adelante; y por último los habitantes entre 29 y 39 años de edad están en el 47%, dato significativo que nos ayudaría a determinar las características del producto, además de comodidad y confort que prefieren.

1. ¿En qué ocasiones visita usted la Parroquia Atahualpa?

Tabla N°16: Ocasiones de visita a la Parroquia Atahualpa

VALORACIÓN	TOTAL	%
Fines de semana	140	37%
Vacaciones	78	20%
Feriados	165	43%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°16: Ocasiones de visita a la Parroquia Atahualpa



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

El 43% de la población respondieron que prefieren hacerlo en los días de feriados, seguido del 37% que visitan la capital de muebles los fines de semana porque tienen mayor disponibilidad de tiempo, y el 20% lo hacen en el periodo de vacaciones. Estos resultados nos ayudan a determinar que en la temporada alta existe mayor afluencia de personas que visitan la Parroquia Atahualpa, por lo que se convierte en una ventaja.

2. ¿En los últimos meses usted ha comprado algún tipo de muebles?

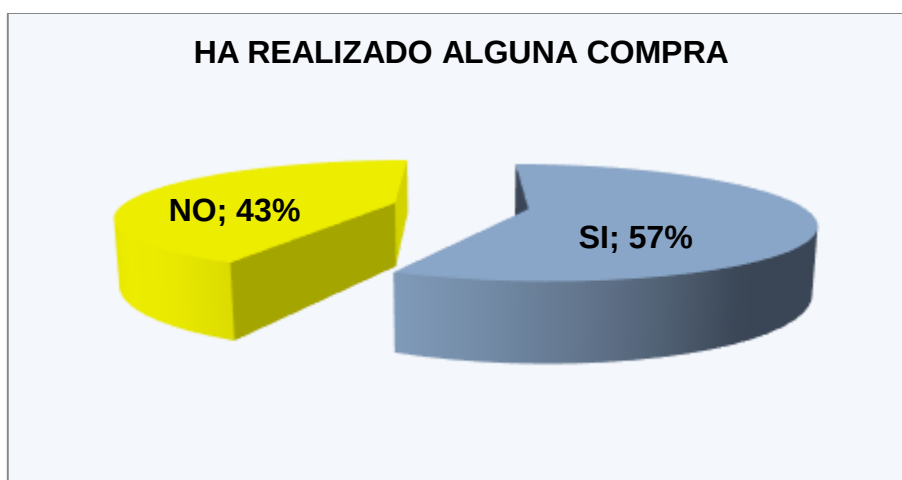
Tabla N° 17: Ha realizado algún tipo de compra

ULTIMA COMPRA	TOTAL	%
Si	219	57%
No	164	43%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N° 17: Ha realizado algún tipo de compra



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

El 57% son las personas que en los últimos meses han adquirido algún tipo de mueble para su hogar y son quienes nos van aportar datos relevantes para el análisis de las siguientes 2 preguntas, puesto que conocen el medio del mercado de los muebles, además que nos proporcionaran información acerca de qué tipo de muebles son los más comerciales y quienes serán nuestros principales competidores.

3. ¿Qué tipo de producto adquirió?

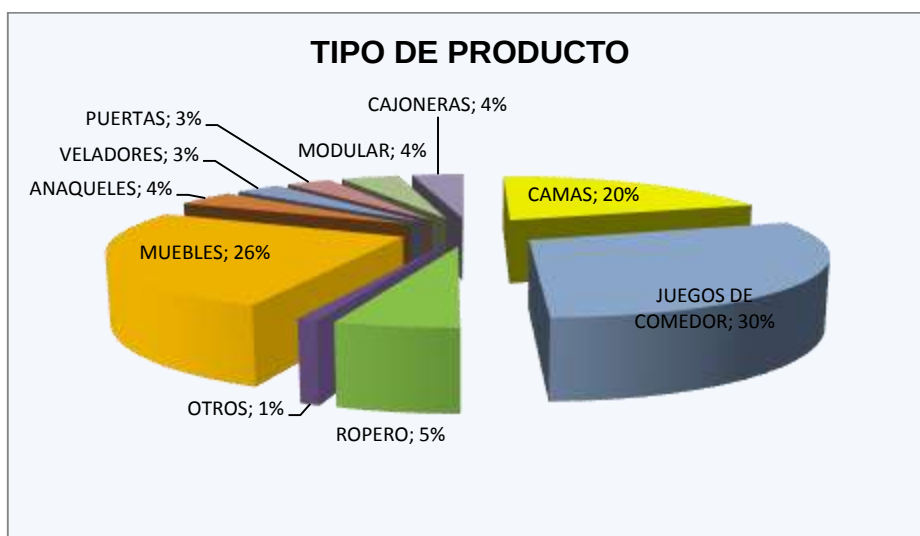
Tabla N° 18: Tipo de producto adquirido

TIPO PRODUCTO	TOTAL	%
Camas	44	20%
Juegos de comedor	65	30%
Ropero	12	5%
Otros	2	1%
Muebles	56	26%
Anaqueles	9	4%
Veladores	7	3%
Puertas	7	3%
Modular	9	4%
Cajoneras	8	4%
TOTAL	219	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°18: Tipo de producto adquirido



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

De acuerdo al análisis efectuado los muebles que mayor demanda tienen son los juegos de comedor, muebles de sala y camas con un 30%, 26% y 20% respectivamente, estos resultados nos permiten deducir que la mayor cantidad de materia prima deberá ser destinada a la fabricación de este tipo de muebles por ser los que más compran los consumidores.

4. ¿En qué lugar o tipo de establecimientos usted adquirió el producto?

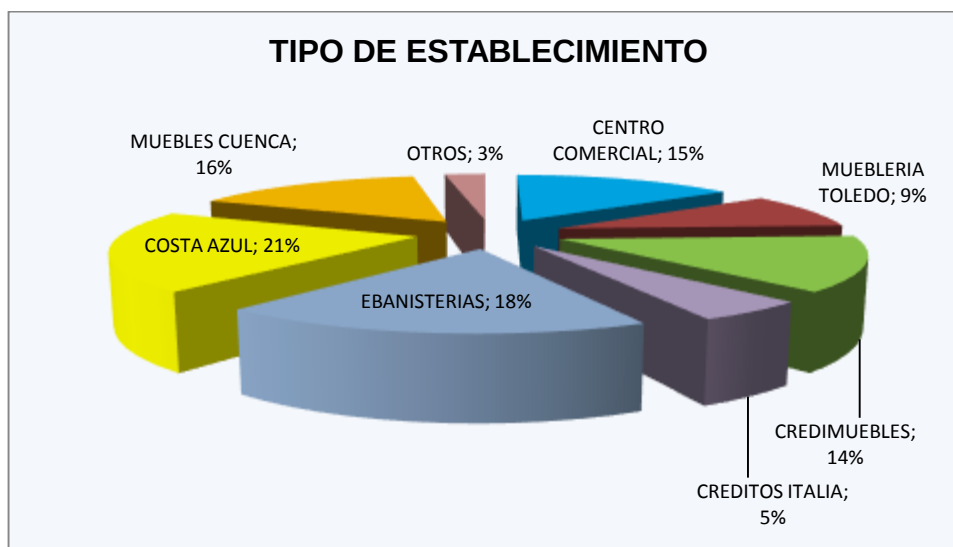
Tabla N° 19: Tipo de establecimiento donde compró

ESTABLECIMIENTO	TOTAL	%
Centro Comercial	33	15%
Mueblería Toledo	20	9%
Credimuebles	30	14%
Créditos Italia	11	5%
Ebanisterías	40	18%
Costa Azul	45	21%
Muebles Cuenca	34	16%
Otros	6	3%
TOTAL	219	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°19: Tipo de establecimiento donde compró



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Este análisis es útil para determinar quiénes serán nuestros potenciales clientes o los almacenes que tendremos que visitar, tomando en cuenta que nuestros clientes no son los consumidores finales, sino los mayoristas o minoristas que ofrecen al público en general nuestros muebles. Aunque será un tanto difícil porque tienen ya definido sus proveedores; sin

embargo aquí es donde debemos aplicar nuestras estrategias para acaparar este mercado.

El 21% de las personas que últimamente realizaron compras de muebles indicaron que lo hicieron en Costa Azul, comercial ubicado en el Cantón La Libertad; mientras que el 18% adquirió su producto en ebanisterías deducimos que debe ser porque la mano de obra es más barata y por ende los precios de estos productos; en cambio el 16% en Muebles cuenca y el 15% en centros comerciales, mientras que el resto de encuestados lo hicieron en Credimuebles, Mueblería Toledo, Créditos Italia y Otros con un 14%, 9%, 5% y 3% respectivamente.

5. ¿Por lo general su orientación de compra se basa en:?

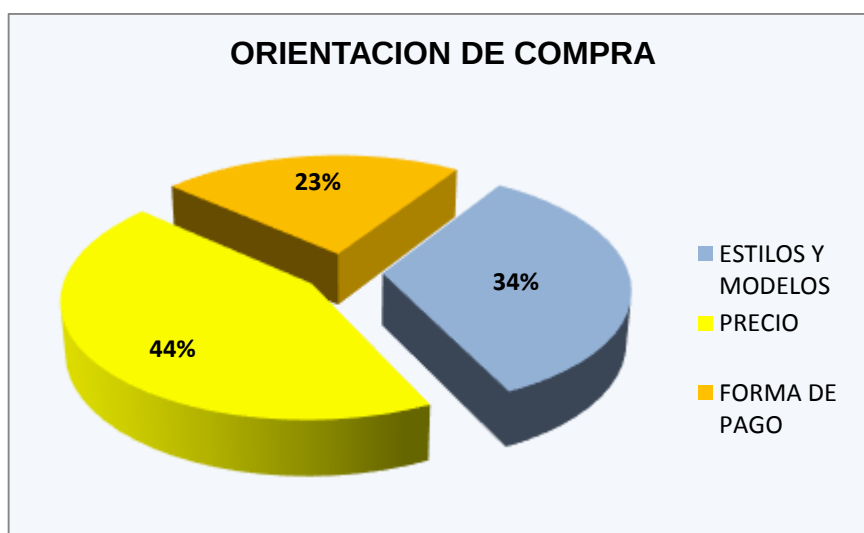
Tabla N°20: Orientación de compra

ORIENTACIÓN DE COMPRA	TOTAL	%
Estilos y modelos	129	34%
Precio	167	44%
Forma de pago	87	23%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N° 20: Orientación de compra



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Por lo general las personas a la hora de comprar consideran primero el precio con un 43%, elemento importante que debemos de tomar en cuenta, por lo que se tratará de establecer precios accesibles y al alcance de nuestro segmento de mercado, perteneciente al nivel socioeconómico medio, claro sin caer, en la mala calidad. Mientras que el 34% se inclina por el tipo de estilo y modelo, puesto que prefieren la elegancia que el producto puede estimular en el hogar, y por ultimo tenemos la forma de pago en un 23%.

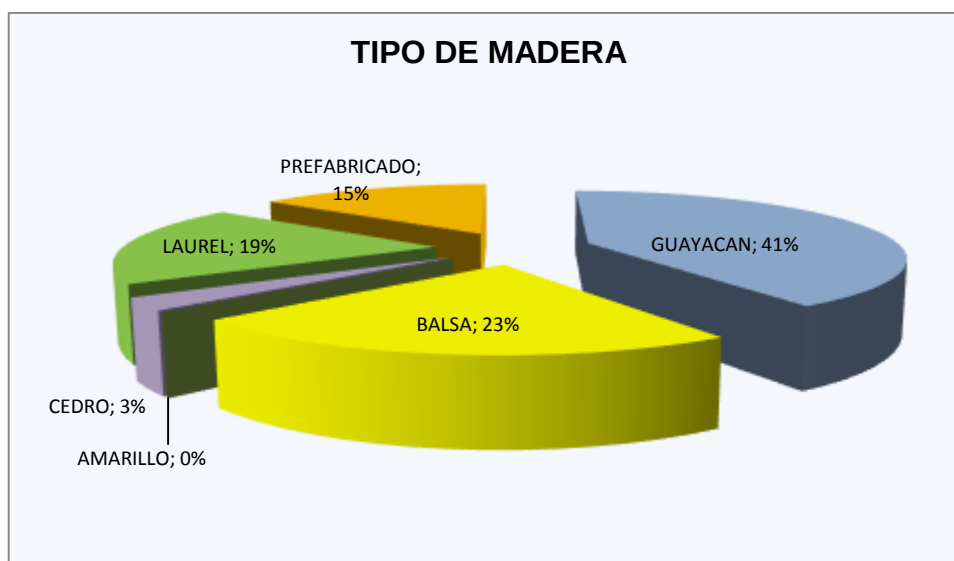
6. ¿Qué tipo de madera usted prefiere a la hora de adquirir un determinado producto?

Tabla N° 21: Tipo de madera de preferencia

TIPO DE MADERA	TOTAL	%
Guayacán blanco	156	41%
Balsa	87	23%
Amarillo	0	0%
Cedro	11	3%
Laurel	73	19%
Prefabricado	56	15%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°21: Tipo de madera de preferencia



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Del total de los encuestados el 41%, indica que la madera que prefieren para la elaboración de muebles es el guayacán blanco, por ser resistente, y no tiene problemas con los microorganismos que suelen causar defectos en el producto. El 23% indicaron la balsa, por no ser tan pesada. El 19%, 15 y 3% prefieren el laurel, prefabricados y cedro, para elaboración de los productos.

7. ¿Qué tipo de muebles usted está próximo a adquirir

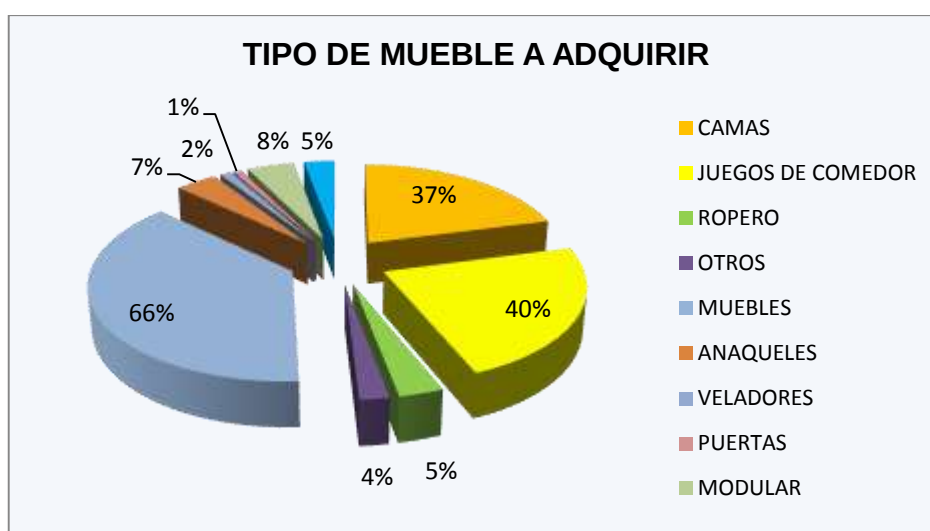
Tabla N° 22: Tipo de producto a comprar

TIPO PRODUCTO A COMPRAR	TOTAL	%
Camas	80	37%
Juegos de comedor	88	40%
Ropero	12	5%
Otros	8	4%
Muebles	145	66%
Anaqueles	15	7%
Veladores	4	2%
Puertas	3	1%
Modular	17	8%
Cajoneras	11	5%
TOTAL	383	175%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°22: Tipo de producto a comprar



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Este análisis es determinante puesto que nos ayudará a direccionar que tipo de muebles son los que tendrán mayor demanda, según la necesidad de los encuestados, teniendo que los muebles de sala con un 66% son los que están más próximos a adquirir, seguido de los juegos de comedor con un 40% y con el 37% se encuentran las camas; es decir que nuestra línea debe basarse en la producción de este tipo de muebles por ser los que con mayor regularidad se compran.

8. ¿Cómo le gustaría realizar sus compras

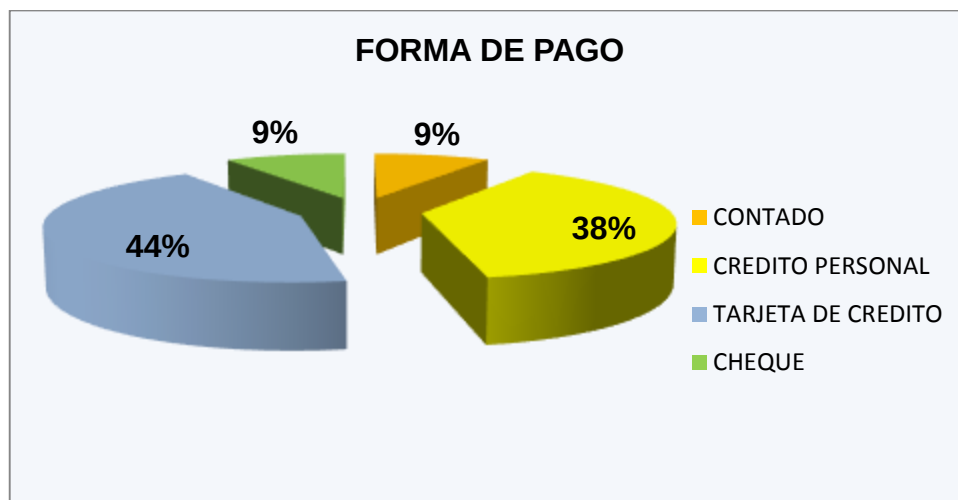
Tabla N° 23: Forma de pago

FORMA DE PAGO	TOTAL	%
Contado	34	9%
Crédito personal	146	38%
Tarjeta de crédito	168	44%
Cheque	35	9%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°23: Forma de pago



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Tal como podemos apreciar en el gráfico del total de 383 encuestados, tenemos que la gran mayoría en un 44% prefiere realizar sus compras a través de tarjetas de crédito, la inclinación puede ser resultado por las facilidades de poder diferir la compra, el 38% opta por el crédito personal que es una forma fácil de adquirir los bienes y pagarlos a plazos, mientras que el 9% eligen hacerlo al contado o mediante cheques; nuestra empresa deberá optar por aplicar esta política de forma de pagos con el fin de que sus clientes se sientan cómodos en adquirir sus muebles de madera.

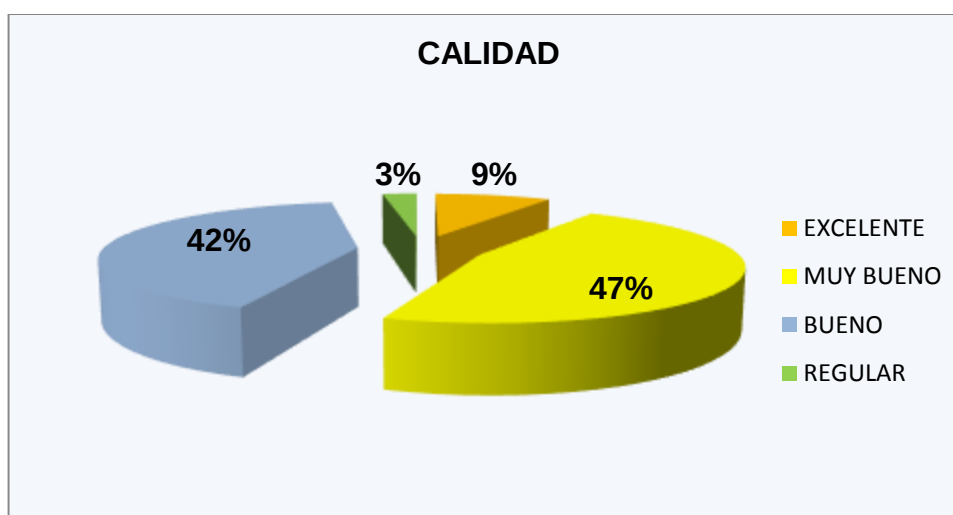
9. ¿Respecto a la calidad de los productos hechos en madera, cómo los considera Usted?

Tabla N° 24: Calidad de productos de madera

CALIDAD	TOTAL	%
Excelente	34	9%
Muy bueno	179	47%
Bueno	160	42%
Regular	10	3%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N°24: Calidad de productos de madera



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

El 47% de los encuestados, señalaron que son muy buenos los productos hechos de madera, el 42% manifestaron que son buenos, en tanto que el 9% y 3% los considera que son excelentes y regulares respectivamente. Se deduce que por lo general los consumidores adquieren los productos más por necesidad que por la calidad del producto.

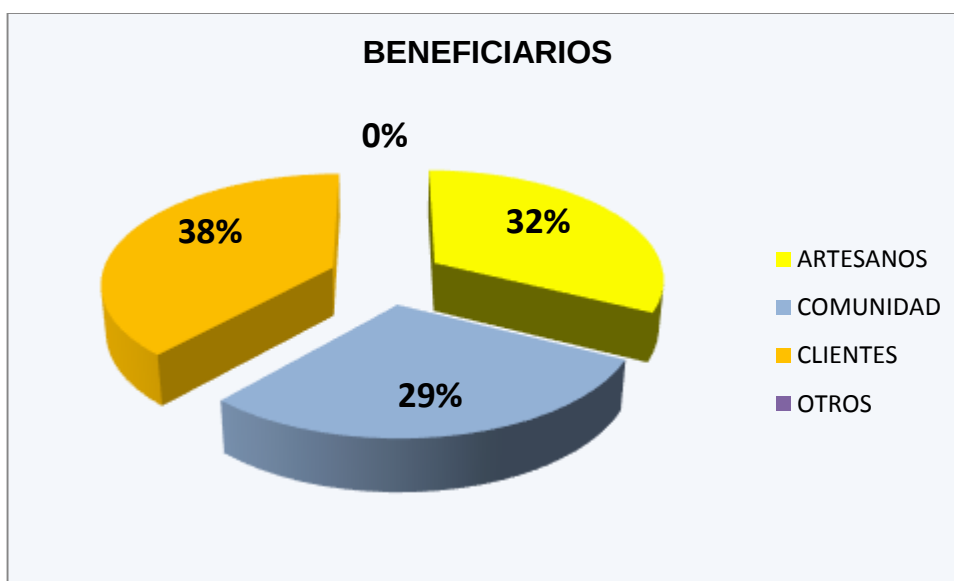
10.¿De crearse una compañía dedicada a la producción y comercialización de productos de madera en la Parroquia Atahualpa, quiénes cree usted que se beneficiarían?

Tabla N°25: Beneficiarios

BENEFICIARIOS	TOTAL	%
Artesanos	124	32%
Comunidad	112	29%
Clientes	147	38%
Otros	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

Gráfico N° 25: Beneficiarios



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M.

El 38% de la población considera que el cliente es quién se beneficiaría puesto que ya no tendría necesidad de viajar a otros lugares para realizar sus compras, mientras que el 32% señala que los artesanos, debido a que tendrían la infraestructura e instalaciones apropiadas para desarrollar su proceso productivo de manera idónea; y el restante 29% de los encuestados, asevera que quienes se beneficiarían es la comunidad con

la creación de una compañía que se dedique a la producción y comercialización de productos de madera, debido a que generaría fuentes de trabajo en el sector, además de aportar con el desarrollo económico de la parroquia Atahualpa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- Los resultados de la investigación nos llevan a la conclusión de que la actividad artesanal en madera de la parroquia Atahualpa a pesar de que no tiene el mismo impacto económico que tenía años atrás, posee un alto potencial turístico que puede ser potencializado a través de la creación de una compañía dedicada a esta labor, de tal manera que ésta permita mejorar las condiciones en que se desarrolla la producción de muebles, puesto que, por lo general las viviendas son utilizadas como talleres y marginalmente para venta de muebles; la mayoría de éstos venden en la calle principal a la intemperie y en muchos casos a bajos costos.
- Existe un bajo nivel y gestión asociativo, puesto que no todos los artesanos dedicados a esta labor se encuentran asociados, los niveles de gestión son modestos, muy poco se hace alrededor de temas como capacitación, asistencia técnica y canales de financiamiento de crédito; por lo que es necesario fortalecer los procesos asociativos desde enfoques que incorporen la gestión corporativa al interior de los gremios.
- Considerando que la ebanistería es el sustento de la vida y actividad económica de la parroquia Atahualpa, es necesario fortalecer de forma

prioritaria dicha actividad ya que de ello depende la economía del sector.

RECOMENDACIONES:

- Estructurar una propuesta organizativa que abarque la producción y comercialización de los productos acabados en madera donde el recurso humano que dedican a la producción de muebles en general puedan fortalecer sus capacidades y mejorar su situación socioeconómica y por ende el posicionamiento en el mercado de los productos acabados en madera.
- Formalizar un acercamiento con instituciones que brinden facilidades necesarias para las actividades productivas del sector artesanal con alguna línea de crédito no reembolsable por las instituciones públicas para el fortalecimiento de MyPimes, así como también capacitar al talento humano a través de talleres y seminarios de emprendimiento, todo esto, con la finalidad de que mejoren la producción y comercialización de los productos de madera.
- Desarrollar un plan de marketing y comercialización para ampliar su mercado al que actualmente destina la producción artesanal con la intención de mejorar los ingresos económicos en las familias de la parroquia Atahualpa.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA COMPAÑÍA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE MADERA, EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, PROVINCIA DE SANTA ELENA

4.1. MISIÓN

Ofrecer productos de buena calidad, presencia e innovación a los clientes locales, nacionales y extranjeros que gustan de los productos fabricados en madera con responsabilidad ambiental y sustentable.

4.2. VISIÓN

Destacar en el mercado nacional, como uno de los mejores lugares que ofrece productos de madera con buena calidad, innovación y diseño.

4.3. OBJETIVOS

4.3.1. Objetivo general

Ofertar productos de buena calidad a fin de satisfacer las exigencias del mercado local, nacional e internacional, con productos innovadores excelentes diseños y durable.

4.3.2. Objetivos específicos

- a) Obtener materia prima de primera calidad, durable y que permita la realización de los diferentes diseños, respetando el medio ambiente.
- b) Poseer el personal calificado en la elaboración de los productos de madera.
- c) Buscar los mercados potenciales donde se pueda ofertar nuestros productos.
- d) Mejorar las condiciones ambientales de la parroquia Atahualpa.

4.4. POLÍTICAS

La compañía de producción y comercialización de productos de madera “Artesanos de la madera S.A.”, se basa en principios y valores organizacionales comprometidos con la satisfacción del cliente tanto interno y externo como son: Responsabilidad, Igualdad, Honestidad, Respeto, Compromiso, Calidad, Cumplimiento y Trabajo en Equipo.

Siempre con responsabilidad social y ambiental, innovando y ofreciendo mejores productos con una atención personalizada a los clientes, para cumplir con las necesidades que existen en el mercado de productos hechos de madera, y contribuir al desarrollo económico de la parroquia Atahualpa.

4.5. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Para determinar la competitividad del sector maderero, fue preciso realizar un estudio de los elementos que actúan en el mercado, con la finalidad de

conocer la realidad actual del sector y poder plantear propuestas que fortalezcan el desarrollo de esta actividad en la compañía.

Las estrategias competitivas ayudarán a la compañía “Artesanos de la madera S.A.” ser la pionera en el mercado local, con maquinarias y equipos de alta tecnología para la elaboración de los diferentes muebles y a su vez hacerlos competitivos ante los talleres que desempeñan la misma actividad. Para lo cual se plantean las siguientes estrategias:

- ❖ Estudiar al mercado para aplicar nuevas estrategias y generar más productividad.
- ❖ Tener liderazgo en la producción de muebles a fin de ofrecer mejores y menores precios pero siempre con calidad.
- ❖ Producir y comercializar muebles de madera innovadores y creativos con calidad y exclusividad para lograr la aceptación del consumidor y por ende competir con el mercado objetivo.
- ❖ Lograr el reconocimiento de la empresa por el cumplimiento eficiente, económico y de calidad de muebles de madera para el hogar ofrecido con relación a la competencia

4.6. ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS Y DE PRODUCCIÓN

Entre las estrategias más sobresalientes para conseguir los objetivos y metas anteriormente planteados por la Compañía de producción y comercialización de productos de madera.

1. Controlar y llevar al día el registro del efectivo de la compañía tanto de producción como de comercialización, tomando decisiones y formulando planes para aplicaciones de capital, así como la

obtención de recursos, dirección de actividades financieras y manejo de la cartera de inversiones.

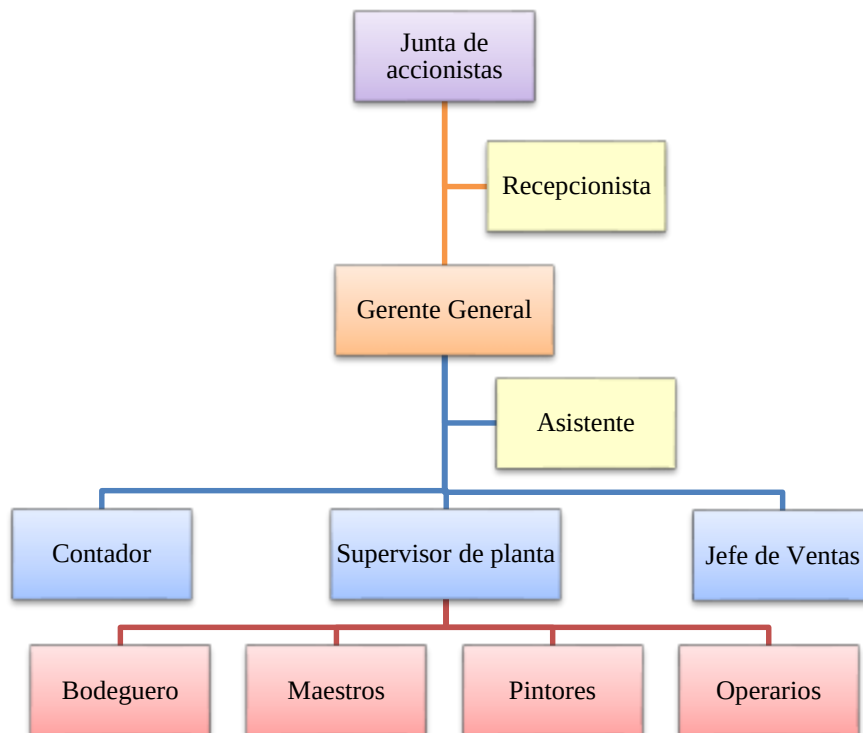
2. Proporcionar un ambiente sustentable en la obtención de la materia prima para la producción de los productos de madera.
3. Establecer un sistema equitativo de participación de los socios en la producción de los productos de madera.
4. Mantener un estándar de mejoramiento continuo en elaboración de productos y capacitaciones sobre la madera.

4.7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura organizacional propuesta para la empresa “ARTESANOS DE LA MADERA S.A.”, es una organización funcional y con nivel jerárquico vertical, de manera que permite el control desde el nivel del gerente general.

En consecuencia la estructura orgánica para la compañía de producción y comercialización de productos de madera es la siguiente:

En el anexo 3 se detalla la Descripción de funciones.



4.8. MERCADO

4.8.1. Análisis de la demanda

En la actualidad el mercado de los artículos de madera es muy cotizado debido a su exigente utilización dentro del hogar sea por motivos de confort o mejoramiento de la vivienda.

4.8.2. Segmentación de mercado

El servicio se define como la introducción de una compañía para la producción y comercialización de productos de madera en la parroquia Atahualpa de la provincia de Santa Elena, respaldado con un buen sitio estratégico para su implementación con personal administrativo capacitado. En función del estudio realizado va dirigido a las personas

que habitan en la provincia de Santa Elena y sus provincias vecinas, sin distinción de raza, religión e ingresos económicos:

- Turistas estacionales que visitan la provincia.
- Edad: mayores de 18 años, jóvenes, adultos, hogares recién formados, unión libre, casados, divorciados, con hijos/ sin hijos.
- Género: masculino – femenino.
- Estatus económico: medio – alto.

4.8.3. Determinación de la población objetivo

El estudio de esta investigación esta direccionada a los habitantes de la población económicamente activa de la provincia de Santa Elena, mayores de 18 años, que perciban un ingreso económico atractivo, los mismos que tengan capacidad de adquisición de muebles de precios medio-alto. Estimando que más de la mitad de la población económicamente activa de Santa Elena cuenta con un trabajo en el sector público y privado teniendo así una capacidad de adquirir los productos de madera que ofrecerá la compañía en la parroquia de Atahualpa.

4.8.4. Identificación de los clientes meta

Nuestros futuros clientes son los turistas que vienen a disfrutar de los distintos lugares que tiene nuestra provincia, por lo que muchas veces se encuentran atraídos por los diversos modelos de muebles y esculturas talladas en madera, los habitantes de la provincia de Santa Elena en general mayores de 18 años de sexo masculino y femenino con poder adquisitivo.

CUADRO N°9: IDENTIFICACIÓN CLIENTES META

IDENTIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Género	Indistintos
Edad	Mayores de 18 años
Ingreso aproximado	Medio –alto
Nacionalidad	Ecuatorianos - extranjeros
Geografía	Parroquia Atahualpa provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Ing. Jesennia Muñoz M

Tomando en consideración que el uso de los productos elaborados en madera depende de ciertos factores tales como el estilo y adecuación que este llegue a tener en cualquier cuarto de hogar o el consumo que estos prefieren como por ejemplo se destacan los más requeridos por los clientes: juego de comedores, camas, juegos de sala, ya que con estos reflejan seguridad, comodidad y descanso, aun cuando estos se deterioren y los consumidores estén dispuestos a reemplazarlos.

En la provincia de Santa Elena la frecuencia de compra es a medida que ha incurrido a la adquisición de los productos de madera ya sea por necesidad o remodelación dependiendo del diseño adecuado o al material en que se confeccionan sea este resistente o simplemente porque han pasado de moda por lo que consideran optar por su pronta remodelación.

4.8.5. Proyección de la demanda

Potencialmente el mercado de producción y comercialización de productos de madera va incrementado su introducción cada vez más en la vida actual de las personas ya sea por necesidad o remodelación. La visión para muchas compañías de madera es expandirse en el mercado y comercializar sus muebles para la decoración del hogar no sólo para la acogida de todo el Ecuador sino el mundo entero sin perder lo artesanal,

despertando en los clientes un buen gusto transmitiendo amor y calidez de un ambiente a través del producto logrando de esta manera incrementar la producción y generar fuentes de empleo.

La tendencia actual en lo que respecta a la elaboración de muebles apunta a un estilo moderno, minimalista lo que indica que los diseños de los muebles que vamos a ofertar en el mercado serán innovadores y creativos a tal punto que esto sea la clave para la competitividad y así satisfacer las necesidades de los clientes, buscando su comodidad y confort con precios accesibles. Sin embargo no hay que olvidar que toda empresa de muebles debe cumplir con las normativas de riesgos laborales, medioambientales, de etiquetado, entre otros, ya que de eso depende competir con igualdad, creando plazas de empleo para los diversos artesanos de la parroquia Atahualpa y la provincia en general.

4.8.6. Demanda insatisfecha

De acuerdo a la oportunidad de mercado, la demanda insatisfecha se basa en que los muebles producidos tienen precios muy altos, o por la escasez de la materia prima ocasionando que los consumidores no compren los productos por su mala calidad. Se estima que el déficit de los muebles crecerá con la implementación de la compañía en la parroquia Atahualpa.

4.9. ANÁLISIS DE LA OFERTA

4.9.1. Identificación de los competidores

CUADRO N°10: IDENTIFICACIÓN COMPETIDORES

LOCALIZACIÓN	COMPETIDORES
La Libertad	▪ Costa Azul
El tambo	▪ Ferias de muebles
La Libertad	▪ Mueblería Toledo
La Libertad	▪ Muebles Cuenca
La Libertad	▪ Credimuebles
La Libertad	▪ Créditos Italia

Elaborado por: Ing. Muñoz Méndez Jesennia

En la actualidad en la provincia de Santa Elena existe mucha competencia en lo que respecta a los productos madereros, especialmente en el cantón La Libertad, donde se expiden la mayor variedad de muebles, los cuales serían nuestra competencia indirecta, principalmente por las ferias que promocionan.

Sin embargo se mantiene una ventaja ya que los productos a comercializar serán realizados con artesanos de la parroquia Atahualpa siendo este lugar reconocido como la capital del mueble, en donde se confeccionan artesanías de calidad, trayectoria artesanal y mano de obra especializada.

4.10. ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA

El análisis FODA nos permitirá conocer la situación actual de la empresa, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas.

En el cuadro N°11 se presenta el FODA planteado, para la compañía de producción y comercialización de productos de madera.

CUADRO N°11: FODA "ARTESANOS DE LA MADERA S.A."

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Mano de obra calificada • Reconocimiento en el mercado de los productos debido a su excelente calidad y acabados de primera. • Buen ambiente de trabajo dentro de cada una de las áreas de producción de la compañía. • Materiales de alta durabilidad y calidad.	• Falta de experiencia en relación de procedimientos y no disponer del personal especializado y se deba depender de técnicos. • Presencia de una Estructura Organizativa que no refleja la situación actual de la empresa, en lo que respecta a los cargos existentes. • No contar con maquinarias de última tecnología.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Alta demanda del servicio. • Buenas relaciones con los clientes. • Disponibilidad de parte de la compañía a mantener al día todos sus permisos de funcionamiento.	• Los competidores ya consolidados pueden utilizar políticas de precios bajos para contrarrestar nuevos ingresos al mercado. • Deuda financiera. • No alcanzar los niveles de ventas proyectados.

Elaborado por: Ing. Muñoz Méndez Jesennia

4.11. MARKETING MIX

El marketing mix nos ayudará a definir las estrategias, que nos permitirán que nuestra empresa logre posicionarse en el mercado.

El estudio realizado nos permitió determinar la preferencia del tipo de muebles (sala, comedor y dormitorio) que los consumidores adquieren con mayor frecuencia, motivo por el cual nuestra empresa acapara este mercado ofreciendo muebles con estilos y diseños clásicos y contemporáneos.

4.11.1. Producto

4.11.1.1. Descripción de los productos de madera

Los muebles que se elaborarán serán hechos a base de madera, utilizando como materia prima el guayacán blanco y veteado, por ser una madera muy resistente, además que por lo general siempre el consumidor relaciona guayacán con buena calidad.

Como se explicó anteriormente en base a los resultados que se obtuvieron del estudio realizado nuestra empresa se enfocará en la producción y comercialización de 3 tipos de muebles como son: juegos de sala, juegos de comedor y juegos de dormitorio (camas), que por lo general son los que mayor demanda tienen.

TIPO DE PRODUCTO: JUEGOS DE MUEBLES DE SALA (Compuesto por 1 sillón de 2 personas; 1 sillón de 3 personas; 2 sillones de 1 persona y su respectiva mesa de centro). Para la fabricación de muebles de sala, se utilizará madera como el guayacán blanco y veteado, tapizado de microfibra o lo que esté a la vanguardia artesanal.

TIPO DE PRODUCTO: JUEGOS DE MUEBLES DE COMEDOR (Compuesto de 6 sillas y 1 mesa). Para los juegos de comedor se utilizarán exclusivos diseños funcionales y modernos que combinen con los juegos de salas, la madera que se utilizará será el guayacán blanco y veteado.

TIPO DE PRODUCTO: JUEGOS DE DORMITORIOS - CAMAS (Compuesto de 1 cama de 2 plazas y media). Entre las líneas de dormitorios podemos enunciar la cama, que será elaborada en base a una variada línea de camas modernas, fabricadas a medida, de acuerdo a las necesidades del consumidor.

Los tipos de muebles antes señalados, van de acuerdo a las preferencias del consumidor, ya que se trata de estilos que destacan comodidad y elegancia. (Ver anexo N°7).

4.11.2. Precio

La estrategia de precios que aplicaremos considerando que se producirán productos de calidad y a un precio medio, será la de **precios de penetración**.

Los precios que manejará la compañía de producción y comercialización de productos de madera “Artesanos de la Madera S.A.”; serán establecidos de acuerdo con los costos de producción que se incurrieron en su realización teniendo en consideración los gastos administrativos y gastos de mano de obra; de tal manera que podamos obtener márgenes de utilidad para la empresa.

CUADRO N°12: DETERMINACIÓN DE PRECIOS

TIPO DE MUEBLES	JUEGO DE COMEDOR	JUEGO DE SALA	JUEGO DE DORMITORIO
Precio de venta	753.87	853.63	644.25
Costo de producción	502.58	569.09	429.50
Materia prima	363.00	432.50	286.50
MOD	125.90	125.90	125.90
CIF	13.68	10.69	17.10
CONTRIBUCIÓN MARGINAL	251.29	284.54	214.75

Elaborado por: Ing. Muñoz Méndez Jesennia

Extender el incremento en la comercialización de los productos de madera, será una estrategia inteligente para aumentar las ventas ya que son muebles de calidad y con garantía, por lo tanto el objetivo principal de esta estrategia estará en penetrar inmediatamente en el mercado

industrial, con un volumen de ventas rentable con la finalidad de obtener una gran participación en el mercado.

4.11.3. Promoción

Basándonos en los principios de marketing un producto que recién está incursionando en el mercado nunca debe estar respaldado por una promoción, debido a que el consumidor siempre lo relaciona con un producto de poco valor y por ende con mala calidad.

Por tal razón no nos apoyaremos en promociones que impacten al comprador, sino más bien nos enfocaremos a impactar por medio de la publicidad y la estrategia de comunicación para dar a conocer la calidad de nuestros muebles.

4.11.4. Publicidad

La estrategia de publicidad es muy importante, por tal motivo, para posicionar nuestra empresa nunca debemos de dejar de invertir en publicidad, por cuanto los clientes buscan el mayor crédito para la adquisición de los productos por ello debemos ajustarnos a las estrategias de publicidad como: asistir a las ferias de muebles ofertando nuevos e innovadores diseños y utilidades de los mismos, así como también diversidad de formas de pago que se acojan al status económico de los clientes, brindando facilidad de pagos.

Por las consideraciones anteriores mencionadas, la publicidad se la realizará a través de los medios de comunicación más importantes de la Provincia de Santa Elena, los mismos que han sido analizados

considerando cada una de las ventajas o beneficios que ofrecen en el medio, entre los más importantes se pueden mencionar a los siguientes:

Prensa escrita.- En cuanto a la prensa escrita, el diario de mayor circulación dentro de la Provincia, es el Diario Súper, en este medio de comunicación se publicará y promocionará los productos que ofrece la compañía de producción y comercialización de muebles de madera.

Radio.- Para la promoción y publicidad, se empleará a las dos empresas difusoras más escuchadas dentro de la provincia de Santa Elena, como lo son Radio Amor y Radio Record, en estas radiodifusoras se transmitirá anuncios publicitarios sobre los productos a ofertar.

Adicionalmente emitiremos publicidad a través de:

Folletos: Se diseñaran folletos llamativos y acorde al producto que se ofrece, de tal manera que sea explicativo y presente toda la información resumida de forma clara y concisa.

Internet: A través de Internet, nos daremos a conocer con anuncios en páginas Web relacionadas con el sector, y por medio de las redes sociales como: Facebook, Twitter e Instagram, son unos de los recursos publicitarios online más utilizados, ya que por lo general captan mejor la atención del cliente.

4.11.4.1. Presupuesto de publicidad

El presupuesto de publicidad para la compañía de producción y comercialización de productos de madera “Artesanos de la Madera S. A.”; para el primer año, es el siguiente:

CUADRO N°13: COSTO DE PUBLICIDAD ANUAL

COSTO DE PUBLICIDAD TOTAL ANUAL			
ANUAL			
DETALLE	Cantidad mensual	Costo unitario	Valor Anual
Volantes	100	0.22	264.00
Periódico	2	30.00	720.00
Imanes publicitarios	100	0.18	216.00
Anuncios en Radios Locales	5	20.00	1,200.00
TOTAL			2,400.00

Elaborado por: Ing. Muñoz Méndez Jesennia

4.12. ESTUDIO TÉCNICO

4.12.1. Tamaño de empresa de producción y comercialización de productos de madera.

En el estudio técnico se consideran elementos que tienen que ver específicamente con la ingeniería básica del servicio que se desea implementar, para lo cual se tiene que realizar la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo viable. De ahí parte la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción. Es por esta razón que con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elaborará un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

La empresa de producción y comercialización de productos de madera debe ser amplia de manera que permita dividir los departamentos correspondientes tanto para la producción como para el área administrativa, además es recomendable tener un espacio adicional para futuras ampliaciones para ello el espacio requerido del terreno es de 500m² los mismos que serán divididos en función de las actividades de la empresa, la cual se ampliará de acuerdo al incremento del volumen de la

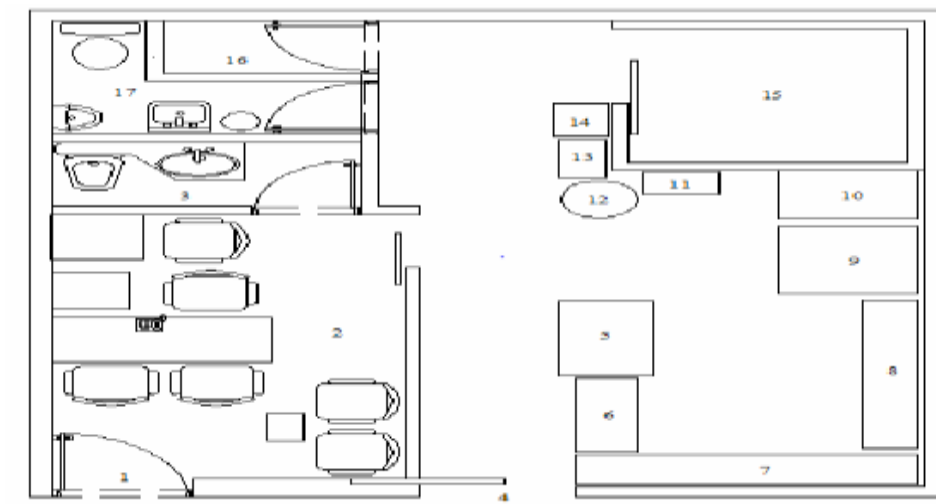
demanda. Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables con las mejores condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

4.12.2. Factores determinantes de la empresa

Las limitaciones existentes en el tamaño del proyecto son: la materia prima, mano de obra, tecnología, financiamiento y mercado.

4.12.3. Recursos requeridos

4.12.3.1. Instalaciones físicas



La empresa de producción y comercialización de productos de madera estará ubicada en la parroquia Atahualpa de la provincia de Santa Elena, contará con servicios básicos, servicios de comunicación y vías de acceso en buen estado.

Según la distribución en el plano las instalaciones se distribuyen en:

- ♦ Área de producción
- ♦ Área de acabados
- ♦ Área de bodega
- ♦ Área del baño y para guardar ropa de trabajo
- ♦ Área de oficinas (Gerencia y contabilidad)
- ♦ Área de oficinas (Venta y comercialización)
- ♦ Oficina de Supervisor de planta
- ♦ Área de exhibición de productos terminados
- ♦ Sala de espera

CUADRO N°14: INVERSIÓN INFRAESTRUCTURA Y TERRENO

INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA	CANT	CANT. M2	PVP X M2	VALOR
Construcción y adecuación de la planta (500 mts2)	20	25	150.00	75,000.00

INVERSIÓN EN TERRENO	CANT	CANT. M2	PVP X M2	VALOR
Terreno (500 mt2)	20	25	30.00	15,000.00

Elaborado: Ing. Jesennia Muñoz M.

4.12.3.2. Requerimiento de equipos y maquinarias a utilizar en el proceso productivo

Conforme al tamaño del proyecto y al proceso de producción se ha realizado un detalle de todos y cada uno de los equipos, mobiliarios, maquinarias y herramientas necesarias para la operatividad de la empresa.

Los mismos que de acuerdo como se muestra en el cuadro anexo asciende a un monto \$ 144,188.00. Cabe recalcar que se ha considerado un imprevisto del 10% en razón de que los precios pueden varían.

CUADRO N°15: INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Maquinarias, Equipos y Herramientas	Cantidad	PVP	Valor
Cepilladora	1	7,800.00	7,800.00
Canteadora	2	4,700.00	9,400.00
Sierra circular	2	10,100.00	20,200.00
Taladro pedestal	2	1,400.00	2,800.00
Tupi o trompo de banco	2	4,200.00	8,400.00
Torno copiador con base 4	1	4,800.00	4,800.00
Generador de energía	1	6,500.00	6,500.00
Escuadradora vertical	1	2,500.00	2,500.00
Perfiladora	1	3,600.00	3,600.00
Pantógrafo	2	5,500.00	11,000.00
Compresor industrial	2	1,900.00	3,800.00
Sierra circular portátil eléctrica	2	910.00	1,820.00
Caladora eléctrica portátil	2	385.00	770.00
Lijadora orbital o vibradora	5	750.00	3,750.00
Lijadora de disco	5	490.00	2,450.00
SUBTOTAL			89,590.00
Imprevistos 10%			8,959.00
Total Maquinarias, Equipos y Herramientas	31	55,535.00	98,549.00
Equipos de Computación	Cantidad	PVP	Valor
Computadoras	10	650.00	6,500.00
Laptop	2	1,250.00	2,500.00
Impresora	8	380.00	3,040.00
Copiadora	2	1,450.00	2,900.00
SUBTOTAL			14,940.00
Imprevistos 10%			1,494.00
Total Equipos computación	22	3,730.00	16,434.00

Equipos de Comunicación y Seguridad	Cantidad	PVP	Valor
Central de Telefónica Panasonic KXTDA-100	1	1,200.00	1,200.00
Sistema de Seguridad Q-see de 12 Cámaras 1Tb y 16 Canales	1	1,200.00	1,200.00
Radios Portátil Motorola Troncalizada Pro 5350	4	120.00	480.00
Base Motorola Pro 5100 Vhf 136-174 Mhz 45 Watios	1	500.00	500.00
SUBTOTAL			3,380.00
Imprevistos 10%			338.00
Total de Eq. Comunicación y Seguridad	7	3,020.00	3,718.00

Muebles y Enseres	Cantidad	PVP	Valor
Escritorios	10	220.00	2,200.00
Sillas ejecutivas	10	85.00	850.00
Modulares de oficina	6	450.00	2,700.00
Mesas de conferencias	1	600.00	600.00
Sillas para reuniones	8	55.00	440.00
Sillas graffiti	12	40.00	480.00
Central de aire acondicionado	1	5,000.00	5,000.00
Archivadores de gavetas	3	160.00	480.00
Vitrinas de exhibición	2	210.00	420.00
SUBTOTAL			13,170.00
Imprevistos 10%			1,317.00
Total Muebles y Enseres	53	6,820.00	14,487.00
TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS			144,188.00

4.12.3.3. Recurso Humano

Considerando que el recurso humano es el más significativo porque va a permitir que las actividades se efectúen con normalidad tanto en el área administrativa, de ventas, como en el área de producción. Nuestra empresa para iniciar sus actividades operativas requerirá un Supervisor de planta, tres maestros, dos pintores, cinco operarios, y un bodeguero, que son aquellos quienes participan directamente en el proceso de productivo, esta mano de obra no necesita necesariamente estudios superiores por lo que se puede conseguir fácilmente emitiendo publicaciones en la prensa local o recomendaciones de terceros propios de la parroquia Atahualpa, a excepción del Supervisor de planta y Bodeguero, Gerente, Contador, Jefe de ventas, Asistente y Secretaria; que si requiere de estudios superiores para poder garantizar un desempeño eficiente y eficaz en la empresa, este recurso humano no participa directamente en el proceso de producción, sin embargo, forma parte de la fuerza laboral de la empresa.

En el proyecto se ha definido un total de 17 personas en el área administrativa y operativa, quienes recibirán una remuneración como sigue:

CUADRO N°16: RECURSO HUMANO REQUERIDO			
#	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANNUAL INCLUYE BENEFICIOS
1	GERENTE ADMINISTRATIVO	1,200.00	19,503.60
1	CONTADOR	600.00	9,928.80
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	800.00	13,120.40
1	SECRETARIA RECEPCIONISTA	450.00	7,535.10
	TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS	3,050.00	50,087.90
1	SUPERVISOR DE PLANTA	700.00	11,541.40
1	BODEGUERO	600.00	9,943.20
3	MAESTRO 1	500.00	8,345.00
	MAESTRO 2	500.00	8,345.00
	MAESTRO 3	500.00	8,345.00
2	PINTOR 1	500.00	8,345.00
	PINTOR 2	500.00	8,345.00
5	OPERARIO 1	400.00	6,746.80
	OPERARIO 2	400.00	6,746.80
	OPERARIO 3	400.00	6,746.80
	OPERARIO 4	400.00	6,746.80
	OPERARIO 5	400.00	6,746.80
	TOTAL SUELDOS OPERATIVOS	5,800.00	96,943.60
1	Jefe de Comercialización y Ventas	600.00	9,943.20
	TOTAL SUELDOS DE VENTAS	600.00	9,943.20
17	TOTAL GENERAL	9,450.00	156,974.70

(Ver anexo N°8 Rol de pagos con el detalle de beneficios sociales).

4.12.3.4. Materia prima

Definimos a la materia prima como uno de los gastos más importantes para la implementación del proyecto, siendo este el conjunto de todos los materiales que se utilizarán para la elaboración de los muebles, claro está resaltar que nuestro principal recurso a utilizar es la madera, sin embargo

también se utiliza materia prima aditiva tales como tornillos, lijas, laca, sellador, tiraderas, herrajes, entre otros. La disponibilidad de este tipo de materia prima es de fácil adquisición ya que existen diversos proveedores. A continuación detallamos la materia prima que utilizaremos en la fabricación de cada uno de nuestros muebles.

JUEGO DE COMEDOR: Compuesto de 6 sillas y 1 mesa.

CUADRO N°17: MATERIA PRIMA (JUEGO DE COMEDOR)

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	P. UNIT	TOTAL
Tablones	Unidad	7	40.00	280.00
Blancola	Galón	1	18.00	18.00
Lijas	Pies	2	2.50	5.00
Lacas	Litros	3	7.50	22.50
Sellador	Litros	3	7.50	22.50
Diluyente	Litros	3	5.00	15.00
TOTAL				\$ 363.00

JUEGO DE SALA: Compuesto por 1 sillón de 2 personas; 1 sillón de 3 personas; 2 sillones de 1 persona y su respectiva mesa de centro.

CUADRO N°18: MATERIA PRIMA (JUEGO DE SALA)

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	P. UNIT	TOTAL
Tablones	Unidad	8	40.00	320.00
Blancola	galón	1.5	18.00	27.00
Lijas	Pies	10	2.50	25.00
Lacas	Litros	3	8.00	24.00
Sellador	Litros	3	8.00	24.00
Diluyente	Litros	2.5	5.00	12.50
TOTAL				\$ 432.50

JUEGO DE DORMITORIO: Compuesto de 1 cama de 2 plazas y media.

CUADRO N°19: MATERIA PRIMA (JUEGO DE DORMITORIO - CAMA)

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	P. UNIT	TOTAL
Tablones	Unidad	4	40.00	160.00
Tablas	Metros	3	25.00	75.00
Ángulos de Acero	Juego	1	5.00	5.00
Lijas	Pies	6	2.50	15.00
Lacas	Litros	1.5	8.00	12.00
Sellador	Litros	1.5	8.00	12.00
Diluyente	Litros	1.5	5.00	7.50
TOTAL				\$ 286.50

4.13. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

4.13.1. Plan de Inversiones

El financiamiento que el proyecto requiere para su implementación, se basa principalmente en las necesidades de inversiones en activos y el capital de trabajo requerido para iniciar las operaciones, el mismo que asciende a \$ 244,188.00 (Ver cuadro No. 20).

CUADRO N°20: INVERSIÓN REQUERIDA

CONCEPTO	VALOR
Capital de trabajo	21,000.00
Activos fijos	223,188.00
TOTAL INVERSIÓN REQUERIDA	244,188.00

4.13.2. Inversión Fija tangible

Este tipo de inversiones se la realiza durante la instalación, del proyecto y tal como se observa en el cuadro anexo, la inversión fija tangible que el proyecto necesita para el inicio de sus actividades es de \$223,188.00 que corresponde a la compra de maquinarias, implementos, equipo de computación, muebles y enseres, herramientas e infraestructura.

CUADRO N°21: INVERSIÓN FIJA

CONCEPTO	VALOR
Inversión Equipos de computación	16,434.00
Inversión Equipos de Comunicación	3,718.00
Inversión Maquinarias, Equipos y Herramientas	98,549.00
Inversión Muebles y Enseres	14,487.00
Inversión Terrenos	15,000.00
Inversión Infraestructura	75,000.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	223,188.00

Estos activos están sujetos a un desgaste conforme pasa el tiempo, a excepción de los terrenos que ganan plusvalía.

El método utilizado para el cálculo de las depreciaciones es el de línea recta.

CUADRO N°22: % ACTIVOS DEPRECIABLES

DEPRECIACIONES	TOTAL	NUMERO DE AÑOS	%
Construcción y adecuación de la planta	75,000.00	5	20%
Maquinarias, Equipos y Herramientas	98,549.00	10	10%
Equipos de Computación	16,434.00	3	33%
Equipos de Comunicación	3,718.00	5	20%
Muebles y Enseres	14,487.00	5	20%

Los cálculos de la depreciación de activos fijos se indican en el Anexo 9.

4.13.3. Capital de trabajo requerido

El capital de trabajo requerido que la empresa necesita para invertir en la compra tanto de materias primas como en los insumos necesarios para la producción y puesta en marcha de nuestro proyecto es de \$ 21,000.00; tal como se observa en el cuadro.

**CUADRO N°23: MÉTODO ANALÍTICO PARA EL CÁLCULO
DEL CAPITAL DE TRABAJO**

ELEMENTO	VOLUMEN DE LAS OPERACIONES	PMM	VALOR MEDIO
			MASA PATRIMONIAL
Proveedores (p)	286,450	30	23,870.83
Pasivo circulante (Pc)			23,870.83
Materiales (m)	286,450	15	11,935.42
Productos en fabricación (f)	393,654	1	1,093.48
Productos terminados (v)	393,654	4	4,373.93
Clientes (c)	590,480	15	24,603.35
Garantía (proveedor 10%)			2,387.08
Activo circulante (Ac)			44,393.26
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			21,000.00

Se ha considerado una garantía del 10% debido al crédito otorgado por el proveedor para la compra de la materia prima.

4.13.4. Plan de Financiamiento

Para cubrir la inversión del proyecto se analizarán dos tipos de recursos financieros: recursos propios y de las instituciones bancarias. Los recursos propios se lo obtendrán de los mismos socios de la compañía que será financiado con el 40% de acciones comunes, es decir, \$ 97,675.20; y el 60% que corresponde a \$ 146,512.80; se lo financiará mediante un préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN), tomando en consideración que es la entidad financiera que mayor apertura da para créditos productivos en el sector, esto debido al cambio de la matriz productiva del país. (Fuente CFN: Monto: desde \$ 50,000.00

– Tasa de interés: 12% - Financiamiento: Hasta 70% para proyectos nuevos – Plazo: Hasta 10 años).

CUADRO N°24: ESTRUCTURA DE CAPITAL

CONCEPTO	%	APORTES
Acciones comunes	40%	97,675.20
Préstamo bancario	60%	146,512.80
TOTAL	100%	244,188.00

A continuación se presenta la tabla de amortización del préstamo que se gestionará con la Corporación Financiera Nacional por un monto de \$ 146,512.80; a una tasa del 12% pagadero a un plazo de 10 años.

CUADRO N°25: TABLA DE AMORTIZACIÓN

PRÉSTAMO HIPOTECARIO				
PERIODO	DIVIDENDOS	INTERES	AMORTIZACIÓN DE CAPITAL	SALDO FINAL
				146,512.80
1	32,232.82	17,581.54	14,651.28	131,861.52
2	30,474.66	15,823.38	14,651.28	117,210.24
3	28,716.51	14,065.23	14,651.28	102,558.96
4	26,958.36	12,307.08	14,651.28	87,907.68
5	25,200.20	10,548.92	14,651.28	73,256.40
6	23,442.05	8,790.77	14,651.28	58,605.12
7	21,683.89	7,032.61	14,651.28	43,953.84
8	19,925.74	5,274.46	14,651.28	29,302.56
9	18,167.59	3,516.31	14,651.28	14,651.28
10	16,409.43	1,758.15	14,651.28	-
	243,211.25	96,698.45	146,512.80	

4.13.5. Costo de Producción

Para establecer el costo de producción de cada uno de los productos de madera se consideró la materia prima, mano de obra y demás costos indirectos de fabricación, dando como resultados el costo total de producción para así poder establecer el costo unitario y el precio de venta.

Para lo cual necesitamos conocer la producción de los 10 años que durará el proyecto, se estimó que la producción se incrementará en un 5% anual.

Para determinar los diferentes costos en los años siguientes, se consideró el análisis de la inflación en el país. Así se utilizó una tasa del 5% anual.

El costo unitario de producción aumentará gradualmente, esto se debe a que la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación aumentan en un porcentaje estimado del 5% anual a causa de la inflación.

CUADRO N°26

COSTOS POR LÍNEA PRODUCCIÓN 1 AÑO

DETALLE	JUEGO DE COMEDOR	JUEGO DE SALA	JUEGO DE DORMITORIO (CAMA)	TOTAL 1 AÑO
Materia prima	90,750.00	138,400.00	57,300.00	286,450.00
Mano de obra directa	31,475.19	40,288.25	25,180.16	96,943.60
CIF	3,420.00	3,420.00	3,420.00	10,260.00
TOTAL	125,645.19	182,108.25	85,900.16	393,653.60

CUADRO N°27: COSTO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

PONDERACIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

TIPO DE MUEBLES	JUEGO DE COMEDOR	JUEGO DE SALA	JUEGO DORMITORIO (CAMA)	TOTAL
Producción por tipo de muebles	250	320	200	770
Demanda ponderada	32%	42%	26%	100%
MANO DE OBRA DIRECTA PONDERADA	31,475.19	40,288.25	25,180.16	96,943.60
MANO DE OBRA DIRECTA PONDERADA	125.90	125.90	125.90	125.90

CUADRO N°28: COSTOS INDIRECTOS

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	
CONCEPTO	VALOR TOTAL
Servicios básicos	720.00
Gastos de mantenimiento y reparaciones	1,000.00
Combustibles y lubricantes	500.00
Mantenimiento de maquinarias y equipos	1,200.00
TOTAL	3,420.00

**CUADRO N°29: COSTO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD Y PRODUCCIÓN TOTAL
(JUEGO DE COMEDOR, JUEGO DE SALA Y JUEGO DE DORMITORIO-CAMA)**

MATERIA PRIMA PARA JUEGO DE COMEDOR				
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	REQUERIMIENTO	CTO. UNIT.	TOTAL
Tablones	Unidad	1750	40.00	70,000.00
Blancola	Galón	250	18.00	4,500.00
Lijas	Pies	500	2.50	1,250.00
Lacas	Litros	750	7.50	5,625.00
Sellador	Litros	750	7.50	5,625.00
Diluyente	Litros	750	5.00	3,750.00
MATERIA PRIMA PARA 250 JUEGOS DE COMEDOR			\$ 80.50	\$ 90,750.00
MATERIA PRIMA PARA DE 1 JUEGO DE COMEDOR				\$ 363.00

MATERIA PRIMA PARA JUEGO DE SALA				
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	REQUERIMIENTO	CTO. UNIT.	TOTAL
Tablones	Unidad	2560	40.00	102,400.00
Blancola	Galón	480	18.00	8,640.00
Lijas	Pies	3200	2.50	8,000.00
Lacas	Litros	960	8.00	7,680.00
Sellador	Litros	960	8.00	7,680.00
Diluyente	Litros	800	5.00	4,000.00
MATERIA PRIMA PARA 320 JUEGOS DE SALA			\$ 81.50	\$ 138,400.00
MATERIA PRIMA PARA DE 1 JUEGO DE SALA				\$ 432.50

MATERIA PRIMA PARA JUEGO DE DORMITORIO (CAMA)				
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	REQUERIMIENTO	CTO. UNIT.	TOTAL
Tablones	Unidad	800	40.00	32,000.00
Tablas	Metros	600	25.00	15,000.00
Ángulos de Acero	Juego	200	5.00	1,000.00
Lijas	Pies	1200	2.50	3,000.00
Lacas	Litros	300	8.00	2,400.00
Sellador	Litros	300	8.00	2,400.00
Diluyente	Litros	300	5.00	1,500.00
MATERIA PRIMA PARA 200 CAMAS			\$ 93.50	\$ 57,300.00
MATERIA PRIMA PARA DE 1 CAMA				\$ 286.50

4.13.6. Ingresos

Los resultados obtenidos del análisis realizado de la demanda del mercado, en un escenario equitativo, las ventas anuales esperadas se encontrarían alrededor de los \$ 590,480.40 para el primer año y aumentarían de manera significativa en los siguientes años.

Este dato constituye la base para la determinación de una demanda posible a ser captada por nuestra empresa, sin embargo, para conseguir dicho estimado se requiere de información adicional y del establecimiento de una serie de supuestos que permitan medir el mercado de manera confiable.

Para la proyección de las ventas se estima una tasa de crecimiento anual del 5% tanto en la producción como en el precio. (Ver anexo N°12).

CUADRO N°30: RESUMEN PROYECCIÓN DE VENTAS

AÑO	JUEGO DE COMEDOR	JUEGO DE SALA	JUEGO DE DORMITORIO (CAMA)	TOTAL INGRESOS POR VENTAS
1	188,467.79	273,162.37	128,850.23	590,480.40
2	207,785.74	301,161.52	142,057.38	651,004.64
3	229,083.78	332,030.57	156,618.26	717,732.62
4	252,564.87	366,063.71	172,671.64	791,300.21
5	278,452.77	403,585.24	190,370.48	872,408.48
6	306,994.17	444,952.72	209,883.45	961,830.35
7	338,461.08	490,560.38	231,396.51	1,060,417.96
8	373,153.34	540,842.82	255,114.65	1,169,110.80
9	411,401.55	596,279.20	281,263.90	1,288,944.66
10	453,570.21	657,397.82	310,093.45	1,421,061.49

4.14. EVALUACIÓN FINANCIERA

La presente evaluación financiera nos permitirá conocer el rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.

4.14.1. Estados Financieros Proyectados

Los Estados financieros de la empresa estarán proyectados durante la vida útil de nuestro proyecto que es de 10 años, los mismos que nos permitirán conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades de la empresa a lo largo de cada uno de los años proyectados.

4.14.1.1. Estado de Resultado

Mediante el análisis del Estado de Resultado de la empresa (ver cuadro N° 31), a simple vista podemos observar que las ventas a obtener resultarían atractivas para nuestra empresa. Del total de costos y gastos, el costo de ventas representa un 76% de las ventas, lo cual indica que el producto genera un margen bruto importante, equivalente al 24% del total de ventas. De este rubro, la materia prima, es la más representativa con el 57% del total del costo. Por otro lado, los gastos en administración y ventas, representan aproximadamente el 14% del total de ventas. De dichos gastos el 64% corresponde a aquellos relacionados con sueldos y beneficios sociales del personal, mientras que un 8% corresponde a gastos de promoción y publicidad. Adicionalmente, los gastos financieros representan el 2,66% del total de ventas, con cargos por US \$17,582.00 durante el primer año.

CUADRO N°31: ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO
EXPRESADO EN DÓLARES**

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS	590,480.40	651,004.64	717,732.62	791,300.21	872,408.48	961,830.35	1,060,417.96	1,169,110.80	1,288,944.66	1,421,061.49
IVA	70,857.65	78,120.56	86,127.91	94,956.03	104,689.02	115,419.64	127,250.16	140,293.30	154,673.36	170,527.38
TOTAL INGRESOS	661,338.05	729,125.20	803,860.53	886,256.24	977,097.50	1,077,249.99	1,187,668.12	1,309,404.10	1,443,618.02	1,591,588.87
COSTO VARIABLES										
MATERIA PRIMA	286,450.00	315,811.13	348,181.77	383,870.40	423,217.11	466,596.87	514,423.04	567,151.41	625,284.43	689,376.08
MANO DE OBRA	96,943.60	101,790.78	106,880.32	112,224.33	117,835.55	123,727.33	129,913.70	136,409.38	143,229.85	150,391.34
CIF	10,260.00	11,311.65	12,471.09	13,749.38	15,158.69	16,712.46	18,425.49	20,314.10	22,396.29	24,691.91
Gastos Administrativos	76,547.90	80,375.30	84,394.06	88,613.76	93,044.45	97,696.67	102,581.51	107,710.58	113,096.11	118,750.92
Gastos de Ventas	17,743.20	18,630.36	19,561.88	20,539.97	21,566.97	22,645.32	23,777.58	24,966.46	26,214.79	27,525.53
Gastos de Intereses	17,581.54	15,823.38	14,065.23	12,307.08	10,548.92	8,790.77	7,032.61	5,274.46	3,516.31	1,758.15
Depreciación Equipos de computación	4,930.20	4,930.20	4,930.20	9,860.40	9,860.40	9,860.40	14,790.60	14,790.60	14,790.60	19,720.80
Depreciación Equipos de oficina	669.24	669.24	669.24	669.24	669.24	1,338.48	1,338.48	1,338.48	1,338.48	1,338.48
Depreciación Muebles y Enseres	2,607.66	2,607.66	2,607.66	2,607.66	2,607.66	5,215.32	5,215.32	5,215.32	5,215.32	5,215.32
Depreciación Maquinarias y equipos	3,023.92	3,023.92	3,023.92	3,023.92	3,023.92	6,047.84	6,047.84	6,047.84	6,047.84	6,047.84
Depreciación Infraestructura	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00
TOTAL COSTO OPERATIVOS	520,132.26	558,348.61	600,160.36	650,841.14	700,907.92	762,006.45	826,921.17	892,593.63	964,505.01	1,048,191.37
UTILIDAD OPERATIVA	141,205.79	170,776.59	203,700.17	235,415.09	276,189.58	315,243.54	360,746.95	416,810.47	479,113.01	543,397.50
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	21,180.87	25,616.49	30,555.02	35,312.26	41,428.44	47,286.53	54,112.04	62,521.57	71,866.95	81,509.62
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA	120,024.92	145,160.10	173,145.14	200,102.83	234,761.14	267,957.01	306,634.90	354,288.90	407,246.06	461,887.87
22% IMPUESTO RENTA	26,405.48	31,935.22	38,091.93	44,022.62	51,647.45	58,950.54	67,459.68	77,943.56	89,594.13	101,615.33
UTILIDAD NETA	93,619.44	113,224.88	135,053.21	156,080.21	183,113.69	209,006.47	239,175.23	276,345.34	317,651.92	360,272.54

Es decir, del total de ventas estimadas durante el análisis de la demanda de aproximadamente \$661,338, la utilidad esperada durante el primer año estaría alrededor de los US \$93,619.44; que representaría una ganancia neta del 14% en relación al total de las ventas, y un 38% del total de la inversión realizada, conclusión que nos lleva a determinar que el proyecto es factible.

4.14.1.2. Balance General

El balance general de la empresa ARTESANOS DE LA MADERA S.A., está proyectado a diez años que corresponde a la vida útil del proyecto, en él se detallan cada uno de los recursos financieros, principalmente los activos, las obligaciones por pagar, y el patrimonio con que se cuenta cada año.

El préstamo bancario se termina de pagar en el año 9, lo cual demuestra la capacidad de endeudamiento, a la vez se hace énfasis al patrimonio que cada año incrementa.

Para el primer año el total de activos es de \$ 323,156.16, mientras que los pasivos ascienden a \$ 131,861.52, el capital es de \$ 97,675.20, y la utilidad del negocio es de \$ 93,619.44, como puede observarse en el cuadro N°32.

CUADRO N°32: BALANCE GENERAL PROYECTADO

**BALANCE GENERAL
EXPRESADO EN DÓLARES**

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS										
ACTIVO CORRIENTE										
EFFECTIVO	114,574.18	227,753.80	362,761.75	523,726.89	711,725.52	931,917.75	1,187,208.93	1,479,670.23	1,813,438.11	2,194,756.81
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	114,574.18	227,753.80	362,761.75	523,726.89	711,725.52	931,917.75	1,187,208.93	1,479,670.23	1,813,438.11	2,194,756.81
ACTIVOS FIJOS										
Equipos de computación	16,434.00	16,434.00	16,434.00	16,434.00	16,434.00	16,434.00	16,434.00	16,434.00	16,434.00	16,434.00
Inversión Terreno	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
Equipos de comunicación	3,718.00	3,718.00	3,718.00	3,718.00	3,718.00	3,718.00	3,718.00	3,718.00	3,718.00	3,718.00
Muebles de Oficina	14,487.00	14,487.00	14,487.00	14,487.00	14,487.00	14,487.00	14,487.00	14,487.00	14,487.00	14,487.00
Infraestructura	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00
Equipos y Maquinarias	98,549.00	98,549.00	98,549.00	98,549.00	98,549.00	98,549.00	98,549.00	98,549.00	98,549.00	98,549.00
(-) Dep. Equipos de Computo	-4,930.20	-9,860.40	-14,790.60	-24,651.00	-34,511.40	-44,371.80	-59,162.39	-73,952.99	-88,743.59	-108,464.39
(-) Dep. Equipos de comunicación	-669.24	-1,338.48	-2,007.72	-2,676.96	-3,346.20	-4,684.68	-6,023.16	-7,361.64	-8,700.12	-10,038.60
(-) Dep. Muebles y enseres	-2,607.66	-5,215.32	-7,822.98	-10,430.64	-13,038.30	-18,253.62	-23,468.94	-28,684.26	-33,899.58	-39,114.90
(-) Dep. Maquinrias	-3,023.92	-6,047.84	-9,071.76	-12,095.68	-15,119.60	-21,167.44	-27,215.28	-33,263.12	-39,310.96	-45,358.80
(-) Dep. Infraestructura	-3,375.00	-6,750.00	-10,125.00	-13,500.00	-16,875.00	-20,250.00	-23,625.00	-27,000.00	-30,375.00	-33,750.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	208,581.98	193,975.96	179,369.94	159,833.72	140,297.50	114,460.46	83,693.23	52,925.99	22,158.75	-13,538.69
TOTAL ACTIVOS	323,156.16	421,729.76	542,131.69	683,560.61	852,023.03	1,046,378.21	1,270,902.16	1,532,596.22	1,835,596.86	2,181,218.12
PASIVOS										
PASIVOS A LARGO PLAZO										
PRÉSTAMO BANCARIO	131,861.52	117,210.24	102,558.96	87,907.68	73,256.40	58,605.12	43,953.84	29,302.56	14,651.28	0.00
TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO	131,861.52	117,210.24	102,558.96	87,907.68	73,256.40	58,605.12	43,953.84	29,302.56	14,651.28	0.00
PATRIMONIO										
CAPITAL SOCIAL	97,675.20	97,675.20	97,675.20	97,675.20	97,675.20	97,675.20	97,675.20	97,675.20	97,675.20	97,675.20
UTILIDAD DEL EJERCICIO	93,619.44	206,844.32	341,897.53	497,977.73	681,091.43	890,097.89	1,129,273.12	1,405,618.46	1,723,270.38	2,083,542.92
TOTAL PATRIMONIO	191,294.64	304,519.52	439,572.73	595,652.93	778,766.63	987,773.09	1,226,948.32	1,503,293.66	1,820,945.58	2,181,218.12
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	323,156.16	421,729.76	542,131.69	683,560.61	852,023.03	1,046,378.21	1,270,902.16	1,532,596.22	1,835,596.86	2,181,218.12

4.14.1.3. Flujo de Efectivo

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes para el estudio de un proyecto, en razón de que muestra un resumen de las entradas y salidas de efectivo de una empresa durante un determinado período, además refleja el origen del efectivo generado y utilizado en las actividades de financiación, inversión y operación.

Para realizar el flujo de fondos proyectado, fue necesario tener identificados costos de los productos y los precios, así como también el pronóstico de ventas anual para los diez años siguientes. La proyección de ventas está basada en la capacidad de producción de los artesanos y en un pronóstico de la demanda a 10 años, en donde se consideró un aumento de las ventas del 5%.

Se puede observar en el mismo flujo de fondos, que el punto de equilibrio se logra a partir del primer año, en el cual los ingresos por las ventas son suficientes para cubrir los egresos totales de la compañía. En el anexo 15 vemos que el flujo de efectivo presenta un comportamiento de crecimiento paulatino, durante el primer año arroja un flujo de \$ 93,574.18; y en el segundo año \$ 113,179.62 con un crecimiento promedio del 16% durante la vida útil del proyecto.

CUADRO N°33: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)

EXPRESADO EN DÓLARES

FLUJO DE EFECTIVO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS NETOS	661,338.05	729,125.20	803,860.53	886,256.24	977,097.50	1,077,249.99	1,187,668.12	1,309,404.10	1,443,618.02	1,591,588.87
COSTOS OPERATIVO	505,526.24	543,742.59	585,554.34	631,304.92	681,371.70	736,169.41	796,153.93	861,826.39	933,737.77	1,012,493.93
PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	21,180.87	25,616.49	30,555.02	35,312.26	41,428.44	47,286.53	54,112.04	62,521.57	71,866.95	81,509.62
PAGO DE PRESTAMO	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28
PAGO DE IMPUESTO	26,405.48	31,935.22	38,091.93	44,022.62	51,647.45	58,950.54	67,459.68	77,943.56	89,594.13	101,615.33
CASH FLOW	93,574.18	113,179.62	135,007.95	160,965.15	187,998.63	220,192.23	255,291.18	292,461.30	333,767.88	381,318.70

4.14.1.4. Flujo de caja para evaluación

CUADRO N°34: ESTADO DE FLUJO DE INVERSION (CASH FREE)

**ESTADO DE FLUJO DE INVERSION (CASH FREE)
EXPRESADO EN DÓLARES**

FLUJO DE EFECTIVO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS NETOS		661,338.05	729,125.20	803,860.53	886,256.24	977,097.50	1,077,249.99	1,187,668.12	1,309,404.10	1,443,618.02	1,591,588.87
COSTOS OPERATIVO		505,526.24	543,742.59	585,554.34	631,304.92	681,371.70	736,169.41	796,153.93	861,826.39	933,737.77	1,012,493.93
PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		21,180.87	25,616.49	30,555.02	35,312.26	41,428.44	47,286.53	54,112.04	62,521.57	71,866.95	81,509.62
PAGO DE PRESTAMO		14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28
PAGO DE IMPUESTO		26,405.48	31,935.22	38,091.93	44,022.62	51,647.45	58,950.54	67,459.68	77,943.56	89,594.13	101,615.33
CASH FLOW		93,574.18	113,179.62	135,007.95	160,965.15	187,998.63	220,192.23	255,291.18	292,461.30	333,767.88	381,318.70

CASH FREE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión Equipos de computación	(16,434.00)	-	-	(16,434.00)	-	-	(16,434.00)	-	-	(16,434.00)	-
Inversión Equipos de Comunicación	(3,718.00)	-	-	-	-	(3,718.00)	-	-	-	-	-
Inversión Maquinarias, Equipos y Herramientas	(98,549.00)	-	-	-	-	(98,549.00)	-	-	-	-	-
Inversión Muebles y Enseres	(14,487.00)	-	-	-	-	(14,487.00)	-	-	-	-	-
Inversión Terrenos	(15,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Infraestructura	(75,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Capital de Trabajo	(21,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Recuperación Equipos de computación		-	-	1,643.40	-	-	1,643.40	-	-	1,643.40	-
Recuperación Equipos de oficina		-	-	-	-	371.80	-	-	-	-	371.80
Rcuperación Maquinarias y herramientas		-	-	-	-	9,854.90	-	-	-	-	9,854.90
Recuperación Muebles de Oficina		-	-	-	-	1,448.70	-	-	-	-	1,448.70
Recuperación Capital de Trabajo		-	-	-	-	-	-	-	-	-	21,000.00
FLUJO DE INVERSIÓN	(244,188.00)	93,574.18	113,179.62	120,217.35	160,965.15	82,920.03	205,401.63	255,291.18	292,461.30	318,977.28	413,994.10

Mediante el flujo de fondos, que se puede observar en el cuadro 34, se pudo determinar que aunado a la Inversión Inicial, el capital de trabajo necesario para cubrir los gastos de los primeros meses de operación del negocio previo al punto de equilibrio es de un total de \$21,000, el cual se logra recuperar a partir del primer año.

Al efectuar todos los desembolsos o gastos se puede evidenciar el comportamiento, que en el primero año es de \$ 93,574.18, y tal como podemos apreciar durante el periodo de vida del proyecto los flujos futuros aumentan paulatinamente, lográndose recuperar la inversión en el tercer año.

4.14.2. Indicadores de rentabilidad de la Inversión

4.14.2.1. Valor Presente Neto

Considerando que el valor actual neto es una técnica en evaluación de proyectos que nos permite emitir un criterio cuantitativo si el proyecto genera o no ganancia, tal como podemos observar en el cuadro N°35 el valor actual neto del proyecto es positivo a la tasa de descuento dada del 12%, y asciende a la cantidad de \$ 750,487.38; es decir, se cubren todos los costos/gastos e inversiones a valores presentes y se tiene un excedente igual a la cantidad antes mencionada.

Siendo el VAN mayor que 0 y su rendimiento superior a su costo de capital, este VAN resulta ser atractivo porque permitirá analizar la seguridad de autofinanciamiento, es decir, la posibilidad de que el emprendimiento genere un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial por lo que se convertirá en un proyecto muy atractivo.

CUADRO N°35: VALOR PRESENTE NETO

AÑOS	FLUJO INVERSIÓN
0	(244,188.00)
1	93,574.18
2	113,179.62
3	120,217.35
4	160,965.15
5	82,920.03
6	205,401.63
7	255,291.18
8	292,461.30
9	318,977.28
10	413,994.10
VAN	\$ 750,487.38
TIR	51.14%

4.14.2.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno en el caso de nuestro proyecto tenemos que la TIR asciende al 51%, es decir, que el retorno del proyecto es suficiente para compensar el costo de oportunidad del dinero y además produce un rendimiento adicional por lo tanto se torna atractiva para cualquier inversionista.

CUADRO N°36: TIR

TASA DE DESCUENTO	TIR
12%	51.14%

La tasa interna de retorno supera en 51% puntos a la tasa de descuento, lo que significa que el costo de oportunidad de invertir en el proyecto es menor que el costo de oportunidad de invertir el mismo capital en instituciones financieras.

4.14.2.3. Período de Retorno de la Inversión

El período de recuperación del capital se conoce como el tiempo en el cual recupero la totalidad de la inversión. En el caso de la empresa “ARTESANOS DE LA MADERA S.A.” se podrá recuperar la inversión en un tiempo de 2 años 3 meses aproximadamente.

CUADRO N° 37 RETORNO DE LA INVERSIÓN

	FLUJO DE INVERSIÓN	RECUPERACIÓN
0		(244,188.00)
1	93,574.18	(150,613.82)
2	113,179.62	(37,434.20)
3	120,217.35	82,783.15
4	160,965.15	243,748.29
5	82,920.03	326,668.32
6	205,401.63	532,069.95
7	255,291.18	787,361.13
8	292,461.30	1,079,822.43
9	318,977.28	1,398,799.71
10	413,994.10	1,812,793.81

Para el cálculo exacto de los meses debemos restar de la inversión inicial el flujo acumulado del año que más se aproxime a la inversión y dividimos para el último flujo, como se muestra en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{244,188.00 - 113,179.62}{413,994.10}$$

$$n = 0.32$$

4.14.2.4. Análisis costo – beneficio

La relación costo beneficio es la comparación del Valor Actual Neto (VAN) sobre la inversión inicial.

$$RBC = \frac{VAN}{INVERSIÓN}$$

$$RBC = \frac{750,487.38}{244,188.00}$$

$$RBC = 3.07$$

Se puede concluir que por cada dólar de egreso descontado tendrá \$ 3.07 de ingreso, considerando una tasa de descuento del 12%. La relación Costo-Beneficio que el proyecto generará es de \$ 3.07 por cada dólar invertido, es decir, que es recomendable para nuestro proyecto ya que $RCB > 1$.

Análisis general de los Indicadores de rentabilidad de la Inversión:

Realizando un análisis de los indicadores de rentabilidad, se llega a la conclusión de que a la tasa de rendimiento requerida del 12 %, los valores obtenidos con los indicadores conducen a la aceptación del proyecto: el VAN es positivo, la TIR es mayor que la tasa de referencia y la RBC es mayor que 3. El VAN positivo obtenido manifiesta que el proyecto está en condiciones de devolver el capital invertido, de pagar una tasa del 12 % de interés anual y de generar excedentes por un monto de \$ 750,487.38 a los diez años. Es decir, en otros términos, el VAN positivo significa que el retorno esperado de la inversión es mayor que el 12 % anual. Efectivamente, ese retorno es del 51 % anual, que por definición representa la TIR. Si se exigiesen retornos del capital superiores al 51 % el proyecto no sería recomendable. Por otra parte la Relación Costo-Beneficio es superior a 3. El índice hallado de 3,07 expresa que los ingresos superan 3,07 veces los costos del proyecto, ambos descontados al momento presente. El valor del pay-back señala que se necesitan 2 años 3 meses para recuperar la inversión inicial.

4.14.2.5. Punto de Equilibrio

Para efectos del cálculo del punto de equilibrio se utilizó la técnica de la mezcla de ventas considerando que existen diferentes comportamientos de gustos y preferencias en cuanto a las líneas de producción que ofrece el proyecto. Los precios y costos fueron ponderados (promedios ponderado) de acuerdo a la demanda existente de las líneas de producción, se consideró como indicador el porcentaje de niveles de preferencias de los productos que se ofrecerán al mercado. Los resultados se pueden apreciar en los anexos N° 16 y 17.

DATOS

PRECIO VTA. UNITARIO	766.86
UNIDADES VENDIDAS	770.00
INGRESO TOTAL	590,480.40
COSTO FIJO TOTAL	136,738.66
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)	393,653.60
COSTO VARIABLE UNITARIO= CVT/N UNID. VENDIDAS	511.24
CANTIDAD DE EQUILIBRIO	535
VALOR MONETARIO DE EQUIL	410,215.97

Punto de equilibrio en unidades

$$Pe(u) = \frac{CF}{(PV - CV)}$$

$$Pe(u) = \frac{136,738.66}{(766.86 - 511.24)}$$

$$Pe(u) = 535$$

Punto de equilibrio en dólares

$$Pe(\$) = \frac{CF}{1 - (CV/PV)}$$

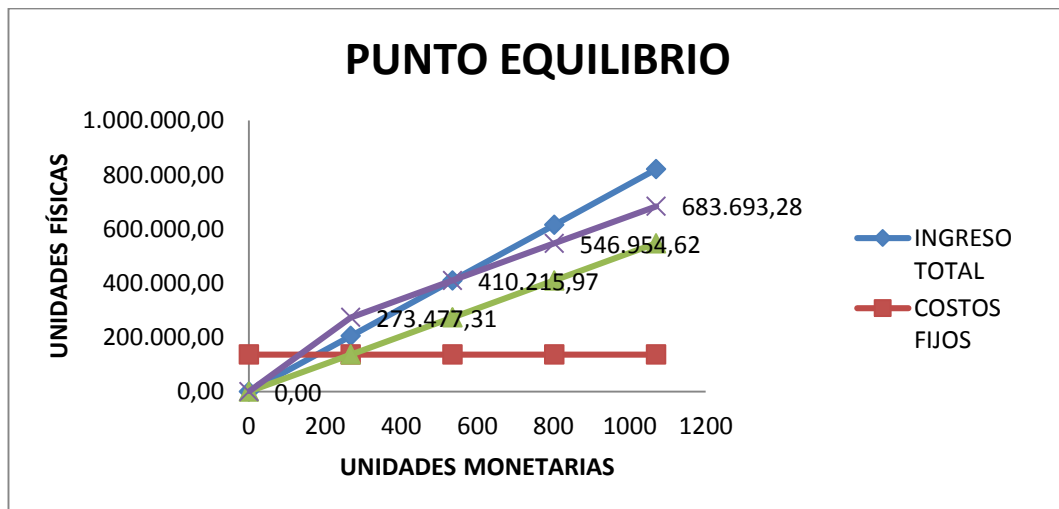
$$Pe(u) = \frac{136,738.66}{1 - (393,653.60/766.86)}$$

$$Pe(\$) = 410,215.97$$

CUADRO N°38 PUNTO DE EQUILIBRIO

A	B	C=(AxB)	D	E	F=(BxE)	G=(D/F)
PRECIO VTA. UNIT.	CANTIDAD	INGRESO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR. UNIT.	COSTO VAR. TOTAL	COSTO TOTAL
766.86	0	0.00	136,738.66	511.24	0.00	0.00
766.86	267	205,107.98	136,738.66	511.24	136,738.66	273,477.31
766.86	535	410,215.97	136,738.66	511.24	273,477.31	410,215.97
766.86	802	615,323.95	136,738.66	511.24	410,215.97	546,954.62
766.86	1070	820,431.93	136,738.66	511.24	546,954.62	683,693.28

GRÁFICO N°26 PUNTO DE EQUILIBRIO



De acuerdo al análisis efectuado el punto de equilibrio de la COMPAÑÍA ARTESANOS DE LA MADERA S.A que permiten establecer una economía rentable para cubrir sus costos y gastos, es de \$ 410,215.97 de ventas totales, es decir, la empresa tendría que vender 535 unidades distribuidas por línea de producción así: 174 unid. de juegos de comedor, 222 unid. de juegos de sala y 139 unid. de camas a un precio ponderado de \$ 766.86. (Ver anexos N° 16 y 17).

4.14.2.6. Análisis de sensibilidad

CUADRO N°39 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ESCENARIOS DE SENSIBILIDAD				
VARIABLES	OPTIMISTA		PESIMISTA	
	TENDENCIA	% VARIACIÓN	TENDENCIA	% VARIACIÓN
PRECIO	DISMINUCIÓN	2%	AUMENTO	2%
DEMANDA	AUMENTO	20%	DISMINUCIÓN	20%

ESCENARIOS DE SENSIBILIDAD			
INDICADORES	OPTIMISTA	PESIMISTA	PROBABLE
PRECIO	751.51	782.19	766.86
DEMANDA	924	616	770
RESULTADO			
VAN	1,065,452.61	406,338.07	750,487.38
TIR	67%	34%	51%
PRI	2 años	4 años	3 años

Mediante el análisis de sensibilidad se estudiaron los diferentes escenarios que podrían ocurrir al efectuar un cambio en las variables del precio y la demanda, tomando en consideración las restricciones que pudieran existir en el sector, al producirse una reducción en la demanda del 20% y un incremento en el precio del 2%, lo que arrojaría una reducción del VAN de \$ 750,487.38 a \$ 406,338.07 y una TIR del 51% al 34% lo que extiende a la recuperación de la inversión de 3 a 4 años, sin embargo el proyecto sigue siendo factible, en el escenario pesimista.

En cambio, en el escenario Optimista, un incremento de la demanda del 20% de 770 a 924 unidades y una disminución en el precio del 2%, daría como resultado un incremento del VAN a \$ 1,065,452.61 y aumento de la TIR del 67% y por ende una reducción de la recuperación del capital a 2 años, por lo que continua siendo factible en este escenario el proyecto.

Considerando el análisis con los escenarios creados el proyecto no tiene riesgo de que no sea factible, es decir, no hay aversión al riesgo.

4.14.3. Coeficientes de rentabilidad

4.14.3.1. Valor agregado

El producto que se ofertará al mercado está elaborado por madera de óptima calidad con una durabilidad de varios años, por ser construido con madera dura como es el guayacán blanco y veteado, uno de los materiales que ha caracterizado a los artesanos de esta parroquia desde sus inicios, además por la realización de excelentes diseños que son del gusto de los clientes locales, nacionales y extranjeros residentes en el Ecuador.

4.13.3.2. Generación de empleos

Con la creación de la COMPAÑÍA ARTESANOS DE LA MADERA S.A se generará fuentes de empleo, especialmente a los artesanos de la parroquia que se dedican a esta actividad y a los ayudantes de cada uno de los talleres ebanistería.

4.13.3.3. Beneficios socio económicos

La sostenibilidad social y económica, se alcanza cuando la empresa logra ser reconocida como un bien por la comunidad que será útil para mejorar el desarrollo productivo del sector. De esta manera la puesta en marcha de la empresa aportará también a generar puestos de trabajo, siendo muy beneficioso para los habitantes de Atahualpa.

CONCLUSIONES

- Los resultados de la investigación nos llevan a comprobar la hipótesis, puesto que la evaluación económica y financiera nos demuestran que es un proyecto económicamente rentable, al utilizar los indicadores como el VAN y TIR como criterio para decidir la aceptación del proyecto y al haber resultado ambos positivos, queda demostrado que el proyecto genera una rentabilidad excedente al costo de oportunidad, con lo cual resulta conveniente realizar la inversión y puede ser puesto en marcha.
- La falta de emprendimiento ocasiona la pérdida de oportunidades, así como la falta de conocimientos de los beneficios que traería al sector la puesta en marcha de un proyecto como éste, puesto que reactivaría un sector importante de la economía, además generaría fuentes de empleo para las zonas que actualmente se encuentran improductivas contribuyendo de esta manera al fortalecimiento de la matriz productiva.
- La creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles de madera, sería innovadora en la provincia de Santa Elena, ya que al momento en el mercado de Atahualpa, solo existen pequeños talleres dedicados a esta labor.
- En la actualidad la elaboración de esta clase de muebles, se ha constituido en una especial fuente de trabajo, que contribuye a la dinamización de la economía de Atahualpa, especialmente en su aspecto humanizante, por tal motivo es importante aprovechar este nicho de mercado que contribuye al desarrollo del sector.

- Los resultados de la evaluación económica y financiera nos demuestran que el proyecto es económicamente rentable si se siguen los parámetros establecidos de ingresos, costos y tasa mínima de referencia. El proyecto ofrece una rentabilidad del 51 % por año, tasa que supera la mínima requerida del 12 %. A esta tasa de referencia, el proyecto genera excedentes de \$ 750,487.38 a valores actuales y la inversión retorna a los 2 años 3 meses, período bastante breve como para concluir que la inversión no implica grandes riesgos desde la óptica de este indicador.

RECOMENDACIONES

- Que el Gobierno autónomo descentralizado de Atahualpa y los artesanos de este sector acojan esta propuesta que principalmente beneficiaría a los artesanos, debido que a pesar de que tienen años desarrollando esta actividad presentan falencias en lo concerniente a una adecuada gestión administrativa y comercialización de los productos, por lo que se busca es la integración de los artesanos para que puedan comercializar sus productos en un lugar específico de forma organizada e impulsando procesos productivos amigables con el medio ambiente.
- Desarrollar una propuesta dirigida a unificar mediante la asociatividad, la actividad artesanal a través de la creación de una compañía de producción y comercialización de productos de madera, de tal manera que ésta permita mejorar las condiciones en que se desarrolla la producción de muebles, tomando en cuenta que el gobierno está dando considerables apoyos, especialmente a proyectos que contribuyan al fortalecimiento de la matriz productiva lo cual crea un ambiente favorable para el lanzamiento del proyecto.
- Aprovechar la poca existencia de negocios que ofrecen muebles de calidad para desarrollar nuevos mercados potenciales dentro y fuera de la provincia, considerando abastecer a aquellos clientes insatisfechos, entregando productos de calidad, teniendo en cuenta los criterios de comodidad y seguridad para el consumidor ofreciendo nuevas y diversas alternativas dentro de un mercado cambiante.
- Que los artesanos formalicen acercamiento con instituciones que brinden facilidades necesarias para las actividades productivas del sector artesanal con alguna línea de crédito no reembolsable por las instituciones públicas para el fortalecimiento de MyPimes, todo esto,

con la finalidad de que mejoren la producción y comercialización de los productos de madera.

- Ejecutar el proyecto de creación de una compañía de producción y comercialización de productos de madera en la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena, bajo las condiciones propuestas puesto que una vez realizado el estudio de factibilidad respectivo, se determinó que genera puestos de trabajo y aporta a la economía del país, por lo tanto es viable, rentable y puede ser puesto en marcha.

BIBLIOGRAFÍA

Anzola, S. (2010). Administración de pequeñas empresas. Madrid-España: McGraw-Hill. Tercera Edición.

Baca, G. (2010). Proyectos de Inversión. México: McGraw Hill.

Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Colombia: Prentice Hall. Tercera Edición.

Brighan, E. (2005). Fundamentos de Administración Financiera, México: Thomson.

Constitución Política de la República del Ecuador. (2008). Título V Organización Territorial del Estado. Capítulo primero. Principios generales.

CORPEI (2009). Perfiles de maderas y elaborados.

Delgado, E. & J. Samaniego. (2006). Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico de la Península de Santa Elena 2007 – 2014. ARD3D, USAID. Ecuador.

ESPOL, Mapas Temáticos de la Península de Santa Elena, 2002.

Flores, J. (2007). Proyecto de Inversión para PYMES. Colombia: Ecoe.

Flores, J. (2010). Proyectos de inversión para las PYME: Creación de empresas. Bogotá - Colombia: Ecoe Ediciones. Segunda Edición.

Gaither, N. y Frazier, G. (2000). Administración de producción y operaciones. México: Internacional Thomson Editores. Cuarta Edición.

Hernandez, R.; Fernández, C.; y Baptista, M. (2010). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill. Quinta Edición.

Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales. Bogotá - Colombia: Limusa S.A. Cuarta Edición.

Méndez, C. (2006). Metodología: Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con énfasis en ciencias empresariales. Tercera Edición. McGraw-Hill.

Meza, J. (2013). Evaluación financiera de proyectos. Bogotá - Colombia: Ecoe Ediciones. Tercera Edición.

MIPRO. (2011). Agenda para la transformación Productiva Territorial. Provincia de Santa Elena.

Nio, V. (2010). Metodología de la investigación: Diseño y ejecución. Bogotá-Colombia: Ediciones de la U.

Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013. Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural, Ecuador, p. 368.

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2012-2016 del Gobierno autónomo descentralizado parroquial de Atahualpa. (2012).

Sapag, N. (2011). Proyectos de inversión formulación y evaluación. Chile: Prentice Hall. Segunda Edición.

Sautu, R., Boniolo, P., & Dalle, P. (2010). Manual de Metodología: Construcción del marco teórico, Formulación de los objetivos y elección de la Metodología. Argentina: CLACSO.

Thompson, A.; Gamble, J.; Peteraf, M.; y Strickland, A. (2012). Administración estratégica. México: McGraw-Hill. Décima octava Edición.

Varela, R. (2008). Innovación Empresarial Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Colombia: Pearson Educación.

Varela, R. (2010). Evaluación Económica de proyectos de Inversión. Colombia: McGraw-Hill. Séptima Edición.

Velazquez, G. (2012). Administración de los sistemas de producción. México: Limusa S.A. Sexta Edición.

ANEXOS

ANEXO N° 1. REQUISITOS PARA DAR INICIO A LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA EMPRESA

1. Reserva del nombre en la página web de la Superintendencia de Compañías.
2. Una vez aprobado el nombre, se lleva el documento al Banco de preferencia de los socios, con la presentación de los datos de los accionistas y el correspondiente valor al 25% del capital de la empresa.
3. Se eleva a escritura pública la minuta de la empresa en una Notaría Pública; en dicha minuta estarán detallados todos los lineamientos de las actividades.
4. Presentación de 4 copias notariadas de la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para que esta emita una resolución de constitución, que se debe publicar en un periódico de amplia circulación de la Provincia.
5. Registro de los nombramientos del presidente y el Gerente General en el Registro Mercantil del Cantón.
6. Se presentan las escrituras notariadas en el SRI, la resolución de constitución de la compañía, una nómina de accionistas facilitada por la Superintendencia de Compañías, nombramientos originales registrados y copias de los mismos y los formularios 01-A y 01-B, para detallar la dirección principal, actividades económicas, datos de los accionistas y el representante legal, con copia a color de cédula actualizada y certificado de votación vigente de todos ellos. De esa manera se obtiene en Registro Único de Contribuyente (RUC).
7. Permiso de funcionamiento del Municipio de Santa Elena.
8. Permiso del Departamento de Ambiente del Municipio de Santa Elena.
9. Permiso del Cuerpo de Bomberos de Santa Elena.
10. Certificados de salud ocupacional de los trabajadores de la empresa, para posterior permiso de la Dirección Provincial de Salud.

ANEXO N° 2. MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008

Título VI.- Régimen de Desarrollo. Capítulo VI.- Trabajo y Producción

Sección I.- Formas de organización de la producción y su gestión.

Art. 319 indica que: “Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas”.

CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN, 2012

En el Título I.- Objetivo y ámbito de aplicación y los artículos 1 y 2 indican lo siguiente:

“Art. 1.- Se rigen por la presente normativa, todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

Art. 2.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual, la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.”

Capítulo I Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

De la Democratización de la Transformación Productiva y el Acceso a los Factores de Producción

Art. 57.- Democratización productiva.- El Estado protegerá a la agricultura familiar y comunitaria como garantes de la soberanía alimentaria, así como también a la artesanía, al sector informal urbano y al micro, pequeña y mediana empresa, implementando políticas que regulen sus intercambios con el sector privado.

Art. 58.- De la implementación de procesos de Democratización de la transformación productiva.- El Consejo Sectorial de la Producción diseñará y vigilará la efectiva implementación de la política de democratización de la transformación productiva, a través del diseño e implementación de programas específicos que permitan el acceso efectivo a los factores de producción como la tierra y el capital, entre otros.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

Capítulo VI: Trabajo y producción

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad se encarga de velar porque todos los esfuerzos de las entidades vinculadas a la producción, empleo y competitividad sean exitosos y logren un Ecuador inclusivo, positivo y en potencia, generador de empleo de calidad, productivo y competitivo, con políticas públicas integrales, e impulsado por una transformación productiva, y la cooperación público-privada comprometida con la equidad, el desarrollo y el buen vivir.

LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Título I.- Normas generales. Capítulo I.- Marco conceptual y clasificación

Art. 1.- Se entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en caso de las colectivas, tienen simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital.

LEY DE FOMENTO ARTESANAL

Título I.- Generalidades.

Art. 1.- Esta ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, asociaciones, cooperativas, gremios o unidades artesanales, a la producción de bienes o servicios y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamental manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose de los terrenos y edificios, el monto señalado por la ley.

LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO

Esta ley fue promulgada el 24 de agosto del 2009 por medio del Congreso Nacional, y en ella los artesanos deben registrarse para que puedan defender sus derechos de acuerdo a la legislación ecuatoriana.

Art. 1.- Los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por si mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

LEY DE COMPAÑÍAS

Sección I.- Disposiciones Generales

Art. 1.- Contrato de compañías es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Sección II.- Constitución y Razón Social

Art. 43.- El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar. Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito. Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos.

Sección II.- Administración

Art. 45.- El administrador o administradores se entenderán autorizados para realizar todos los actos y contratos que fueren necesarios para el cumplimiento de los fines sociales. Con todo, en el contrato social se podrá establecer limitación a estas facultades. Los administradores llevarán la contabilidad y las actas de la compañía en la forma establecida por la Ley y tendrán su representación judicial y extrajudicial.

Sección V.- Responsabilidad de los socios

Art. 114.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones legales.

De la Ley de Compañías, se desglosan varios artículos de interés para la constitución de la empresa, en primera instancia se sugiere la unión de varias personas las cuáles van a conformar la empresa o asociación para desarrollar una actividad de los cuáles se generarán utilidades que serán beneficiosas para todos los que la conformen.

DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Art. 3.-De la Inscripción Obligatoria.- especifica que: "Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyente.

Art 5.-Del Número de Registro.- El Servicio de Rentas Internas, establecerá, el sistema de numeración que estime más conveniente para identificar a las personas jurídicas, entes sin personalidad jurídica, empresas unipersonales, nacionales y extranjeras, públicas o privadas.

DE LOS PERMISOS QUE SE DEBE OBTENER

Para establecer legalmente un negocio se debe cumplir con los siguientes permisos de ley:

DEL CUERPO DE BOMBEROS

Según el art. 35 de la Ley de defensa contra incendios que habla sobre las Facultades especiales de los Primeros Jefes de Cuerpos de Bomberos.

DE LOS QUE OTORGA EL MUNICIPIO

Impuesto de Patentes Municipales: Establésese el impuesto de patentes municipales que se aplicará de conformidad como lo que determina la Ley Orgánica de Régimen Municipal.

Art. 364.- Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago del impuesto todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Art. 365.- Para ejercer una actividad económica de carácter comercial o industrial se deberá obtener una patente, anual, previa inscripción en el registro que mantendrá para estos efectos, cada municipalidad.

ANEXO N° 3. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL PERSONAL

Gerente

- Emite todas las políticas necesarias para todas las áreas,
- Máxima autoridad de la empresa
- Órgano responsable de todos los recursos: económicos, materiales y humanos
- Persona indicada para la comercialización, financiero y marketing
- Aprueba la compra de materia prima, insumos y materiales.

Perfil

- Persona preparada con estudios superiores (Ingeniería comercial)
- Experiencia mínima de 3 años en gerencia de empresas
- Valores: puntualidad, fidelidad, honradez
- Líder y que sepa delegar tareas

Supervisor de Planta

- Es la máxima autoridad en la producción
- Se dedica al asesoramiento personalizado a cada uno de los obreros.
- Encargado de realizar el respectivo control de calidad de todos los procesos.

Perfil

- Estudios superiores en ingeniería comercial
- Experiencia mínima de 2 años en el área de producción
- Puntualidad, fidelidad, honradez
- Líder y que sepa delegar tareas en el taller
- Creatividad para el diseño de nuevos modelos.

Jefe de Ventas y comercialización

- Persona encargada de la atención al cliente
- Responsables de realizar los pedidos, cotizaciones

Perfil

- Estudios superiores en Marketing
- Experiencia 2 años en el área de ventas
- Ser extrovertido, amable, cordial con el fin de llegar a los clientes.

Contador

- Persona encargada del manejo de la contabilidad
- Elaborar y firmar los documentos de controles tributarios
- Llevar e control del pago de impuestos, pago seguro social, gastos generales
- Efectuar el registro y control de compras (materiales y materia prima)

Perfil

- Estudios superiores en Contabilidad o Ingeniería Comercial
- Experiencia 2 años en áreas afines

Secretaria-Recepcionista

- Apoyar y llevar la agenda del gerente general
- Llevar y mantener actualizado el archivo
- Recibir y despachar la correspondencia
- Atención al público

Perfil

- Estudios superiores
- Experiencia 2 años en esta área

Asistente

- Apoyar las actividades del Gerente y Contador
- Llevar el registro contable

Perfil

- Estudios superiores
- Experiencia 2 años en esta área

Bodeguero

- Despachar los materiales y suministros como disponga la empresa.
- Realizar informes de bodega cada semana sobre el movimiento de bodega

Perfil

- Estudios superiores
- Experiencia 2 años en esta área

Carpinteros

- Persona con experiencia en el elaborado de muebles para el hogar
- Son encargados de cortar las piezas para los diferentes modelos y realizar la estructura, armado de piezas

Perfil

- Preparada nivel bachiller
- Experiencia en esta área
- Valores: puntualidad, honradez, fidelidad

Lijadores

- Persona con experiencia en la elaboración de muebles para el hogar
- Encargados del pulido para llegar a dar una forma fina a los muebles

Perfil

- Bachiller
- Experiencia en el área

Lacadores

- Persona con experiencia en la elaboración de muebles para el hogar
- Es la persona encargada de llegar al terminado de los muebles con elegancia

Perfil

- Bachiller
- Experiencia en el área

Talladores

- Persona con experiencia en la elaboración de muebles para el hogar
- Se encarga de realizar diseños innovadores, mano de obra calificada, para realizar el tallado de los muebles, salas, comedor, dormitorios, estudios.

Perfil

- Bachiller
- Experiencia en el área

Tapiceros

- Experiencia en la elaboración de muebles
- Encargado de tapizar los muebles de acuerdo al gusto y preferencia del cliente.

Perfil

- Bachiller
- Experiencia en el área de 2 años

ANEXO N° 4.

ENTREVISTA

Objetivo de la Entrevista: Obtener información sobre la perspectiva que tienen de la parroquia Atahualpa en torno a la Organización y comercialización empresarial.

Nombres y Apellidos del entrevistado: _____

Institución a la que representa: _____

Cargo o puesto que desempeña: _____

Fecha de la entrevista: _____

Nombres y Apellidos del entrevistador: _____

1. ¿Cuál considera usted, que es la principal actividad económica que genera mayores ingresos y es considerada la más destacada en la parroquia Atahualpa?

2. ¿Considera usted que la parroquia Atahualpa ha logrado desarrollar de manera organizativa la producción y comercialización de los productos acabados en madera?

3. ¿Su organización contempla algún tipo de planificación y gestión para la producción y comercialización de los productos acabados en madera?

4. ¿De qué manera cree usted que se beneficiaría la parroquia Atahualpa, si se creara una compañía dedicada a la producción y comercialización de productos de madera?

Firma del entrevistado

ANEXO N° 5.
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ARTESANOS DE LA PARROQUIA
ATAHUALPA

Objetivo de la encuesta: Obtener información para determinar el nivel de aceptación de los artesanos de la parroquia Atahualpa del cantón Santa Elena hacia la Organización y comercialización empresarial.

INSTRUCTIVO: Para contestar este instrumento, sírvase marcar con una X la alternativa, que usted crea conveniente.

I. Información General

Sexo M ☐ F ☐

II Información Específica

1. ¿Considera usted que la parroquia Atahualpa ha logrado desarrollar de manera organizativa la producción y comercialización de los productos acabados en madera?

SI ☐ NO ☐

2. Dentro de las opciones económicas mencionadas a continuación: ¿Cuáles considera usted, que es el más destacado?

Productos acabados en madera ☐ Producción agropecuaria ☐

Recursos Naturales y Culturales ☐ Otros ☐

¿Cuáles? _____

3. ¿Tiene conocimiento de temas relacionados con la organización empresarial?

SI ☐ NO ☐

4. ¿Estaría usted interesado en caso de realizarse un proyecto empresarial que ofrezca facilidades necesarias, y fortalezca la actividad productiva del sector, en participar en el mismo?

SI ☐ NO ☐

5. De impartirse talleres y seminarios de emprendimiento de actividades en relación a la producción y comercialización en productos de madera, estaría usted interesado en participar.

SI ☐ NO ☐

6. De las opciones mencionadas: Cuáles de estas considera que afectan al desarrollo de la producción y comercialización de los productos de madera que produce la parroquia Atahualpa.

Planificación y Gestión local	☐	Servicios Básicos	☐
Vías de acceso	☐	Organización empresarial	☐
Políticas Públicas	☐	Todos	☐
Otros	☐		

¿Cuáles? _____

7. Dentro de las opciones económicas mencionadas a continuación: ¿Cuáles considera usted que debería fortalecerse?

Productos acabados en madera	☐	Producción agropecuaria	☐
Recursos naturales y culturales	☐	Otros	☐

¿Cuáles? _____

8. ¿Con que tipo de financiamiento realizan la actividad de producción y comercialización de los productos de madera artesanales?

Inversión Propia	☐	Inversión de Terceros	☐
Créditos	☐	Otros	☐

¿Cuáles? _____

9. Reciben apoyo de instituciones públicas en el fortalecimiento de MyPimes y producción y comercialización de los productos de madera artesanales.

SI ☐ NO ☐

10. ¿La actividad de producción de los productos de madera es su principal ingreso económico para su familia?

SI ☐ NO ☐

11. ¿A qué mercados, se destina la producción y comercialización de sus productos artesanales?

Localmente ☐ Provincial ☐
Nacional ☐ Internacional ☐
¿Cuáles?

12. ¿Qué productos artesanales ofrecen al consumidor?

Camas ☐ Muebles ☐ Puertas ☐
Juegos de comedor ☐ Anaqueles ☐ Otros ☐
Todo tipo de muebles ☐

13. ¿En qué temporada aumentan la producción y comercialización de sus productos artesanales?

Invierno ☐ Verano ☐

Muchas Gracias.

ANEXO N° 6

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA Y TURISTAS ESTACIONALES

Objetivo de la encuesta: Obtener información para conocer los gustos y preferencias que tienen los consumidores en el mercado de productos de madera.

INSTRUCTIVO: Para contestar este instrumento, sírvase marcar con una X la alternativa, que usted crea conveniente.

I. Información General

Edad: 20 – 30 años ☐ 31 - 41 años ☐ 42 o más ☐

II Información Específica

1. ¿En qué ocasiones visita usted la Parroquia Atahualpa?

Fines de semana ☐
Vacaciones ☐
Feriado ☐

2. ¿En los últimos meses usted ha comprado algún tipo de muebles?

SI ☐ NO ☐

Si su respuesta es NO, pase a la pregunta 5.

3. Qué tipo de producto adquirió

Camas	☐	Muebles	☐	Puertas	☐
Juegos de comedor	☐	Anaqueles	☐	Modular	☐
Ropero	☐	Veladores	☐	Cajoneras	☐
Otros	☐				

4. ¿En qué lugar o tipo de establecimientos usted adquirió el producto?

Centro comercial	☐	Créditos Italia	☐	Costa azul	☐
Mueblería Toledo	☐	Feria Atahualpa	☐	Muebles cuenca	☐
Credimuebles	☐	Feria El Tambo	☐	Otro	☐

5. ¿Por lo general su orientación de compra se basa en:

Estilos y modelos ☐
Precio ☐
Forma de pago ☐

6. ¿Qué tipo de madera usted prefiere a la hora de adquirir un determinado producto?

Guayacán ☐ Amarillo ☐ Cedro ☐
Balsa ☐ Prefabricados ☐ Laurel ☐

7. ¿Qué tipo de muebles usted está próximo a adquirir?

Camas ☐ Muebles ☐ Puertas ☐
Juegos de comedor ☐ Anaqueles ☐ Modular ☐
Ropero ☐ Veladores ☐ Cajoneras ☐
Otros ☐

8. ¿Cómo le gustaría realizar sus compras?

Contado ☐
Crédito personal ☐
Tarjeta de crédito ☐
Cheque ☐

9. ¿Respecto a la calidad de los productos hechos en madera, cómo los considera Usted?

Excelente ☐ Muy bueno ☐
Bueno ☐ Regular ☐

10. De crearse una compañía dedicada a la producción y comercialización de productos de madera en la Parroquia Atahualpa, quiénes cree usted que se beneficiarían.

Artesanos ☐
Comunidad ☐
Clientes ☐
Otros ☐

ANEXO N° 7

MODELO DE JUEGOS DE MUEBLES DE SALA



MODELO DE JUEGOS DE MUEBLES DE COMEDOR



MODELO DE JUEGOS DE DORMITORIOS - CAMAS



ANEXO N° 8. ROL DE PAGOS

#	CARGO	NONIMA DE PAGO				PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES							
		SUELDO	TOTAL INGRESOS anual	APORTE (IESS) INDIVIDUAL	TOTAL A PAGAR	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE (IESS) PATRONAL	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL mensual	TOTAL ANUAL
1	GERENTE ADMINISTRATIVO	1,200.00	14,400.00	112.20	14,287.80	100.00	29.50	50.00	100.00	145.80	425.30	1,625.30	19,503.60
1	CONTADOR	600.00	7,200.00	56.10	7,143.90	50.00	29.50	25.00	50.00	72.90	227.40	827.40	9,928.80
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	800.00	9,600.00	74.80	9,525.20	66.67	29.50	33.33	66.67	97.20	293.37	1,093.37	13,120.40
1	SECRETARIA RECEPCIONISTA	450.00	5,400.00	42.08	5,357.93	37.50	29.50	18.75	37.50	54.68	177.93	627.93	7,535.10
	TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS	3,050.00	36,600.00	285.18	36,314.83	254.17	118.00	127.08	254.17	370.58	1,123.99	4,173.99	50,087.90
1	SUPERVISOR DE PLANTA	700.00	8,400.00	65.45	8,334.55	58.33	29.50	29.17	58.33	86.45	261.78	961.78	11,541.40
1	BODEGUERO	600.00	7,200.00	56.10	7,143.90	50.00	29.50	25.00	50.00	74.10	228.60	828.60	9,943.20
3	MAESTRO 1	500.00	6,000.00	46.75	5,953.25	41.67	29.50	20.83	41.67	61.75	195.42	695.42	8,345.00
	MAESTRO 2	500.00	6,000.00	46.75	5,953.25	41.67	29.50	20.83	41.67	61.75	195.42	695.42	8,345.00
	MAESTRO 3	500.00	6,000.00	46.75	5,953.25	41.67	29.50	20.83	41.67	61.75	195.42	695.42	8,345.00
2	PINTOR 1	500.00	6,000.00	46.75	5,953.25	41.67	29.50	20.83	41.67	61.75	195.42	695.42	8,345.00
	PINTOR 2	500.00	6,000.00	46.75	5,953.25	41.67	29.50	20.83	41.67	61.75	195.42	695.42	8,345.00
5	OPERARIO 1	400.00	4,800.00	37.40	4,762.60	33.33	29.50	16.67	33.33	49.40	162.23	562.23	6,746.80
	OPERARIO 2	400.00	4,800.00	37.40	4,762.60	33.33	29.50	16.67	33.33	49.40	162.23	562.23	6,746.80
	OPERARIO 3	400.00	4,800.00	37.40	4,762.60	33.33	29.50	16.67	33.33	49.40	162.23	562.23	6,746.80
	OPERARIO 4	400.00	4,800.00	37.40	4,762.60	33.33	29.50	16.67	33.33	49.40	162.23	562.23	6,746.80
	OPERARIO 5	400.00	4,800.00	37.40	4,762.60	33.33	29.50	16.67	33.33	49.40	162.23	562.23	6,746.80
	TOTAL SUELDOS OPERATIVOS	5,800.00	69,600.00	542.30	69,057.70	483.33	354.00	241.67	483.33	716.30	2,278.63	8,078.63	96,943.60
1	Jefe de Comercialización y Ventas	600.00	7,200.00	56.10	7,143.90	50.00	29.50	25.00	50.00	74.10	228.60	828.60	9,943.20
	TOTAL SUELDOS DE VENTAS	600.00	7,200.00	56.10	7,143.90	50.00	29.50	25.00	50.00	74.10	228.60	828.60	9,943.20
17	TOTAL GENERAL	9,450.00	113,400.00	883.58	112,516.43	787.50	501.50	393.75	787.50	1,160.98	3,631.23	13,081.23	156,974.70

ANEXO N° 9. TABLA DE DEPRECIACIÓN

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS													
Inversion en Infraestructura	Valor	% Deprec.	Años	V/Deprec.1	V/Deprec.2	V/Deprec.3	V/Deprec.4	V/Deprec.5	V/Deprec.6	V/Deprec.7	V/Deprec.8	V/Deprec.9	V/Deprec.10
Construccion y adecuación de la planta	75,000.00	5%	20	3,750.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00
Maquinarias, Equipos y Herramientas													
CEPILLADORA	7,800.00	10%	10	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00
CANTEADORA	9,400.00	10%	10	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00
SIERRA CIRCULAR	20,200.00	10%	10	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00
TALADRO PEDESTAL	2,800.00	10%	10	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00
TUPI O TROMPO DE BANCO	8,400.00	10%	10	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00
TORNO COPIADOR CON BASE 4	4,800.00	10%	10	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00
GENERADOR DE ENERGIA	6,500.00	10%	10	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00
ESCUADRADORA VERTICAL	2,500.00	10%	10	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
PERFILADORA	3,600.00	10%	10	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
PANTÓGRAFO	11,000.00	10%	10	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00
COMPRESOR INDUSTRIAL	3,800.00	10%	10	380.00	380.00	380.00	380.00	380.00	380.00	380.00	380.00	380.00	380.00
SIERRA CIRCULAR PORTATIL ELECTRICA	1,820.00	10%	10	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00
CALADORA ELECTRICA PORTATIL	770.00	10%	10	77.00	77.00	77.00	77.00	77.00	77.00	77.00	77.00	77.00	77.00
LIJADORA ORBITAL O VIBRADORA	3,750.00	10%	10	375.00	375.00	375.00	375.00	375.00	375.00	375.00	375.00	375.00	375.00
LIJADORA DE DISCO	2,450.00	10%	10	245.00	245.00	245.00	245.00	245.00	245.00	245.00	245.00	245.00	245.00
SUBTOTAL	89,590.00			4,099.00	4,099.00	4,099.00	4,099.00	4,099.00	4,099.00	4,099.00	4,099.00	4,099.00	4,099.00
Imprevistos 10%	8,959.00	10%	10	895.90	895.90	895.90	895.90	895.90	895.90	895.90	895.90	895.90	895.90
Total Maquinarias, Equipos y Herramientas	98,549.00			4,994.90	4,994.90	4,994.90	4,994.90	4,994.90	4,994.90	4,994.90	4,994.90	4,994.90	4,994.90
Sistemas y Equipos de Computación													
COMPUTADORAS	6,500.00	33.33%	3	2,166.67	2,166.67	2,166.67							
LAPTOP	2,500.00	33.33%	3	833.33	833.33	833.33							
IMPRESORA	3,040.00	33.33%	3	1,013.33	1,013.33	1,013.33							
COPIADORA	2,900.00	33.33%	3	966.67	966.67	966.67							
SUBTOTAL	14,940.00			4,980.00	4,980.00	4,980.00							
Imprevistos 10%	1,494.00	33.33%	3	498.00	498.00	498.00							
Total de Sistemas y Equipo computacion	16,434.00			5,478.00	5,478.00	5,478.00							
Equipos de Comunicación													
Central de Telefonica Panasonic KXTDA-100	1,200.00	20%	5	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00					
Sistema de Seguridad Q-see de 12 Camaras 1Tb y	1,200.00	20%	5	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00					
Radios Portatil Motorola Troncalizada Pro 5350	480.00	20%	5	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00					
Base Motorola Pro 5100 Vhf 136-174 Mhz 45 Wati	500.00	20%	5	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00					
SUBTOTAL	3,380.00			676.00	676.00	676.00	676.00	676.00					
Imprevistos 10%	338.00	20%	5	67.60	67.60	67.60	67.60	67.60					
Total de Eq. Comunicación y Seguridad	3,718.00			743.60	743.60	743.60	743.60	743.60					
Muebles y Enseres													
ESCRITORIOS	2,200.00	20%	5	440.00	440.00	440.00	440.00	440.00					
SILLAS EJECUTIVAS	850.00	20%	5	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00					
MODULARES DE OFICINA	2,700.00	20%	5	540.00	540.00	540.00	540.00	540.00					
MESAS DE CONFERENCIAS	600.00	20%	5	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00					
SILLAS PARA REUNIONES	440.00	20%	5	88.00	88.00	88.00	88.00	88.00					
SILLAS GRAFFITI	480.00	20%	5	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00					
CENTRAL DE AIRE ACONDICIONADO	5,000.00	20%	5	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00					
ARCHIVADORES DE GAVETAS	480.00	20%	5	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00					
VITRINAS DE EXIBICION	420.00	20%	5	84.00	84.00	84.00	84.00	84.00					
SUBTOTAL	13,170.00			2,634.00	2,634.00	2,634.00	2,634.00	2,634.00					
Imprevistos 10%	1,317.00	20%	5	263.40	263.40	263.40	263.40	263.40					
Total Muebles y Enseres	14,487.00			2,897.40	2,897.40	2,897.40	2,897.40	2,897.40					
TERRENOS	15,000.00												
Total	223,188.00			17,863.90	17,863.90	17,863.90	12,385.90	12,385.90	8,744.90	8,744.90	8,744.90	8,744.90	8,744.90

ANEXO N° 10. PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN

PRESUPUESTO DE DEPRECIACION										
DETALLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Depreciacion de Activos fijos	17,863.90	17,863.90	17,863.90	12,385.90	12,385.90	8,744.90	8,744.90	8,744.90	8,744.90	8,744.90
TOTAL RESUMEN DE DEPRECIACIONES	17,863.90	17,863.90	17,863.90	12,385.90	12,385.90	8,744.90	8,744.90	8,744.90	8,744.90	8,744.90

ANEXO N° 11. COSTO DE PRODUCCIÓN PROYECTADO

COSTO DE PRODUCCIÓN PROYECTADO										
ANO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
MATERIA PRIMA	286,450.00	315,811.13	348,181.77	383,870.40	423,217.11	466,596.87	514,423.04	567,151.41	625,284.43	689,376.08
MANO DE OBRA	96,943.60	101,790.78	106,880.32	112,224.33	117,835.55	123,727.33	129,913.70	136,409.38	143,229.85	150,391.34
CIF	10,260.00	11,311.65	12,471.09	13,749.38	15,158.69	16,712.46	18,425.49	20,314.10	22,396.29	24,691.91
TOTAL	393,653.60	428,913.56	467,533.18	509,844.11	556,211.36	607,036.65	662,762.23	723,874.89	790,910.57	864,459.33

ANEXO N° 12. PROYECCIÓN DE VENTAS POR TIPO DE MUEBLES

PROYECCION DE VENTAS POR TIPO DE MUEBLES										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TOTAL INGRESOS POR VENTAS	590,480.40	651,004.64	717,732.62	791,300.21	872,408.48	961,830.35	1,060,417.96	1,169,110.80	1,288,944.66	1,421,061.49
JUEGO DE COMEDOR	188,467.79	207,785.74	229,083.78	252,564.87	278,452.77	306,994.17	338,461.08	373,153.34	411,401.55	453,570.21
JUEGO DE SALA	273,162.37	301,161.52	332,030.57	366,063.71	403,585.24	444,952.72	490,560.38	540,842.82	596,279.20	657,397.82
JUEGO DE DORMITORIO (CAMA)	128,850.23	142,057.38	156,618.26	172,671.64	190,370.48	209,883.45	231,396.51	255,114.65	281,263.90	310,093.45
UNIDADES ESTIMADAS EN VENTAS	770.00	808.50	848.93	891.37	935.94	982.74	1,031.87	1,083.47	1,137.64	1,194.52
JUEGO DE COMEDOR	250.00	262.50	275.63	289.41	303.88	319.07	335.02	351.78	369.36	387.83
JUEGO DE SALA	320.00	336.00	352.80	370.44	388.96	408.41	428.83	450.27	472.79	496.43
JUEGO DE DORMITORIO (CAMA)	200.00	210.00	220.50	231.53	243.10	255.26	268.02	281.42	295.49	310.27
COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCION										
JUEGO DE COMEDOR	753.87	791.56	831.14	872.70	916.34	962.15	1,010.26	1,060.77	1,113.81	1,169.50
JUEGO DE SALA	853.63	896.31	941.13	988.19	1,037.60	1,089.48	1,143.95	1,201.15	1,261.20	1,324.26
JUEGO DE DORMITORIO (CAMA)	644.25	676.46	710.29	745.80	783.09	822.25	863.36	906.53	951.85	999.45

ANEXO N° 13. GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS										
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
SUELDOS	50,087.90	52,592.30	55,221.91	57,983.01	60,882.16	63,926.26	67,122.58	70,478.71	74,002.64	77,702.77
GERENTE ADMINISTRATIVO	19,503.60	20,478.78	21,502.72	22,577.85	23,706.75	24,892.09	26,136.69	27,443.52	28,815.70	30,256.48
CONTADOR	9,928.80	10,425.24	10,946.50	11,493.83	12,068.52	12,671.94	13,305.54	13,970.82	14,669.36	15,402.83
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	13,120.40	13,776.42	14,465.24	15,188.50	15,947.93	16,745.32	17,582.59	18,461.72	19,384.81	20,354.05
SECRETARIA RECEPCIONISTA	7,535.10	7,911.86	8,307.45	8,722.82	9,158.96	9,616.91	10,097.75	10,602.64	11,132.77	11,689.41
SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS	7,800.00	8,190.00	8,599.50	9,029.48	9,480.95	9,955.00	10,452.75	10,975.38	11,524.15	12,100.36
Agua	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	804.06	844.26	886.47	930.80
Electricidad	1,920.00	2,016.00	2,116.80	2,222.64	2,333.77	2,450.46	2,572.98	2,701.63	2,836.71	2,978.55
Combustible	2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22	3,063.08	3,216.23	3,377.04	3,545.89	3,723.19
Teléfono	2,880.00	3,024.00	3,175.20	3,333.96	3,500.66	3,675.69	3,859.48	4,052.45	4,255.07	4,467.83
MATERIALES Y SUMINISTROS LIMPIEZA	6,420.00	6,741.00	7,078.05	7,431.95	7,803.55	8,193.73	8,603.41	9,033.58	9,485.26	9,959.53
Materiales y Suministros de para el Area de Producción	4,200.00	4,410.00	4,630.50	4,862.03	5,105.13	5,360.38	5,628.40	5,909.82	6,205.31	6,515.58
Permisos / año	420.00	441.00	463.05	486.20	510.51	536.04	562.84	590.98	620.53	651.56
Suministros de limpieza	1,800.00	1,890.00	1,984.50	2,083.73	2,187.91	2,297.31	2,412.17	2,532.78	2,659.42	2,792.39
MATERIALES DE OFICINA	12,240.00	12,852.00	13,494.60	14,169.33	14,877.80	15,621.69	16,402.77	17,222.91	18,084.05	18,988.26
Suministros de oficina	6,000.00	6,300.00	6,615.00	6,945.75	7,293.04	7,657.69	8,040.57	8,442.60	8,864.73	9,307.97
Papelería	3,600.00	3,780.00	3,969.00	4,167.45	4,375.82	4,594.61	4,824.34	5,065.56	5,318.84	5,584.78
Gastos de mantenimiento de activos	1,440.00	1,512.00	1,587.60	1,666.98	1,750.33	1,837.85	1,929.74	2,026.22	2,127.54	2,233.91
Imprevistos	1,200.00	1,260.00	1,323.00	1,389.15	1,458.61	1,531.54	1,608.11	1,688.52	1,772.95	1,861.59
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	76,547.90	80,375.30	84,394.06	88,613.76	93,044.45	97,696.67	102,581.51	107,710.58	113,096.11	118,750.92

ANEXO N° 14. GASTOS DE VENTAS PROYECTADOS

GASTOS DE VENTAS										
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GASTOS DE PERSONAL	9,943.20	10,440.36	10,962.38	11,510.50	12,086.02	12,690.32	13,324.84	13,991.08	14,690.63	15,425.17
Sueldos y Salarios	9,943.20	10,440.36	10,962.38	11,510.50	12,086.02	12,690.32	13,324.84	13,991.08	14,690.63	15,425.17
OTROS	7,800.00	8,190.00	8,599.50	9,029.48	9,480.95	9,955.00	10,452.75	10,975.38	11,524.15	12,100.36
Publicidad	2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22	3,063.08	3,216.23	3,377.04	3,545.89	3,723.19
Transporte Combustible	1,800.00	1,890.00	1,984.50	2,083.73	2,187.91	2,297.31	2,412.17	2,532.78	2,659.42	2,792.39
Imagen publicitaria	2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22	3,063.08	3,216.23	3,377.04	3,545.89	3,723.19
Imprevistos	1,200.00	1,260.00	1,323.00	1,389.15	1,458.61	1,531.54	1,608.11	1,688.52	1,772.95	1,861.59
TOTAL GASTOS DE VENTAS	17,743.20	18,630.36	19,561.88	20,539.97	21,566.97	22,645.32	23,777.58	24,966.46	26,214.79	27,525.53

ANEXO N°15. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS		590,480.40	651,004.64	717,732.62	791,300.21	872,408.48	961,830.35	1,060,417.96	1,169,110.80	1,288,944.66	1,421,061.49
IVA		70,857.65	78,120.56	86,127.91	94,956.03	104,689.02	115,419.64	127,250.16	140,293.30	154,673.36	170,527.38
TOTAL INGRESOS		661,338.05	729,125.20	803,860.53	886,256.24	977,097.50	1,077,249.99	1,187,668.12	1,309,404.10	1,443,618.02	1,591,588.87
COSTO VARIABLES											
MATERIA PRIMA		286,450.00	315,811.13	348,181.77	383,870.40	423,217.11	466,596.87	514,423.04	567,151.41	625,284.43	689,376.08
MANO DE OBRA		96,943.60	101,790.78	106,880.32	112,224.33	117,835.55	123,727.33	129,913.70	136,409.38	143,229.85	150,391.34
CIF		10,260.00	11,311.65	12,471.09	13,749.38	15,158.69	16,712.46	18,425.49	20,314.10	22,396.29	24,691.91
Gastos Administrativos		76,547.90	80,375.30	84,394.06	88,613.76	93,044.45	97,696.67	102,581.51	107,710.58	113,096.11	118,750.92
Gastos de Ventas		17,743.20	18,630.36	19,561.88	20,539.97	21,566.97	22,645.32	23,777.58	24,966.46	26,214.79	27,525.53
Gastos de Intereses		17,581.54	15,823.38	14,065.23	12,307.08	10,548.92	8,790.77	7,032.61	5,274.46	3,516.31	1,758.15
Depreciación Equipos de computación		4,930.20	4,930.20	4,930.20	9,860.40	9,860.40	9,860.40	14,790.60	14,790.60	14,790.60	19,720.80
Depreciación Equipos de oficina		669.24	669.24	669.24	669.24	669.24	1,338.48	1,338.48	1,338.48	1,338.48	1,338.48
Depreciación Muebles y Enseres		2,607.66	2,607.66	2,607.66	2,607.66	2,607.66	5,215.32	5,215.32	5,215.32	5,215.32	5,215.32
Depreciación Maquinarias y equipos		3,023.92	3,023.92	3,023.92	3,023.92	3,023.92	6,047.84	6,047.84	6,047.84	6,047.84	6,047.84
Depreciación Infraestructura		3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00	3,375.00
TOTAL COSTO OPERATIVOS		520,132.26	558,348.61	600,160.36	650,841.14	700,907.92	762,006.45	826,921.17	892,593.63	964,505.01	1,048,191.37
UTILIDAD OPERATIVA		141,205.79	170,776.59	203,700.17	235,415.09	276,189.58	315,243.54	360,746.95	416,810.47	479,113.01	543,397.50
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		21,180.87	25,616.49	30,555.02	35,312.26	41,428.44	47,286.53	54,112.04	62,521.57	71,866.95	81,509.62
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA		120,024.92	145,160.10	173,145.14	200,102.83	234,761.14	267,957.01	306,634.90	354,288.90	407,246.06	461,887.87
22% IMPUESTO RENTA		26,405.48	31,935.22	38,091.93	44,022.62	51,647.45	58,950.54	67,459.68	77,943.56	89,594.13	101,615.33
UTILIDAD NETA		93,619.44	113,224.88	135,053.21	156,080.21	183,113.69	209,006.47	239,175.23	276,345.34	317,651.92	360,272.54

FLUJO DE EFECTIVO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS NETOS		661,338.05	729,125.20	803,860.53	886,256.24	977,097.50	1,077,249.99	1,187,668.12	1,309,404.10	1,443,618.02	1,591,588.87
COSTOS OPERATIVO		505,526.24	543,742.59	585,554.34	631,304.92	681,371.70	736,169.41	796,153.93	861,826.39	933,737.77	1,012,493.93
PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		21,180.87	25,616.49	30,555.02	35,312.26	41,428.44	47,286.53	54,112.04	62,521.57	71,866.95	81,509.62
PAGO DE PRESTAMO		14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28	14,651.28
PAGO DE IMPUESTO		26,405.48	31,935.22	38,091.93	44,022.62	51,647.45	58,950.54	67,459.68	77,943.56	89,594.13	101,615.33
CASH FLOW		93,574.18	113,179.62	135,007.95	160,965.15	187,998.63	220,192.23	255,291.18	292,461.30	333,767.88	381,318.70

CASH FREE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión Equipos de computación	(16,434.00)	-	-	(16,434.00)	-	-	(16,434.00)	-	-	(16,434.00)	-
Inversión Equipos de Comunicación	(3,718.00)	-	-	-	-	(3,718.00)	-	-	-	-	-
Inversión Maquinarias, Equipos y Herramientas	(98,549.00)	-	-	-	-	(98,549.00)	-	-	-	-	-
Inversión Muebles y Enseres	(14,487.00)	-	-	-	-	(14,487.00)	-	-	-	-	-
Inversión Terrenos	(15,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Infraestructura	(75,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Capital de Trabajo	(21,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Recuperación Equipos de computación		-	-	1,643.40	-	-	1,643.40	-	-	1,643.40	-
Recuperación Equipos de oficina		-	-	-	-	371.80	-	-	-	-	371.80
Rcuperación Maquinarias y herramientas		-	-	-	-	9,854.90	-	-	-	-	9,854.90
Recuperación Muebles de Oficina		-	-	-	-	1,448.70	-	-	-	-	1,448.70
Recuperación Capital de Trabajo		-	-	-	-	-	-	-	-	-	21,000.00
FLUJO DE INVERSIÓN	(244,188.00)	93,574.18	113,179.62	120,217.35	160,965.15	82,920.03	205,401.63	255,291.18	292,461.30	318,977.28	413,994.10
VAN	\$ 750,487.38										
TIR	51.14%										

ANEXO N°16:

MEZCLA DE VENTAS PARA EL CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

MEZCLA DE VENTAS	32%	42%	26%
PRODUCCION	250	320	200
LÍNEA DE PRODUCCIÓN	JUEGO DE COMEDOR	JUEGO DE SALA	JUEGO DE DORMITORIO
PRECIO DE VENTA	753.87	853.63	644.25
COSTO DE PRODUCCIÓN	502.58	569.09	429.50
MATERIA PRIMA	363.00	432.50	286.50
MOD	125.90	125.90	125.90
CIF	13.68	10.69	17.10
CONTRIBUCIÓN MARGINAL	251.29	284.54	214.75
MEZCLA DE VENTAS	32%	42%	26%
CONTRIBUCIÓN PONDERADA	81.59	118.25	55.78
CONTRIBUCIÓN PONDERADA TOTAL	255.62		
COSTOS FIJOS	136,738.66		
PUNTO DE EQUILIBRIO UNID.	535		

LÍNEA DE PRODUCCIÓN	P.E. UNID	P.E. \$
JUEGO DE COMEDOR	174	130,931.52
JUEGO DE SALA	222	189,770.17
JUEGO DE DORMITORIO	139	89,514.27
TOTAL	535	410,215.97

ANEXO N°17:

**PONDERACIÓN DEL PRECIO, CIF, MATERIA PRIMA Y MANO DE OBRA
PARA EL CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

PONDERACIÓN DEL PRECIO				
LÍNEA DE PRODUCCIÓN	PRODUC	%	PRECIO	Ponderado
Juego de comedor	250	0.32	753.87	244.8
Juego de sala	320	0.42	853.63	354.8
Juego de dormitorio	200	0.26	644.25	167.3
Total	770	1		766.9

PONDERACIÓN DEL COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN				
LÍNEA DE PRODUCCIÓN	PRODUC	%	COSTO	Ponderado
Juego de comedor	250	0.32	13.68	4.44
Juego de sala	320	0.42	10.69	4.44
Juego de dormitorio	200	0.26	17.10	4.44
Total	770	1		13.32

PONDERACIÓN DE LA MATERIA PRIMA				
LÍNEA DE PRODUCCIÓN	PRODUC	%	MATERIA PRIMA	Ponderado
Juego de comedor	250	0.32	363.00	117.86
Juego de sala	320	0.42	432.50	179.74
Juego de dormitorio	200	0.26	286.50	74.42
Total	770	1		372.01

PONDERACIÓN DE LA MANO DE OBRA				
LÍNEA DE PRODUCCIÓN	PRODUC	%	MANO DE OBRA	Ponderado
Juego de comedor	250	0.32	125.90	40.88
Juego de sala	320	0.42	125.90	52.32
Juego de dormitorio	200	0.26	125.90	32.70
Total	770	1		125.90

CVU PONDERADO	511.24
----------------------	---------------

ABREVIATURAS

INEC: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

MIES: Ministerio de Inclusión económica y social

GAD: Gobierno autónomo descentralizado

PEA: Población económicamente activa

CORPEI: Corporación de promoción de exportaciones e inversiones

Has: Hectáreas

TN: Toneladas

TM: Toneladas métricas

BNF: Banco Nacional de Fomento

CFN: Corporación Financiera Nacional

PIB: Producto interno bruto

CCI: Centro de comercio Internacional

SENPLADES: Secretaria nacional de planificación y desarrollo

FODA: Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

IPC: Índice de precios al consumidor

AIMA: Asociación Ecuatoriana de industrias de madera

CIA: Compañía

S.A.: Sociedad anónima

MOD: Mano de obra directa

CIF: Costos indirectos de fabricación

TIR: Tasa interna de retorno

VAN: Valor actual neto

RBC: Relación costo beneficio

Pág.: Página