



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE MADERA EN LA  
COOPERATIVA CISNE 2, PARROQUIA FEBRES  
CORDERO, CANTÓN GUAYAQUIL,  
PROVINCIA DEL GUAYAS**

**Proyecto de investigación como requisito para obtener el título  
de Economista.**

**Tutor:**

**Econ. Mónica Leoro Llerena**

**Autores:**

**SERGIO ALEJANDRO GARAICOA GALÁN**

**RODDY FERMIN PILLASAGUA SEGOVIA**

**Guayaquil, 2015**

## INDICE

PORTADA.....	i
INDICE .....	ii
ÍNDICE DE TABLAS .....	v
ÍNDICE DE FIGURAS .....	viii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	x
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....	xi
AGRADECIMIENTO.....	xii
DEDICATORIA.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	3
1. EL PROBLEMA .....	3
1.1. Tema del proyecto.....	3
1.2. Planteamiento del problema.....	4
1.3. Formulación del problema.....	8
1.4. Sistematización de la investigación.....	8
1.5. Objetivos Generales y Específicos.....	9
1.6. Justificación de la Investigación .....	9
1.7. Delimitación del problema.....	11
1.8. Hipótesis .....	12
1.9. Límites de la investigación .....	13
1.10. Identificación de las variables .....	14
1.11. Operacionalización de variables .....	14

CAPÍTULO II .....	15
2. MARCO TEÓRICO .....	15
2.1. Antecedentes referenciales y de investigación .....	15
2.2. Marco teórico referencial.....	17
2.3. Marco legal.....	35
2.4. Marco conceptual.....	39
CAPÍTULO III .....	41
3. METODOLOGÍA.....	41
3.1. Métodos de investigación.....	41
3.2. Población y muestra.....	42
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
3.4. Recursos: fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos 43	
3.5. Tratamiento a la información.- procesamiento y análisis.....	45
3.6. Presentación de resultados.....	46
CAPÍTULO IV .....	66
4. LA PROPUESTA .....	66
4.1. Título de la Propuesta .....	66
4.2. Justificación.....	66
4.3. Objetivos de la propuesta.....	67
4.4. Objetivos específicos .....	68
4.5. Hipótesis de la propuesta.....	68
4.6. Listado de contenidos y flujo de la propuesta .....	68
4.7. Descripción de la propuesta.....	70
4.8. Impacto/Beneficio obtenido .....	131

4.9. Validación de la propuesta .....	131
CONCLUSIONES .....	132
RECOMENDACIONES .....	133
BIBLIOGRAFÍA .....	134
ANEXOS .....	138

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	14
Tabla 2 Población.....	42
Tabla 3 Cronograma .....	44
Tabla 4 Presupuesto .....	45
Tabla 5 Espacio físico adecuado.....	46
Tabla 6 Materiales necesarios para la producción .....	47
Tabla 7 Comercialización de sus muebles .....	48
Tabla 8 Rentabilidad en la forma de comercialización .....	49
Tabla 9 Costos de materia prima .....	50
Tabla 10 Adquisición de materia prima .....	51
Tabla 11 Cadena de producción de muebles.....	52
Tabla 12 Su negocio lleva la contabilidad de ingresos y gastos.....	53
Tabla 13 Personas que laboran en el taller .....	54
Tabla 14 Estabilidad del personal del taller.....	55
Tabla 15 Control sobre funciones y obligaciones del personal.....	56
Tabla 16 Horas laborales .....	57
Tabla 17 Seguridad social .....	58
Tabla 18 Utilización de estrategias publicitarias o comerciales para ventas ....	59
Tabla 19 Recibir capacitaciones.....	60
Tabla 20 Ingresos.....	61
Tabla 21 Rentabilidad del negocio .....	62
Tabla 22 Dificultad en acceso a créditos financieros.....	63
Tabla 23 Problemas para solicitud de créditos.....	64
Tabla 24 Capital para el inicio del negocio .....	65
Tabla 25 Actividad sectorial.....	71
Tabla 26 Diagrama de flujo del proceso de producción .....	78
Tabla 27 diagrama de flujo de proceso de comercialización .....	80
Tabla 28 Materiales e Insumos .....	81
Tabla 29 Mano de Obra .....	81
Tabla 30 Gastos anuales de la empresa .....	82
Tabla 31 Activos uno.....	82
Tabla 32 Activos dos .....	83

Tabla 33 La compra de su producto.....	85
Tabla 34 Experiencia de compra en el taller .....	86
Tabla 35 El artículo que ha comprado.....	87
Tabla 36 Calidad del producto terminado.....	88
Tabla 37 Relación al precio final del producto.....	89
Tabla 38 La atención del personal .....	90
Tabla 39 Regresaría al taller para realizar una nueva compra.....	91
Tabla 40 Recomendaría a una tercera persona la compra en el taller.....	92
Tabla 41 Estado de situación inicial .....	96
Tabla 42 Estado de resultado integral.....	97
Tabla 43 Pronóstico de ventas año 2015 .....	98
Tabla 44 Pronóstico de ventas años 2016 y 2017.....	99
Tabla 45 Pronóstico de ventas años 2018 y 2019.....	100
Tabla 46 Costos de producción 2015 - 2019.....	101
Tabla 47 Materiales directos e insumos 2015 .....	102
Tabla 48 Materiales directos e insumos 2016 .....	103
Tabla 49 Materiales directos e insumos 2017 .....	104
Tabla 50 Materiales directos e insumos 2018 .....	105
Tabla 51 Materiales directos e insumos 2019 .....	106
Tabla 52 Sueldos, beneficios y obligaciones 2015.....	107
Tabla 53 Sueldos, beneficios y obligaciones 2016.....	108
Tabla 54 Sueldos, beneficios y obligaciones 2017.....	109
Tabla 55 Sueldos, beneficios y obligaciones 2018.....	110
Tabla 56 Sueldos, beneficios y obligaciones 2019.....	111
Tabla 57 Inversión fija o activos 2015 - 2019 .....	112
Tabla 58 Depreciaciones y distribución de costos 2015 – 2019.....	113
Tabla 59 Gasto de fábrica, administración y ventas 2015.....	114
Tabla 60 Gasto de fábrica, administración y ventas 2016.....	115
Tabla 61 Gasto de fábrica, administración y ventas 2017.....	116
Tabla 62 Gasto de fábrica, administración y ventas 2018.....	117
Tabla 63 Gasto de fábrica, administración y ventas 2019.....	118
Tabla 64 Costos de financiamiento 2015 - 2019 .....	119
Tabla 65 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) 2015 – 2019.....	120
Tabla 66 Cálculo del punto de equilibrio 2015.....	121

Tabla 67 Cálculo del punto de equilibrio 2016.....	123
Tabla 68 Cálculo del punto de equilibrio 2017.....	125
Tabla 69 Cálculo del punto de equilibrio 2018.....	127
Tabla 70 Cálculo del punto de equilibrio 2019.....	129
Tabla 71 Precio de venta de la línea de producción.....	131

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Lugar de estudio.....	3
Figura 2 Espacio físico adecuado .....	46
Figura 3 Materiales necesarios para la producción .....	47
Figura 4 Comercialización de sus muebles.....	48
Figura 5 Rentabilidad en la forma de comercialización .....	49
Figura 6 Costos de materia prima .....	50
Figura 7 Adquisición de materia prima .....	51
Figura 8 Cadena de producción de muebles.....	52
Figura 9 Su negocio lleva la contabilidad de ingresos y gastos .....	53
Figura 10 Personas que laboran en el taller.....	54
Figura 11 Estabilidad del personal del taller.....	55
Figura 12 Control sobre funciones y obligaciones del personal .....	56
Figura 13 Horas laborales .....	57
Figura 14 Seguridad social.....	58
Figura 15 Utilización de estrategias publicitarias o comerciales para ventas...	59
Figura 16 Recibir capacitaciones .....	60
Figura 17 Ingresos .....	61
Figura 18 Rentabilidad del negocio .....	62
Figura 19 Dificultad en acceso a créditos financieros .....	63
Figura 20 Problemas para solicitud de créditos.....	64
Figura 21 Capital para el inicio del negocio.....	65
Figura 22 Organigrama organizacional .....	75
Figura 23 Organigrama de puestos.....	76
Figura 24 Planta de producción.....	84
Figura 25 La compra de su producto.....	85
Figura 26 Experiencia de compra en el taller .....	86
Figura 27 El artículo que ha comprado .....	87
Figura 28 Calidad del producto terminado .....	88
Figura 29 Relación al precio final del producto.....	89
Figura 30 La atención del personal .....	90
Figura 31 Regresaría al taller para realizar una nueva compra.....	91
Figura 32 Recomendaría a una tercera persona la compra en el taller.....	92

Figura 33 Punto de equilibrio 2015 .....	122
Figura 34 Punto de equilibrio 2016 .....	124
Figura 35 Punto de equilibrio 2017 .....	126
Figura 36 Punto de equilibrio 2018 .....	128
Figura 37 Punto de equilibrio 2019 .....	130

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Directora de la Carrera de Economía de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: “Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2, parroquia Febres Cordero, cantón Guayaquil, Provincia del Guayas”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

ECONOMISTA

Presentado por los egresados: Sergio Alejandro Garaicoa Galán

Roddy Fermín Pillasagua Segovia

---

Econ. Mónica Leoro Llerena

Tutora

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Los señores Sergio Alejandro Garaicoa Galán y Roddy Fermín Pillasagua Segovia, declaramos bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar la prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2, parroquia Febres Cordero, cantón Guayaquil, Provincia del Guayas.

Autores:

---

Sergio Alejandro Garaicoa Galán

C.I. 092358969-1

---

Roddy Fermín Pillasagua Segovia

C.I. 0923013601

## AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por darme la vida, a mi Padre Fermín Pillasagua, a mi madre Cecilia Segovia por Guiarme durante todas mis etapas estudiantiles, a mi hermana Ab. Diana Pillasagua por sus sabios consejos, a la Sra. Econ. Mónica Leoro por habernos dirigido acertadamente a la realización de este proyecto de investigación y habernos prestado la colaboración, ayuda catedrática y consejera amiga.

En cuanto a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por todos los conocimientos científicos transmitidos durante mi etapa educativa, a mis profesores que de una u otra forma fueron parte de mi proceso profesional.

En general agradezco a cada una de las personas que directa e indirectamente fueron mi apoyo en la culminación de este proyecto de investigación.

*Roddy*

Agradezco a dios, a mis padres, hermanos y a mi esposa por haber confiado en mí y a mis profesores de catedra que supieron impartir de la manera más adecuada sus conocimientos para el desenvolvimiento de mi vida profesional.

*Sergio*

## DEDICATORIA

A mis Padres por todas sus Bendiciones, por apoyarme incondicionalmente, por estar siempre conmigo en cada momento de mi vida, este trabajo es el fruto de un largo camino de esfuerzo, sacrificios y deseos de superación de toda mi vida educativa.

*Roddy*

Dedico este trabajo investigativo a todos mis seres queridos que siempre estuvieron ahí para darme su apoyo en especial a mis padres y esposa.

*Sergio*

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se centra en el estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2, parroquia Febres Cordero, cantón Guayaquil, Provincia del Guayas, debido que es un sector económico de potencial crecimiento e importancia en la zona de estudio como lo son los talleres de muebles categoría madera, para que observen las oportunidades de establecerse en lo administrativo y financiero porque es una zona de niveles socioeconómicos medio alto (B), medio típico (C+) y medio bajo (C-) con susceptibilidad a la estabilidad laboral y elevado empleo informal, por lo que con la propuesta se muestra las posibilidades de que estos negocios mejoren en su calidad administrativa y financiera optando por las oportunidades actuales que brinda el estado ecuatoriano frente al emprendimiento en la promulgación del Buen Vivir y del cambio de la matriz productiva. La metodología de campo fue aplicada a diez propietarios de talleres del sector en cuestión. En la investigación se observaron deficiencias sobre el manejo de los costos y gastos, el conocimiento de su rentabilidad del negocio y el cumplimiento de las obligaciones del seguro social con sus empleados lo que ha provocado que estos no tengan mayores márgenes de ganancias en relación a lo producido. La factibilidad de una microempresa ofrece la visualización de todas las características que debe considerar un negocio de esta actividad sectorial y del que se puede sacar mucho provecho en los aspectos tanto económicos como comerciales.

**Palabras claves:** Productividad – Mobiliario – Capacitación – Crecimiento económico – Segmentación de mercado.

## ABSTRACT

This research focuses on the feasibility study for the creation of a small business for the production and marketing of wooden furniture in the Cooperative Swan 2 parish Febres Cordero, Canton Guayaquil, Guayas Province, because it is an economic sector potential growth and importance in the study area as are furniture workshops category wood, to observe opportunities established in the administrative and finance because it is a zone of medium high socioeconomic levels (B), typical medium (C +) and means Low (C-) with susceptibility to job security and high informal employment, so that the proposal opportunities in these businesses improve their administrative and financial quality opting for current opportunities of the Ecuadorian State against the undertaking shown the promulgation of Good Living and the change of the productive matrix. The field methodology was applied to ten shop owners in the sector concerned. Gaps in research on the management of costs and expenses, the knowledge of their profitability and compliance with social security obligations to its employees are observed what has caused these do not have higher profit margins in relation to produced. The feasibility of a micro display offers all the features you should consider a business in this sector activity and which can benefit greatly in both economic and commercial aspects.

## INTRODUCCIÓN

La ciudad de Guayaquil se ha caracterizado por atraer una diversidad de oferta debido que asimismo la demanda existente tiene una variedad de exigencias y necesidad que requiere diariamente cubrir. Este es el caso de los talleres de muebles categoría madera, es decir de mobiliarios, quienes se dedican a la fabricación y venta de este tipo de artículos, ya sea al por mayor o menor, cuyo mercado principal son las mueblerías porque son los proveedores de estos pero que en la actualidad en la Cooperativa Cisne 2 de la parroquia Febres Cordero en el suroeste de la ciudad, estas mantienen una participación casi imperceptible debido que trabajan en la mayoría de veces bajo la informalidad, es decir que laboran sólo por el nombre de fabricante que es el propietario del taller, lo cual los hace susceptibles a la pérdida de identidad de marca o de patentar un modelo original del cual pueden obtener mayores beneficios económicos, además que no cumplen con las obligaciones legales que todo negocio debe tener.

Por esta razón se plantea el estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera, en el que se puedan considerar todos los aspectos administrativos, operativos, comerciales y financieros para que un negocio tenga la rentabilidad desea y el crecimiento comercial esperado.

La investigación se encuentra estructurada por los siguientes capítulos:

En el capítulo I, se puntualizó el planteamiento del problema que son los talleres de muebles categoría madera en la Cooperativa Cisne 2 en la ciudad de Guayaquil, y en el que también se expuso la justificación de la investigación y sus objetivos de pertinencia.

El capítulo II, describió las teorías del emprendimiento y de la productividad, además de las palabras claves que sostienen la investigación central y su marco legal.

El capítulo III, tuvo como consideración la aplicación de la metodología de la investigación, la que fue estructurada para el estudio de la población y muestra por medio de la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario.

En el capítulo IV, se estableció la propuesta de un estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera, en la que se consideraron los parámetros administrativos, operativos, comerciales y financieros.

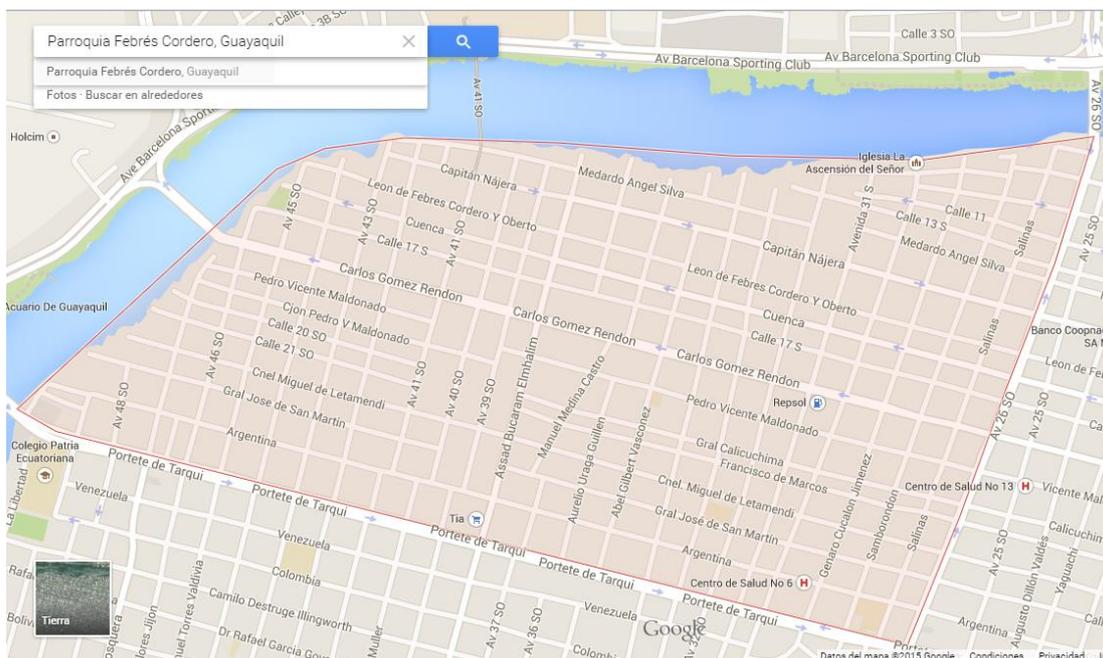
# CAPÍTULO I

## 1. EL PROBLEMA

### 1.1. Tema del proyecto

Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2, parroquia Febres Cordero, cantón Guayaquil, Provincia del Guayas.

Figura 1 Lugar de estudio



Fuente: Google Maps (2015)

El tema de la presente investigación tiene la finalidad de brindar nuevas oportunidades a una población altamente susceptibles a los cambios, como lo es el nivel socioeconómico medio alto (B), medio típico (C+) y medio bajo (C-) (INEC, 2011), que no es más que el sector popular, y que se encuentra en la parroquia Febres Cordero en la ciudad de Guayaquil; se va a dirigir a un sector económico de potencial crecimiento e importancia en la zona de estudio como lo son los talleres de muebles categoría madera, para que observen las oportunidades de establecerse en lo administrativo y financiero.

## 1.2. Planteamiento del problema

Guayaquil es la ciudad más poblada del Ecuador, La tasa anual promedio de crecimiento poblacional es de 2,70%. La ciudad de Guayaquil está compuesta de 344,5 km<sup>2</sup> de superficie, de los cuales 316,42 km<sup>2</sup>, equivalentes al 91,9% del total, pertenecen a la tierra firme (suelo); mientras que los restantes 28,08 km<sup>2</sup>, equivalentes al 8,1%, pertenecen a los cuerpos de agua que comprenden a ríos y esteros.

A principios del siglo XX (1919-1922) la ciudad se extiende hacia el Barrio Centenario, considerada la primera residencia de la burguesía, luego que abandonaran el centro de ciudad, que había sufrido el “deterioro” por la presión de migrantes, que dieron lugar a los tugurios urbanos, que sobreviven en la actualidad.

El apremio migrante, permite la formación del primer barrio popular (al Sur), iniciándose a partir del año 1930, y que da origen en 1940, al conocido Barrio Cristo del Consuelo, el cual se lo llamó así por la Iglesia Católica que lleva el mismo nombre que está ubicada en el Centro de este populoso sector, cuyo mayor apogeo se encuentra en la década de 1950, en coincidencia con el auge bananero en el país.

La presencia de obras públicas, a través del gobierno local (Municipio de Guayaquil), se hace a mediados de 1960, el consorcio norteamericano Texaco Gulf, en 1967 descubre petróleo, iniciando un estado capaz de elaborar políticas sociales. La Cooperativa Cisne 2, es parte de esa expansión, ubicada a las orillas del estero salado, al suroeste de Guayaquil, administrativamente pertenece a la parroquia urbana Febres Cordero.

Formada a partir de oleadas de migrantes de todas partes del país que huían de la pobreza y buscaban oportunidades en Guayaquil que era la versión criolla del sueño americano, que respondía a su vez al deseo de un espacio propio de las familias de vivir en esta ciudad en su casa propia, y fue la aspiración de quienes

levantaron la primera “periferia” de la perla del pacífico, rindiendo al estero y al manglar.

Para el censo del 2001 en Cisne 2 vivían 75.364 personas, según las proyecciones de crecimiento de 3.38% para el 2010 tiene 98.333 habitantes. A partir de la década de los 60 sin planificación de gobierno local o nacional se inicia el asentamiento de lo que hoy se denomina parroquia Febres Cordero. La cooperativa Cisne 2, lo hace a inicios de los 70.

La parroquia Febres Cordero en la ciudad de Guayaquil se caracteriza por ser un sector de mucha actividad económica, en donde existe diversidad de negocios pequeños que satisfacen las necesidades de los habitantes de la zona, y asimismo, distribuyen a otros comercios de la ciudad. Dentro de la parroquia, según datos del último censo nacional de población y vivienda elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2015), el número de habitantes es de 344.394 personas.

Está formada por un extenso número de etnias, culturas y religiones, en donde la mayor parte de su población es de nivel socioeconómico medio alto (B), medio típico (C)+ y medio bajo (C-). El nombre de Febres Cordero procede del apellido del militar de origen venezolano León de Febres Cordero y Oberto, quien formó parte de la independencia de Guayaquil en 1820. Los habitantes de este sector en su mayoría son comerciantes independientes, que tienen negocios dentro de la zona o fuera de esta, junto con aquellos que trabajan bajo relación de dependencia.

Este es el caso de los talleres de muebles categoría madera, es decir de mobiliarios, quienes se dedican a la fabricación y venta de este tipo de artículos, ya sea al por mayor o menor, cuyo mercado principal son las mueblerías porque son los proveedores de estos sin la participación de su nombre de fabricante, lo cual lo hace susceptible a la pérdida de identidad de marca o de patentar un modelo original del cual pueden obtener mayores beneficios económicos.

Existen sus competidores inmediatos que son los asociados de Expomuebles, que desde hace varios años realizan ferias por todo el país con la finalidad de realizar la venta de sus productos, y de los que se han beneficiado sus 460 miembros, porque en el año 2012 alcanzaron cifras en ventas por USD180 millones, siendo de estos el 35% de ingresos por ventas en el extranjero. Entre su expansión internacional, esta feria ha alcanzado a países como Argentina, Venezuela, Paraguay, Uruguay, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Miami y Los Ángeles. (El Telégrafo, 2012)

Los tipos de maderas que son comúnmente comercializados para la elaboración de los muebles son el guayacán, laurel y el roble que provienen de sectores de Colimes, Balzar, El Tambo y Prosperidad, de los cuales el de mayor costo y más valorado por los compradores es el guayacán, mientras que los otros dos tipos de maderas son más económicos, pero con propiedades que le atribuyen una calidad similar. Cada tronco de madera de dos metros de largo tiene un valor entre los \$26 a \$35.

Por la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre vigente desde el 10 de septiembre del 2004, se explica que existen ciertas variedades de árboles que se encuentran protegidos como lo son la caoba, el cedro y la palma de cera porque son algunas de las especies que se encuentran vigiladas en su tala indiscriminada pero que son muy cotizadas internacionalmente la madera considerada ilegal genera entre el 20 y el 30% más de ganancias que la madera de comercialización y en promedio del 3.8% de los bosques primarios son talados anualmente.

En la actualidad, en la ciudad de Guayaquil existen 773 establecimientos dedicados a la fabricación de muebles. Juegos de comedor, sala, cunas y artículos para la decoración, incluyen algunas de las ofertas que se registran en la ciudad; sin embargo, 57 de estos tienen como principal producto, las sillas.

Según el Censo Nacional Económico del 2010 solo en materia prima, las mueblerías de la urbe invirtieron \$ 13'435.800 en 2009 y obtuvieron un ingreso anual de \$ 43'108. 600, siendo el promedio de ingresos anuales por establecimiento \$ 56.500.

Las compras en la actualidad varían; estas se las puede realizar en locales o mediante las páginas web de los establecimientos más reconocidos en la ciudad, los mismos que van dirigidos a un target de clase media alta.

El 93% de los propietarios de los negocios son del sexo masculino, el 23% de ellos posee licencia artesanal, mientras que el 36% de los establecimientos son arrendados. No es tan fácil contar con todo el capital para comprar un local y al mismo tiempo solventar los gastos mensuales que se requiere para los materiales.

De las 773 mueblerías que existen en el Puerto Principal la mayoría son establecimientos únicos (732), 14 son matriz o administraciones centrales y 27 sucursales. El negocio tiene sus nichos establecidos en la actualidad en toda la ciudad. Proprietarios de los establecimientos lo consideran rentable; datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) demostraron que, en el 2009, las mueblerías dieron trabajo a 2.435 varones y 226 mujeres; el monto utilizado para cubrir los gastos en remuneraciones del personal fue de \$ 6'122.600.

Algunos de los problemas de los talleres de muebles categoría madera de la parroquia es la inexistencia de un manejo administrativo junto con la poca importancia que le han dado a poseer una marca que los identifique y a la vez que los formalice, a razón que en la actualidad su productividad es baja e inestable, porque no cuentan con una producción constante y a largo plazo carecen de personal fijo en su puesto de trabajo, ya que solamente según la temporada es contratado un número mayor.

En la parroquia, en la zona de CISNE 2 se encuentran diez talleres con esta problemática, que no están legalmente establecidos y muestran bajos niveles productivos, por lo que se los ubica por la dirección de estos, que son Calle 25ava y Sedalana, Calle 19ava y la H, Calle 43ava y la A, Calle 40ava y la C, Calle 36ava y la E, Calle 19ava y la E, Calle 45ava y la B, Calle 16ava y la D, Calle Francisco Segura y la 20ava, Calle Chambers y la 35ava; cada uno de estos se investigarán para lograr un cambio y mejorar las condiciones de vida y trabajo aplicando el marco del buen vivir que persigue el estado ecuatoriano con la exposición de un correcto plan de negocios.

El problema del presente trabajo se centra en que no existe un estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2, que ayude a observar los niveles de costos y ganancias que promuevan el crecimiento productivo de todo aquel que aspira o tiene un emprendimiento de estas características.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Cómo se podrán analizar los factores que influyen en el crecimiento productivo de los talleres de muebles de la Parroquia Febres Cordero en Guayaquil?

### **1.4. Sistematización de la investigación**

¿Cómo se pueden identificar las condiciones de trabajo actual de los talleres de la zona en estudio?

¿Se logrará la determinación de las deficiencias en la gestión administrativa en los talleres existentes en la zona?

¿De qué manera evaluar la factibilidad financiera de la creación de un taller de mueble en el sector?

## 1.5. Objetivos Generales y Específicos

- **Objetivo General**

Analizar los factores que influyen en el crecimiento productivo de los talleres de muebles de la Parroquia Febres Cordero en Guayaquil.

- **Objetivos Específicos**

Determinar las condiciones de trabajo actual de los talleres de la zona en estudio.

Identificar las deficiencias en la gestión administrativa en los talleres existentes en la zona.

Evaluar la factibilidad financiera de la creación de un taller de muebles en el sector.

## 1.6. Justificación de la Investigación

La cooperativa Cisne 2 de la parroquia Febres Cordero en la ciudad de Guayaquil tiene múltiples negocios que buscan satisfacer necesidades varias, entre los que se encuentra los talleres de muebles tipo madera, y del que establecen un comercio muchas veces informal, a razón que no cuentan con el conocimiento completo de las obligaciones legales y tributarias a las cuales se deben acoger.

Estos talleres son dirigidos por microempresarios que tienen la capacidad para elaborar productos de buena calidad, pero que en el presente no poseen el discernimiento de lo que conlleva la responsabilidad de tener un negocio. Su nivel de estudios es bajo, para lo cual es necesario que los autores ingresen con su enseñanza profesional para fomentar la responsabilidad empresarial y que llegue a convertirse en un eje productivo muy importante, tanto local como nacionalmente.

El conocimiento de los costos, gastos y el punto de equilibrio entre la oferta y demanda es muy importante para el crecimiento de un negocio en el mercado,

en donde su productividad se ve reflejada por el reconocimiento al trabajo alcanzado y el cumplimiento en todas las obligaciones impuestas por el estado.

Se debe brindar mayor importancia al trabajo artesanal para la realización de un producto, debido que una de las tareas que tiene el artesano de muebles es el adecuar la madera para que luego esta se convierta en un mueble y para lo cual debe pasar por varios procedimientos.

Primero se deja secar la madera y luego se corta de acuerdo a su molde, ya que las medidas tienen que ser exactas según sus plantillas ya antes elaboradas. Posteriormente se procede a encolar (pegar) y formar el mueble. Luego de armarla, esta pasa por una etapa final, en la cual se le dan los últimos acabados. Cuando todo está terminado se laquean los muebles para lograr una mejor presencia; esto involucra pintar y darle brillo a la madera.

Aunque también el surgimiento de nuevas tendencias y modelos en la fabricación de muebles, juegos de comedor y similares tienen en aprietos al oficio de carpintero en Guayaquil. Los productos modernos ahora son principalmente forrados, lineales y con poco trabajo hecho a mano. Los modelos tradicionales como los denominados, Luis XIV y Luis XV, eran los que llamaban la atención por el tallado y que antes adornaban las salas de las casas pero que actualmente están en el olvido.

Ello ha provocado que el oficio de ebanista se vea afectado y con él también la labor de los laqueadores, talladores y tapizadores. A eso se suma el actual alto costo de la madera, la escasez de la misma y el elevado precio de los implementos para procesarla en casi el 70%.

Los tablones de roble de 2 metros x 18 centímetros y una pulgada de grosor (los más usados y resistentes) que hasta hace unos meses costaban \$3,80 ahora valen \$6. Los de la misma medida, pero el doble de gruesos cuesta \$12. En el caso de la cola, las lacas, lijas y venenos para evitar que la polilla destruya la madera sus precios casi se han duplicado.

El cambio de mentalidad para el propietario del negocio es relevante, porque es quien lo impulsa y es además quien conoce su área de producción a cabalidad dando lugar a la enseñanza de los demás para que se incrementen las plazas de empleo con el mismo.

En los talleres de muebles categoría madera de la Cooperativa Cisne 2 de la parroquia Febres Cordero en Guayaquil, no existe un estudio de prefactibilidad de una microempresa bajo todas las condiciones legales y financieras, en donde se oriente a elevar, bajo un buen conocimiento, su manejo de la producción y atención con los clientes, porque en la actualidad no se cuenta con la visión de un crecimiento en cuanto a formalizarse y de poseer una marca propia que identifique a un negocio de este sector productivo con el consumidor final y no solamente mantenerse como fabricantes y proveedores de mueblerías de la zona y de la ciudad.

Debe existir un compromiso de crecimiento productivo que se oriente a la estabilidad laboral y se soporte en la matriz productiva y el buen vivir que son los objetivos y metas que persigue el estado ecuatoriano, junto con alcanzar nuevas oportunidades de negocios y satisfacción de demanda.

Cada una de estas directrices deben ser tomadas en cuenta para que la prefactibilidad de un negocio de muebles sea diseñado de manera acertada y que los demás negocios de este tipo observen las condiciones para un correcto emprendimiento y administración a largo plazo.

### **1.7. Delimitación del problema**

**Campo:** Economía.

**Área:** Crecimiento productivo.

**Aspecto:** Estabilidad laboral y empresarial de talleres de muebles de la Cooperativa Cisne 2, parroquia Febres Cordero.

**Tema:** Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la cooperativa cisne 2, parroquia Febres Cordero, cantón Guayaquil, Provincia del Guayas.

**Problema:** No existe un estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2 de la Parroquia Febres Cordero en Guayaquil.

**Delimitación espacial:** Cooperativa Cisne 2, Parroquia Febres Cordero, Guayaquil, Ecuador.

**Delimitación temporal:** Mayo - Octubre 2015.

Cada una de estas características delimitantes de la investigación muestran un enfoque particular acerca de los alcances adquiridos; todo esto va en función en que los autores tengan la oportunidad real de mostrar la problemática observada en primera instancia de manera empírica, y que, con el adecuado contexto metodológico científico se obtenga la información que la valide en su efecto.

Los talleres de muebles de la categoría madera en el sector suroeste de Guayaquil, en específico de la Cooperativa Cisne 2 de la Parroquia Febres Cordero, no tienen una correcta gestión administrativa y operativa, por lo que no han tenido mayores oportunidades de crecimiento productivo y de generación de nuevas fuentes de empleo como todo negocio debe hacerlo, es por eso que al tener un diseño de prefactibilidad en la creación de una microempresa, se brinda la opción de conocer los parámetros más idóneos para la rentabilidad deseada en este tipo de talleres.

### **1.8. Hipótesis**

Si se analizan los factores que influyen en el crecimiento productivo de los talleres de muebles de la Parroquia Febres Cordero en Guayaquil entonces, se puede dar el estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa

para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2.

### **1.9. Límites de la investigación**

La investigación se encuentra centrada en la determinación de nuevos conocimientos acerca de la correcta creación de un taller de muebles categoría madera en la Cooperativa Cisne 2 de la Parroquia Febres Cordero en la ciudad de Guayaquil, en que todos aquellos negocios de este tipo obtengan mayor información acerca de una gestión administrativa, operacional y comercial eficiente para su notable crecimiento con competencia leal y saludable.

Para lograrlo, se depende de la apertura de estos talleres, para que los autores de la investigación puedan adquirir los datos suficientes y verídicos que deriven en la identificación de los problemas más relevantes de su bajo crecimiento productivo. Además de la predisposición que los administradores puedan tener, se debe manifestar que se tiene un estudio de corte transversal, es decir, de un límite de tiempo, para la cual es necesario que se brinden todas las condiciones de traslado y capacidad crítica de discernimiento frente a las posibles objeciones que se presenten en el campo.

Las leyes aplicadas en el presente gobierno del Econ. Rafael Correa no son una limitante en la investigación, a razón que en la actualidad el Plan Nacional del Buen Vivir y el Cambio de la Matriz Productiva son ejes de gestión nacional y se tiene el aval del beneficio sociocultural y económico de todos los ciudadanos ecuatorianos.

Junto con el sistema de reforestación responsable que es manejada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), se puede decir que este tipo de negocio de los talleres de muebles categoría madera, tiene las condiciones para seguir laborando de manera eficiente y responsable sin perjuicio de inactividad.

### 1.10. Identificación de las variables

#### Variable independiente:

- Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2.

#### Variable dependiente:

- Análisis de los factores que influyen en el crecimiento productivo de los talleres de muebles de la Parroquia Febres Cordero en Guayaquil.

### 1.11. Operacionalización de variables

**Tabla 1 Operacionalización de variables**

VARIABLES	DIMENSIONES TEMAS	INDICADORES SUBTEMAS	INSTRUMENTOS
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2	100% se analizan las ventajas de la introducción de un taller de muebles categoría madera en la zona	Encuestas
		100% se evalúa la factibilidad financiera de la creación de un taller de muebles en el sector	Propuesta
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	Análisis de los factores que influyen en el crecimiento productivo de los talleres de muebles de la Parroquia Febres Cordero en Guayaquil	Manejo Administrativo	Libros - Revistas
		Manejo Operativo	INEC
		Manejo Comercial	Periódicos

Elaboración: los autores

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes referenciales y de investigación

Como lo mencionan Cruz & Cruz (2010), la importancia económica del sector maderero en el Ecuador radica en que el país es reconocido a nivel mundial por la excelente calidad de su madera y manufacturas, ya que la demanda mundial de productos de madera cada día crece y se prefieren los productos ecuatorianos.

Se dice que en el país una de las actividades que más se realizan en la industria nacional está relacionada con la madera, siendo ésta un material que ha sido transformado en distintos productos no sólo comercializados a escala nacional, sino también a nivel internacional.

“La actividad industrial maderera tiene alrededor de 70 años de historia en el Ecuador y actualmente es uno de los sectores productivos con mayor potencial de desarrollo y crecimiento”. (Cruz & Cruz, 2010)

Según Peralta (2010) los productos de mayor valor agregado implican la transformación de la madera en muebles. Para la elaboración de estos productos se abastece principalmente de una madera aserrada de calidad deficiente, producida principalmente por motosierras. Con excepción de pocas empresas, la gran mayoría son medianas y pequeñas empresas familiares con limitaciones en los aspectos de tecnologías y maquinarias modernas, diseño de productos, control de calidad; falta de operarios y mandos medios.

La madera es utilizada como materia prima para la elaboración de diversos materiales o productos como tableros, muebles, e inclusive casas. Debido a su gran aportación en el sector productivo y económico del país se ha llevado a cabo la instalación de empresas dedicadas a la transformación de este tipo de bienes.

De acuerdo a Miranda, Zambrano, & Yaguana (2009), existen muchas reglas de higiene, que están inmersas en el proceso de la elaboración de muebles, estas aportaran de gran manera al momento de presentar cada uno de nuestros mobiliarios a los clientes, con la finalidad de apuntar lo más cercano posible a una excelente calidad.

En la fabricación de muebles de madera se toman en consideración distintos procesos como la higiene, debido que dicha elaboración depende en gran parte del trabajo manual, por lo que los individuos están expuestos a adquirir algún tipo de infección por el uso de materiales como cortos punzantes, entre otros. Además de esto, la higiene influye en la presentación al momento de ofrecer el bien a los consumidores.

“Con el paso de los años se empezó a utilizar la madera como material principal para construir los muebles que les permitirían ordenar y clasificar sus pertenencias al mismo tiempo que ganaban en comodidad”. (Quimbiulco, 2012)  
La teoría del emprendimiento por Albert Shapero indica lo siguiente, en los postulados de su teoría, considera que el emprendedor toma la iniciativa y organiza algunos mecanismos sociales y económicos y acepta el riesgo de posibles pérdidas. Además, que el empresario es propio de cada contexto y el resultado de la acción humana, es decir, es multivariado y complejo. (Macías & Parada, 2013)

Según lo antes expuesto, un emprendedor es aquella persona que inicia un proyecto con el fin de crecer tanto personal como profesionalmente, el cual tiene en cuenta las posibilidades de fracaso que puede llegar a experimentar durante ese proceso. En pocas palabras, “[...] dentro del modelo de Shapero se diferencian dos grandes percepciones: la primera está relacionada con el proceso formativo de las personas que incluyen valores y experiencias, la segunda con la factibilidad del emprendimiento”. (Macías & Parada, 2013)

La productividad según la Teoría Marxista, la productividad vista del lado marxista parecer ser un concepto útil para el análisis concreto. Productividad puede definirse como el recíproco del valor de las mercancías, y mide

simultáneamente la eficacia de la producción y la capacidad de consumo de la sociedad. Es posible cuantificar la productividad al nivel de toda la economía y al nivel de producto. (Valle, 1991)

Como se menciona anteriormente, la productividad observada desde el punto de vista marxista, hace referencia a la eficiencia con la que se realizan los productos, es decir, el tiempo que se toma la empresa para la elaboración de estos y con un mínimo de materiales sin dejar a un lado la calidad, logrando así satisfacer plenamente los requerimientos de los consumidores.

## **2.2. Marco teórico referencial**

OIT (2008) menciona acerca del crecimiento productivo: “La productividad mide la relación entre productos e insumos. La productividad crece cuando se registra un aumento del producto sin que haya habido un crecimiento proporcionalmente igual de los insumos, o cuando se consigue producir algo con menos insumos”.

La productividad es el resultado del trabajo eficiente que realiza una empresa y sus miembros, en base a los recursos y la mano de obra que se utiliza para la elaboración de los productos. Se dice que la productividad se da cuando el uso de los insumos es menor a la producción, es decir, que cuando la producción aumenta pese a contar con pocos recursos es cuando existe productividad.

Por otra parte, la productividad se puede medir ya sea con respecto a todos los factores de producción combinados, o con respecto a la productividad del trabajo, definida como la producción por unidad de insumo de mano de obra, unidad que se mide a su vez en términos del número de personas empleados en dicha producción o del número de horas trabajadas. (OIT, 2008)

La mano de obra es un factor importante para la producción de bienes o servicios, ya que de ésta y de otros factores, como la cantidad de insumos, depende la elaboración del producto. Es necesario tomar en cuenta la cantidad producida por cada persona y durante qué tiempo logró realizarlo, para así

determinar qué tanto existe de productividad y qué medidas se debe tomar si en caso ésta aún se ha dado.

Según Fernández (2010), si una organización desea que el personal desempeñe un trabajo con altos niveles de calidad y se incremente considerablemente la productividad, es imprescindible que aprendan a administrar, además de gentes, mentes, es decir, gestionar exitosamente la inteligencia emocional; ya que ella influye grandemente en la productividad.

Se considera importante no sólo la capacitación del uso de las distintas herramientas para el desarrollo de las funciones del personal de la empresa, principalmente de aquella área encargada de la producción de los bienes o servicios, sino que también se debe mejorar la calidad del ambiente de trabajo y sobre todo estudiar el comportamiento del personal para de esta manera mostrar la importancia del manejo de las emociones, ya que ésta influye en el desempeño de las tareas asignadas.

Así mismo Fernández (2010) menciona, la productividad, sin duda, está íntimamente ligada con una mejora empresarial y con la calidad, ya que a mayor productividad y calidad mayor será la eficiencia del proceso y este aumento permitirá obtener unos precios más competitivos y, por tanto, nuevos clientes.

La productividad permite generar mayor rentabilidad a las empresas, ya que la eficiencia con la que los miembros actúan influye en la producción, haciendo que ésta sea mayor y de mejor calidad, según los insumos utilizados en el proceso.

Para Cruelles (2012), medir los tiempos, tener un estándar, es algo imprescindible para la gestión de la producción, pero en absoluto es suficiente. Todos los tiempos estándar que tengamos en un listado, en un libro u hoja de fabricación, no servirán para nada si no se controla la productividad y no se hace un seguimiento de su cumplimiento.

La productividad es una medida económica de la producción por unidad de insumo. Las entradas incluyen la mano de obra y el capital, mientras que la

producción se mide típicamente en los ingresos y otros componentes del PIB, tales como inventarios de las empresas. “Por lo tanto, hacer cumplir los tiempos estándar es totalmente imprescindible, y la herramienta para conseguirlo es el control de la productividad”. (Cruelles, 2012)

De acuerdo a Lopez (2013), la velocidad de proceso es independiente, a cuidar que no haya desperdicio para optimizar los recursos básicos y sus derivados. La estructura o diseño par (sic) la velocidad del proceso productivo, están determinados por la potencia, ya sea manual o mecanizada.

La productividad se calcula dividiendo la media producción por periodo por los costos totales incurridos o recursos (de capital, energía, materiales, personal) que se consumen en ese periodo. La productividad es un crítico determinante de la eficiencia de costes; es una medida de cómo una empresa de manera eficiente y efectiva utiliza insumos tales como el trabajo y el capital para producir salidas como bienes y servicios; es decir, es una relación de entrada y salida.

Como lo menciona Risco (2013), la Productividad es la relación entre la producción de un período y la cantidad de recursos consumidores para alcanzarla. Por tratarse de un concepto de carácter técnico, y no financiero, tanto la producción como los recursos han de medirse en unidades físicas. La productividad es el indicador de la eficiencia en la empresa.

La productividad puede ser parcial (productividad de un factor) o global. Un aumento en la productividad significa que más bienes y servicios se producen con la misma cantidad de trabajo y el capital. Esto no se trata de la reducción de costes, sino de hacer lo correcto constantemente para lograr la máxima eficiencia y valor.

Según Leiceaga, Carrillo, & Hernández (2012), la mejora de la productividad es el objetivo fundamental que se propone la dirección del área de producción. La productividad es la forma de medir la eficiencia de la función de producción. Además de la productividad global de la empresa, también se puede analizar la

productividad de los distintos factores productivos: productividad de la mano de obra, de la materia prima, de los equipos instalados.

La medición de productividad ayuda a las empresas a:

- Identificar las áreas que puede mejorar en aumentar su valor añadido.
- Centrarse en hacer las cosas bien.
- Comprender el nivel de eficiencia y eficacia del negocio.
- Establecer objetivos operativos y objetivos estratégicos.
- Averiguar si sus prácticas y procesos de negocio están aumentando o reduciendo la productividad.
- Motivar a los clientes internos (personal) para contribuir a través de los planes de incentivos de productividad ligada.
- Atraer a los clientes externos (socios, proveedores) en el proceso de aumentar el valor añadido de los bienes o servicios en conjunto.

Por nivel de *productividad* queremos decir las unidades de análisis empleadas para calcular o definir la productividad. Por ejemplo, la *productividad agregada* es el nivel total de productividad alcanzado por un país. La *productividad de la industria* es la productividad total alcanzada por todas las empresas en una industria en particular. La *productividad de la empresa*, como el término lo sugiere, es el nivel de productividad alcanzado por una empresa. La *productividad unitaria* y la *productividad individual* se refieren a la productividad alcanzada por una unidad o departamento dentro de una organización y el nivel de productividad alcanzado por una sola persona. (Griffin, 2011)

Las medidas de productividad pueden ser examinadas en conjunto (en toda la economía) o vistas desde el punto de la industria para examinar las tendencias de crecimiento de la mano de obra, los niveles salariales y la mejora tecnológica. A nivel industrial, las mediciones de productividad permiten a las empresas comparar el rendimiento de su negocio frente a los puntos de referencia de la industria.

Bohigues (2014) considera que, producción y productividad: es el conjunto de bienes y servicios que proceden de una actividad económica. La productividad es la relación entre lo producido y los medios empleados (maquinaria, trabajadores, energía...), de forma que si para poca producción se emplean muchos medios la productividad es baja, mientras que, si con pocos medios se genera mucha producción, entonces la productividad es alta.

La productividad hace referencia al uso eficaz y eficiente de todos los recursos. Los recursos incluyen el tiempo, las personas, el conocimiento, la información, las finanzas, el equipo, el espacio, la energía, los materiales. Para gestionar los recursos de una empresa, es esencial tener en cuenta los siguientes puntos:

- Entender exactamente qué hacer para cumplir con la demanda del cliente.
- Establecer un plan que identifica claramente el trabajo a realizar.
- Definir e implementar las metodologías que deben ser utilizadas para completar todas las actividades y tareas de manera eficiente.
- Establecer cuánto tiempo realmente es necesario para completar cada actividad o tarea.
- Determinar cuáles son los recursos que se necesita para cumplir con el plan.
- Proporcionar los recursos necesarios y poner en marcha el plan.
- Monitorear constantemente lo que está en contra del plan.
- Identificar las diferencias y tomar las medidas pertinentes para que los corrija o modificar el plan.

“A medida en que aumenta la producción utilizando la misma cantidad de recursos, hay más eficiente desde un enfoque económico (mayor producción, menores costos)” (Barradas, 2014). Existe en la actualidad una preocupación muy acentuada por todo lo referente a la mejora de la productividad o en relación con los bienes o servicios producidos y los factores utilizados.

Esta productividad se logra y mejora organizando y gestionando adecuadamente todos los procesos de la empresa, en la línea de lo que se denomina Gestión de

la Calidad Total (TQM) e implantarla de forma correcta y adecuada. (Fernández, La dimensión económica del desarrollo sostenible, 2011)

La productividad es la cantidad de producción por unidad de entrada (mano de obra, equipo y capital). Hay muchas maneras de medir la productividad. Por ejemplo, en una fábrica de la productividad puede medirse en base al número de horas que toma para producir un bien, mientras que en el sector de servicio la productividad podría ser medida en base al ingreso generado por un empleado dividido por su salario.

Es necesario tener en cuenta que el mobiliario es parte de los bienes muebles, es decir, de aquellos que se pueden trasladar de un lugar a otro, sin ningún inconveniente, por lo tanto: “El bien mueble es cualquier cosa poseída y tangible con excepción de propiedades inmobiliarias. Los muebles, los coches, la joyería, y la ropa son todos los ejemplos de bienes muebles”. (Haden, 2008)

Para Nutsch (2000), los muebles son enseres o artículos de utilidad para alojar materiales, para cumplir funciones, para sentarse o para descansar. Según su ejecución y material empleado, la función y construcción de los muebles, así como según cual sea su utilización en el local, se emplean distintas definiciones para los muebles.

Los muebles son aquellos artículos elaborados en su gran mayoría con madera, e incluso con metal. Estos tienen la finalidad de brindar mayor comodidad a las personas y a través de su uso hacer más fácil las actividades personales o laborables de los individuos.

Según Martínez (2005): “El mobiliario de un establecimiento debe cumplir varios requisitos al mismo tiempo: funcionalidad, creatividad y técnica de forma que se optimice el potencial que tienen estos soportes de comunicación, contribuyendo a la imagen que se quiere proyectar del establecimiento”.

El mobiliario lo conforma un conjunto de muebles, los mismos que pueden ser camas, sillas, mesas, sofás, escritorios, anaqueles, etc. Estos objetos han ido

evolucionando en su transformación gracias a la tecnología y a las distintas herramientas existentes, así como también a la creatividad del ser humano, la cual permite llevar a cabo nuevas ideas.

A menudo estos muebles suelen llevar cojines exentos que se rellenan de materiales naturales o sintéticos y que dotan al mueble de mayor comodidad. Estructuralmente estos enseres son más bajos en altura que la silla, pero esto se compensa con una anchura y profundidad mayor del asiento para que sean más confortables. (Rodríguez, 2014)

Los muebles como tal, son unos de los artículos más adquiridos hoy en día, debido a la variedad de diseños, calidad y beneficios que estos ofrecen. La comodidad es una característica que se considera muy importante en la producción de estos bienes, tanto para la mano de obra, como para el cliente, ya que el personal que los elabora tiene en cuenta que los individuos que requieren este tipo de mobiliario lo hacen con el fin de satisfacer una necesidad, el descanso.

“El mobiliario puede ser considerado arte decorativo, además de tener en sí un fin funcional o servir a un propósito religioso o simbólico. El mobiliario crea, en conjunción, espacios interiores convenientes, funcionales y confortables”. (Perdigones, 2011)

El término mobiliario incluye lo que debe ser suministrado a una casa, una habitación, o similares, para que sea habitable, cómodo o agradable; bienes, vasos, utensilios y otros apéndices necesarios o convenientes para la limpieza; es lo que se añade al interior de una casa o apartamento, para su uso o conveniencia.

La conservación de los muebles es fundamental para la buena imagen que se pueda tener de cualquier lugar. No es posible imaginar una empresa de prestigio con muebles sucios o deteriorados por falta de limpieza. De hecho, la limpieza del mobiliario es la primera percepción (que a menudo es la más importante) que se tiene de un sitio, luego la limpieza es parte integral del buen desarrollo de las

empresas y, por ello, la función del personal de limpieza es fundamental. (Perdigones, 2011)

El mobiliario es algo que cada hogar necesita para dar estilo y comodidad a éste. Pueden ser muebles de patio, muebles de dormitorio, muebles de comedor, entre otros, todos estos ayudan a agregar el carácter y elegancia a un lugar determinado, sobre todo en las casas. Una de las primeras cosas que los clientes notan al llegar a su casa es el estilo y la calidad de sus muebles.

“El mobiliario es el conjunto de muebles existentes en las distintas estancias de la casa, que tiene como función servir de apoyo en la realización de actividades habituales. Algunos elementos que conforman el mobiliario son: mesas, sillas, estanterías, armarios, etc.”. (Barbazán & Sendra, 2012)

Según Guerrero (2014), la calidad de mobiliario debe ser acorde con la categoría del establecimiento. No se debe almacenar en lugares húmedos ya que se pueden deteriorar las maderas. Los productos de limpieza se aplicarán a los muebles dependiendo de cuál sea el material con que esté hecha su superficie (madera lacada, barniz, tela, cristal, metal, etc.).

Es importante que los clientes al elegir los muebles para el hogar, tengan en cuenta el tema del uso de la decoración a través de toda la casa. Se puede encontrar la propia personalidad a través de la elección de mejores muebles, mesas, lámparas y alfombras para el lugar a adecuar.

“El mobiliario es cada uno de los enseres móviles que sirven para los usos necesarios o para decorar casas, oficinas y todo género de locales. Estos pueden ser de diferentes materiales, fundamentalmente de madera, metal, hierro y escayola o similares”. (Morales, 2013)

De acuerdo a Iglesias (2011), tanto los productos de acabado como los de protección contra los agentes que deterioran la madera que se utilizan son de gran importancia, y requieren también su estudio, ya que dan el acabado y aspecto final al mueble e influyen en la durabilidad del mismo.

Los muebles de madera muchas veces se ven afectados de forma continua debido a la temperatura y humedad, los cuales pueden hacer que la madera se encoja o se hinche. Estas son características inherentes de la madera y no el resultado de la mano de obra.

Nuevamente Iglesias (2011) considera lo siguiente, el conocimiento de las materias primas con las que se trabaja evita que se produzcan fallos de planificación en las instalaciones en obra y en la elaboración de proyectos.

Los materiales utilizados en la instalación de muebles pueden ser madera maciza o tableros derivados de la madera. Tanto las maderas procedentes del aserrado como los tableros derivados de la materia tienen unas características que afectan a los tipos de uniones y a la elección de las mismas para determinados usos.

Es necesario que los consumidores o clientes les brinden un cuidado continuo a sus muebles, ya que su vida útil dependerá sobre todo del trato de los ocupantes de la pieza. El asesoramiento sobre los productos adecuados a utilizar, así como recomendaciones en lo que respecta al mantenimiento favorecen al consumidor. “La limpieza que ha de efectuarse en enseres y mobiliario consiste en la eliminación de polvo y ácaros, comenzando por las zonas más altas hasta las más bajas, trabajando de arriba hacia abajo”. (Barbazán & Sendra, 2012)

“Un producto es un bien que satisface una o varias necesidades y posee una serie de atributos que lo determinan” (Bastos, 2010). El producto es aquel bien que se crea y ofrece a los individuos con el propósito de satisfacer las necesidades o deseos de estos, logrando así cumplir con la demanda existente en el mercado y a su vez, generar mayor rentabilidad para quien lo fabrica.

Repullo (2006) considera que, el concepto de producto implica que el objeto o la actividad en cuestión han sido producidos, es decir, que han incorporado trabajo humano, mediante un proceso de producción. Esto lo diferencia de otros objetos o procesos que pueden soportar un valor, pero que no han sido producidos por

el hombre: por ejemplo, un fruto silvestre, el agua de un río, el aire que respiramos, el proceso de abono natural de los animales en el campo. Se dan en la naturaleza espontáneamente, satisfacen necesidades, pero no son productos porque no están producidos por el hombre.

Es una buena idea, método, información, objeto o servicio creado como resultado de un proceso y sirve para satisfacer una necesidad. Tiene una combinación de atributos tangibles e intangibles (beneficios, características, funciones, usos) que un vendedor ofrece a una persona para su respectiva compra. Como lo indica Repullo (2006), decimos entonces que, además de tener un valor de utilidad, *el producto soporta un valor de intercambio*. Es decir, el producto está hecho con trabajo humano y es interesante para otros que lo quieren comprar o intercambiar, para resolver una necesidad (*concepto económico del producto*).

Como ya se ha indicado, un producto es el artículo que se ofrece a la venta y puede ser un servicio o un elemento. Cada producto se hace a un costo y cada uno se vende a un precio. El precio que se puede cobrar depende del mercado, la calidad, la comercialización y el segmento al que está dirigido.

Cada producto tiene una vida útil después de lo cual necesita reemplazo, y un ciclo de vida después de lo cual tiene que ser reinventado. En el lenguaje de bienes de consumo, una marca puede ser renovada o ampliarse para que sea más relevante para el segmento y los tiempos, a menudo manteniendo el producto en casi lo mismo.

El producto es un bien o servicio que más se adapta a las necesidades de un determinado mercado y produce suficientes beneficios para justificar su existencia. Según Ruano & Sánchez (2014) “Los factores a tener en cuenta a la hora de prestar un servicio u ofrecer un producto son:

- Accesibilidad.
- Ambiente.
- Interacción del cliente con el sistema de servicio
- Interacciones del cliente con otros clientes.

- Coproducción”.

Para Alecoy (2011), la creatividad se expresa aquí en forma de un producto o servicio que cumple al menos dos requisitos: el producto es original y apropiado. Cuando un producto o servicio es original, implica que no es común y, que es diferente a los productos de otras personas. No siempre debe tratarse de un producto hasta ahora desconocido, sino de uno existente, que se ha modificado de tal forma que llega ser mucho más funcional y productivo [...].

Un producto debe ser relevante, es decir, los usuarios deben tener un uso inmediato para ello; también debe ser funcionalmente capaz de hacer lo que se supone que, y hacerlo con una buena calidad. El producto necesita ser comunicado, o sea, los usuarios y potenciales usuarios deben saber por qué tienen que usarlo, los beneficios que pueden derivarse de ella, y lo que hace la diferencia.

“El vocablo Ebanistería viene de la madera, ébano, que desde la antigüedad se considera fina por ser dura y pesada y es de color negro. La ebanistería es una modalidad especializada de la carpintería orientada a la elaboración de muebles”. (Mora, Jorge Mora)

La ebanistería es considerada como la actividad que comprende la elaboración de mobiliarios de madera fina, para ello, los carpinteros o ebanistas deben contar con amplios conocimientos acerca de la madera, tratamiento, los procesos de elaboración de muebles, entre otros factores.

“[...] existen herramientas que la capacitación puede implementar. Hablamos de actividades, talleres, seminarios, etc. que utilizan metodologías que permiten reforzar el trabajo en equipo, la actitud proactiva y creativa en el trabajo, formas de liderazgo [...]” (Sescovich, 2009)

La capacitación es una herramienta que se utiliza para mejorar los conocimientos de los individuos, la misma que se puede emplear a través del uso de distintos

recursos dependiendo de los objetivos que se quieran cumplir y también facilitando la comprensión de las personas a quienes se dirige.

Como lo menciona OCDE (2014), los planes de capacitación podrían vincularse más claramente con el análisis y planeación de la fuerza laboral, de tal forma que el desarrollo del personal se convierta en parte integral de la manera en que las organizaciones planean su planta de personal, en lugar de tener que depender únicamente del reclutamiento para satisfacer las necesidades cambiantes.

La capacitación es un recurso esencial para ampliar los conocimientos de los individuos en un área o tema determinado, por ello, se recomienda a las empresas elaborar planes de capacitación, ya que permite potenciar las capacidades de todos quienes la conforman y por consiguiente, hacer frente a posibles conflictos en el ámbito empresarial. Cabe mencionar que además de esto, ayuda al personal a promover su crecimiento tanto personal como profesional. “Se debe procurar una mejor alineación entre la formación y el desarrollo individual, y la mejora de las habilidades y capacidades de la fuerza de trabajo para beneficio de la organización”. (OCDE, 2014)

Se considera que un plan de capacitación es observado como un beneficio que recae sobre la organización y los miembros de ésta, el cual tiene como objetivo mejorar el desempeño de las funciones por parte de los trabajadores e impartirles la importancia del uso de estrategias a través de una enseñanza de calidad. Las capacitaciones o planes de capacitación se pueden realizar en instituciones públicas o privadas.

Según Puig-Durán (2011), la capacitación en calidad total debe buscar no solo la adquisición de nuevos conocimientos sino el cambio de actitudes y de comportamiento. Y ello no se logra con unas cuantas conferencias, sino que se requiere de una acción permanente en la que se refuerce el aprendizaje con la práctica vinculada a su propio trabajo. Para que la capacitación sea efectiva debe ser teórico-práctica.

Se debe tener en cuenta que la calidad debe ser ejercida por todas las empresas u organizaciones, debido que influye de forma positiva en la aceptación de la empresa por parte del mercado o segmento, además de ser un factor clave para el desarrollo de la empresa. El plan de capacitación es uno de los instrumentos que hace posible implementar la calidad en las distintas áreas, productos o servicios pertenecientes a la organización.

De acuerdo a Longenecker, Petty, Palich, & Hoy (2012), sin importar el nivel de la posición que se trate, la meta de un programa de capacitación es enseñar a los empleados nuevos conocimientos, habilidades y conductas que lleven, a su vez, a un mejor desempeño laboral. Pero esto requiere más que sólo aprendizaje, a la capacitación también se le debe dar un uso.

Para que el personal de una empresa lleve a cabo eficientemente las actividades que le competen, es necesario considerar la ejecución de programas como los de capacitación, el cual influye en cómo los individuos realizan sus funciones; a su vez, los planes de capacitación impulsan el cambio de actitudes y comportamientos de los miembros para enfrentar cualquier situación dentro y fuera de la empresa.

Para el plan de capacitación es necesario contar con la participación del asesor. Las primeras acciones de capacitación deben orientarse a los altos directivos, y cubrir temas como:

- La filosofía de la calidad.
- Aspectos estratégicos.
- Temas de liderazgo.
- Técnicas de trabajo en equipo.
- Técnicas para la solución estructurada de problemas.
- Y otras técnicas más avanzadas, ya posteriormente. (Puig-Durán, 2011)

Los programas o planes de capacitación se implementan tanto en organizaciones como también en una comunidad, ya que de igual manera a

través de éste se puede impartir información valiosa acerca de un tema determinado. Entre los temas que se brindan en un programa de capacitación se destacan temas de liderazgo, calidad, enfrentamiento de riesgos, planes estratégicos, entre otros.

Gan & Gaspar (2007) consideran que, los niveles actuales de capacitación del trabajador indican el paso en el que se encuentra hacia la asimilación total de esas capacidades. El plan de desarrollo y formación intentará compensar las diferencias entre el nivel actual de capacitación y el esperado y/o requerido.

Por un lado, la capacitación potencia los conocimientos de los participantes, debido que se emplean los mejores métodos para hacer esto posible; por otro lado, beneficia a la empresa como tal, ya que los miembros de las distintas áreas de la organización mejoran sus habilidades.

Según Soto, Valenzuela, & Vergara (2003), cuando se reflexiona en torno a la práctica concreta de la capacitación laboral, entendiendo a ésta como el proceso educativo que forma para el mundo del trabajo, y se concuerda que dicho mundo se encuentra en constante cambio, necesariamente se debe afinar la mirada y proyectarla hacia el largo plazo.

La capacitación laboral es una herramienta que promueve el conocimiento y, por ende, el desempeño del personal de una empresa u organización. Ésta permite que los miembros de la empresa estén en constante aprendizaje, tanto de las tareas a realizar como de las estrategias de la empresa, logrando así, mejorar el desarrollo de cada uno de los participantes.

Para Montero (2005), debe considerarse además que el desempeño de un trabajo requiere de dos componentes esenciales: la preparación, llámese formación profesional, capacitación laboral o entrenamiento acorde con las habilidades, intereses y expectativas laborales de la persona; y la existencia de oportunidades de trabajo de acuerdo con la capacitación obtenida.

Se considera que la realización efectiva de un trabajo no sólo depende de la capacitación del personal que forma parte de la empresa, sino también que exista mayores oportunidades en cada empresa para desempeñar nuevas funciones en base a los conocimientos impartidos.

Krugman & Wells (2007) consideran que: “El crecimiento económico es la capacidad de una economía para producir cada vez más bienes y servicios”. El crecimiento económico se da cuando hay un crecimiento de productividad, ya que al existir distintos sectores de producción y al ser capacitados en sus áreas y en complementarias, se pueden emprender mejoras en el mismo y así generar más plazas de trabajo, lo que resulta beneficioso no sólo para las empresas que lo conforman sino para el país en general.

Borunda, Cepeda, Salas, & Medrano (2013) quien cita a González & Domingo (2006) mencionan acerca del crecimiento económico: “[...] es ampliar su capacidad productiva para poder satisfacer adecuadamente las necesidades crecientes de la sociedad. Es decir, el significado de crecimiento económico, se refiere en términos cuantitativos, así al aumento en la producción, infraestructura, etcétera”.

Como lo indica Olavarria (2005), el crecimiento económico trae más y mejores oportunidades, las que impactan positivamente en el bienestar de las personas. Para ello, sin embargo, es necesario que las personas desarrollen adecuadas capacidades. Esto, a su vez, es la tarea de las políticas sociales.

El crecimiento económico es un factor que influye de forma positiva en las personas de un país determinado, por ello, es necesario que el estado intervenga en los sectores existentes, impulsando la participación de estos en nuevas estrategias para el aumento de producción y, por ende, generar nuevas oportunidades de trabajo.

Para Perdomo (2012), la segmentación del mercado es el proceso analítico de dividir el mercado general en sectores pequeños. Los componentes de estos sectores o grupos son homogéneos y presentan características similares. Es

decir, los consumidores de estos mini-mercados tienen las mismas características de compra.

Segmentar el mercado es una de las funciones que realiza la empresa una vez realizado el estudio de mercado, esto para concretar el grupo objetivo al que se va a dirigir, buscando obtener resultados positivos en cuanto a la aceptación de los productos o servicios que la empresa ofrece.

Christensen (2014) menciona cómo las empresas definen sus segmentos: "La mayoría de las compañías segmenta según las líneas definidas por las características de sus productos (categoría o precio) o clientes (edad, sexo, estado civil, ubicación geográfica o nivel de ingresos)".

El estudio de mercado permite conocer entre otros aspectos, las necesidades de los clientes, facilitando así la segmentación del mercado y a través del estudio del comportamiento de los consumidores, emplear estrategias de marketing y publicidad para lograr impulsar la compra de lo ofertado.

Para Llamas (2009), la segmentación de mercado es la división del mismo en grupos homogéneos a los que se les aplicará una estrategia comercial diferenciada con el fin de satisfacer necesidades y deseos de los individuos que forman los segmentos y con la finalidad de que la empresa alcance sus objetivos planteados en un periodo. Es un factor importante que las empresas deben considerar para el cumplimiento de sus objetivos en relación a la oferta, la cual se establece con la finalidad de satisfacer a la demanda existente.

Para Christensen (2014), en términos generales, la forma en que una compañía elige definir sus segmentos de mercado influye en los productos que desarrolla, condiciona las características incorporadas a estos productos y determina cómo los lleva al mercado. Los esquemas de segmentación definen a quién se considera un competidor y la creencia de cuán grandes puedan ser las oportunidades específicas de mercado.

La segmentación de mercado es un término utilizado en marketing, el cual se refiere a la selección de grupos de consumidores que tienen similares necesidades y que se cree responderán de alguna manera a una actividad determinada de mercadeo. Segmentar un mercado hace posible que las empresas se dirijan a distintos consumidores para que conocer su percepción acerca de un producto o servicio.

Se dice que la segmentación de mercado ayuda a las empresas a satisfacer de mejor manera las necesidades de los consumidores, ya que la identificación de segmentos hace más factible la aceptación por parte de estos. Cabe mencionar que comercializar en abundancia un producto o servicio es muy difícil, por lo que la segmentación mejora las posibilidades de adquisición de la oferta.

“Las propiedades de distinción de su producto o servicio, así como los precios, la publicidad, la promoción y las formas o medios de distribuirlo van en consonancia con el mercado segmentado que se ha elegido”. (Perdomo, 2012)

La segmentación de mercado es considerada uno de los principales procesos a realizar para lograr el objetivo de la empresa. Éste consiste en dividir un mercado en general en uno o varios grupos de clientes o consumidores, los cuales deben ser parecidos en algunas características que se relacionen a la oferta.

Joachimsthaler (2008) considera que, la segmentación del mercado es otro procedimiento operativo estándar, normalmente de gran éxito dentro de unos límites concretos. Pero esta misma segmentación puede excluir a clientes y consumidores potencialmente rentables, por el hecho de centrarse exclusivamente en los clientes o en los perfiles demográficos existentes. La segmentación también puede llevar a las compañías por el camino equivocado y no permitirles entender la manera en que los clientes perciben y utilizan sus productos, ya que los directivos asumen que el mundo de los clientes está estructurado de la misma manera en que ellos van agregando los datos.

Para segmentar un mercado de forma correcta es importante evaluar los siguientes aspectos: las características de los segmentos deben ser medibles; accesibles para los canales de distribución; amplios; diferentes para conocer

cómo responden los consumidores a distintos productos o servicios; y establece para reducir costos.

“Los negocios se dividen en sectores al mercado teniendo en cuenta las variables demográficas, tales como edad, raza, sexo, ingresos, estilos de vida y donde se concentran geográficamente los prospectos con las mismas características”. (Perdomo, 2012)

La segmentación de mercado es más importante cuando en el mercado existe mucha competencia. Segmentando, la empresa se adapta mejor a las necesidades y deseos de un grupo de consumidores adecuado y, además, va a servir para que la empresa se diferencie del resto de los competidores. (Llamas, 2009)

Se debe tener en cuenta que lograr la satisfacción de las diferentes necesidades de los consumidores no siempre es eficaz, por tal razón, se recomienda a las empresas dividir el mercado en diversos grupos de personas para así mejorar las condiciones de comercialización de los productos o servicios.

Para Llamas (2009) hay diversas etapas que componen un segmento de mercado:

- Segmentación de mercado:

Identificar las bases de segmentación: que son aquellas en las cuales se realiza toda la investigación de campo sobre el producto a comercializarse.

Desarrollar el perfil de los segmentos: Para el consumidor potencial que es aquel que va a hacer uso y consumo del producto.

Selección del mercado-meta: seleccionar a cuál o cuáles de los segmentos se va a dirigir la empresa (será necesario medir el atractivo de esos segmentos).

Posicionamiento deseado: llevar a cabo diferentes políticas comerciales para que cada segmento tenga el posicionamiento que desea.

Generalmente, los consumidores son segmentados por factores como sexo, edad, ingresos económicos, etc.; ésta debe ser realizada de forma correcta en base a las semejanzas y diferencias que existen entre los grupos divididos de consumidores.

### **2.3. Marco legal**

El Plan Nacional del Buen Vivir en el Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

La Asamblea Nacional Constituyente expone en el artículo antes mencionado la importancia de mantener saludable el ecosistema, por lo tanto, el sector industrial del país, debe evitar procesos que contaminen el medio ambiente o realizar actividades que disminuyan los daños causados.

El gobierno ecuatoriano emprendió el Plan Nacional del Buen Vivir en el 2013 con el fin de promover el bienestar no sólo de las personas sino también del medio ambiente, el cual también repercute sobre éstas. Lo descrito en el artículo 14 de la Constitución de la República es una labor que le compete al estado, sin embargo, a esto se suma la colaboración de cada ciudadano.

El COPCI es un código creado para uso de los productores del país independientemente del área en que se desempeñan, ya sea que se encuentren en distintas partes del Ecuador. Esta ley tiene como objeto, según lo descrito en el artículo 3 del mismo, lo siguiente: “El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio,

comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir”. (Asamblea Nacional, 2010)

Se dice que uno de los fines del presente código es fomentar la realización de actividades en el sector productivo del país, además de “la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República”. (Asamblea Nacional, 2010)

Es importante conocer cómo la Asamblea Nacional (2010) considera a la actividad productiva: “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”.

El COPCI menciona lo siguiente referente a las nuevas producciones o inversiones, lo cual se encuentra estipulado en el artículo 9.1:

Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.- Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de la Producción así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión. (Asamblea Nacional, 2010)

La exoneración del pago del impuesto a la renta es considerada un incentivo para promover el crecimiento de las actividades productivas dentro del territorio nacional, por tal motivo, en el COPCI se establece que los nuevos productores no tendrán que pagar dicho impuesto durante los cinco primeros años del inicio de sus actividades.

Se debe conocer el concepto de matriz productiva de acuerdo a Merino (2014), la Matriz Productiva en una sociedad, engloba o sintetiza de acuerdo a su importancia la participación de los diferentes sectores de la producción de bienes o servicios en el desarrollo de esta; es decir, determina cuantitativamente cuál es el aporte de cada sector en la tarea de generar y crear inversión, empleo y producción de bienes o servicios, los cuales van a satisfacer las necesidades propias y, de existir innovación, creación y superávit, pueden estos bienes o servicios ser exportados a mercados externos.

La matriz productiva es una parte fundamental para generar el crecimiento del país, principalmente en el sector económico. Es por este motivo que el estado ecuatoriano ha llevado a cabo distintos emprendimientos basados en el tema de la transformación de la matriz productiva, impulsando así el cambio de ésta debido a los beneficios que se pueden obtener para el país como tal.

Para hacer posible la transformación de la matriz productiva, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo dicta algunos ejes que se detallan a continuación:

1. Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas refinera, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura, biocombustibles, productos forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.
2. Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables.
3. Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto plazo: industria farmacéutica, tecnología (software, hardware y servicios informáticos) y metalmecánica.

4. Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos. (2012)

Cabe mencionar que la matriz productiva la comprende todos “los productos, los procesos productivos y las relaciones sociales resultantes de esos procesos”, tal como lo menciona la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2012).

El Ministerio del Ambiente busca a través de la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre proteger la naturaleza y todas las especies que en ella se encuentren, es decir, es el organismo encargado de velar por la protección de la flora y la fauna parte del territorio nacional. En el artículo 8 de la presente ley, se menciona que: “Los bosques y vegetación protectores serán manejados, a efecto de su conservación, en los términos y con las limitaciones que establezcan los reglamentos”. (Congreso Nacional, 2004)

Según el Art. 40, el Ministerio del Ambiente, establecerá con fines de protección forestal y de la vida silvestre, vedas parciales o totales de corto, mediano y largo plazo, cuando razones de orden ecológico, climático, hídrico, económico o social, lo justifiquen. En tales casos se autorizará la importación de la materia prima que requiera la industria. (Congreso Nacional, 2004)

Se considera que uno de los casos que más se daban antes de la expedición de esta ley, era la tala indiscriminada de árboles, la cual además de ser ilegal causa efectos negativos en la salud medioambiental, por lo que éste fue uno de los principales motivos para establecer el presente reglamento y así lograr disminuir las actividades ilícitas que atenten contra el ecosistema.

En cuanto al sector maderero se dice que es una de las actividades que hoy en día se realizan con mayor frecuencia en el país beneficiando así a algunas familias. Cabe mencionar que, para evitar la existencia de mercado negro, y a su vez generar el crecimiento del sector maderero se ha establecido precios a los diversos tipos de madera. Según el artículo 42 de la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre: “El Ministerio del Ambiente fijará precios de referencia de la madera que se utilice como materia prima según las especies y calidades”. (Congreso Nacional, 2004)

Como se explica en el Artículo 43 de la misma ley “El Ministerio del Ambiente supervigilará todas las etapas primarias de producción, tenencia, aprovechamiento y comercialización de materias primas forestales”. (Congreso Nacional, 2004)

#### **2.4. Marco conceptual**

“[...] existen herramientas que la capacitación puede implementar. Hablamos de actividades, talleres, seminarios, etc. que utilizan metodologías que permiten reforzar el trabajo en equipo, la actitud proactiva y creativa en el trabajo, formas de liderazgo [...]” (Sescovich, 2009)

Cuando se reflexiona en torno a la práctica concreta de la capacitación laboral, entendiendo a ésta como el proceso educativo que forma para el mundo del trabajo, y se concuerda que dicho mundo se encuentra en constante cambio, necesariamente se debe afinar la mirada y proyectarla hacia el largo plazo. (Soto, Valenzuela, & Vergara, 2003)

Borunda, Cepeda, Salas, & Medrano (2013) quien cita a González & Domingo (2006) mencionan acerca del crecimiento económico: “[...] es ampliar su capacidad productiva para poder satisfacer adecuadamente las necesidades crecientes de la sociedad. Es decir, el significado de crecimiento económico, se refiere en términos cuantitativos, así al aumento en la producción, infraestructura, etcétera”.

Según Martínez (2005): “El mobiliario de un establecimiento debe cumplir varios requisitos al mismo tiempo: funcionalidad, creatividad y técnica de forma que se optimice el potencial que tienen estos soportes de comunicación, contribuyendo a la imagen que se quiere proyectar del establecimiento”.

Por otra parte, la productividad se puede medir ya sea con respecto a todos los factores de producción combinados, o con respecto a la productividad del trabajo, definida como la producción por unidad de insumo de mano de obra, unidad que se mide a su vez en términos del número de personas empleados en dicha producción o del número de horas trabajadas. (OIT, 2008)

Como lo explica Bastos (2010), “Un producto es un bien que satisface una o varias necesidades y posee una serie de atributos que lo determinan”, es decir que tiene un principio y fin de acuerdo a su uso en el mercado por parte de los consumidores a los cuales se les ha segmentado.

Para Perdomo (2012), la segmentación del mercado es el proceso analítico de dividir el mercado general en sectores pequeños. Los componentes de estos sectores o grupos son homogéneos y presentan características similares. Es decir, los consumidores de estos mini-mercados tienen las mismas características de compra.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. Métodos de investigación

Los métodos son inductivo – deductivo, a razón que con el primero se observa y analiza a profundidad el problema para que de esta manera se puedan entregar conclusiones de la situación y sus posibilidades para cambiarlo a positivo; el segundo por su parte, se basa en la hipótesis para aseverar o descartar un suceso. En este caso, funcionan para conocer los factores que influyen para el poco crecimiento productivo de los talleres de bienes muebles categoría madera de la Cooperativa Cisne 2.

También entre los tipos de investigación se encuentra el exploratorio, que es aquel que examina un problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado con anterioridad y usa principalmente diseños cualitativos y trabaja con muestras pequeñas como sucede en la presente investigación.

Además, es de tipo descriptivo-correlacional, porque especifica las propiedades, las características o perfiles importantes de personas, mercado, actitudes, entre otros aspectos. Conjuntamente evalúa la relación entre las dos variables existentes e intenta explicar cómo se comporta una variable en función de la otra para disminuir la problemática como lo es la inexistencia de programas de capacitación. Mediante esta investigación se realiza el análisis cuantitativo usando estadística de la encuesta (matriz de tabulación, análisis e interpretación).

### 3.2. Población y muestra

La población son los talleres de la cooperativa Cisne 2 de la parroquia Febres Cordero en la ciudad de Guayaquil. Estos son: Calle 25ava y Sedalana, Calle 19ava y la H, Calle 43ava y la A, Calle 40ava y la C, Calle 36ava y la E, Calle 19ava y la E, Calle 45ava y la B, Calle 16ava y la D, Calle Francisco Segura y la 20ava, Calle Chambers y la 35ava.

En cada uno no existe un número exacto de personal, ya que varía por las temporadas a las que están sujetos por la demanda. Por esta razón se escogerá a los propietarios de estos talleres para obtener la información necesaria para la investigación.

**Tabla 2 Población**

TALLER	NUMERO DE PERSONAL
Calle 25ava y Sedalana	1
Calle 19ava y la H	1
Calle 43ava y la A	1
Calle 40ava y la C	1
Calle 36ava y la E	1
Calle 19ava y la E	1
Calle 45ava y la B	1
Calle 16ava y la D	1
Calle Francisco Segura y la 20ava	1
Calle Chambers y la 35ava	1
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

Fuente: talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores.

Por ser una población menor a cien personas, es posible considerar el ciento por ciento de la misma con la finalidad de asumir completamente la confiabilidad y eliminar el margen de error; por lo tanto, la muestra será de 10 personas durante el proceso de investigación.

### **3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica de investigación será:

- Encuesta

La encuesta brinda datos cuantitativos por medio de las respuestas de los involucrados en el problema, que son los propietarios de los talleres de bienes muebles categoría madera en la Cooperativa Cisne 2.

El instrumento a ser usado será:

- Cuestionario (preguntas cerradas)

El cuestionario es el instrumento apto para la encuesta de la investigación, por medio de preguntas cerradas objetivas, que serán de tipo dicotómicas y de opción múltiple.

### **3.4. Recursos: fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos**

El presente proyecto de investigación se realiza bajo la Norma APA, citando de esta manera los textos utilizados de diversas fuentes como libros, revistas, periódicos, etc. con el formato que dicha norma establece para el desarrollo correcto del mismo y por ende, facilitar su aceptación con el fin de obtener el título de Economista de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Cabe destacar

que elaborar el presente trabajo de acuerdo a la norma antes mencionada es uno de los requisitos para su entrega.

El cronograma detalla el periodo de realización del presente trabajo y cada una de sus partes, es decir, los capítulos del mismo:

**Tabla 3 Cronograma**

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>					
	<b>MESES</b>				
	<b>Jun.</b>	<b>Jul.</b>	<b>Ago.</b>	<b>Sep.</b>	<b>Oct.</b>
Aprobación del Tema					
Desarrollo de Introducción					
<b>Capítulo I</b>					
El problema					
<b>Capítulo II</b>					
Marco Teórico					
<b>Capitulo III</b>					
Metodología					
Presentación de resultados					
<b>Capitulo IV</b>					
Propuesta					
<b>Conclusiones y Recomendaciones</b>					
<b>Bibliografía</b>					
<b>Anexos</b>					

Elaboración: Los autores

El presupuesto que se estableció para llevar a cabo la realización del presente trabajo comprende cada uno de los instrumentos que se requirieron para su desarrollo, tal como se detalla a continuación:

**Tabla 4 Presupuesto**

<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
<b>IMPRESIONES</b>	\$ 160,00
<b>COPIAS</b>	\$ 55,00
<b>MOVILIZACIÓN</b>	\$ 180,00
<b>INTERNET</b>	\$ 84,00
<b>PEN-DRIVE</b>	\$ 24,00
<b>ALIMENTACIÓN</b>	\$ 150,00
<b>TOTAL</b>	\$ 653,00

Elaboración: Los autores

### **3.5. Tratamiento a la información - procesamiento y análisis**

El procesamiento de la información se realizó mediante la técnica implementada, es decir, utilizando la encuesta a cada uno de los propietarios de los diez talleres de bienes muebles que se encuentran en la cooperativa Cisne 2 de la parroquia Febres Cordero en la ciudad de Guayaquil, para lo cual, fue necesario acudir a dichos establecimientos para obtener las respectivas respuestas. Posterior a la recolección de los datos a través de las encuestas digitales, donde se utilizó Google Drive, se realizó la tabulación de los mismos en el programa de Excel para el correspondiente análisis.

### 3.6. Presentación de resultados

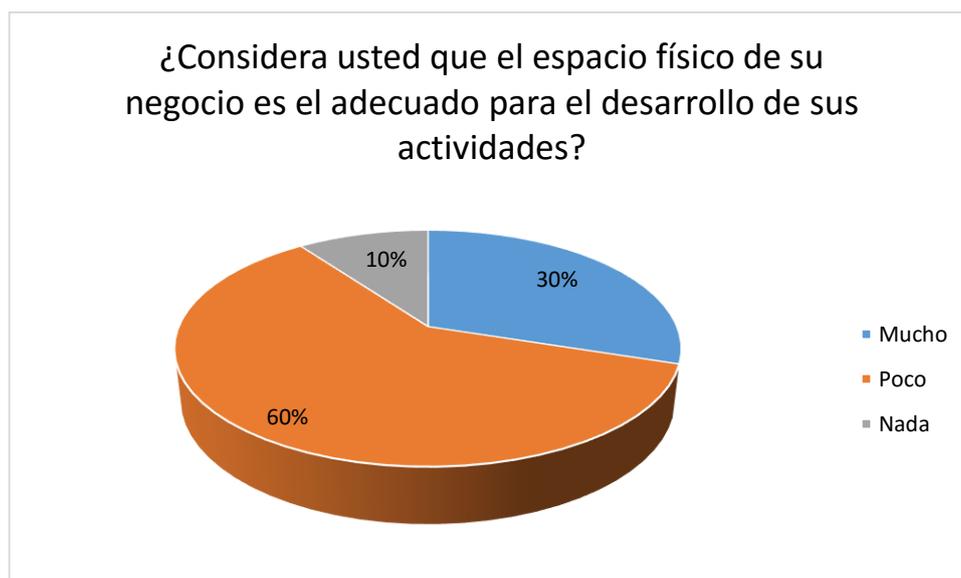
1.- ¿Considera usted que el espacio físico de su negocio es el adecuado para el desarrollo de sus actividades?

**Tabla 5 Espacio físico adecuado**

	FRECUENCIA	FREC. %
<b>Mucho</b>	3	30%
<b>Poco</b>	6	60%
<b>Nada</b>	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 2 Espacio físico adecuado**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

El espacio físico lo consideran poco adecuado con el 60% de respuestas por parte de los encuestados; el 30% si lo establecen como muy adecuado y el 10% nada adecuado. Con esto se puede conocer que los talleres no mantienen las condiciones adecuadas en relación al espacio que se requiere para la producción de muebles.

## 2.- ¿Cuenta con todos los materiales necesarios para la elaboración de muebles de madera?

**Tabla 6 Materiales necesarios para la producción**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Si</b>	9	90%
<b>No</b>	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 3 Materiales necesarios para la producción**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

El 90% de los propietarios de los talleres estudiados manifestaron que, si tienen los materiales necesarios para la fabricación, mientras que el 10% dijo que no cuentan con todos los implementos; los insumos son parte de sus fortalezas ya que se encuentran debidamente provistos de estos.

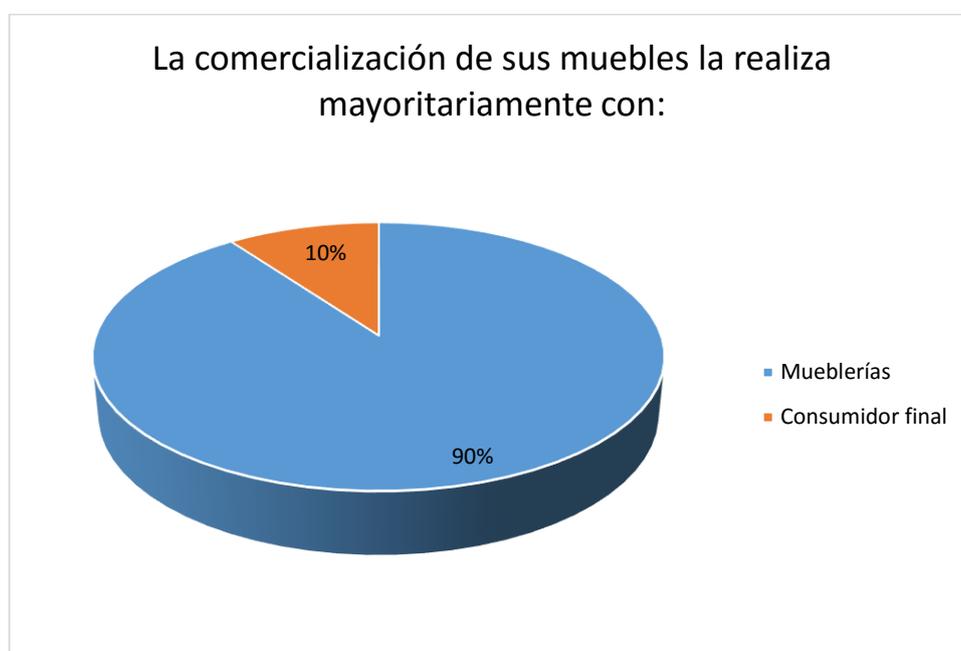
### 3.- La comercialización de sus muebles la realiza mayoritariamente con:

**Tabla 7 Comercialización de sus muebles**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Mueblerías</b>	9	90%
<b>Consumidor final</b>	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 4 Comercialización de sus muebles**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

El 90% de los talleres realiza su comercialización a través de mueblerías, mientras que un 10% lo destina al consumidor final, por lo que se puede observar que mayoritariamente son canales mayoristas los que utilizan para la venta pero que están dejando de percibir mayores márgenes de ganancias para ellos.

#### 4.- ¿Le resulta rentable su actual forma de comercialización?

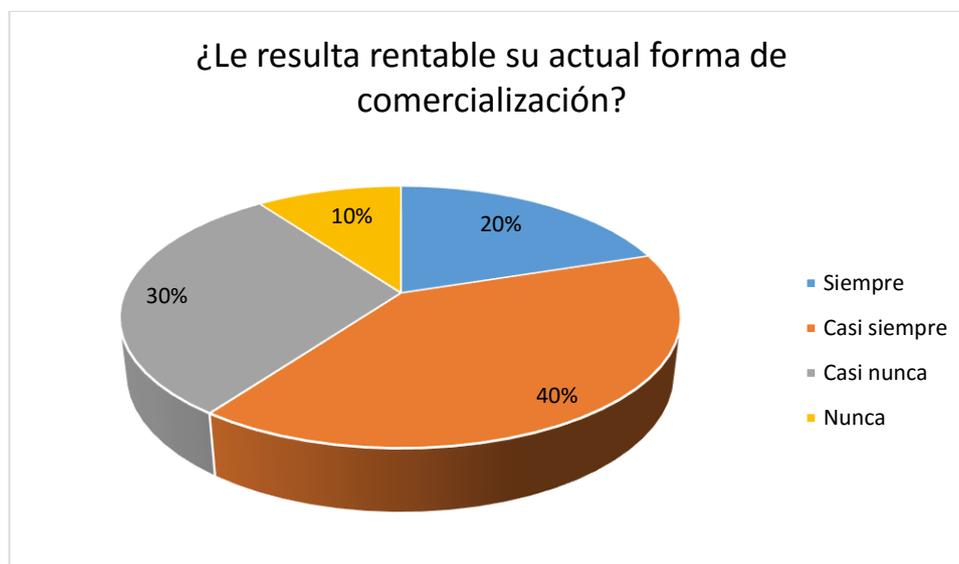
**Tabla 8 Rentabilidad en la forma de comercialización**

	FRECUENCIA	FREC. %
<b>Siempre</b>	2	20%
<b>Casi siempre</b>	4	40%
<b>Casi nunca</b>	3	30%
<b>Nunca</b>	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.

Elaboración: los autores

**Figura 5 Rentabilidad en la forma de comercialización**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.

Elaboración: los autores

Para el 40% de los encuestados, la rentabilidad en su comercialización de productos se logra casi siempre; en un 30% sucede casi nunca, el 20% si lo hace siempre por medio de su canal de venta y un 10% nunca le resulta rentable. Es necesario brindarles mayor información a los propietarios acerca de dar apertura a más canales de comercialización y que tengan la rentabilidad deseada como todo negocio.

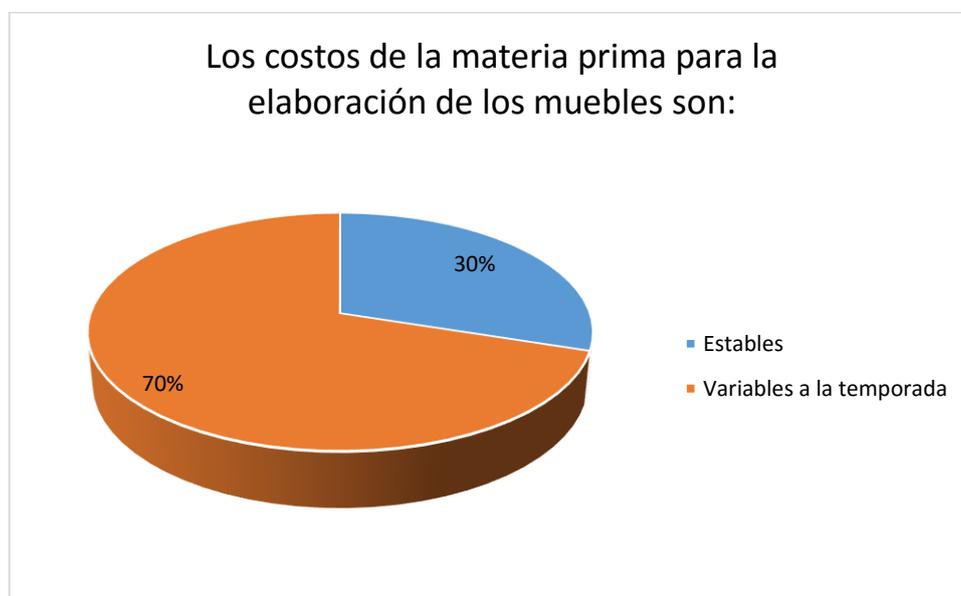
## 5.- Los costos de la materia prima para la elaboración de los muebles son:

**Tabla 9 Costos de materia prima**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Estables</b>	3	30%
<b>Variables a la temporada</b>	7	70%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 6 Costos de materia prima**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

Los costos de la materia prima, el 70% lo considera variable según por el repunte de ventas por las temporadas existentes como la navidad o el día de la madre, mientras que el 30% muestran sus costos de materia prima como estables. Esto indica que los talleres deben estar preparados para los cambios en los precios de su materia prima como la madera y así no tener mayores inconvenientes a largo plazo con la rentabilidad y liquidez del negocio.

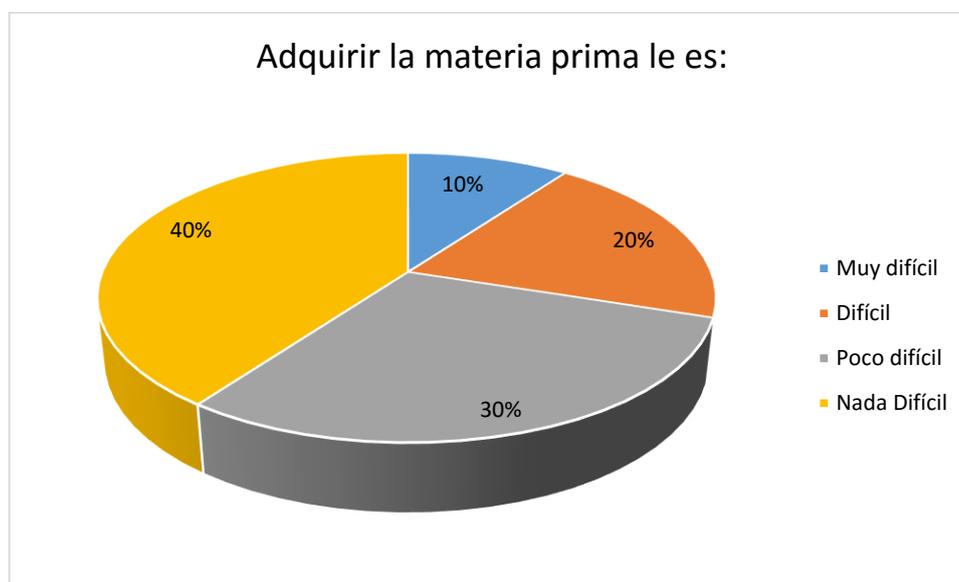
## 6.- Adquirir la materia prima es:

**Tabla 10 Adquisición de materia prima**

	FRECUENCIA	FREC. %
<b>Muy difícil</b>	1	10%
<b>Difícil</b>	2	20%
<b>Poco difícil</b>	3	30%
<b>Nada Difícil</b>	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 7 Adquisición de materia prima**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

Para el 40% de los encuestados no les es nada difícil adquirir la materia prima, el 30% lo considera poco difícil y sólo el 30% lo manifiesta como difícil y muy difícil comprarla, por lo que se observa que tienen un buen proveedor.

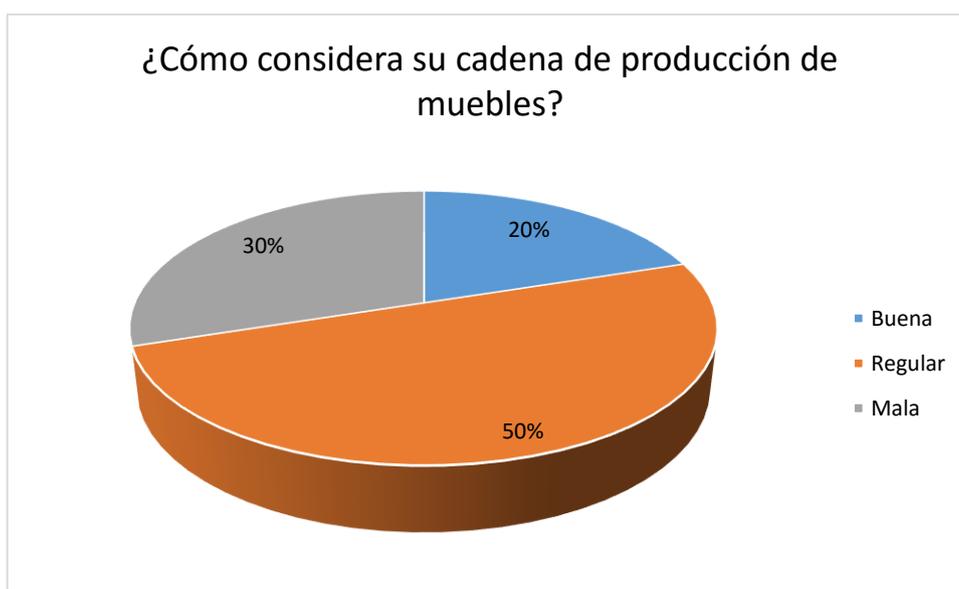
## 7.- ¿Cómo considera su cadena de producción de muebles?

**Tabla 11 Cadena de producción de muebles**

	FRECUENCIA	FREC. %
<b>Buena</b>	2	20%
<b>Regular</b>	5	50%
<b>Mala</b>	3	30%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 8 Cadena de producción de muebles**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

La cadena de producción entre los encuestados fue 50% regular, 30% mala y un 20% la consideró como buena. Brinda la factibilidad de demostrar que se debe dar una estructura para un proceso productivo.

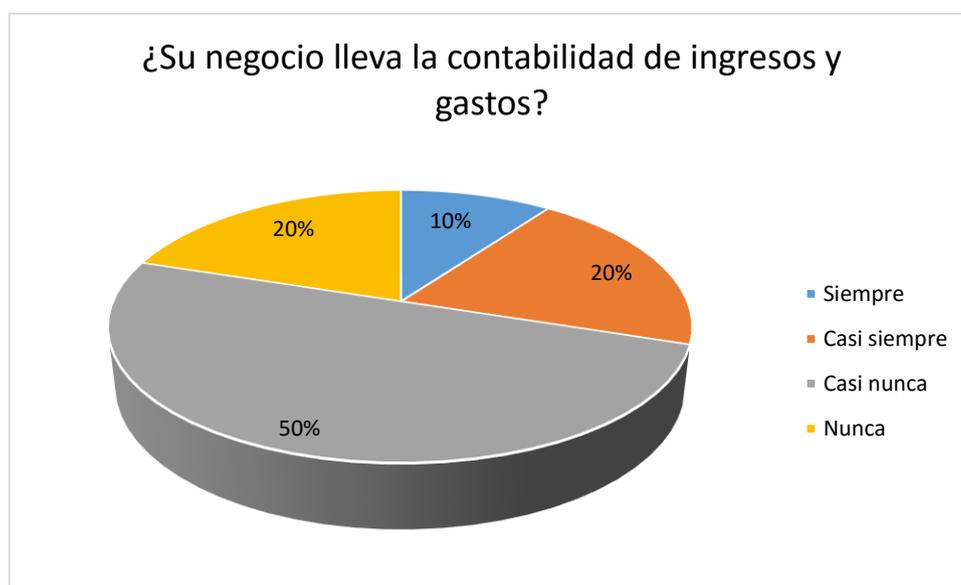
## 8.- ¿Su negocio lleva la contabilidad de ingresos y gastos?

**Tabla 12 Su negocio lleva la contabilidad de ingresos y gastos**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Siempre</b>	1	10%
<b>Casi siempre</b>	2	20%
<b>Casi nunca</b>	5	50%
<b>Nunca</b>	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 9 Su negocio lleva la contabilidad de ingresos y gastos**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

El 50% de los propietarios de los talleres encuestados casi nunca llevan la contabilidad de sus ingresos y gastos, seguido por un 20% que nunca la realiza; el 20% mencionó que casi siempre lo ejecuta y sólo un 10% lo efectúa siempre en su negocio.

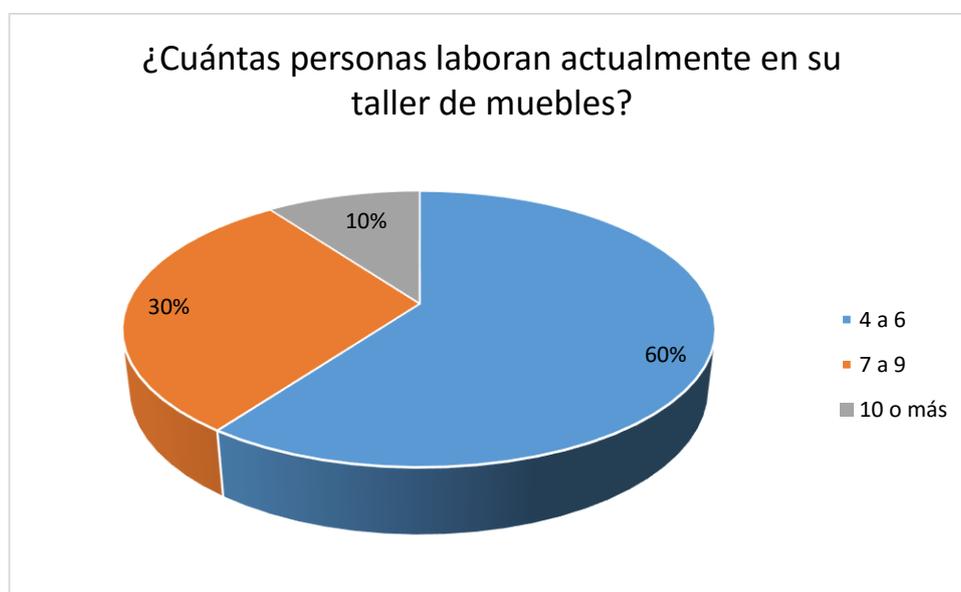
### 9.- ¿Cuántas personas laboran actualmente en su taller de muebles?

**Tabla 13 Personas que laboran en el taller**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>4 a 6</b>	6	60%
<b>7 a 9</b>	3	30%
<b>10 o más</b>	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 10 Personas que laboran en el taller**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

El 60% de los encuestados manifestaron que cuentan con un personal entre 4 a 6 trabajadores, el 30% tiene entre 7 a 9 personas y un 10% cuenta con más de 10, lo que hace evidente que la fuerza de trabajo es pequeña, pero con la propuesta puede estar en crecimiento.

## 10.- El personal de su negocio es:

**Tabla 14 Estabilidad del personal del taller**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Permanente</b>	1	10%
<b>Variable por temporadas</b>	9	90%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 11 Estabilidad del personal del taller**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

En el 90% de los casos el personal que cuentan en el taller es variable según las temporadas que existen como el día de las madres o navidad, mientras que el 10% restante dijo que, si lo tiene como permanente, es decir que muy pocos son los que tienen una estabilidad laboral en este mercado.

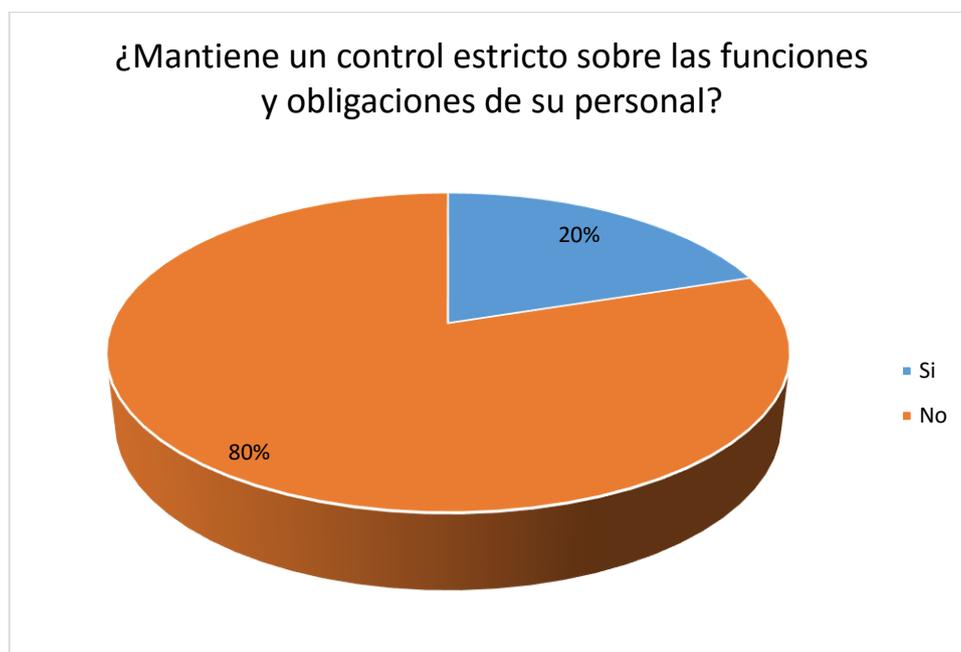
### 11.- ¿Mantiene un control estricto sobre las funciones y obligaciones de su personal?

**Tabla 15 Control sobre funciones y obligaciones del personal**

	FRECUENCIA	FREC. %
<b>Si</b>	2	20%
<b>No</b>	8	80%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 12 Control sobre funciones y obligaciones del personal**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

El 80% de los propietarios de talleres en investigación dijeron que no mantienen un control estricto sobre las funciones y obligaciones del personal que tiene a su cargo y sólo un 20% mencionó que sí, lo que hace que no existe un organigrama ni un manual de procesos y funciones dentro de cada uno de estos negocios y provoca que existan problemas de todo tipo.

## 12.- ¿Cuántas horas aproximadamente laboran en el taller?

**Tabla 16 Horas laborales**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Menos de 8 horas</b>	2	20%
<b>Más de 8 horas</b>	8	80%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaborado por los autores

**Figura 13 Horas laborales**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

El horario de trabajo se lo realiza en más de 8 horas diarias con el 80% de los resultados, mientras que el 20% dijo que lo hace en menos de 8 horas; se puede observar que tienen regularmente tienen un horario de trabajo como los demás empleos.

### 13.- ¿Sus trabajadores cuentan con el respectivo seguro social?

**Tabla 17 Seguridad social**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Todos</b>	2	20%
<b>Algunos</b>	4	40%
<b>Ninguno</b>	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 14 Seguridad social**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

El 40% de los casos estudiados mencionaron que algunos empleados tienen seguro social; el otro 40% mencionó por su parte que no tienen seguro social y solamente un 20% dijo que todos sus empleados cuentan con el seguro social que les corresponde; se evidencia la informalidad de este tipo de negocios y que debe ser cambiado por una asertiva estructura organizacional.

#### 14.- ¿Utiliza algún tipo de estrategias publicitarias o comerciales para la venta de sus muebles?

**Tabla 18 Utilización de estrategias publicitarias o comerciales para ventas**

	FRECUENCIA	FREC. %
<b>Si</b>	1	10%
<b>No</b>	9	90%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 15 Utilización de estrategias publicitarias o comerciales para ventas**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

El 90% de los encuestados mencionaron que no utilizan ningún tipo de estrategia publicitaria o comercial para la venta de sus muebles, porque no han observado la necesidad de hacerlo; mientras que el 10% dijo que si aplica algunas estrategias para atraer consumidores potenciales.

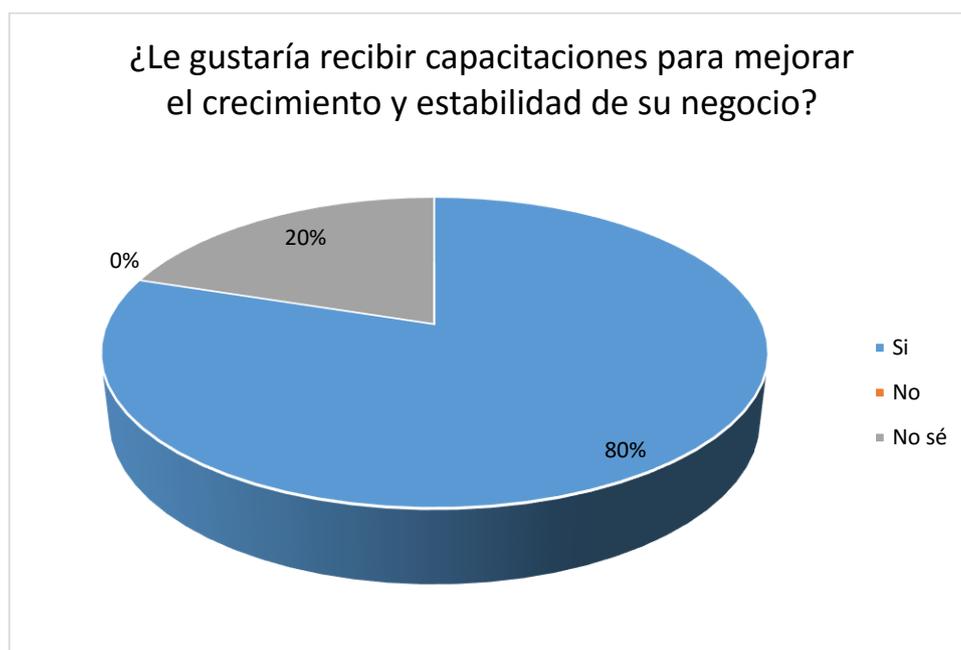
**15.- ¿Le gustaría recibir capacitaciones para mejorar el crecimiento y estabilidad de su negocio?**

**Tabla 19 Recibir capacitaciones**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Si</b>	8	80%
<b>No</b>	0	0%
<b>No sé</b>	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 16 Recibir capacitaciones**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

Para el 80% de los encuestados encontraron atractiva la oferta de recibir capacitaciones acerca de administración correcta de negocios, mientras que un 20% aún se encuentran en duda pero que puede existir un cambio positivo si se les brinda toda la información para despejar inquietudes y mejorar en su negocio.

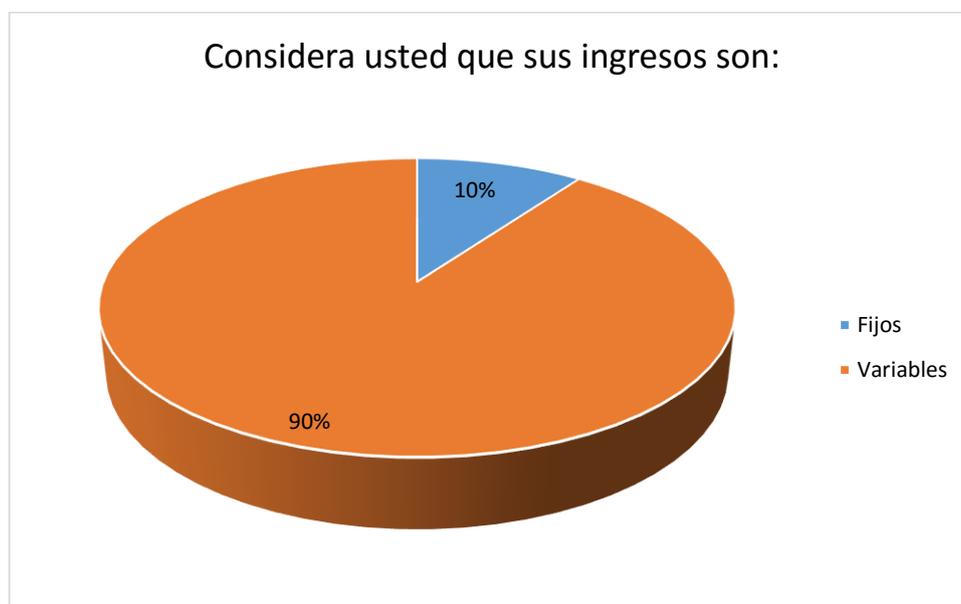
## 16.- Considera usted que sus ingresos son:

**Tabla 20 Ingresos**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Fijos</b>	1	10%
<b>Variables</b>	9	90%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 17 Ingresos**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

Para el 90% de los encuestados sus ingresos son variables a razón de la demanda y de la poca promoción que generan para atraer potenciales clientes; mientras que el 10% consideran que sus ingresos si son fijo, porque mantienen una mejor relación comercial con el mercado.

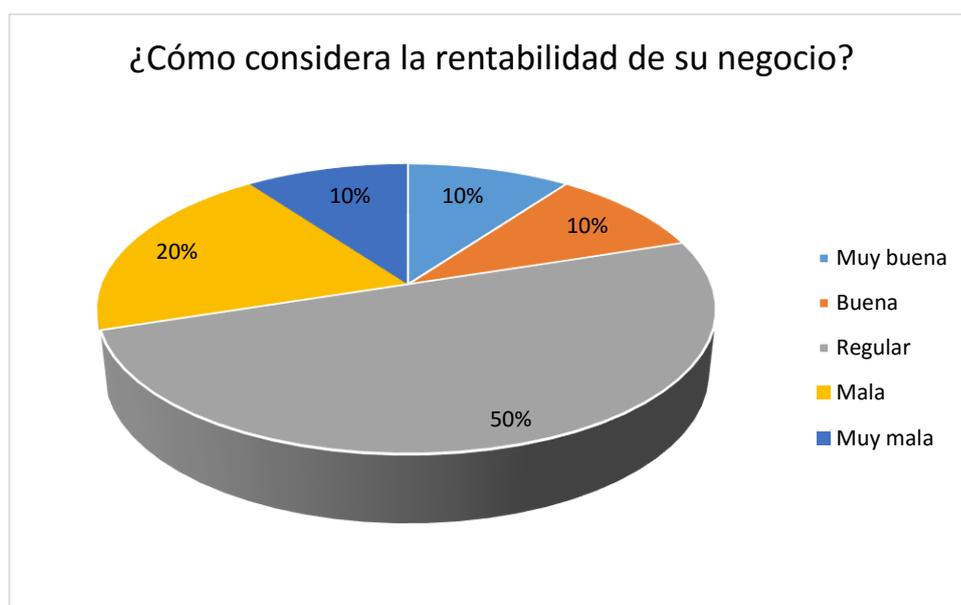
### 17.- ¿Cómo considera la rentabilidad de su negocio?

**Tabla 21 Rentabilidad del negocio**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Muy buena</b>	1	10%
<b>Buena</b>	1	10%
<b>Regular</b>	5	50%
<b>Mala</b>	2	20%
<b>Muy mala</b>	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 18 Rentabilidad del negocio**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

El 50% considera su rentabilidad como regular, el 20% lo estableció como mala, 10% muy mala, 10% buena y el último lo consideró como muy buena; es decir, que los negocios no están seguros sobre su rentabilidad porque no mantienen un registro constante de los ingresos y gastos de sus negocios.

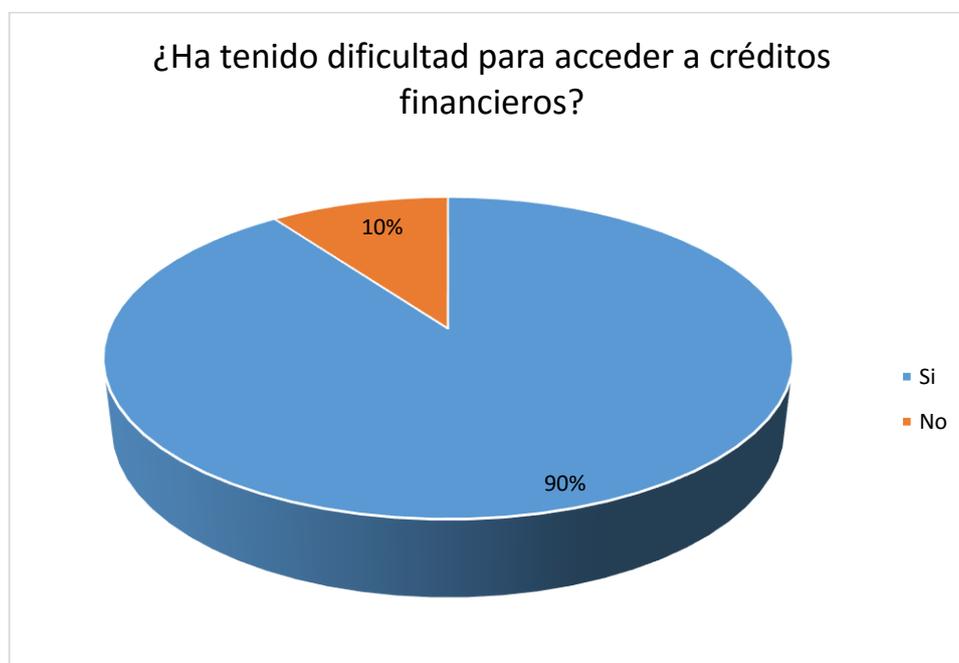
### 18.- ¿Ha tenido dificultad para acceder a créditos financieros?

**Tabla 22 Dificultad en acceso a créditos financieros**

	FRECUENCIA	FREC. %
<b>Si</b>	9	90%
<b>No</b>	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 19 Dificultad en acceso a créditos financieros**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

Para el 90% de los casos investigados se les hizo dificultoso acceder a créditos financieros para el beneficio de sus negocios, mientras que el 10% estableció que no tuvo mayores problemas para que les fuera otorgado uno.

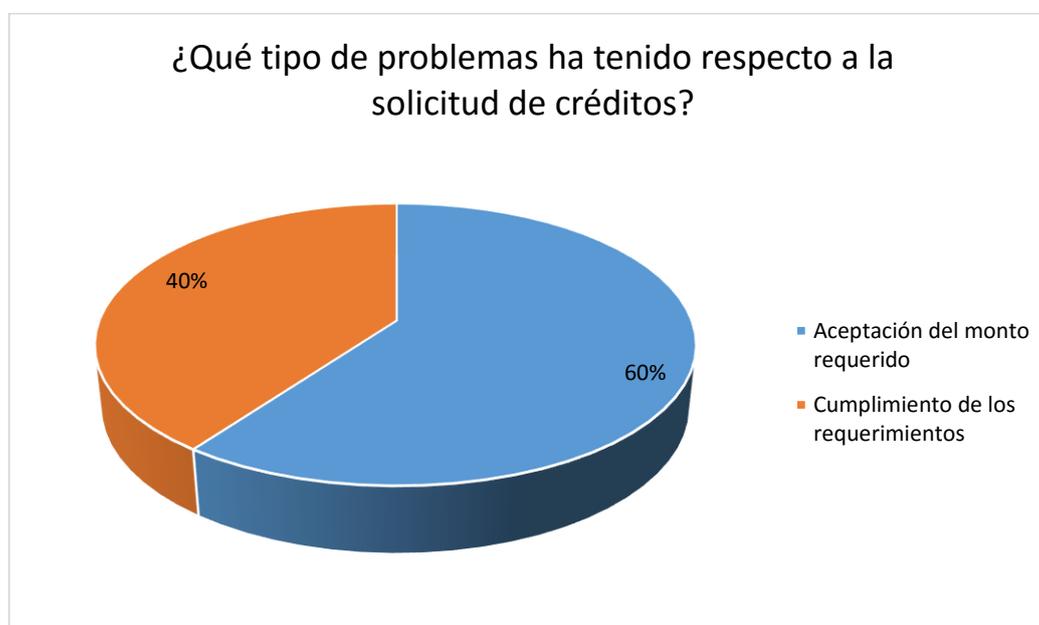
## 19.- ¿Qué tipo de problemas ha tenido respecto a la solicitud de créditos?

**Tabla 23 Problemas para solicitud de créditos**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Aceptación del monto requerido</b>	6	60%
<b>Cumplimiento de los requerimientos</b>	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 20 Problemas para solicitud de créditos**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

En el 60% de los casos el problema más frecuente en relación al acceso a los créditos financieros ha sido por la aceptación del monto que fue solicitado, mientras que para el 40% fue en relación al cumplimiento de los requerimientos que son solicitados por las entidades.

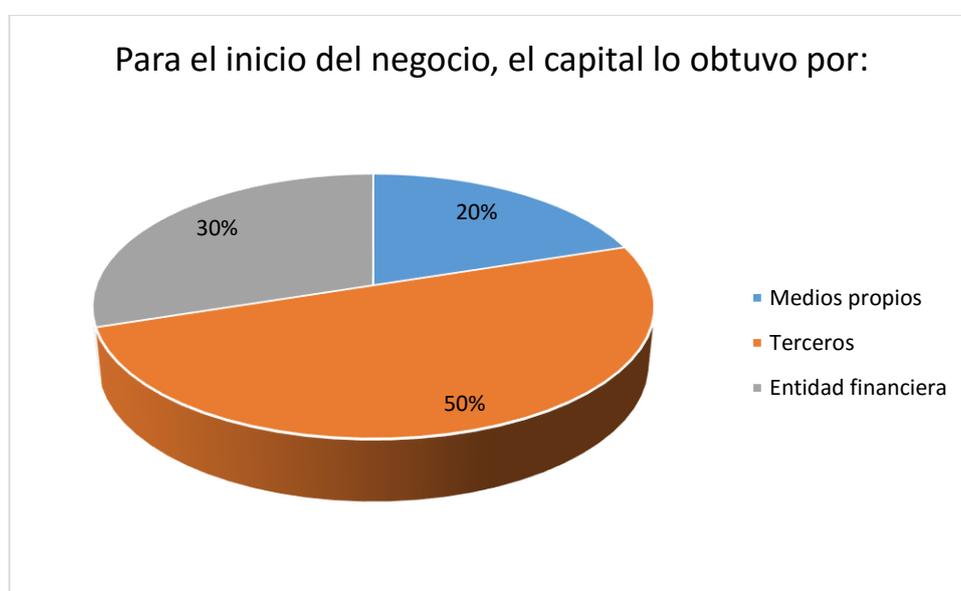
20.- Para el inicio del negocio, el capital lo obtuvo por:

**Tabla 24 Capital para el inicio del negocio**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Medios propios</b>	2	20%
<b>Terceros</b>	5	50%
<b>Entidad financiera</b>	3	30%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

**Figura 21 Capital para el inicio del negocio**



Fuente: Encuesta a propietarios de talleres de muebles en el suroeste de Guayaquil.  
Elaboración: los autores

El capital requerido cuando inició sus operaciones con el negocio fue dado en un 50% de los casos por medio de terceros (que pueden ser familiares, amistades o prestamistas informales); un 30% lo obtuvo por una entidad financiera y un 20% a través de recursos propios.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. LA PROPUESTA**

#### **4.1. Título de la Propuesta**

Creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2, parroquia Febres Cordero, cantón Guayaquil, Provincia del Guayas.

#### **4.2. Justificación**

La necesidad de que los emprendedores dueños de talleres de muebles de madera tengan la oportunidad de tener un mejor y mayor crecimiento en el área comercial, ha hecho que se oriente una propuesta que tenga el objetivo principal de visualizar la manera apropiada de realizar la gestión administrativa, operativa y comercial de su negocio. Es una forma para que todas estas personas tengan una perspectiva diferente acerca de lo que refiere tener una microempresa y reforzar su compromiso para brindar un bien/servicio de calidad, además de dar su aporte a la economía del país con nuevas plazas de trabajo y una matriz productiva más eficiente.

El estudio de prefactibilidad se muestra en tres fases, la cuales son la administrativa, operativa y comercial, en la que los dueños de estos negocios van a obtener una información confiable y veraz de cada una de las partes que conforman la apertura y permanencia de un negocio en el sector productivo. Al tener claramente su división, la propuesta se la puede manejar de distintas formas, desde el método de capacitación por medio de talleres o a su vez como un manual de usuario en el que se les facilite toda la información y se encuentre a libre disponibilidad en caso de que estos requieran solucionar un problema interno y también cómo ir mejorando su producción y la atención al cliente.

Es dirigido a los talleres de muebles de madera que se ubican en la zona de la cooperativa de Cisne 2 en la parroquia Febres Cordero en sur de la ciudad de Guayaquil, por ser un sector en el que se concentra una gran cantidad de este tipo de talleres, y de los cuales se ha observado sus deficiencias en relación a la administración y crecimiento en un mercado artesanal de alta demanda, ya que ellos son los que la mayoría de las veces son los proveedores de las mueblerías de la ciudad y del país, pero que no han tenido la oportunidad de ir más allá del servicio de venta al por mayor, sino que también hacia el consumidor directo con precios competitivos y favorables para la economía.

Es una forma, además, de apoyar al cambio de la matriz productiva, ya que éste sector de fabricación y comercialización de muebles de madera constituye una gran opción para una sociedad altamente artesanal, en el que aún es importante el trabajo a mano y le brinda una calidad personalizada con proyecciones favorables para la internacionalización, en el que se usan materias primas nacionales como son las maderas guayacán, laurel, roble que se sitúan a todo lo largo y ancho del Ecuador. De igual manera, brinda un aporte al Plan Nacional del Buen Vivir, porque la población a satisfacer es aquella que es sensible a los cambios en la economía interna en relación a sus ingresos, gastos y de las oportunidades de empleo que puedan existir en el país, por lo tanto al enseñarles a mantener una administración y otros aspectos de forma asertiva, se da una pauta para que ellos sean un eje de bienestar común, en el que no sólo se satisface a ellos sino de forma adyacente a otras personas por nuevas plazas de empleo y de condiciones de vida.

### **4.3. Objetivos de la propuesta**

#### **Objetivo General**

Diseñar el estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera que satisfaga a los administradores de los talleres de este sector productivo.

#### **4.4. Objetivos específicos**

- Establecer los aspectos administrativos base para el correcto manejo del taller.
- Indicar el proceso operativo para la elaboración de los muebles en un formato de línea de producción.
- Mostrar las herramientas comerciales para la captación de clientes en los talleres.
- Realizar un estudio de mercado con vista a la mejora de las ventas de muebles en el sector.
- Valorar la viabilidad financiera de la propuesta

#### **4.5. Hipótesis de la propuesta**

Si se analizan los factores que influyen en el crecimiento productivo de los talleres de muebles de la Parroquia Febres Cordero en Guayaquil entonces, se puede dar el estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2.

#### **4.6. Listado de contenidos y flujo de la propuesta**

##### **Administrativo**

##### **LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN**

###### 1. Base legal

###### 1.1. Nombre o razón social

###### 1.2. Titularidad de propiedad de la empresa

###### 1.3. Tipo de empresa (sector, actividad)

## 2. Organización administrativa

### 2.1. Estructura orgánica

### 2.2. Descripción de funciones y procesos

### 2.3. Organigrama estructural

### 2.4. Organigrama por puestos

## **Operativo**

### 1. Proceso de producción o prestación del servicio

### 2. Programa de producción o prestación del servicio

### 3. Clasificación y requerimiento de materiales e insumo, mano de obra y servicios

### 4. Condiciones de abastecimiento

### 5. Distribución en planta de la maquinaria y equipo (plano)

### 6. Requerimiento de infraestructura

## **Comercial**

### 1. Estudio de Mercado y Comercialización

#### 1.1. Estrategias de producto o servicios

#### 1.2. Estrategias de precio

#### 1.3. Estrategias de plaza

#### 1.4. Estrategia de promoción

## **Financiero**

### 1. Activos

2. Sueldos
3. Ventas
4. Estado de resultados
5. TIR y VAN
6. Punto de equilibrio

#### **4.7. Descripción de la propuesta**

##### **Administrativo**

#### **LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN**

##### **1. Base legal**

###### **1.1. Nombre o razón social**

EMPRESA ABC S.A.

###### **1.2. Titularidad de propiedad de la empresa**

Se identifica con la denominación “sociedad anónima” o su abreviatura “S.A.”. Su responsabilidad es limitada al valor de sus aportes. La representación de la sociedad y administración corresponden al representante legal y suplentes, quienes podrán ser nombrados indefinidamente y removidos en cualquier tiempo. El capital se divide en acciones de igual valor.

Para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere:

- Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos.
- Que se exhiba en dinero en efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario, y
- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

La escritura constitutiva de la sociedad anónima deberá contener, los siguientes datos:

- La parte exhibida del capital social;
- La forma y términos en que deba pagarse la parte insoluta de las acciones;
- La participación en las utilidades concedidas a los fundadores;
- El nombramiento de uno o varios comisarios;
- Las facultades de la asamblea general y las condiciones para la validez de sus deliberaciones, así como para el ejercicio del derecho de voto, en cuanto las disposiciones legales puedan ser modificadas por la voluntad de los socios.

Representante legal de la empresa ABC S.A.: Econ. Roddy Pillasagua

### 1.3. Tipo de empresa (sector, actividad)

Se lo describe de la siguiente manera, según lo estipula el Servicio de Rentas Internas:

**Tabla 25 Actividad sectorial**

D 36	FABRICACION DE MUEBLES; INDUSTRIAS MANUFACTURERAS N.C.P.
D 361	FABRICACION DE MUEBLES.
D 3610	FABRICACION DE MUEBLES DE CUALQUIER MATERIAL.
D 3610.0	FABRICACION DE MUEBLES DE CUALQUIER MATERIAL.
D 3610.00	Fabricación de muebles de madera para el hogar, oficina u otros usos: excepto muebles para medicina o afines: muebles de sala, comedor, dormitorio, escritorios, papeleras, etc.
D 3610.01	Fabricación de muebles de metal para el hogar, oficina y otros usos (excepto muebles para medicina o afines): camas, mesas, escritorios, archivadores, sillas, papeleras, etc.
D 3610.02	Fabricación de muebles de materiales plásticos para cualquier uso (excepto muebles para medicina o afines).
D 3610.03	Fabricación de muebles de otros materiales (excepto de cerámica, hormigón o piedra) y para cualquier uso.
D 3610.04	Fabricación de muebles para todo tipo de transporte, de cualquier material.
D 3610.05	Fabricación de todo tipo de colchones: con muelles, rellenos o provistos de algún material de sustentación, colchones de caucho celular o de plástico, sin forro, etc.
D 3610.06	Fabricación de partes y piezas de todo tipo de muebles, de cualquier material.
D 3610.07	Servicios de restauración y reparación de muebles.

Fuente: SRI, CIIU (2015)

De acuerdo al CIIU la empresa productora y comercializadora de Muebles para el hogar se ubica en el sector: Fábrica de muebles; Industrias Manufactureras N.C.P, exactamente en Fabricación de muebles de madera para el hogar, oficina u otros usos, excepto muebles para medicina.

## **2. Organización administrativa**

### **2.1. Estructura orgánica**

Nivel Directivo: Accionistas, Gerente.

Nivel Operativo: Obreros

Nivel de Apoyo: Chofer, Jefe de Taller.

### **2.2. Descripción de funciones y procesos**

#### **Gerente**

- Emite todas las políticas necesarias para todas las áreas,
- Máxima autoridad de la empresa
- Órgano responsable de los todos los recursos: económicos, materiales, y humano.
- Persona indicada para la Comercialización, Financiero y Marketing de la sociedad.
- Aprueba la compra de materia prima, insumos, materiales.

#### **Perfil:**

- Persona preparada nivel superior (Ingeniería Comercial)
- Experiencia mínimo 3 años en Gerencia de Empresas
- Valores: puntualidad, fidelidad, honradez.
- Líder y que sepa delegar tareas

#### **Jefe de Taller**

- Es la máxima autoridad en la producción,
- Instrucción académica (nivel superior, con experiencia en el mercado de muebles para el hogar)

- Se dedica al asesoramiento personalizado a cada uno de los obreros. Incluso a domicilio de los clientes.
- Encargado de realizar el respectivo control de calidad de todos los procesos del taller.

### **Chofer**

- Es el encargado de distribuir los muebles terminados al almacén o al lugar de residencia del cliente externo.
- Trasladar la mercadería y materia prima necesaria

### **Perfil:**

- Preparado nivel bachiller
- Experiencia mínimo 2 años en el área de producción
- Valores: puntualidad, fidelidad, honradez.

### **Vendedor**

- Nivel de estudio secundario
- Personas encargadas de la atención al cliente
- Son los responsables de realizar los pedidos, cotizaciones

### **Perfil:**

- Preparado nivel bachiller
- Experiencia mínimo 2 años en el área de ventas
- Valores: puntualidad, fidelidad, honradez.
- Ser extrovertido, amable, cordial con el fin de llegar a los clientes.

### **Operadores**

- Personas con experiencia en la elaboración de muebles para el hogar
- Son encargados de cortar las piezas para los diferentes modelos y realizar la estructura, armando las piezas.

**Perfil:**

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

**Laqueadores**

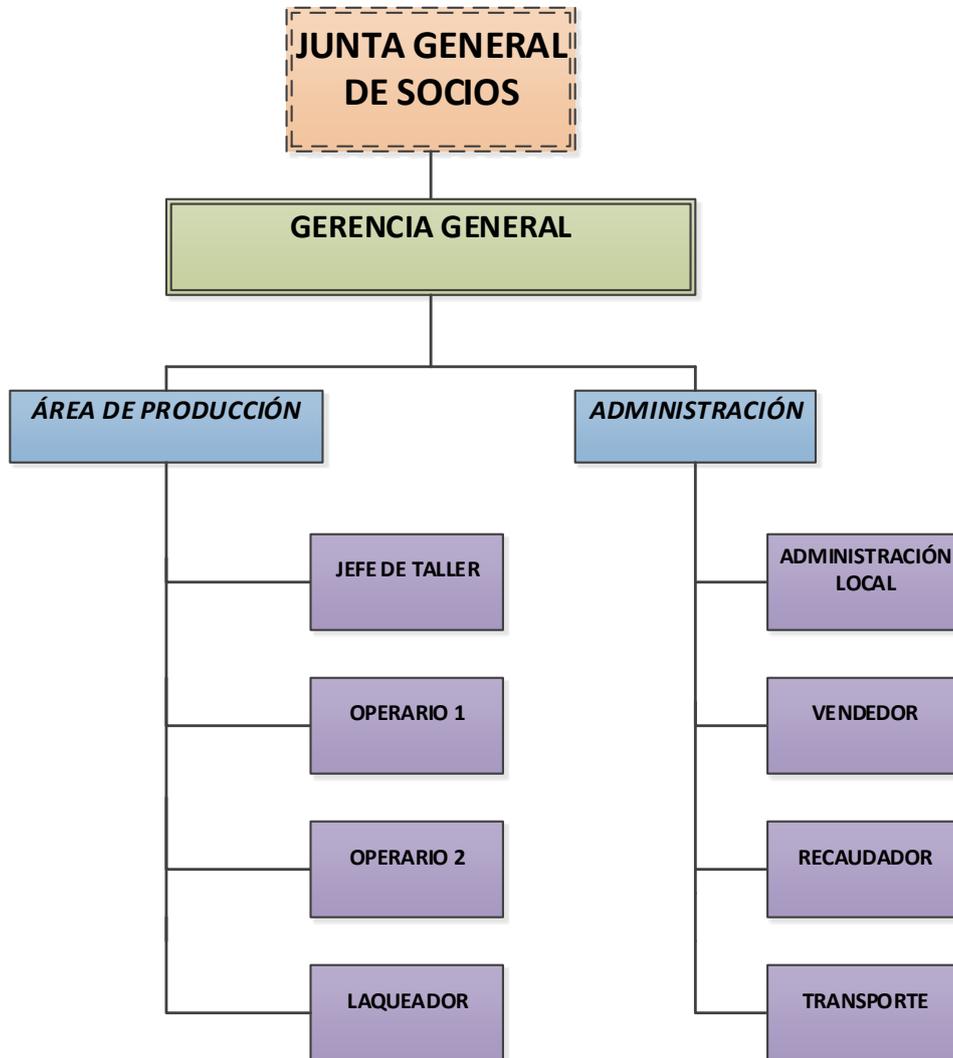
- Personas con experiencia en la elaboración de muebles para el hogar
- Es la persona encargada de llegar al terminado de los muebles con elegancia.

**Perfil:**

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

### 2.3. Organigrama estructural

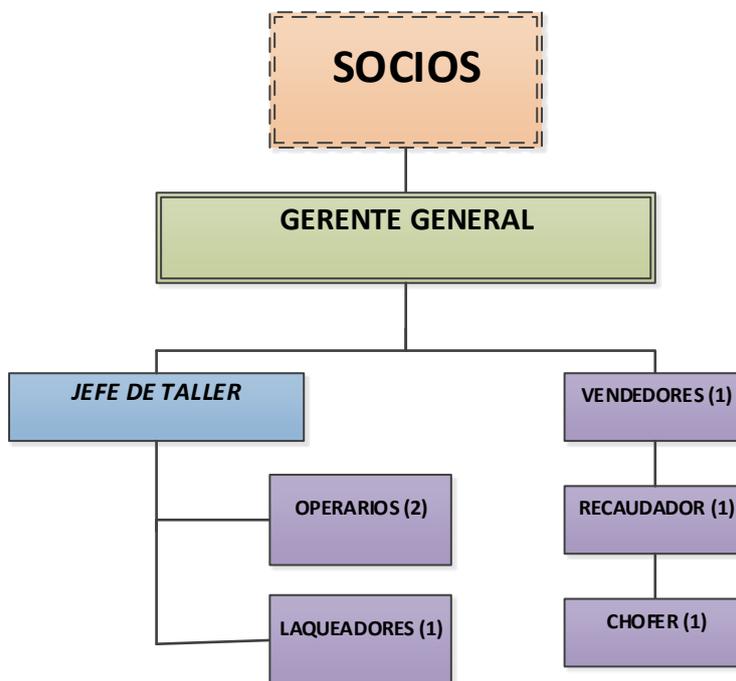
Figura 22 Organigrama organizacional



Elaboración: los autores

## 2.4. Organigrama por puestos

Figura 23 Organigrama de puestos



Elaboración: los autores

### Operativo

#### 1. Proceso de producción o prestación del servicio

- Adquisición de materia prima
- Elaboración de muebles para el hogar
- Comercialización de los muebles

#### Adquisición de materias Primas y materiales

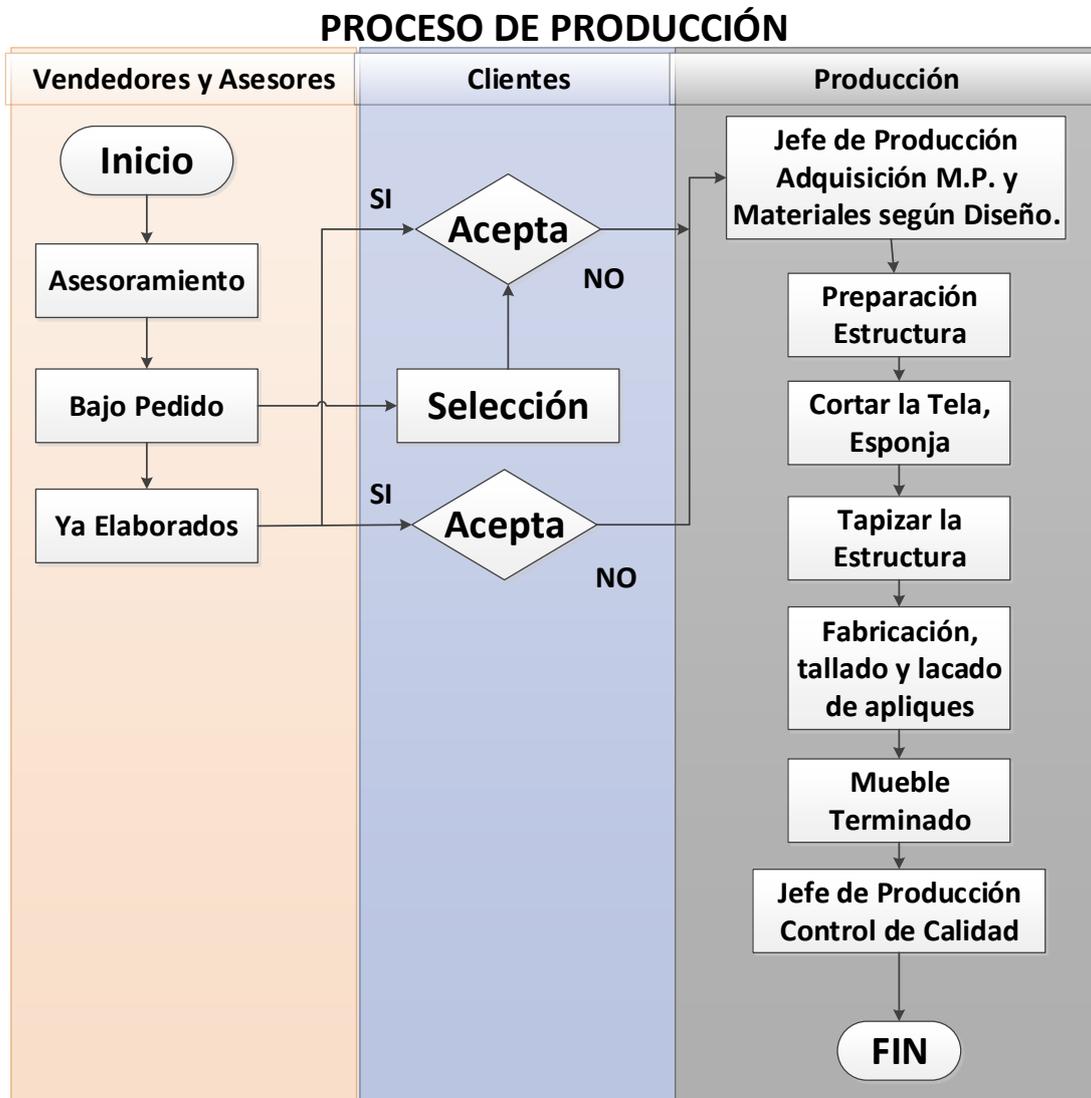
- El cliente selecciona el mueble que más le guste por medio de revistas, fotos o modelos ya expuestos en el almacén.
- De acuerdo al diseño que el cliente haya elegido el jefe de taller realiza la adquisición de los materiales y materia prima.
- El jefe de taller debe verificar que toda la materia prima y materiales sean de calidad.

## **Elaboración de muebles**

Para la fabricación de los muebles implica varios procesos:

- De acuerdo al modelo que haya elegido el cliente, los carpinteros cortarán la madera.
- División y espigado de la madera en este paso el carpintero debe dar forma a los pedazos de madera
- El tallado se realizará de acuerdo al gusto de los clientes, en muebles de sala comedor, dormitorio, estudio.
- El pulido consiste en afinar las piezas, para lo que se utilizan lijas de diferente grosor según la necesidad, luego se procede aplicar sellador en estas piezas, y se vuelve a lijar con lijas más finas.
- Luego de los procesos anteriores las piezas están listas para armarles, en donde queda la estructura del mueble.
- El lijado es un paso fundamental, en donde el lijador de acuerdo al tipo de lija debe ir demostrando la elegancia del mueble.
- De acuerdo al tipo de lacas, el laqueador dará el toque final al mueble en donde necesita de mucha paciencia, para que el mueble sea de calidad.
- De acuerdo a los gustos del cliente el mueble se tapizará de acuerdo a los colores que elija el cliente.

Tabla 26 Diagrama de flujo del proceso de producción

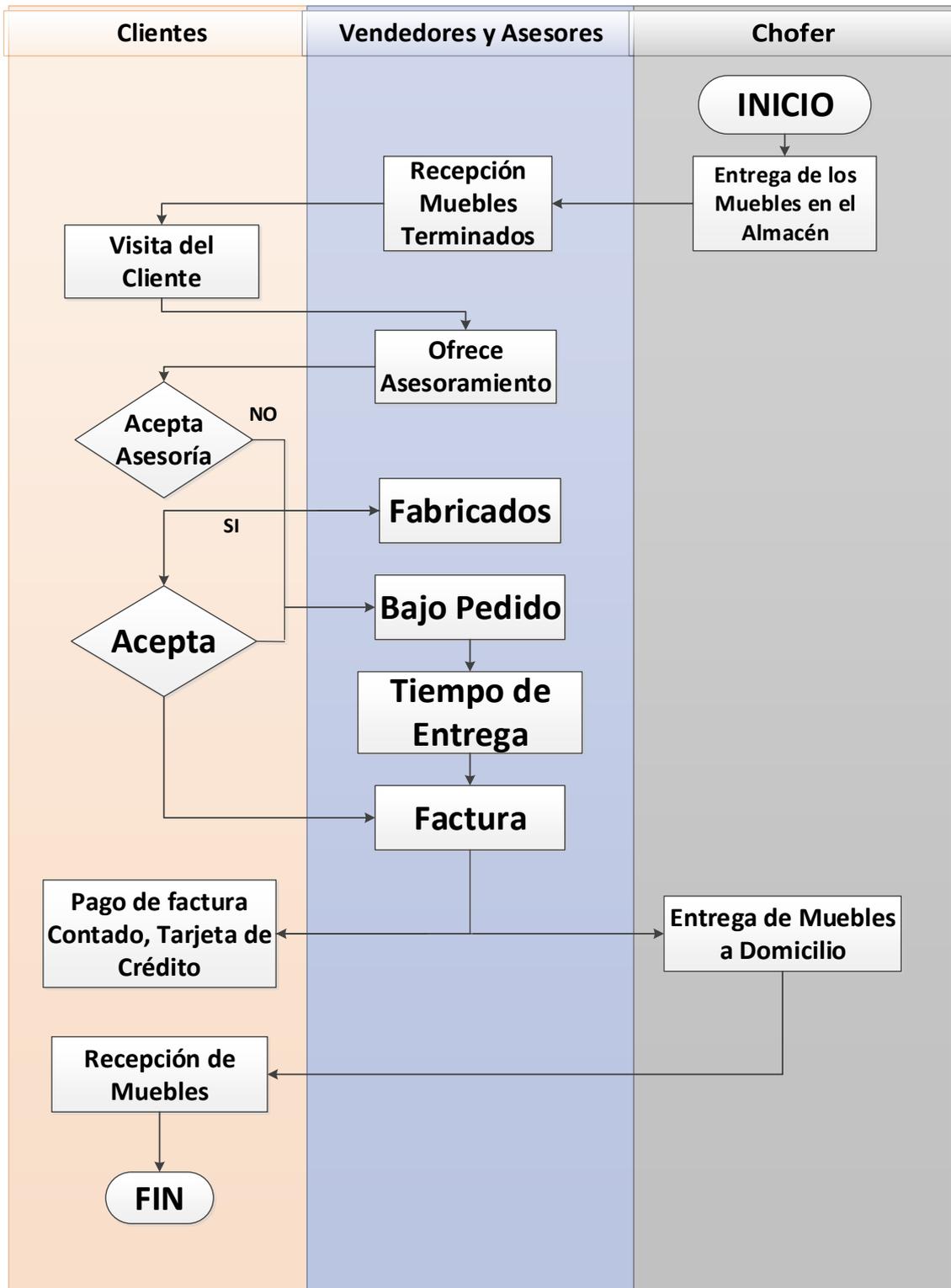


Elaboración: los autores

## **Comercialización de los muebles**

- El vendedor asesora al cliente para que tome la mejor decisión para la compra del mueble.
- Luego el cliente elige el modelo y diseño que más le guste, puede ser bajo pedido, o ya fabricados.
- Si el cliente eligió el mueble bajo pedido: el vendedor debe realizar el contrato y establecer el tiempo de entrega, colores, y diseño.
- Si el mueble que eligió el cliente es de la sala de exposición el vendedor realiza la factura correspondiente.
- El cliente realiza el pago del mueble (al contado, o tarjetas de crédito)
- El chofer entrega a domicilio los muebles.

Tabla 27 diagrama de flujo de proceso de comercialización



Elaboración: los autores

### 3. Programa de producción o prestación del servicio

3.1. Clasificación y requerimiento de materiales e insumo, mano de obra, gastos anuales de la empresa y activos con la cual la empresa “ABC” dará inicio a sus operaciones.

**Tabla 28 Materiales e Insumos**

<b>MATERIALES DIRECTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
MADERA LAUREL	11100	MADERA	\$ 3,20
TELA MICROFIBRA	200	METROS	\$ 5,00
ESPONJA	12	UNIDAD	\$ 76,50
CORRUGADO	50	PLANCHA	\$ 17,00
MDF	50	PLANCHA	\$ 18,00
COLA INDUSTRIAL	36	CANECA	\$ 42,00
CEMENTO DE CONTACTO	1	CANECA	\$ 60,00
CLAVOS	1400	LIBRAS	\$ 1,25
SELLADOR	192	GALONES	\$ 16,00
DILUYENTE	24	CANECA	\$ 30,00
BRILLO	144	GALONES	\$ 24,00
LIJA	16	ROLLOS	\$ 10,00
MACILLA	16	UNIDAD	\$ 10,00

Elaboración: los autores

### MANO DE OBRA

**Tabla 29 Mano de Obra**

<b>Mano de Obra</b>	
<b>CARGOS</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>
OPERARIO 1	\$ 354,00
OPERARIO 2	\$ 354,00
LAQUEADOR	\$ 354,00
JEFE DE TALLER	\$ 450,00
ADMINISTRADOR LOCAL	\$ 900,00
CHOFER	\$ 500,00
VENDEDOR	\$ 380,00
RECAUDADOR	\$ 354,00

Elaboración: los autores

## GASTOS ANUALES DE LA EMPRESA

**Tabla 30 Gastos anuales de la empresa**

GASTOS ANUALES DE LA EMPRESA	
CUENTAS	VALORES
MANTENIMIENTO DE PLANTA	\$ 720,00
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	\$ 1.300,00
FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA DEL TALLER	\$ 600,00
IMPUESTOS MUNICIPALES	\$ 250,00
ÚTILES DE LIMPIEZA	\$ 100,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 300,00
PREMIOS E INCENTIVOS AL PERSONAL	\$ 240,00
PROMOCIONES	\$ 400,00
PUBLICIDAD	\$ 250,00

Elaboración: los autores

## ACTIVOS

**Tabla 31 Activos uno**

LISTAS DE ACTIVOS				
-------------------	--	--	--	--

ACTIVOS	CANTIDAD	MEDICIÓN	COSTOS	TOTAL
TERRENO TALLER	5 por 55 mts		\$ 60,00	\$ 15.000,00
TERRENO MUEBLERIA	5,5 POR 25		\$ 60,00	\$ 8.250,00
EDIFICIO TALLER	5 por 14 mts		\$ 280,00	\$ 19.600,00
EDIFICIO MUEBLERIA	5,5 por 15		\$ 280,00	\$ 23.100,00
CIERRA CINTA	1	UNIDADES	\$ 500,00	\$ 500,00
TUPI DE MESA	1	UNIDADES	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
CEPILLO	1	UNIDADES	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
CANTIADORA	1	UNIDADES	\$ 800,00	\$ 800,00
ENGLETADORA	2	UNIDADES	\$ 450,00	\$ 900,00
MACHIMBRADORA	1	UNIDADES	\$ 800,00	\$ 800,00
LIJADORA A MANO	2	UNIDADES	\$ 240,00	\$ 480,00
TUPI MANUAL	2	UNIDADES	\$ 400,00	\$ 800,00
CALADORA	2	UNIDADES	\$ 120,00	\$ 240,00
VIBRADORA	3	UNIDADES	\$ 80,00	\$ 240,00
TALADRO	2	UNIDADES	\$ 120,00	\$ 240,00
ATORNILLADORES ELÉCTRICOS	3	UNIDADES	\$ 120,00	\$ 360,00
COMPRESOR	1	UNIDADES	\$ 280,00	\$ 280,00
MARTILLO	6	UNIDADES	\$ 6,00	\$ 36,00
FORMÓN	4	JUEGOS	\$ 12,00	\$ 48,00
LLAVES	1	JUEGOS	\$ 24,00	\$ 24,00

Elaboración: los autores

Tabla 32 Activos dos

LISTAS DE ACTIVOS				
ACTIVOS	CANTIDAD	MEDICIÓN	COSTOS	TOTAL
CORONAS PARA CHAPA	2	JUEGOS	\$ 8,00	\$ 16,00
FLEXÓMETROS	24	UNIDADES	\$ 1,50	\$ 36,00
ESCUADRA	6	UNIDADES	\$ 5,00	\$ 30,00
PIE DE REY	2	UNIDADES	\$ 8,00	\$ 16,00
SERRUCHO	4	UNIDADES	\$ 8,00	\$ 32,00
CIERRA CIRCULARES	10	UNIDADES	\$ 26,00	\$ 260,00
GARLOPA	6	UNIDADES	\$ 15,00	\$ 90,00
BILLAUME	2	UNIDADES	\$ 10,00	\$ 20,00
DESARMADORES	1	JUEGOS	\$ 12,00	\$ 12,00
JUEGO DE VENTILADORES	2	UNIDAES	\$ 50,00	\$ 100,00
CALCULADORAS	2	UNIDAES	\$ 4,00	\$ 8,00
RELOJES DE PARED	1	UNIDADES	\$ 20,00	\$ 20,00
RELOJ DEL PERSONAL	1	UNIDADES	\$ 20,00	\$ 20,00
MUEBLES PARA EL LOCAL	1	LOTE	\$ 500,00	\$ 500,00
COMPUTADORA	1	UNIDADES	\$ 500,00	\$ 500,00
IMPRESORA	1	UNIDADES	\$ 80,00	\$ 80,00
CAMION DE REPARTO	1	UNIDADES	\$ 22.500,00	\$ 22.500,00

Elaboración: los autores

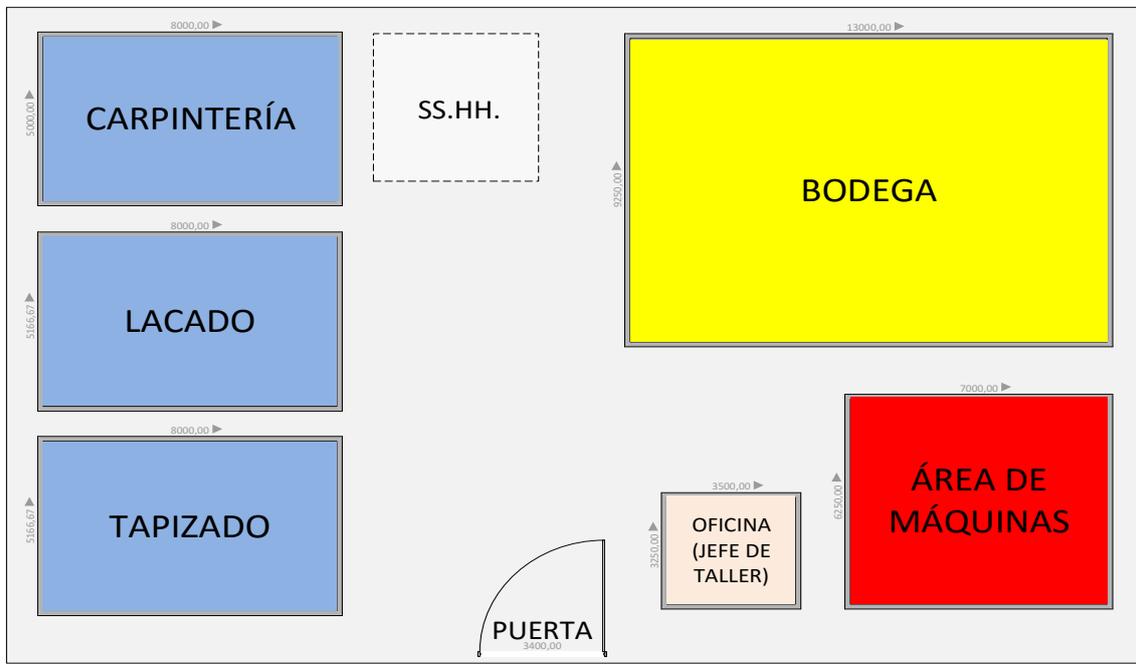
### 3.2. Condiciones de abastecimiento

Es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de trabajo de la empresa, en este caso un condicionante es la mano de obra de los talladores que en este mercado no se cuenta con muchos talladores por ende el costo de mano de obra del tallado será mucho mayor. El fasbond es un material que no se encuentra fácilmente en el mercado, es un pegamento especial para enchapar los muebles es muy importante por lo cual empresa deberá comprar algunos litros de este material y tener en bodega.

#### 4. Distribución en planta de la maquinaria y equipo (plano)

Figura 24 Planta de producción

##### PLANTA DE PRODUCCIÓN



Elaboración: los autores

#### 5. Requerimiento de infraestructura

La infraestructura debe ser la adecuada para llevar a cabo la empresa, para esto se contará con un área de 275m<sup>2</sup> para la fabricación de muebles que se distribuirá en: bodega para la materia prima y materiales, carpintería, área de tallado y lijado, área de lacado, tapicería, bodega para los productos terminados, luego de que el jefe de producción realice el respectivo control de calidad, oficinas, para el gerente; estas divisiones son fundamentales para llevar a cabo la producción de la empresa.

## Comercial

### 1. Estudio de Mercado y Comercialización

#### 1.1. Estudio de mercado

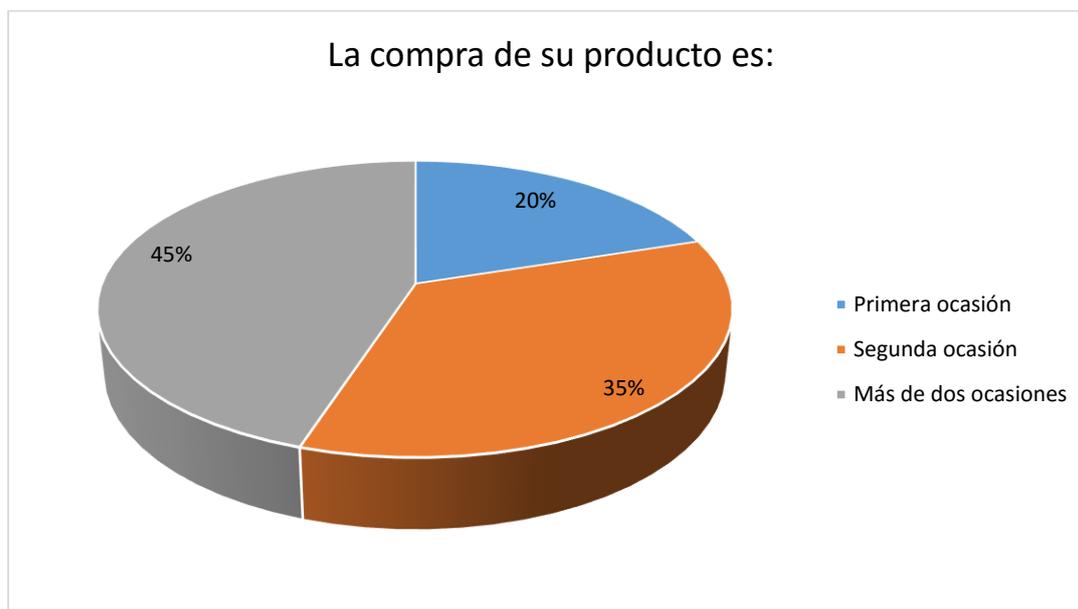
##### 1.- La compra de su producto es:

**Tabla 33 La compra de su producto**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Primera ocasión</b>	4	20%
<b>Segunda ocasión</b>	7	35%
<b>Más de dos ocasiones</b>	9	45%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

**Figura 25 La compra de su producto**



Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

El 45% de los compradores encuestados manifestaron que han sido varias las ocasiones en las que han realizado la compra, mientras que el 35% dijo que es la segunda ocasión que lo realiza y un 20% es su primera ocasión de compra.

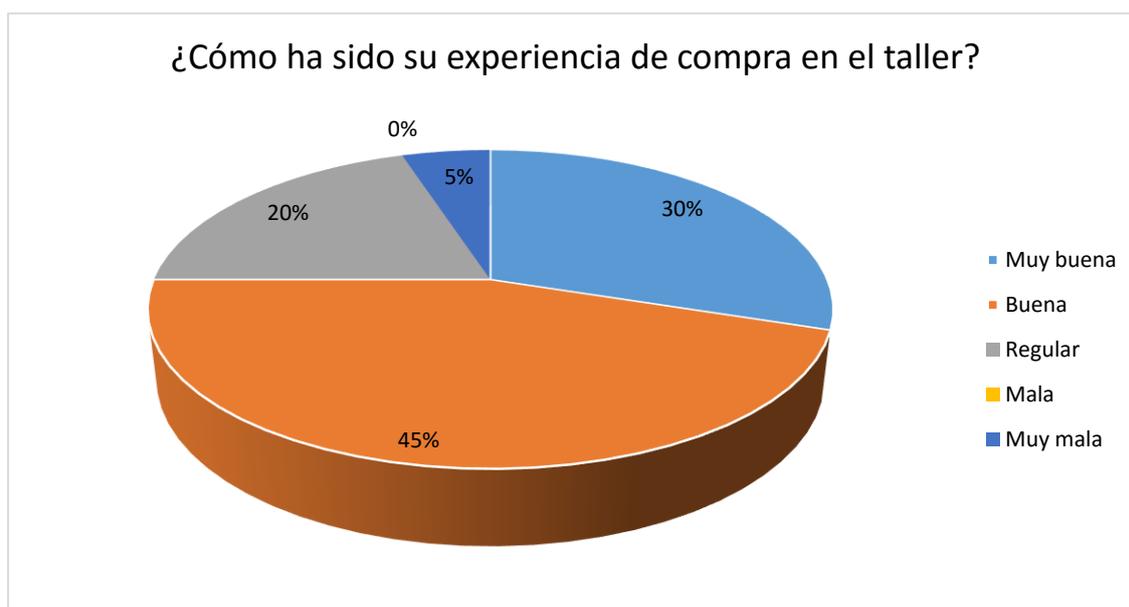
## 2.- ¿Cómo ha sido su experiencia de compra en el taller?

**Tabla 34 Experiencia de compra en el taller**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Muy buena</b>	6	30%
<b>Buena</b>	9	45%
<b>Regular</b>	4	20%
<b>Mala</b>	0	0%
<b>Muy mala</b>	1	5%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

**Figura 26 Experiencia de compra en el taller**



Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

En referencia a su experiencia de compra en el taller esta ha sido buena con el 45%, seguido por el 30% como muy buena; el 20% la ha establecido como regular y el 5% restante como muy mala.

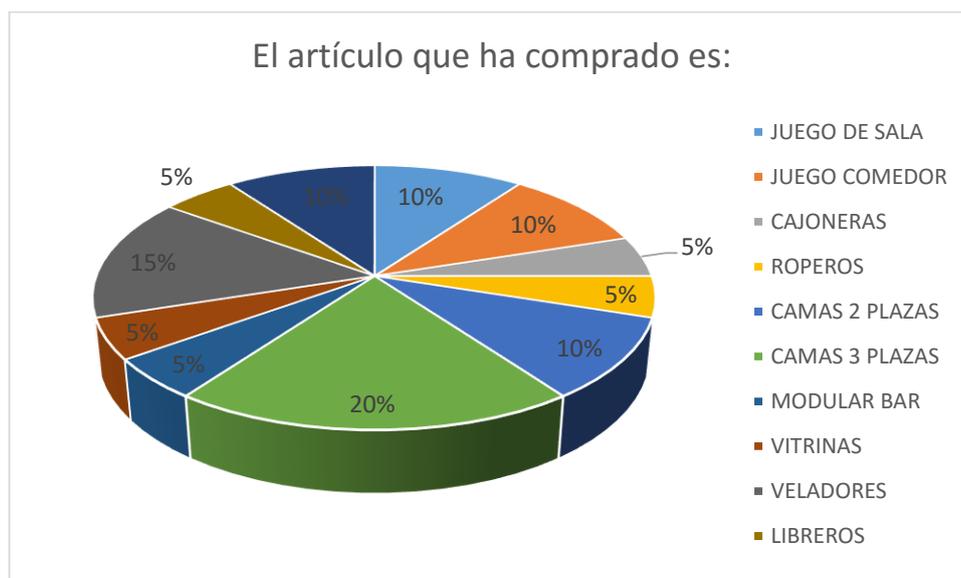
### 3.- El artículo que ha comprado es:

**Tabla 35 El artículo que ha comprado**

	FRECUENCIA	FREC %
<b>JUEGO DE SALA</b>	2	10%
<b>JUEGO COMEDOR</b>	2	10%
<b>CAJONERAS</b>	1	5%
<b>ROPEROS</b>	1	5%
<b>CAMAS 2 PLAZAS</b>	2	10%
<b>CAMAS 3 PLAZAS</b>	4	20%
<b>MODULAR BAR</b>	1	5%
<b>VITRINAS</b>	1	5%
<b>VELADORES</b>	3	15%
<b>LIBREROS</b>	1	5%
<b>COMODAS</b>	2	10%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

**Figura 27 El artículo que ha comprado**



Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

Los artículos que han sido comprados con mayor frecuencia es la cama de tres plazas con el 20%; seguido por veladores con el 15%, con el 10% tenemos las cómodas, camas de 2 plazas, juego de comedor, juego de sala, mientras que los de menor frecuencia de compra fueron cajoneras, libreros, vitrinas, roperos y bares modulares con el 5% cada uno.

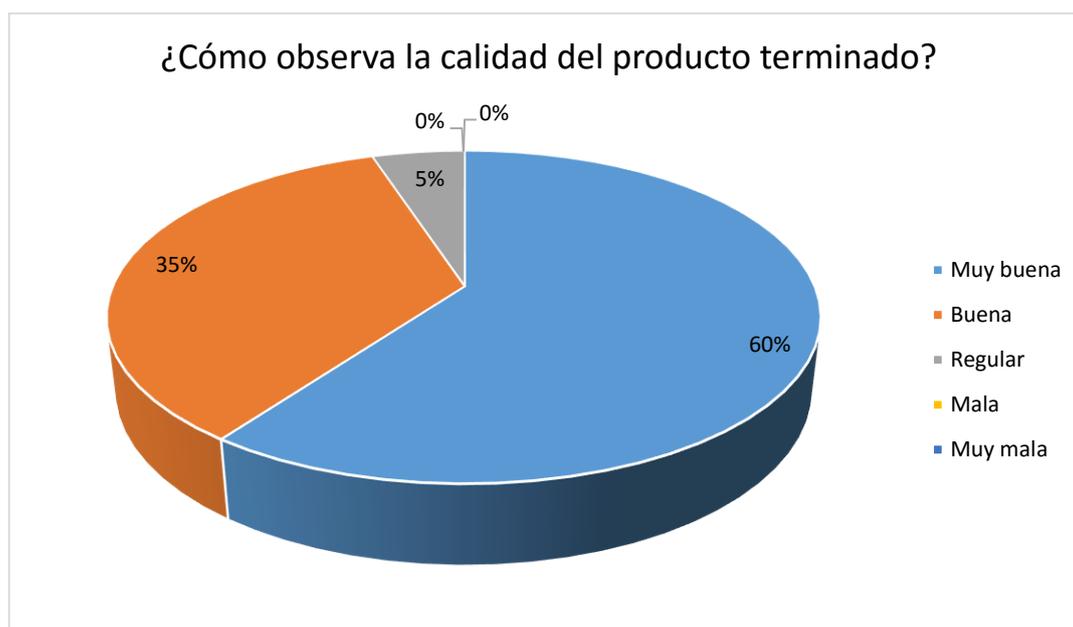
#### 4.- ¿Cómo observa la calidad del producto terminado?

**Tabla 36 Calidad del producto terminado**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Muy buena</b>	12	60%
<b>Buena</b>	7	35%
<b>Regular</b>	1	5%
<b>Mala</b>	0	0%
<b>Muy mala</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

**Figura 28 Calidad del producto terminado**



Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

La calidad del producto terminado fue considerada en un 60% como muy buena, seguido por el 35% de buenas, mientras que el 5% restante lo manifestó como regular.

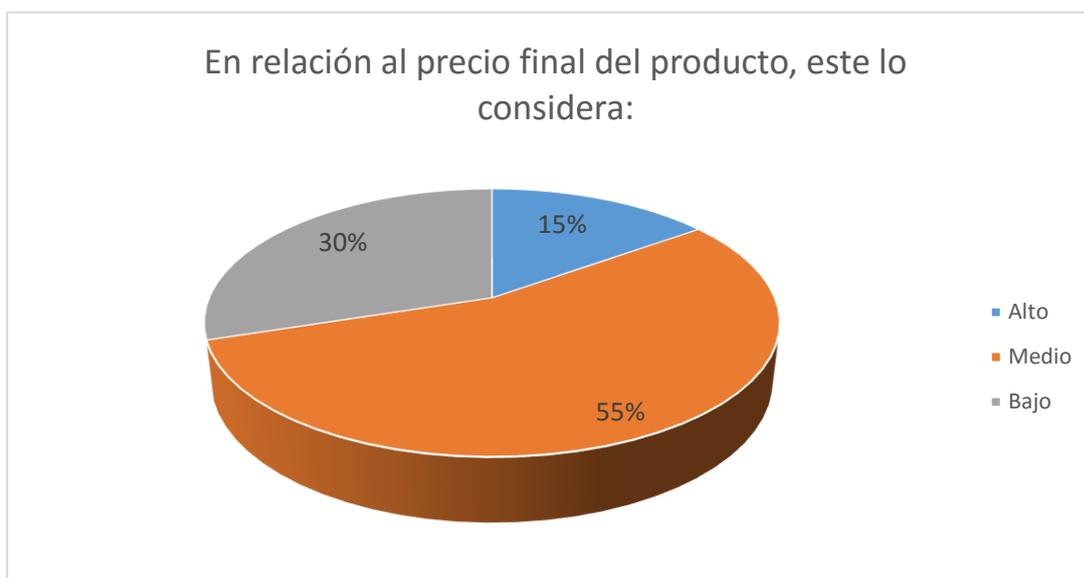
**5.- En relación al precio final del producto, este lo considera:**

**Tabla 37 Relación al precio final del producto**

	FRECUENCIA	FREC %
<b>Alto</b>	3	15%
<b>Medio</b>	11	55%
<b>Bajo</b>	6	30%
<b>Total</b>	20	100%

Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

**Figura 29 Relación al precio final del producto**



Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

El precio final en la compra de su producto, esta lo han considerado como medio (55%), seguido por 30% bajo y un 15% alto.

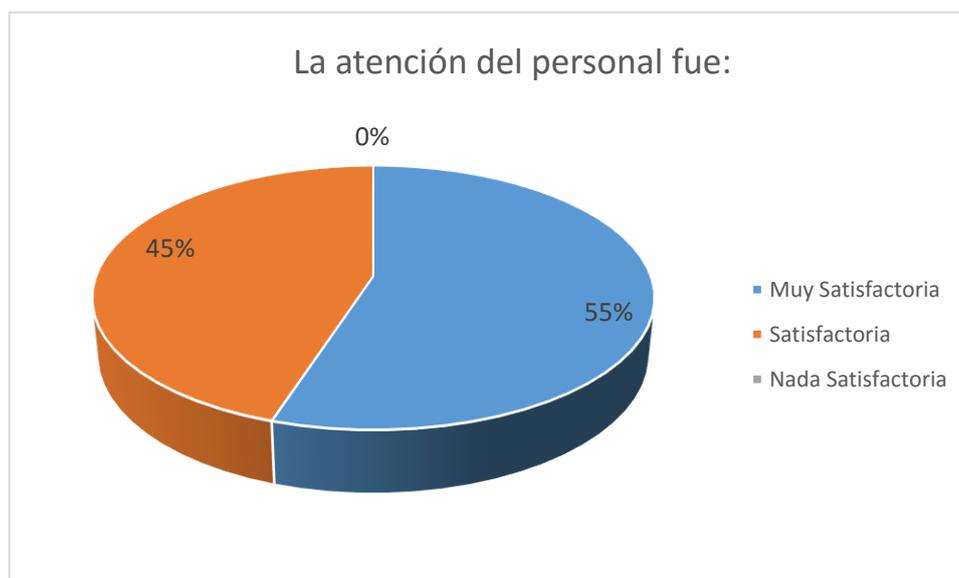
## 6.- La atención del personal fue:

**Tabla 38 La atención del personal**

	FRECUENCIA	FREC %
<b>Muy Satisfactoria</b>	11	55%
<b>Satisfactoria</b>	9	45%
<b>Nada Satisfactoria</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

**Figura 30 La atención del personal**



Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

De acuerdo con la atención brindada por el personal de ventas del taller donde realizó la compra, este fue considerado como muy satisfactorio con el 55%, seguido por satisfactorio en un 45%.

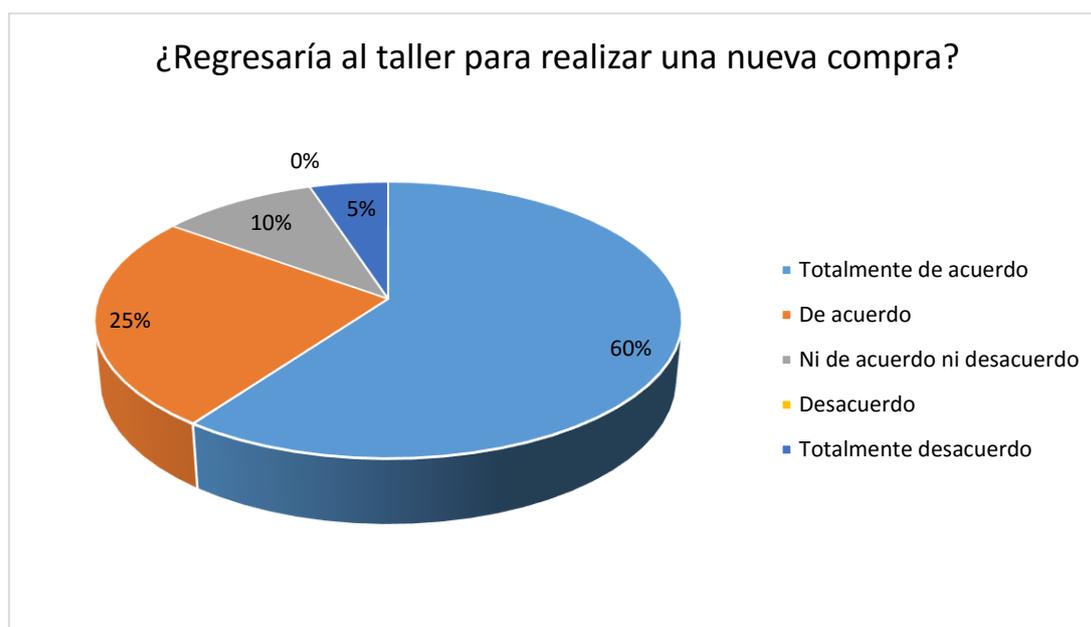
## 7.- ¿Regresaría al taller para realizar una nueva compra?

**Tabla 39 Regresaría al taller para realizar una nueva compra**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FREC. %</b>
<b>Totalmente de acuerdo</b>	12	60%
<b>De acuerdo</b>	5	25%
<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	2	10%
<b>Desacuerdo</b>	0	0%
<b>Totalmente desacuerdo</b>	1	5%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

**Figura 31 Regresaría al taller para realizar una nueva compra**



Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

El 60% de los compradores encuestados manifestaron que están totalmente de acuerdo en el retorno al taller para una próxima compra, seguido por el 25% que estuvo de acuerdo; el 10% se encontró en ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 5% totalmente desacuerdo.

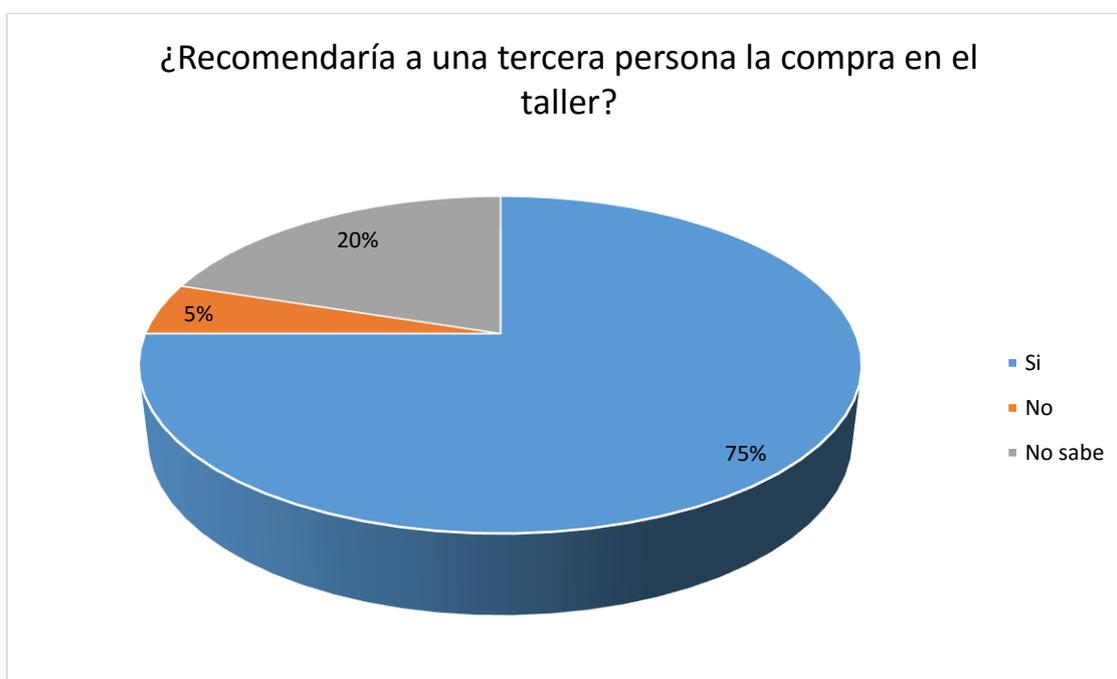
### 8.- ¿Recomendaría a una tercera persona la compra en el taller?

**Tabla 40 Recomendaría a una tercera persona la compra en el taller**

	FRECUENCIA	FREC. %
<b>Si</b>	15	75%
<b>No</b>	1	5%
<b>No sabe</b>	4	20%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

**Figura 32 Recomendaría a una tercera persona la compra en el taller**



Fuente: encuesta piloto a compradores de muebles en talleres de la Cooperativa Cisne 2.  
Elaboración: los autores

El 75% de los encuestados dijeron que, si recomendarían a terceras personas realizar la compra de muebles en los talleres del sector, mientras que un 20% no sabe si hacerlo aún; el 5% restante dijo que no lo haría.

### **1.1. Estrategias de producto o servicios**

Es importante destacar para las estrategias de producto de la empresa productora y comercializadora de muebles para el hogar, lo fundamental:

- Calidad
- Garantía
- Tiempo de entrega
- Atención personalizada-asesoría

Todo esto para que el cliente puede tomar la decisión adecuada en la compra de sus muebles, siempre con diseños innovadores, creatividad en los mismos, muebles ya fabricados o bajo pedido, según la elección del consumidor, llegando a satisfacer sus necesidades.

### **1.2. Estrategias de precio**

De acuerdo a las políticas de precio, es importante recalcar, que como la industria de bienes muebles se encuentra en una competencia perfecta en el que el precio va de acorde a la oferta y demanda del mercado, y están ajustados a los precios de producción de los productos, y el margen de utilidad. Tomando en cuenta que son productos de excelente calidad, con materia prima de primera, y como mercado meta son los clientes que buscan calidad más que el precio.

### **1.3. Estrategias de plaza**

Para la venta de muebles es necesario contar con un factor importante que es la entrega a domicilio, en donde el cliente ya no se va a preocupar por el transporte que para llevar los muebles a su destino; la empresa es la encargada de trasladar los muebles. Así dentro de la venta el cliente se sentirá más seguro de la compra. Como la empresa productora y comercializadora de muebles para el hogar también distribuirá a intermediarios como las mueblerías, de igual manera contará la venta directa al consumidor final.

#### **1.4. Estrategia de promoción**

- Asistir a las ferias de exposición en la ciudad ofertando comodidad y confort, el pago se realizará mediante tarjetas de crédito o en efectivo.
- Mediante tarjetas de crédito ofreciendo plazos de tres, seis, nueve y doce meses en los que el cliente deberá cancelar dichas mensualidades más el interés y los gastos financieros que cobra la tarjeta de crédito que el consumidor utilice.
- En lo que se debe a publicidad, la mejor herramienta son los flyers (volantes), catálogos, roll up.

#### **Factibilidad financiera**

Se la realiza con la finalidad de contar con los costos, gastos, ventas estimadas y el punto equilibrio que todo negocio debe tener para ser rentable y en este caso, para los talleres de muebles para que de esta manera se pueda considerar que una correcta ejecución administrativa, operativa y contable les da la oportunidad de crecimiento en el mercado.

A continuación, se la descripción la factibilidad financiera del negocio ABC S.A.:

- El Proyecto se iniciará a partir de enero 2015 con 5 años de Vida Útil.
- La depreciación se aplicará por el método de línea recta con el 20% VR.
- La empresa estará formada por dos socios, aportan el 50% cada uno.
- La empresa tiene aprobado un préstamo por \$70.000 - tasa anual 10% con dividendos trimestrales a 5 años plazo, el total prestado se distribuirá \$ 25.000 en cuenta corriente, \$250 en caja chica, \$44.500 en compra de materiales directo e insumos, \$250 en compra de útiles de oficina y varios.
- Por efectos inflacionarios se estima aumentar los costos de las materias primas e insumos cada año en el 2% del precio anterior.

- La Empresa estima aumentar los sueldos en el 4% anual dependiendo de una tabla de rendimiento personal considerado la tolerancia de faltas.
- Los P.V.P. de cada línea se mantendrán para el 2015 y 2016, pero a partir del 2017 se incrementarán en un 5% cada año por producto.
- Los Estados Financieros se encuentran presentados con la aplicación NIIF.

**1.- Estado de situación inicial**

Tabla 41 Estado de situación inicial

**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL  
TALLER "ABC"  
ENERO 1 2015**

<b>Activos</b>			<b>Pasivos</b>		
<b>Activos Corriente</b>		<b>\$ 70.000,00</b>	<b>Pasivo No Corriente</b>		<b>\$ 76.582,06</b>
<b>Efectivo o Equivalente de Efectivo</b>	<b>\$ 25.250,00</b>		<b>Obligaciones con Instituciones Financieras Locales</b>	<b>\$ 76.582,06</b>	
Caja Chica	\$ 100,00		Locales	\$ 70.000,00	
Caja	\$ 150,00		Intereses por Pagar	\$ 6.582,06	
Banco	\$ 25.000,00		<b>Total Pasivo</b>		
<b>Inventarios</b>	<b>\$ 44.750,00</b>		<b>Patrimonio</b>		<b>\$ 85.955,94</b>
Inventario de Materia Prima	\$ 44.500,00		Jorge Engel, Cuenta Capital	\$ 42.977,97	
Inventario de Suministro	\$ 250,00		Jose Engracia, Cuenta Capital	\$ 42.977,97	
<b>Activo No Corriente</b>	<b>\$ 92.538,00</b>	<b>\$ 92.538,00</b>			
<b>Propiedad Planta y Equipo</b>	<b>\$ 92.538,00</b>				
Terreno	\$ 23.250,00				
Edificio	\$ 42.700,00				
Maquinaria	\$ 10.360,00				
Equipo de Oficina	\$ 148,00				
Muebles y Enseres	\$ 500,00				
Equipo de Cómputo	\$ 580,00				
Vehículos	\$ 15.000,00				
<b>Total De Activo</b>		<b><u>\$ 162.538,00</u></b>	<b>Total Pasivo y Capital</b>		<b><u>\$ 162.538,00</u></b>

Elaboración: los autores

## 2.- Estado de resultado integral

Tabla 42 Estado de resultado integral

### ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL TALLER "ABC" DICIEMBRE 31 2015

CUENTAS	ANEXOS	AÑOS				
		2015	2016	2017	2018	2019
<b>VENTAS</b>	3-4-5	\$ 219.200,00	\$ 232.800,00	\$ 253.197,00	\$ 279.792,45	\$ 304.189,12
<b>(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	6	\$ 78.916,48	\$ 84.653,33	\$ 88.370,43	\$ 92.139,65	\$ 96.216,90
MATERIA PRIMA	7-8-9-10-11	\$ 50.078,00	\$ 52.611,95	\$ 55.274,11	\$ 58.070,98	\$ 61.009,37
MANO DE OBRA DIRECTA	12-13-14-15-16	\$ 16.308,40	\$ 18.558,05	\$ 19.262,21	\$ 19.994,54	\$ 20.756,16
GASTOS DE FABRICACIÓN	6	\$ 12.530,08	\$ 13.483,33	\$ 13.834,10	\$ 14.074,13	\$ 14.451,36
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 140.283,52	\$ 148.146,67	\$ 164.826,57	\$ 187.652,80	\$ 207.972,22
<b>(-) GASTOS OPERATIVOS</b>		\$ 35.722,69	\$ 40.243,19	\$ 41.688,94	\$ 43.160,98	\$ 44.723,44
GASTOS ADMINISTRATIVOS	19-20-21-22-23	\$ 23.310,19	\$ 26.275,84	\$ 27.221,91	\$ 28.190,01	\$ 29.212,55
GASTOS DE VENTA	19-20-21-22-23	\$ 12.412,50	\$ 13.967,35	\$ 14.467,03	\$ 14.970,97	\$ 15.510,89
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		\$ 104.560,83	\$ 107.903,48	\$ 123.137,63	\$ 144.491,82	\$ 163.248,78
(-) COSTOS FINANCIEROS	24	\$ 6.582,06	\$ 5.400,76	\$ 4.096,83	\$ 2.657,53	\$ 1.068,81
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 97.978,76	\$ 102.502,72	\$ 119.040,80	\$ 141.834,30	\$ 162.179,97
(-) PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES		\$ 14.696,81	\$ 15.375,41	\$ 17.856,12	\$ 21.275,14	\$ 24.327,00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 83.281,95	\$ 87.127,31	\$ 101.184,68	\$ 120.559,15	\$ 137.852,98
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 18.322,03	\$ 19.168,01	\$ 22.260,63	\$ 26.523,01	\$ 30.327,66
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO</b>		\$ 64.959,92	\$ 67.959,31	\$ 78.924,05	\$ 94.036,14	\$ 107.525,32

Elaboración: los autores

### 3.- Pronóstico de ventas año 2015

Tabla 43 Pronóstico de ventas año 2015

**PRONÓSTICOS DE VENTAS  
TALLER "ABC"  
AÑO 2015**

LINEAS	2015		
	CANT.	P.V.P	TOTAL
JUEGO DE SALA	10	\$ 480,00	\$ 4.800,00
JUEGO COMEDOR	45	\$ 680,00	\$ 30.600,00
CAJONERAS	50	\$ 180,00	\$ 9.000,00
ROPEROS	30	\$ 450,00	\$ 13.500,00
CAMAS 2 PLAZAS	60	\$ 280,00	\$ 16.800,00
CAMAS 3 PLAZAS	60	\$ 480,00	\$ 28.800,00
MODULAR BAR	65	\$ 420,00	\$ 27.300,00
VITRINAS	60	\$ 450,00	\$ 27.000,00
VELADORES	150	\$ 100,00	\$ 15.000,00
LIBREROS	90	\$ 220,00	\$ 19.800,00
CÓMODAS	70	\$ 380,00	\$ 26.600,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 219.200,00</b>

Elaboración: los autores

#### 4.- Pronóstico de ventas años 2016 y 2017

Tabla 44 Pronóstico de ventas años 2016 y 2017

### PRONÓSTICOS DE VENTAS TALLER "ABC" AÑOS 2016-2017

LINEAS	2016			2017		
	CANT.	P.V.P	TOTAL	CANT.	P.V.P	TOTAL
JUEGO DE SALA	12	\$ 480,00	\$ 5.760,00	12	\$ 504,00	\$ 6.048,00
JUEGO COMEDOR	48	\$ 680,00	\$ 32.640,00	50	\$ 714,00	\$ 35.700,00
CAJONERAS	53	\$ 180,00	\$ 9.540,00	55	\$ 189,00	\$ 10.395,00
ROPEROS	33	\$ 450,00	\$ 14.850,00	35	\$ 472,50	\$ 16.537,50
CAMAS 2 PLAZAS	65	\$ 280,00	\$ 18.200,00	68	\$ 294,00	\$ 19.992,00
CAMAS 3 PLAZAS	65	\$ 480,00	\$ 31.200,00	68	\$ 504,00	\$ 34.272,00
MODULAR BAR	68	\$ 420,00	\$ 28.560,00	70	\$ 441,00	\$ 30.870,00
VITRINAS	63	\$ 450,00	\$ 28.350,00	65	\$ 472,50	\$ 30.712,50
VELADORES	155	\$ 100,00	\$ 15.500,00	160	\$ 105,00	\$ 16.800,00
LIBREROS	93	\$ 220,00	\$ 20.460,00	95	\$ 231,00	\$ 21.945,00
CÓMODAS	73	\$ 380,00	\$ 27.740,00	75	\$ 399,00	\$ 29.925,00
<b>TOTALES</b>			<b>\$ 232.800,00</b>			<b>\$ 253.197,00</b>

Elaboración: los autores

## 5.- Pronóstico de ventas años 2018 y 2019

Tabla 45 Pronóstico de ventas años 2018 y 2019

### PRONÓSTICOS DE VENTAS TALLER "ABC" AÑOS 2018-2019

LINEAS	2018			2019		
	CANT.	P.V.P	TOTAL	CANT.	P.V.P	TOTAL
JUEGO DE SALA	13	\$ 529,20	\$ 6.879,60	15	\$ 555,66	\$ 8.334,90
JUEGO COMEDOR	53	\$ 749,70	\$ 39.734,10	55	\$ 787,19	\$ 43.295,18
CAJONERAS	58	\$ 198,45	\$ 11.510,10	60	\$ 208,37	\$ 12.502,35
ROPEROS	38	\$ 496,13	\$ 18.852,75	40	\$ 520,93	\$ 20.837,25
CAMAS 2 PLAZAS	70	\$ 308,70	\$ 21.609,00	72	\$ 324,14	\$ 23.337,72
CAMAS 3 PLAZAS	70	\$ 529,20	\$ 37.044,00	72	\$ 555,66	\$ 40.007,52
MODULAR BAR	73	\$ 463,05	\$ 33.802,65	75	\$ 486,20	\$ 36.465,19
VITRINAS	72	\$ 496,13	\$ 35.721,00	75	\$ 520,93	\$ 39.069,84
VELADORES	165	\$ 110,25	\$ 18.191,25	170	\$ 115,76	\$ 19.679,63
LIBREROS	98	\$ 242,55	\$ 23.769,90	100	\$ 254,68	\$ 25.467,75
CÓMODAS	78	\$ 418,95	\$ 32.678,10	80	\$ 439,90	\$ 35.191,80
<b>TOTALES</b>			<b>\$ 279.792,45</b>			<b>\$ 304.189,12</b>

Elaboración: los autores

**6.- Costos de producción 2015 - 2019**

Tabla 46 Costos de producción 2015 - 2019

**COSTOS DE PRODUCCIÓN ESTIMADO  
TALLER "ABC"  
AÑOS 2015-2016-2017-2018-2019**

CUENTAS	ANEXO	AÑOS				
		2015	2016	2017	2018	2019
MATERIA PRIMA	7	\$ 50.078,00	\$ 52.611,95	\$ 55.274,11	\$ 58.070,98	\$ 61.009,37
MANO DE OBRA DIRECTA	10-11-12-13-14	\$ 16.308,40	\$ 18.558,05	\$ 19.262,21	\$ 19.994,54	\$ 20.756,16
GASTOS DE FABRICACIÓN	17-18-19-20-21	\$ 12.530,08	\$ 13.483,33	\$ 13.834,10	\$ 14.074,13	\$ 14.451,36
<b>TOTALES</b>		<b>\$ 78.916,48</b>	<b>\$ 84.653,33</b>	<b>\$ 88.370,43</b>	<b>\$ 92.139,65</b>	<b>\$ 96.216,90</b>

Elaboración: los autores

## 7.- Materiales directos e insumos 2015

Tabla 47 Materiales directos e insumos 2015

### MATERIALES DIRECTOS E INSUMOS TALLER "ABC" AÑO 2015

MATERIALES DIRECTOS	KILOS	COSTO UNITARIO	TOTAL
MADERA LAUREL	11100	\$ 3,20	\$ 35.520,00
TELA MICROFIBRA	200	\$ 5,00	\$ 1.000,00
ESPONJA	12	\$ 76,50	\$ 918,00
CORRUGADO	50	\$ 17,00	\$ 850,00
MDF	50	\$ 18,00	\$ 900,00
COLA INDUSTRIAL	36	\$ 42,00	\$ 1.512,00
CEMENTO DE CONTACTO	1	\$ 60,00	\$ 60,00
CLAVOS	1400	\$ 1,25	\$ 1.750,00
SELLADOR	192	\$ 16,00	\$ 3.072,00
DILUYENTE	24	\$ 30,00	\$ 720,00
BRILLO	144	\$ 24,00	\$ 3.456,00
LIJA	16	\$ 10,00	\$ 160,00
MACILLA	16 Tarro	\$ 10,00	\$ 160,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 50.078,00</b>

Elaboración: los autores

## 8.- Materiales directos e insumos 2016

Tabla 48 Materiales directos e insumos 2016

### MATERIALES DIRECTOS E INSUMOS TALLER "ABC" AÑO 2016

MATERIALES DIRECTOS	KILOS	COSTO UNITARIO	TOTAL
MADERA LAUREL	11433,00	\$ 3,26	\$ 37.317,31
TELA MICROFIBRA	206,00	\$ 5,10	\$ 1.050,60
ESPONJA	12,36	\$ 78,03	\$ 964,45
CORRUGADO	51,50	\$ 17,34	\$ 893,01
MDF	51,50	\$ 18,36	\$ 945,54
COLA INDUSTRIAL	37,08	\$ 42,84	\$ 1.588,51
CEMENTO DE CONTACTO	1,03	\$ 61,20	\$ 63,04
CLAVOS	1442,00	\$ 1,28	\$ 1.838,55
SELLADOR	197,76	\$ 16,32	\$ 3.227,44
DILUYENTE	24,72	\$ 30,60	\$ 756,43
BRILLO	148,32	\$ 24,48	\$ 3.630,87
LIJA	16,48	\$ 10,20	\$ 168,10
MACILLA	16,48 Tarro	\$ 10,20	\$ 168,10
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 52.611,95</b>

Elaboración: los autores

## 9.- Materiales directos e insumos 2017

Tabla 49 Materiales directos e insumos 2017

### MATERIALES DIRECTOS E INSUMOS TALLER "ABC" AÑO 2017

MATERIALES DIRECTOS	KILOS	COSTO UNITARIO	TOTAL
MADERA LAUREL	11775,99	\$ 3,33	\$ 39.205,57
TELA MICROFIBRA	212,18	\$ 5,20	\$ 1.103,76
ESPONJA	12,73	\$ 79,59	\$ 1.013,25
CORRUGADO	53,05	\$ 17,69	\$ 938,20
MDF	53,05	\$ 18,73	\$ 993,38
COLA INDUSTRIAL	38,19	\$ 43,70	\$ 1.668,89
CEMENTO DE CONTACTO	1,06	\$ 62,42	\$ 66,23
CLAVOS	1485,26	\$ 1,30	\$ 1.931,58
SELLADOR	203,69	\$ 16,65	\$ 3.390,75
DILUYENTE	25,46	\$ 31,21	\$ 794,71
BRILLO	152,77	\$ 24,97	\$ 3.814,60
LIJA	16,97	\$ 10,40	\$ 176,60
MACILLA	16,97 Tarro	\$ 10,40	\$ 176,60
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 55.274,11</b>

Elaboración: los autores

## 10.- Materiales directos e insumos 2018

Tabla 50 Materiales directos e insumos 2018

### MATERIALES DIRECTOS E INSUMOS TALLER "ABC" AÑO 2018

MATERIALES DIRECTOS	KILOS	COSTO UNITARIO	TOTAL
MADERA LAUREL	12129,27	\$ 3,40	\$ 41.189,37
TELA MICROFIBRA	218,55	\$ 5,31	\$ 1.159,61
ESPONJA	13,11	\$ 81,18	\$ 1.064,52
CORRUGADO	54,64	\$ 18,04	\$ 985,67
MDF	54,64	\$ 19,10	\$ 1.043,65
COLA INDUSTRIAL	39,34	\$ 44,57	\$ 1.753,33
CEMENTO DE CONTACTO	1,09	\$ 63,67	\$ 69,58
CLAVOS	1529,82	\$ 1,33	\$ 2.029,32
SELLADOR	209,80	\$ 16,98	\$ 3.562,32
DILUYENTE	26,23	\$ 31,84	\$ 834,92
BRILLO	157,35	\$ 25,47	\$ 4.007,61
LIJA	17,48	\$ 10,61	\$ 185,54
MACILLA	17,48 Tarro	\$ 10,61	\$ 185,54
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 58.070,98</b>

Elaboración: los autores

## 11.- Materiales directos e insumos 2019

Tabla 51 Materiales directos e insumos 2019

### MATERIALES DIRECTOS E INSUMOS TALLER "ABC" AÑO 2019

MATERIALES DIRECTOS	KILOS	COSTO UNITARIO	TOTAL
MADERA LAUREL	12493,15	\$ 3,46	\$ 43.273,55
TELA MICROFIBRA	225,10	\$ 5,41	\$ 1.218,29
ESPONJA	13,51	\$ 82,81	\$ 1.118,39
CORRUGADO	56,28	\$ 18,40	\$ 1.035,54
MDF	56,28	\$ 19,48	\$ 1.096,46
COLA INDUSTRIAL	40,52	\$ 45,46	\$ 1.842,05
CEMENTO DE CONTACTO	1,13	\$ 64,95	\$ 73,10
CLAVOS	1575,71	\$ 1,35	\$ 2.132,00
SELLADOR	216,10	\$ 17,32	\$ 3.742,58
DILUYENTE	27,01	\$ 32,47	\$ 877,17
BRILLO	162,07	\$ 25,98	\$ 4.210,40
LIJA	18,01	\$ 10,82	\$ 194,93
MACILLA	18,01 Tarro	\$ 10,82	\$ 194,93
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 61.009,37</b>

Elaboración: los autores

## 12.- Sueldos, beneficios y obligaciones 2015

Tabla 52 Sueldos, beneficios y obligaciones 2015

### CÁLCULO DE SUELDOS, BENEFICIOS Y OBLIGACIONES TALLER "ABC" AÑO 2015

CARGOS	MENSUAL	ANUAL	13er	14to	FDO. RESERVA	VACACIONES	PATRONAL	TOTAL	UNIFICADO
OPERARIO 1	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 354,00	\$ 318,00	\$ -	\$ -	\$ 516,13	\$ 5.436,13	\$ 453,01
OPERARIO 2	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 354,00	\$ 318,00	\$ -	\$ -	\$ 516,13	\$ 5.436,13	\$ 453,01
LAQUEADOR	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 354,00	\$ 318,00	\$ -	\$ -	\$ 516,13	\$ 5.436,13	\$ 453,01
<b>TOTAL MOD</b>		<b>\$ 12.744,00</b>	<b>\$ 1.062,00</b>	<b>\$ 954,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1.548,40</b>	<b>\$ 16.308,40</b>	<b>\$ 1.359,03</b>
<b>JEFES Y SUPERVISORES</b>									
JEFE DE TALLER	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$ -	\$ -	\$ 656,10	\$ 6.824,10	\$ 568,68
<b>TOTAL MOI</b>		<b>\$ 5.400,00</b>	<b>\$ 450,00</b>	<b>\$ 318,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 656,10</b>	<b>\$ 6.824,10</b>	<b>\$ 568,68</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>									
ADMINISTRADOR LOCAL	\$ 900,00	\$ 10.800,00	\$ 900,00	\$ 318,00	\$ -	\$ -	\$ 1.312,20	\$ 13.330,20	\$ 1.110,85
CHOFER	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 318,00	\$ -	\$ -	\$ 729,00	\$ 7.547,00	\$ 628,92
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN</b>		<b>\$ 16.800,00</b>	<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$ 636,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2.041,20</b>	<b>\$ 20.877,20</b>	<b>\$ 1.739,77</b>
<b>VENTAS</b>									
VENDEDOR	\$ 380,00	\$ 4.560,00	\$ 380,00	\$ 318,00	\$ -	\$ -	\$ 554,04	\$ 5.812,04	\$ 484,34
RECAUDADOR	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 354,00	\$ 318,00	\$ -	\$ -	\$ 516,13	\$ 5.436,13	\$ 453,01
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 8.808,00</b>	<b>\$ 734,00</b>	<b>\$ 636,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 1.070,17</b>	<b>\$ 11.248,17</b>	<b>\$ 937,35</b>

Elaboración: los autores

### 13.- Sueldos, beneficios y obligaciones 2016

Tabla 53 Sueldos, beneficios y obligaciones 2016

#### CÁLCULO DE SUELDOS, BENEFICIOS Y OBLIGACIONES TALLER "ABC" AÑO 2016

CARGOS	MENSUAL	ANUAL	13er	14to	FDO. RESERVA	VACACIONES	PATRONAL	TOTAL	UNIFICADO
OPERARIO 1	\$ 368,16	\$ 4.417,92	\$ 368,16	\$ 318,00	\$ 368,16	\$ 177,00	\$ 536,78	\$ 6.186,02	\$ 515,50
OPERARIO 2	\$ 368,16	\$ 4.417,92	\$ 368,16	\$ 318,00	\$ 368,16	\$ 177,00	\$ 536,78	\$ 6.186,02	\$ 515,50
LAQUEADOR	\$ 368,16	\$ 4.417,92	\$ 368,16	\$ 318,00	\$ 368,16	\$ 177,00	\$ 536,78	\$ 6.186,02	\$ 515,50
<b>TOTAL MOD</b>		<b>\$ 13.253,76</b>	<b>\$ 1.104,48</b>	<b>\$ 954,00</b>	<b>\$ 1.104,48</b>	<b>\$ 531,00</b>	<b>\$ 1.610,33</b>	<b>\$ 18.558,05</b>	<b>\$ 1.546,50</b>
<b>JEFES Y SUPERVISORES</b>									
JEFE DE TALLER	\$ 468,00	\$ 5.616,00	\$ 468,00	\$ 318,00	\$ 468,00	\$ 225,00	\$ 682,34	\$ 7.777,34	\$ 648,11
<b>TOTAL MOI</b>		<b>\$ 5.616,00</b>	<b>\$ 468,00</b>	<b>\$ 318,00</b>	<b>\$ 468,00</b>	<b>\$ 225,00</b>	<b>\$ 682,34</b>	<b>\$ 7.777,34</b>	<b>\$ 648,11</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>									
ADMINISTRADOR LOCAL	\$ 936,00	\$ 11.232,00	\$ 936,00	\$ 318,00	\$ 936,00	\$ 450,00	\$ 1.364,69	\$ 15.236,69	\$ 1.269,72
CHOFER	\$ 520,00	\$ 6.240,00	\$ 520,00	\$ 318,00	\$ 520,00	\$ 250,00	\$ 758,16	\$ 8.606,16	\$ 717,18
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN</b>		<b>\$ 17.472,00</b>	<b>\$ 1.456,00</b>	<b>\$ 636,00</b>	<b>\$ 1.456,00</b>	<b>\$ 700,00</b>	<b>\$ 2.122,85</b>	<b>\$ 23.842,85</b>	<b>\$ 1.986,90</b>
<b>VENTAS</b>									
VENDEDOR	\$ 395,20	\$ 4.742,40	\$ 395,20	\$ 318,00	\$ 395,20	\$ 190,00	\$ 576,20	\$ 6.617,00	\$ 551,42
RECAUDADOR	\$ 368,16	\$ 4.417,92	\$ 368,16	\$ 318,00	\$ 368,16	\$ 177,00	\$ 536,78	\$ 6.186,02	\$ 515,50
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 9.160,32</b>	<b>\$ 763,36</b>	<b>\$ 636,00</b>	<b>\$ 763,36</b>	<b>\$ 367,00</b>	<b>\$ 1.112,98</b>	<b>\$ 12.803,02</b>	<b>\$ 1.066,92</b>

Elaboración: los autores

## 14.- Sueldos, beneficios y obligaciones 2017

Tabla 54 Sueldos, beneficios y obligaciones 2017

### CÁLCULO DE SUELDOS, BENEFICIOS Y OBLIGACIONES TALLER "ABC" AÑO 2017

CARGOS	MENSUAL	ANUAL	13er	14to	FDO. RESERVA	VACACIONES	PATRONAL	TOTAL	UNIFICADO
OPERARIO 1	\$ 382,89	\$ 4.594,64	\$ 382,89	\$ 318,00	\$ 382,89	\$ 184,08	\$ 558,25	\$ 6.420,74	\$ 535,06
OPERARIO 2	\$ 382,89	\$ 4.594,64	\$ 382,89	\$ 318,00	\$ 382,89	\$ 184,08	\$ 558,25	\$ 6.420,74	\$ 535,06
LAQUEADOR	\$ 382,89	\$ 4.594,64	\$ 382,89	\$ 318,00	\$ 382,89	\$ 184,08	\$ 558,25	\$ 6.420,74	\$ 535,06
<b>TOTAL MOD</b>		<b>\$ 13.783,91</b>	<b>\$ 1.148,66</b>	<b>\$ 954,00</b>	<b>\$ 1.148,66</b>	<b>\$ 552,24</b>	<b>\$ 1.674,75</b>	<b>\$ 19.262,21</b>	<b>\$ 1.605,18</b>
<b>JEFES Y SUPERVISORES</b>									
JEFE DE TALLER	\$ 486,72	\$ 5.840,64	\$ 486,72	\$ 318,00	\$ 486,72	\$ 234,00	\$ 709,64	\$ 8.075,72	\$ 672,98
<b>TOTAL MOI</b>		<b>\$ 5.840,64</b>	<b>\$ 486,72</b>	<b>\$ 318,00</b>	<b>\$ 486,72</b>	<b>\$ 234,00</b>	<b>\$ 709,64</b>	<b>\$ 8.075,72</b>	<b>\$ 672,98</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>									
ADMINISTRADOR LOCAL	\$ 973,44	\$ 11.681,28	\$ 973,44	\$ 318,00	\$ 973,44	\$ 468,00	\$ 1.419,28	\$ 15.833,44	\$ 1.319,45
CHOFER	\$ 540,80	\$ 6.489,60	\$ 540,80	\$ 318,00	\$ 540,80	\$ 260,00	\$ 788,49	\$ 8.937,69	\$ 744,81
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN</b>		<b>\$ 18.170,88</b>	<b>\$ 1.514,24</b>	<b>\$ 636,00</b>	<b>\$ 1.514,24</b>	<b>\$ 728,00</b>	<b>\$ 2.207,76</b>	<b>\$ 24.771,12</b>	<b>\$ 2.064,26</b>
<b>VENTAS</b>									
VENDEDOR	\$ 411,01	\$ 4.932,10	\$ 411,01	\$ 318,00	\$ 411,01	\$ 197,60	\$ 599,25	\$ 6.868,96	\$ 572,41
RECAUDADOR	\$ 382,89	\$ 4.594,64	\$ 382,89	\$ 318,00	\$ 382,89	\$ 184,08	\$ 558,25	\$ 6.420,74	\$ 535,06
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 9.526,73</b>	<b>\$ 793,89</b>	<b>\$ 636,00</b>	<b>\$ 793,89</b>	<b>\$ 381,68</b>	<b>\$ 1.157,50</b>	<b>\$ 13.289,70</b>	<b>\$ 1.107,47</b>

Elaboración: los autores

## 15.- Sueldos, beneficios y obligaciones 2018

Tabla 55 Sueldos, beneficios y obligaciones 2018

### CÁLCULO DE SUELDOS, BENEFICIOS Y OBLIGACIONES TALLER "ABC" AÑO 2018

CARGOS	MENSUAL	ANUAL	13er	14to	FDO. RESERVA	VACACIONES	PATRONAL	TOTAL	UNIFICADO
OPERARIO 1	\$ 398,20	\$ 4.778,42	\$ 398,20	\$ 318,00	\$ 398,20	\$ 191,44	\$ 580,58	\$ 6.664,85	\$ 555,40
OPERARIO 2	\$ 398,20	\$ 4.778,42	\$ 398,20	\$ 318,00	\$ 398,20	\$ 191,44	\$ 580,58	\$ 6.664,85	\$ 555,40
LAQUEADOR	\$ 398,20	\$ 4.778,42	\$ 398,20	\$ 318,00	\$ 398,20	\$ 191,44	\$ 580,58	\$ 6.664,85	\$ 555,40
<b>TOTAL MOD</b>		<b>\$ 14.335,27</b>	<b>\$ 1.194,61</b>	<b>\$ 954,00</b>	<b>\$ 1.194,61</b>	<b>\$ 574,33</b>	<b>\$ 1.741,73</b>	<b>\$ 19.994,54</b>	<b>\$ 1.666,21</b>
<b>JEFES Y SUPERVISORES</b>									
JEFE DE TALLER	\$ 506,19	\$ 6.074,27	\$ 506,19	\$ 318,00	\$ 506,19	\$ 243,36	\$ 738,02	\$ 8.386,03	\$ 698,84
<b>TOTAL MOI</b>		<b>\$ 6.074,27</b>	<b>\$ 506,19</b>	<b>\$ 318,00</b>	<b>\$ 506,19</b>	<b>\$ 243,36</b>	<b>\$ 738,02</b>	<b>\$ 8.386,03</b>	<b>\$ 698,84</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>									
ADMINISTRADOR LOCAL	\$ 1.012,38	\$ 12.148,53	\$ 1.012,38	\$ 318,00	\$ 1.012,38	\$ 486,72	\$ 1.476,05	\$ 16.454,05	\$ 1.371,17
CHOFER	\$ 562,43	\$ 6.749,18	\$ 562,43	\$ 318,00	\$ 562,43	\$ 270,40	\$ 820,03	\$ 9.282,47	\$ 773,54
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN</b>		<b>\$ 18.897,72</b>	<b>\$ 1.574,81</b>	<b>\$ 636,00</b>	<b>\$ 1.574,81</b>	<b>\$ 757,12</b>	<b>\$ 2.296,07</b>	<b>\$ 25.736,53</b>	<b>\$ 2.144,71</b>
<b>VENTAS</b>									
VENDEDOR	\$ 427,45	\$ 5.129,38	\$ 427,45	\$ 318,00	\$ 427,45	\$ 205,50	\$ 623,22	\$ 7.131,00	\$ 594,25
RECAUDADOR	\$ 398,20	\$ 4.778,42	\$ 398,20	\$ 318,00	\$ 398,20	\$ 191,44	\$ 580,58	\$ 6.664,85	\$ 555,40
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 9.907,80</b>	<b>\$ 825,65</b>	<b>\$ 636,00</b>	<b>\$ 825,65</b>	<b>\$ 396,95</b>	<b>\$ 1.203,80</b>	<b>\$ 13.795,85</b>	<b>\$ 1.149,65</b>

Elaboración: los autores

## 16.- Sueldos, beneficios y obligaciones 2019

Tabla 56 Sueldos, beneficios y obligaciones 2019

### CÁLCULO DE SUELDOS, BENEFICIOS Y OBLIGACIONES TALLER "ABC" AÑO 2019

CARGOS	MENSUAL	ANUAL	13er	14to	FDO. RESERVA	VACACIONES	PATRONAL	TOTAL	UNIFICADO
OPERARIO 1	\$ 414,13	\$ 4.969,56	\$ 414,13	\$ 318,00	\$ 414,13	\$ 199,10	\$ 603,80	\$ 6.918,72	\$ 576,56
OPERARIO 2	\$ 414,13	\$ 4.969,56	\$ 414,13	\$ 318,00	\$ 414,13	\$ 199,10	\$ 603,80	\$ 6.918,72	\$ 576,56
LAQUEADOR	\$ 414,13	\$ 4.969,56	\$ 414,13	\$ 318,00	\$ 414,13	\$ 199,10	\$ 603,80	\$ 6.918,72	\$ 576,56
<b>TOTAL MOD</b>		<b>\$ 14.908,68</b>	<b>\$ 1.242,39</b>	<b>\$ 954,00</b>	<b>\$ 1.242,39</b>	<b>\$ 597,30</b>	<b>\$ 1.811,40</b>	<b>\$ 20.756,16</b>	<b>\$ 1.729,68</b>
<b>JEFES Y SUPERVISORES</b>									
JEFE DE TALLER	\$ 526,44	\$ 6.317,24	\$ 526,44	\$ 318,00	\$ 526,44	\$ 253,09	\$ 767,54	\$ 8.708,75	\$ 725,73
<b>TOTAL MOI</b>		<b>\$ 6.317,24</b>	<b>\$ 526,44</b>	<b>\$ 318,00</b>	<b>\$ 526,44</b>	<b>\$ 253,09</b>	<b>\$ 767,54</b>	<b>\$ 8.708,75</b>	<b>\$ 725,73</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>									
ADMINISTRADOR LOCAL	\$ 1.052,87	\$ 12.634,47	\$ 1.052,87	\$ 318,00	\$ 1.052,87	\$ 506,19	\$ 1.535,09	\$ 17.099,50	\$ 1.424,96
CHOFER	\$ 584,93	\$ 7.019,15	\$ 584,93	\$ 318,00	\$ 584,93	\$ 281,22	\$ 852,83	\$ 9.641,05	\$ 803,42
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN</b>		<b>\$ 19.653,62</b>	<b>\$ 1.637,80</b>	<b>\$ 636,00</b>	<b>\$ 1.637,80</b>	<b>\$ 787,40</b>	<b>\$ 2.387,92</b>	<b>\$ 26.740,55</b>	<b>\$ 2.228,38</b>
<b>VENTAS</b>									
VENDEDOR	\$ 444,55	\$ 5.334,56	\$ 444,55	\$ 318,00	\$ 444,55	\$ 213,72	\$ 648,15	\$ 7.403,52	\$ 616,96
RECAUDADOR	\$ 414,13	\$ 4.969,56	\$ 414,13	\$ 318,00	\$ 414,13	\$ 199,10	\$ 603,80	\$ 6.918,72	\$ 576,56
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 10.304,11</b>	<b>\$ 858,68</b>	<b>\$ 636,00</b>	<b>\$ 858,68</b>	<b>\$ 412,83</b>	<b>\$ 1.251,95</b>	<b>\$ 14.322,24</b>	<b>\$ 1.193,52</b>

Elaboración: los autores

## 17.- Inversión fija o activos 2015 - 2019

Tabla 57 Inversión fija o activos 2015 - 2019

**CUADRO DE INVERSIÓN FIJA  
TALLERES "ABC"  
AÑOS 2015-2019**

	ACTIVOS	CANTIDAD	COSTOS	TOTAL		
<b>TERRENO</b>	TERRENO TALLER	5 por 55 mts	\$ 60,00	\$ 15.000,00		
	TERRENO MUEBLERIA	5,5 POR 25	\$ 60,00	\$ 8.250,00	<b>\$ 23.250,00</b>	
<b>EDIFICIO</b>	EDIFICIO TALLER	5 por 14 mts	\$ 280,00	\$ 19.600,00		
	EDIFICIO MUEBLERIA	5,5 por 15	\$ 280,00	\$ 23.100,00	<b>\$ 42.700,00</b>	
<b>MAQUINARIA</b>	CIERRA CINTA	1	\$ 500,00	\$ 500,00		
	TUPI DE MESA	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00		
	CEPILLO	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00		
	CANTIADORA	1	\$ 800,00	\$ 800,00		
	ENGLLETADORA	2	\$ 450,00	\$ 900,00		
	MACHIMBRADORA	1	\$ 800,00	\$ 800,00		
	LIJADORA A MANO	2	\$ 240,00	\$ 480,00		
	TUPI MANUAL	2	\$ 400,00	\$ 800,00		
	CALADORA	2	\$ 120,00	\$ 240,00		
	VIBRADORA	3	\$ 80,00	\$ 240,00		
	TALADRO	2	\$ 120,00	\$ 240,00		
	ATORNILLADORES ELECTRICOS	3	\$ 120,00	\$ 360,00		
	COMPRESOR	1	\$ 280,00	\$ 280,00		
		<b>HERRAMIENTAS VARIAS</b>				
		MARTILLO	6	\$ 6,00	\$ 36,00	
		FORMÓN	4	\$ 12,00	\$ 48,00	
		LLAVES	1	\$ 24,00	\$ 24,00	
		BROCAS	30	\$ -	\$ 40,00	
		CUCHILLAS DE TUPI	60	\$ -	\$ 360,00	
		CORONAS PARA CHAPA	2	\$ 8,00	\$ 16,00	
		FLEXÓMETROS	24	\$ 1,50	\$ 36,00	
		ESCUADRA	6	\$ 5,00	\$ 30,00	
		PIE DE REY	2	\$ 8,00	\$ 16,00	
		SERRUCHO	4	\$ 8,00	\$ 32,00	
		CIERRA CIRCULARES	10	\$ -	\$ 260,00	
		GARLOPA	6	\$ -	\$ 90,00	
		BILLAUME	2	\$ 10,00	\$ 20,00	
		DESARMADORES	1	\$ 12,00	\$ 12,00	<b>\$ 10.360,00</b>
	<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	JUEGO DE VENTILADORES	2	\$ 50,00	\$ 100,00	
		CALCULADORAS	2	\$ 4,00	\$ 8,00	
		RELOJES DE PARED	1	\$ 20,00	\$ 20,00	
		RELOJ DEL PERSONAL	1	\$ 20,00	\$ 20,00	<b>\$ 148,00</b>
<b>MUEBLES ENSERES</b>	MUEBLES PARA EL LOCAL	lote	\$ 500,00	\$ 500,00	<b>\$ 500,00</b>	
<b>EQUIPO DE CÓMPUTO</b>	COMPUTADORA	1	\$ 500,00	\$ 500,00		
	IMPRESORA	1	\$ 80,00	\$ 80,00	<b>\$ 580,00</b>	
<b>VEHÍCULO</b>	CAMIONETA	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	<b>\$ 15.000,00</b>	
				<b>\$ 92.538,00</b>	<b>\$ 92.538,00</b>	

Elaboración: los autores

## 18.- Depreciaciones y distribución de costos 2015 – 2019

Tabla 58 Depreciaciones y distribución de costos 2015 – 2019

### CÁLCULO DE LAS DEPRECIACIONES Y DISTRIBUCIONES DE COSTOS TALLERES "ABC"

ACTIVOS FIJOS	VALORES	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN	FABRICA	ADMINISTRACIÓN	VENTAS	TOTAL
TERRENO	\$ 23.250,00							
EDIFICIO	\$ 42.700,00	\$ 8.540,00	20	\$ 1.708,00	\$ 1.366,40	\$ 170,80	\$ 170,80	\$ 1.708,00
MAQUINARIA	\$ 10.360,00	\$ 2.072,00	10	\$ 828,80	\$ 828,80	\$ -	\$ -	\$ 828,80
EQUIPO DE OFICINA	\$ 148,00	\$ 29,60	10	\$ 11,84	\$ 9,47	\$ 1,18	\$ 1,18	\$ 11,84
MUEBLES Y ENSERES	\$ 500,00	\$ 100,00	10	\$ 40,00	\$ 32,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 40,00
EQUIPO DE CÓMPUTO	\$ 580,00	\$ 116,00	3	\$ 154,67	\$ 123,73	\$ 15,47	\$ 15,47	\$ 154,67
VEHÍCULO	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00	5	\$ 2.400,00	\$ 1.920,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.400,00
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 92.538,00</b>	<b>\$ 13.857,60</b>		<b>\$ 5.143,31</b>	<b>\$ 3.085,98</b>	<b>\$ 1.542,99</b>	<b>\$ 514,33</b>	<b>\$ 5.143,31</b>

FABRICA	\$ 2.962,25
ADMINISTRACIÓN	\$ 1.527,53
VENTAS	\$ 498,86
	<b>\$ 4.988,64</b>

Elaboración: los autores

## 19.- Gasto de fábrica, administración y ventas 2015

Tabla 59 Gasto de fábrica, administración y ventas 2015

### CUADRO DE GASTOS DE FÁBRICA, ADMINISTRACIÓN Y VENTAS TALLERES "ABC" AÑO 2015

CUENTAS	VALORES	
<b>SUELDOS DE LOS JEFES</b>	\$	<b>6.824,10</b>
<b>DEPRECIACIÓN</b>	\$	<b>3.085,98</b>
MANTENIMIENTO DE PLANTA	\$	720,00
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	\$	1.300,00
FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA DEL TALLER	\$	600,00
	\$	<b>12.530,08</b>
<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$	<b>20.877,20</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$	<b>1.542,99</b>
IMPUESTOS MUNICIPALES	\$	250,00
ÚTILES DE LIMPIEZA	\$	100,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$	300,00
PREMIOS E INCENTIVOS AL PERSONAL	\$	240,00
	\$	<b>23.310,19</b>
<b>SUELDOS DE VENTAS</b>	\$	<b>11.248,17</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$	<b>514,33</b>
PROMOCIONES	\$	400,00
PUBLICIDAD	\$	250,00
	\$	<b>12.412,50</b>
	\$	<b>48.252,78</b>
	\$	<b>48.252,78</b>

Elaboración: los autores

## 20.- Gasto de fábrica, administración y ventas 2016

Tabla 60 Gasto de fábrica, administración y ventas 2016

### CUADRO DE GASTOS DE FÁBRICA, ADMINISTRACIÓN Y VENTAS TALLERES "ABC" AÑO 2016

CUENTAS	VALORES	
<b>SUELDOS DE LOS JEFES</b>	\$	<b>7.777,34</b>
<b>DEPRECIACIÓN</b>	\$	<b>3.085,98</b>
MANTENIMIENTO DE PLANTA	\$	720,00
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	\$	1.300,00
FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA DEL TALLER	\$	600,00
	\$	<b>13.483,33</b>
<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$	<b>23.842,85</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$	<b>1.542,99</b>
IMPUESTOS MUNICIPALES	\$	250,00
ÚTILES DE LIMPIEZA	\$	100,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$	300,00
PREMIOS E INCENTIVOS AL PERSONAL	\$	240,00
	\$	<b>26.275,84</b>
<b>SUELDOS DE VENTAS</b>	\$	<b>12.803,02</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$	<b>514,33</b>
PROMOCIONES	\$	400,00
PUBLICIDAD	\$	250,00
	\$	<b>13.967,35</b>
	\$	<b>53.726,52</b>
	\$	<b>53.726,52</b>

Elaboración: los autores

## 21.- Gasto de fábrica, administración y ventas 2017

Tabla 61 Gasto de fábrica, administración y ventas 2017

### CUADRO DE GASTOS DE FÁBRICA, ADMINISTRACIÓN Y VENTAS TALLERES "ABC" AÑO 2017

CUENTAS	VALORES	
<b>SUELDOS DE LOS JEFES</b>	\$	<b>8.075,72</b>
<b>DEPRECIACIÓN</b>	\$	<b>3.085,98</b>
MANTENIMIENTO DE PLANTA	\$	734,40
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	\$	1.326,00
FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA DEL TALLER	\$	612,00
		<b>\$ 13.834,10</b>
<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$	<b>24.771,12</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$	<b>1.542,99</b>
IMPUESTOS MUNICIPALES	\$	255,00
ÚTILES DE LIMPIEZA	\$	102,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$	306,00
PREMIOS E INCENTIVOS AL PERSONAL	\$	244,80
		<b>\$ 27.221,91</b>
<b>SUELDOS DE VENTAS</b>	\$	<b>13.289,70</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$	<b>514,33</b>
PROMOCIONES	\$	408,00
PUBLICIDAD	\$	255,00
		<b>\$ 14.467,03</b>
	<b>\$</b>	<b>55.523,05</b>
	<b>\$</b>	<b>55.523,05</b>

Elaboración: los autores

## 22.- Gasto de fábrica, administración y ventas 2018

Tabla 62 Gasto de fábrica, administración y ventas 2018

### CUADRO DE GASTOS DE FÁBRICA, ADMINISTRACIÓN Y VENTAS TALLERES "ABC" AÑO 2018

CUENTAS	VALORES	
<b>SUELDOS DE LOS JEFES</b>	\$	<b>8.386,03</b>
<b>DEPRECIACIÓN</b>	\$	<b>2.962,25</b>
MANTENIMIENTO DE PLANTA	\$	749,09
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	\$	1.352,52
FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA DEL TALLER	\$	624,24
	\$	<b>14.074,13</b>
<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$	<b>25.736,53</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$	<b>1.527,53</b>
IMPUESTOS MUNICIPALES	\$	260,10
ÚTILES DE LIMPIEZA	\$	104,04
SERVICIOS BÁSICOS	\$	312,12
PREMIOS E INCENTIVOS AL PERSONAL	\$	249,70
	\$	<b>28.190,01</b>
<b>SUELDOS DE VENTAS</b>	\$	<b>13.795,85</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$	<b>498,86</b>
PROMOCIONES	\$	416,16
PUBLICIDAD	\$	260,10
	\$	<b>14.970,97</b>
	\$	<b>57.235,10</b>
	\$	<b>57.235,10</b>

Elaboración: los autores

## 23.- Gasto de fábrica, administración y ventas 2019

Tabla 63 Gasto de fábrica, administración y ventas 2019

### CUADRO DE GASTOS DE FÁBRICA, ADMINISTRACIÓN Y VENTAS TALLERES "ABC" AÑO 2019

CUENTAS	VALORES	
<b>SUELDOS DE LOS JEFES</b>	\$	<b>8.708,75</b>
<b>DEPRECIACIÓN</b>	\$	<b>2.962,25</b>
MANTENIMIENTO DE PLANTA	\$	764,07
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	\$	1.379,57
FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA DEL TALLER	\$	636,72
	\$	<b>14.451,36</b>
<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$	<b>26.740,55</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$	<b>1.527,53</b>
IMPUESTOS MUNICIPALES	\$	265,30
ÚTILES DE LIMPIEZA	\$	106,12
SERVICIOS BÁSICOS	\$	318,36
PREMIOS E INCENTIVOS AL PERSONAL	\$	254,69
	\$	<b>29.212,55</b>
<b>SUELDOS DE VENTAS</b>	\$	<b>14.322,24</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$	<b>498,86</b>
PROMOCIONES	\$	424,48
PUBLICIDAD	\$	265,30
	\$	<b>15.510,89</b>
	\$	<b>59.174,80</b>
	\$	<b>59.174,80</b>

Elaboración: los autores

## 24.- Costos de financiamiento 2015 – 2019

Tabla 64 Costos de financiamiento 2015 - 2019

### COSTOS FINANCIEROS

#### TALLER "ABC"

#### AÑO 2015-2019

<b>CLIENTE</b>	<b>TALLER "ABC"</b>		
<b>BANCO</b>	C.F.N.		
<b>MONTO</b>	\$ 70.000,00		
<b>PLAZO</b>	5 AÑOS	<b>DIVIDENDO</b>	TRIMESTRAL ( 4 )
<b>TASA DE INTERÉS</b>	0,10	<b>A</b>	4.490,30

$$A = P \left[ \frac{(i/m)(1 + i/m)^{n.m}}{(1 + i/m)^{n.m} - 1} \right] \quad A = 70000 \left[ \frac{(0,10/4)(1 + 0,10/4)^{4*5}}{(1 + 0,10/4)^{4*5} - 1} \right] \quad A = 4.490,30$$

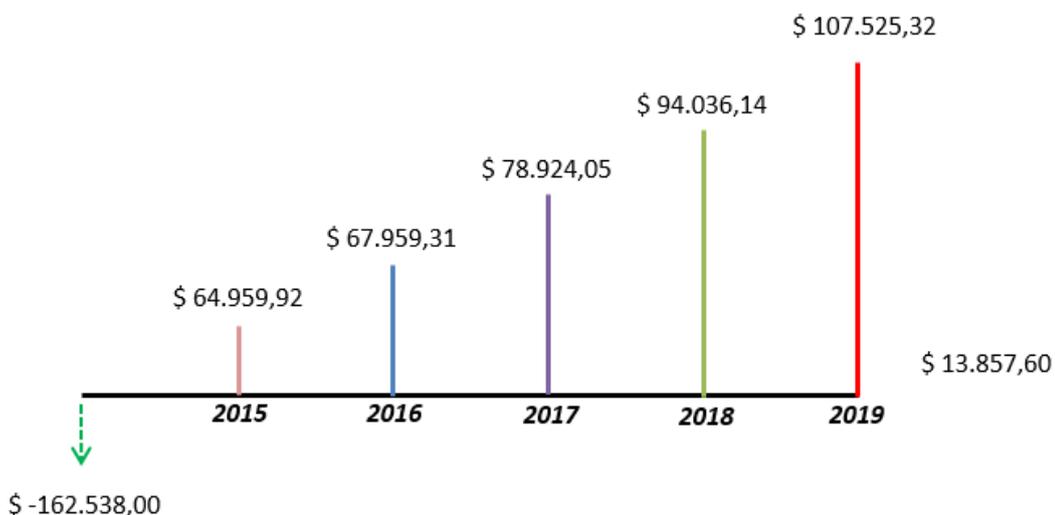
TRIMESTRE	FECHA	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	SALDOS
1	30-mar-15	\$ 2.740,30	\$ 1.750,00	\$ 67.259,70
2	30-jun-15	\$ 2.808,81	\$ 1.681,49	\$ 64.450,89
3	30-sep-15	\$ 2.879,03	\$ 1.611,27	\$ 61.571,87
4	30-dic-15	\$ 2.951,00	\$ 1.539,30	\$ 58.620,87
5	30-mar-16	\$ 3.024,78	\$ 1.465,52	\$ 55.596,09
6	30-jun-16	\$ 3.100,40	\$ 1.389,90	\$ 52.495,69
7	30-sep-16	\$ 3.177,91	\$ 1.312,39	\$ 49.317,78
8	30-dic-16	\$ 3.257,35	\$ 1.232,94	\$ 46.060,43
9	30-mar-17	\$ 3.338,79	\$ 1.151,51	\$ 42.721,64
10	30-jun-17	\$ 3.422,26	\$ 1.068,04	\$ 39.299,38
11	30-sep-17	\$ 3.507,81	\$ 982,48	\$ 35.791,57
12	30-dic-17	\$ 3.595,51	\$ 894,79	\$ 32.196,06
13	30-mar-18	\$ 3.685,40	\$ 804,90	\$ 28.510,66
14	30-jun-18	\$ 3.777,53	\$ 712,77	\$ 24.733,13
15	30-sep-18	\$ 3.871,97	\$ 618,33	\$ 20.861,16
16	30-dic-18	\$ 3.968,77	\$ 521,53	\$ 16.892,39
17	30-mar-19	\$ 4.067,99	\$ 422,31	\$ 12.824,40
18	30-jun-19	\$ 4.169,69	\$ 320,61	\$ 8.654,71
19	30-sep-19	\$ 4.273,93	\$ 216,37	\$ 4.380,78
20	31-dic-19	\$ 4.380,78	\$ 109,52	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 30.700,62</b>	<b>\$ 14.202,37</b>	

Elaboración: los autores

## 25.- Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) 2015 – 2019

Tabla 65 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) 2015 – 2019

### CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO TALLER "ABC" AÑO 2015-2019



AÑOS	VALORES	FACTOR	
		38	62
-	\$ -162.538,00	\$ -162.538,00	\$ -162.538,00
2015	\$ 64.959,92	\$ 47.072,41	\$ 40.098,72
2016	\$ 67.959,31	\$ 35.685,42	\$ 25.895,18
2017	\$ 78.924,05	\$ 30.031,16	\$ 18.563,69
2018	\$ 94.036,14	\$ 25.928,56	\$ 13.653,21
2019	\$ 107.525,32	\$ 21.484,01	\$ 9.636,86
2019	\$ 13.857,60	\$ 2.768,81	\$ 1.241,98
		\$ 432,36	\$ -53.448,37

$$38 + \left[ \frac{432,36}{432,36 - (-53.448,37)} \right] \times (62 - 38)$$

INTERPOLACIÓN

TIR 38%

Si conviene Bajo Certidumbre

Elaboración: los autores

VAN

$$VAN = -C_0 + \sum_{t=1}^N \frac{FCN_t}{(1+i)^t}$$

VAN= 107.179,73

## 26.- Cálculo del punto de equilibrio 2015

Tabla 66 Cálculo del punto de equilibrio 2015

**CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO  
TALLER "ABC"  
AÑO 2015**

CUENTAS	ANEXOS	VALORES	FIJOS	VARIABLES
MATERIALES DIRECTOS	7	50.078,00		50.078,00
MANO DE OBRA DIRECTA	12	16.308,40		16.308,40
MANO DE OBRA INDIRECTA	12	6.824,10	6.824,10	
SUELDO ADMINISTRATIVO	12	20.877,20	20.877,20	
SUELDO DPTO DE VENTA	12	11.248,17		11.248,17
DEPRECIACIONES	18	5.143,31	5.143,31	
MANTENIMIENTO DE PLANTA	19	720,00	720,00	
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	19	1.300,00		1.300,00
FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA DEL TALLER	19	600,00		600,00
IMPUESTOS MUNICIPALES	19	250,00	250,00	
ÚTILES DE LIMPIEZA	19	100,00		100,00
SERVICIOS BÁSICOS	19	300,00		300,00
PREMIOS E INCENTIVOS AL PERSONAL	19	240,00		240,00
PROMOCIONES	19	400,00		400,00
PUBLICIDAD	19	250,00		250,00

<b>\$ 14.639,17</b>	<b>\$ 33.814,61</b>	<b>\$ 80.824,57</b>
---------------------	---------------------	---------------------

\$ 114.639,17

Elaboración: los autores

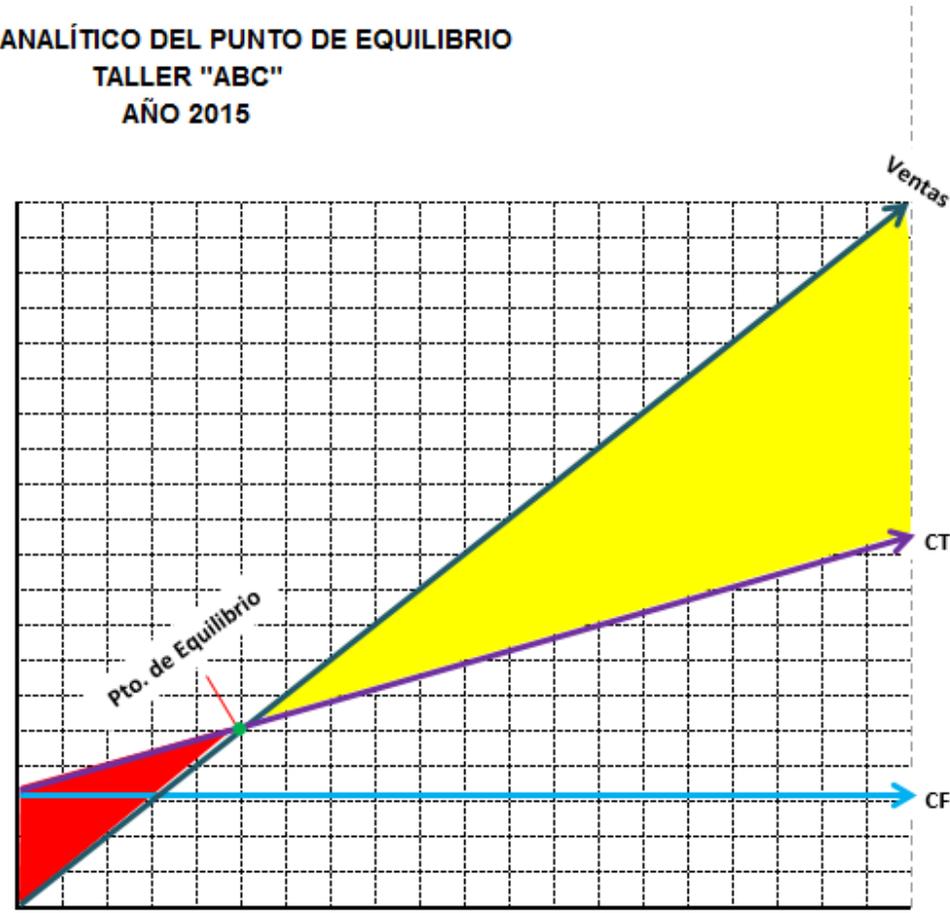
Figura 33 Punto de equilibrio 2015

**CÁLCULO ANALÍTICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO  
TALLER "ABC"  
AÑO 2015**

<b>COSTO FIJO</b>	₡ 33.814,61
<b>COSTO VARIABLE</b>	₡ 80.824,57
<b>COSTO TOTAL</b>	₡ 114.639,17
<b>VENTAS</b>	₡ 219.200,00
<b>ESCALA</b>	₡ 21.920,00

CF 1,54  
CT 5,23

**MARGEN DE PERDIDA** 24,44 %  
**MARGEN DE GANANCIA** 75,56 %



Elaboración: los autores

## 27.- Cálculo del punto de equilibrio 2016

Tabla 67 Cálculo del punto de equilibrio 2016

**CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO  
TALLER "ABC"  
AÑO 2016**

<b>CUENTAS</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>VALORES</b>	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>
MATERIALES DIRECTOS	8	52.611,95		52.611,95
MANO DE OBRA DIRECTA	13	18.558,05		18.558,05
MANO DE OBRA INDIRECTA	13	7.777,34	7.777,34	
SUELDO ADMINISTRATIVO	13	23.842,85	23.842,85	
SUELDO DPTO DE VENTA	13	12.803,02		12.803,02
DEPRECIACIONES	18	5.143,31	5.143,31	
MANTENIMIENTO DE PLANTA	19	720,00	720,00	
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	19	1.300,00		1.300,00
FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA DEL TALLER	19	600,00		600,00
IMPUESTOS MUNICIPALES	19	250,00	250,00	
ÚTILES DE LIMPIEZA	19	100,00		100,00
SERVICIOS BÁSICOS	19	300,00		300,00
PREMIOS E INCENTIVOS AL PERSONAL	19	240,00		240,00
PROMOCIONES	19	400,00		400,00
PUBLICIDAD	19	250,00		250,00

---

**\$124.896,52    \$ 37.733,50    \$ 87.163,02**

---

\$ 124.896,52

Elaboración: los autores

Figura 34 Punto de equilibrio 2016

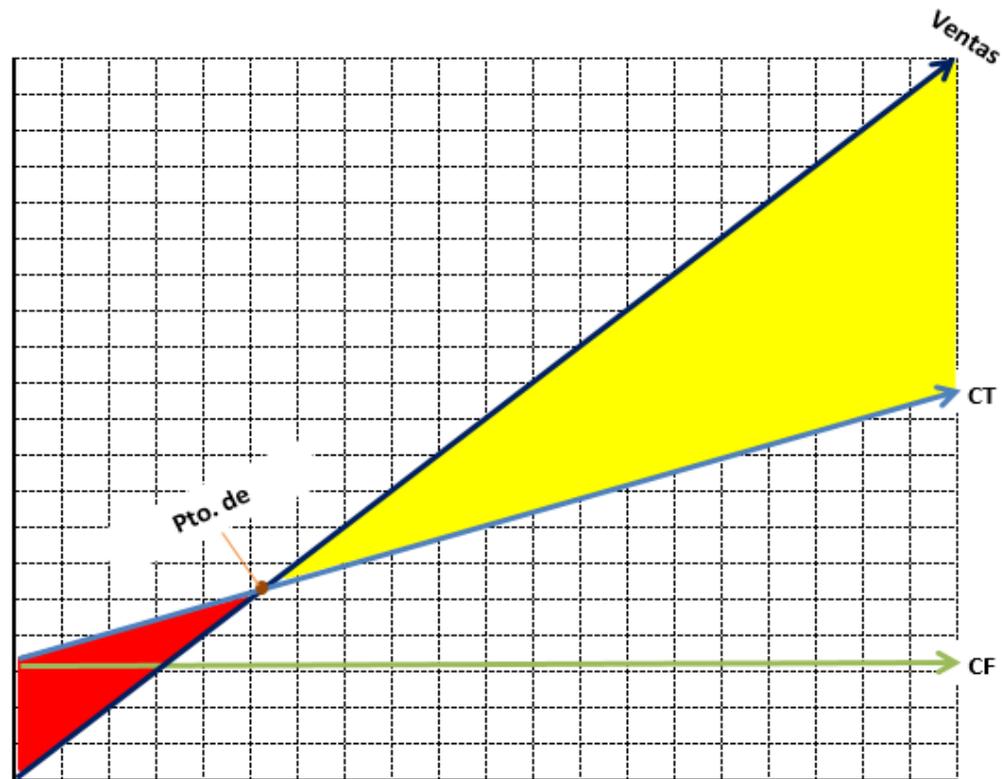
**CÁLCULO ANALÍTICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO  
TALLER "ABC"**

**AÑO 2016**

**COSTO FIJO**        \$ 37.733,50  
**COSTO VARIABLE** \$ 87.163,02  
**COSTO TOTAL**    \$ 124.896,52  
**VENTAS**            \$ 232.800,00  
**ESCALA**            \$ 23.280,00

CF 1,62  
CT 5,36

**MARGEN DE PERDIDA**    25,91 %  
**MARGEN DE GANANCIA**   74,09 %



Elaboración: los autores

## 28.- Cálculo del punto de equilibrio 2017

Tabla 68 Cálculo del punto de equilibrio 2017

### CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO TALLER "ABC" AÑO 2017

CUENTAS	ANEXOS	VALORES	FIJOS	VARIABLES
MATERIALES DIRECTOS	9	55.274,11		55.274,11
MANO DE OBRA DIRECTA	14	19.262,21		19.262,21
MANO DE OBRA INDIRECTA	14	8.075,72	8.075,72	
SUELDO ADMINISTRATIVO	14	24.771,12	24.771,12	
SUELDO DPTO DE VENTA	14	13.289,70		13.289,70
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>18</b>	<b>5.143,31</b>	<b>5.143,31</b>	
MANTENIMIENTO DE PLANTA	21	734,40	734,40	
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	21	1.326,00		1.326,00
FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA DEL TALLER	21	612,00		612,00
IMPUESTOS MUNICIPALES	21	244,80	244,80	
ÚTILES DE LIMPIEZA	21	102,00		102,00
SERVICIOS BÁSICOS	21	306,00		306,00
PREMIOS E INCENTIVOS AL PERSONAL	21	244,80		244,80
PROMOCIONES	21	408,00		408,00
PUBLICIDAD	21	255,00		255,00

<b>\$130.049,17</b>	<b>\$ 38.969,35</b>	<b>\$ 91.079,82</b>
		
	<b>\$ 130.049,17</b>	

Elaboración: los autores

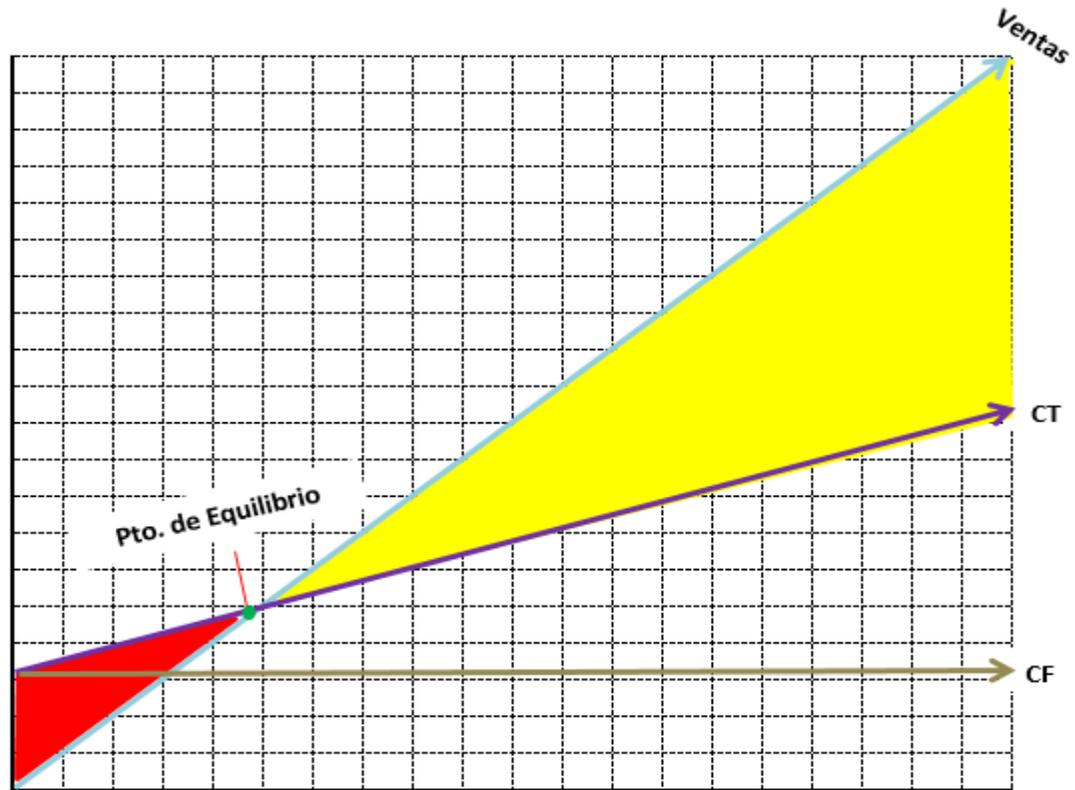
Figura 35 Punto de equilibrio 2017

**CÁLCULO ANALÍTICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO  
TALLER "ABC"  
AÑO 2017**

**COSTO FIJO**        \$ 38.969,35  
**COSTO VARIABLE**    \$ 91.079,82  
**COSTO TOTAL**        \$ 130.049,17  
**VENTAS**                \$ 253.197,00  
**ESCALA**                \$ 25.319,70

CF 1,54  
CT 5,14

**MARGEN DE PERDIDA**        24,04 %  
**MARGEN DE GANANCIA**        75,96 %



Elaboración: los autores

## 29.- Cálculo del punto de equilibrio 2018

Tabla 69 Cálculo del punto de equilibrio 2018

### CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO TALLER "ABC" AÑO 2018

CUENTAS	ANEXOS	VALORES	FIJOS	VARIABLES
MATERIALES DIRECTOS	10	58.070,98		58.070,98
MANO DE OBRA DIRECTA	15	19.994,54		19.994,54
MANO DE OBRA INDIRECTA	15	8.386,03	8.386,03	
SUELDO ADMINISTRATIVO	15	25.736,53	25.736,53	
SUELDO DPTO DE VENTA	15	13.795,85		13.795,85
DEPRECIACIONES	18	4.988,64	4.988,64	
MANTENIMIENTO DE PLANTA	22	749,09	749,09	
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	22	1.352,52		1.352,52
FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA DEL TALLER	22	624,24		624,24
IMPUESTOS MUNICIPALES	22	249,70	249,70	
ÚTILES DE LIMPIEZA	22	104,04		104,04
SERVICIOS BÁSICOS	22	312,12		312,12
PREMIOS E INCENTIVOS AL PERSONAL	22	249,70		249,70
PROMOCIONES	22	416,16		416,16
PUBLICIDAD	22	260,10		260,10

<b>\$135.290,22</b>	<b>\$ 40.109,98</b>	<b>\$ 95.180,25</b>
---------------------	---------------------	---------------------

\$ 135.290,22

Elaboración: los autores

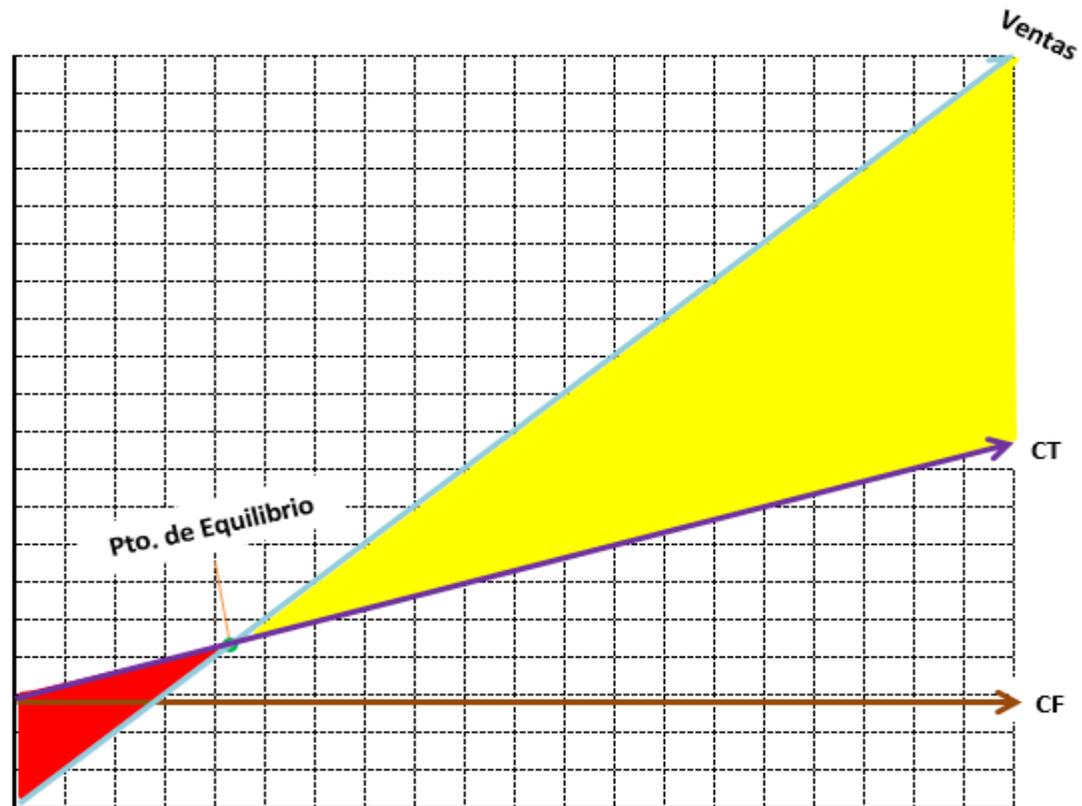
Figura 36 Punto de equilibrio 2018

**CÁLCULO ANALÍTICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO  
TALLER "ABC"  
AÑO 2018**

<b>COSTO FIJO</b>	\$ 40.109,98
<b>COSTO VARIABLE</b>	\$ 95.180,25
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 135.290,22
<b>VENTAS</b>	\$ 279.792,45
<b>ESCALA</b>	\$ 27.979,25

CF 1,43  
CT 4,84

**MARGEN DE PERDIDA** 21,73 %  
**MARGEN DE GANANCIA** 78,27 %



Elaboración: los autores

### 30.- Cálculo del punto de equilibrio 2019

Tabla 70 Cálculo del punto de equilibrio 2019

#### CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO TALLER "ABC" AÑO 2019

CUENTAS	ANEXOS	VALORES	FIJOS	VARIABLES
MATERIALES DIRECTOS	11	61.009,37		61.009,37
MANO DE OBRA DIRECTA	16	20.756,16		20.756,16
MANO DE OBRA INDIRECTA	16	8.708,75	8.708,75	
SUELDO ADMINISTRATIVO	16	26.740,55	26.740,55	
SUELDO DPTO DE VENTA	16	14.322,24		14.322,24
DEPRECIACIONES	18	4.988,64	4.988,64	
MANTENIMIENTO DE PLANTA	23	764,07	764,07	
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	23	1.379,57		1.379,57
FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA DEL TALLER	23	636,72		636,72
IMPUESTOS MUNICIPALES	23	265,30	265,30	
ÚTILES DE LIMPIEZA	23	106,12		106,12
SERVICIOS BÁSICOS	23	318,36		318,36
PREMIOS E INCENTIVOS AL PERSONAL	23	254,69		254,69
PROMOCIONES	23	424,48		424,48
PUBLICIDAD	23	265,30		265,30

**\$ 140.940,34    \$ 41.467,31    \$ 99.473,03**

**\$ 140.940,34**

Elaboración: los autores

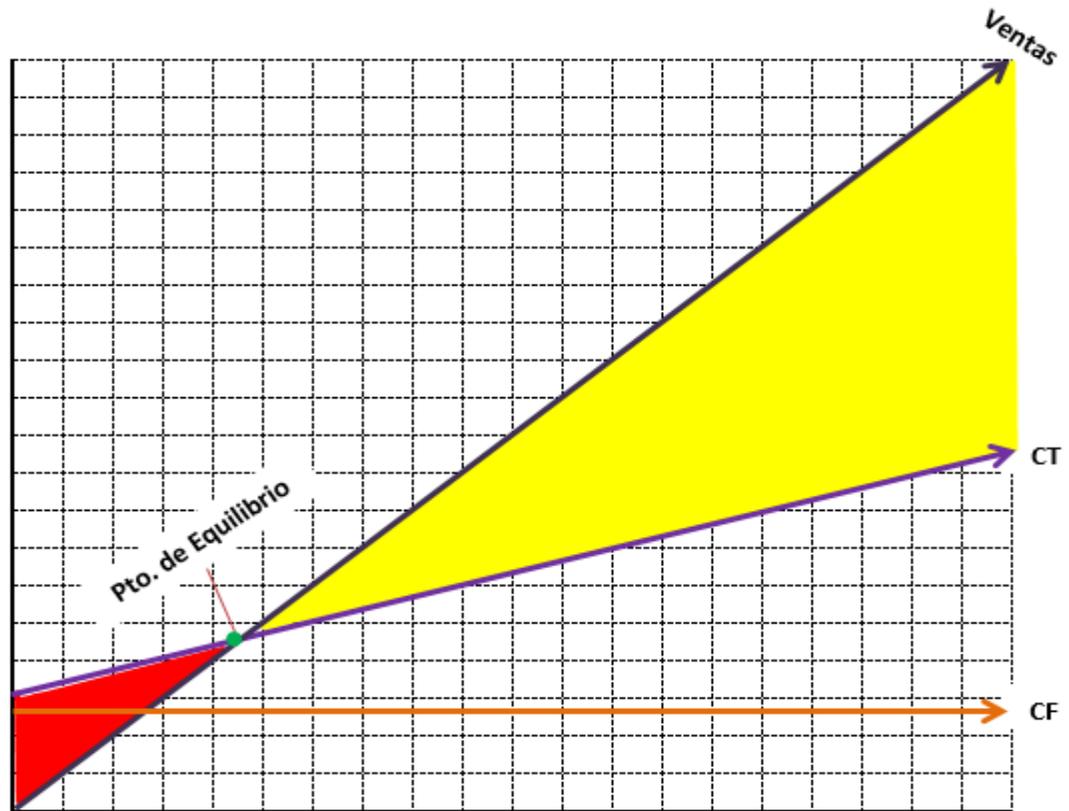
Figura 37 Punto de equilibrio 2019

**CÁLCULO ANALÍTICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO  
TALLER "ABC"  
AÑO 2019**

<b>COSTO FIJO</b>	\$ 41.467,31
<b>COSTO VARIABLE</b>	\$ 99.473,03
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 140.940,34
<b>VENTAS</b>	\$ 304.189,12
<b>ESCALA</b>	\$ 30.418,91

CF 1,36  
CT 4,63

**MARGEN DE PERDIDA** 20,26 %  
**MARGEN DE GANANCIA** 79,74 %



Elaboración: los autores

### 31.- Precio de venta de la línea de producción

Tabla 71 Precio de venta de la línea de producción

<b>LÍNEAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.V.P</b>
JUEGO DE SALA	10	\$ 480,00
JUEGO COMEDOR	45	\$ 680,00
CAJONERAS	50	\$ 180,00
ROPEROS	30	\$ 450,00
CAMAS 2 PLAZAS	60	\$ 280,00
CAMAS 3 PLAZAS	60	\$ 480,00
MODULAR BAR	65	\$ 420,00
VITRINAS	60	\$ 450,00
VELADORES	150	\$ 100,00
LIBREROS	90	\$ 220,00
CÓMODAS	70	\$ 380,00

Elaboración: los autores

#### 4.8. Impacto/Beneficio obtenido

Con la investigación y propuesta alcanzada, se puede identificar que existe la factibilidad para la creación de una empresa que produzca y comercialice muebles en el sector de la Cooperativa Cisne 2 en la parroquia Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil, junto con la exposición que una correcta administración y ejecución de la cadena de producción logra un crecimiento económico – organizacional para participar en un mercado tan competitivo como lo es el de bienes muebles.

#### 4.9. Validación de la propuesta

La validación de la propuesta fue realizada por una Economista egresada en Maestría en Administración de Empresas, además que brindó los conocimientos técnicos para la demostración financiera requerida.

## CONCLUSIONES

Por medio de la investigación se han determinado las siguientes conclusiones de parte de los autores:

- Se ha alcanzado la determinación de las condiciones de trabajo actual de los talleres de la zona en estudio y esto ha sido por medio de las encuestas hacia los diez propietarios de los talleres y que mencionaron que generalmente no registran sus costos ni ingresos, junto con la informalidad respecto a las obligaciones sociales con sus trabajadores y en el que además utilizan un solo canal de comercialización que es la distribución a las mueblerías de la ciudad.
- Asimismo, la identificación de las deficiencias en la gestión administrativa en los talleres existentes en la zona, se lo realizó desde la investigación previa en la que se observó en el campo dichas gestiones incorrectas y que posteriormente fueron descritas a través del instrumento de la encuesta; entre las que se encontraron fueron que no mantienen una estabilidad laboral del personal ni tampoco estiman la rentabilidad de su negocio de forma integral, además no realizan la gestión laboral en relación a las horas de cada uno de los miembros del personal.
- Los autores por medio de sus conocimientos profesionales – académicos han podido evaluar la factibilidad financiera de la creación de un taller de muebles en el sector a través de la propuesta en el que se establecieron todos los parámetros que un taller debe tener en cuenta para observar ganancias en la comercialización de sus productos junto con el cumplimiento de sus obligaciones legales, sociales y tributarias.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones son las siguientes:

- Capacitar a los propietarios de los talleres en gestión administrativa y financiera para que se acojan a todos los beneficios que se obtiene al mantener un negocio con carácter formal y estable.
- Conocer las condiciones de otros talleres que se ubican en otros sectores de la ciudad para de esta forma captar mayor información acerca de las condiciones laborales y comerciales en las que se trabaja en el mercado.
- Evaluar la aplicación de un sistema de gestión administrativa para este tipo de talleres y observar su curva de crecimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alecroy, T. (2011). *Las culturas exitosas forjan prosperidad económica desde la concepción del individuo*. Santiago de Chile: Tirso José Alecroy.
- Asamblea Nacional. (2010). *COPCI*. Quito: Editora Nacional.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Editora Nacional.
- Barbazán, C., & Sendra, J. (2012). *Apoyo domiciliario y alimentación familiar: El asistente como eje central en la gestión y mantenimiento del hogar del dependiente*. Vigo: Ideaspropias Editorial.
- Barradas, M. (2014). *Seguimiento de Egresados: Una excelente estrategia para garantizar una educación de calidad*. Bloomington: Palibrio.
- Bastos, A. (2010). *Implantación de Productos y servicios*. Madrid: Ideaspropias.
- Bohigues, I. (2014). *Ámbito sociolingüístico*. Madrid: Paraninfo.
- Borunda, R., Cepeda, J., Salas, F., & Medrano, V. (2013). *Desarrollo y Competitividad de los Sectores Económicos en México*. México, D.F.: Centro de Investigaciones Sociales.
- Christensen, C. (2014). *Guía del Innovador para crecer: Cómo aplicar la innovación disruptiva*. Madrid: Grupo Planeta Spain.
- Congreso Nacional. (2004). *Ley Forestal y de Conservación de Áreas naturales y vida silvestre*. Quito: Editora Nacional.
- Cruelles, J. (2012). *Productividad e Incentivos: Cómo hacer que los tiempos de fabricación se cumplan*. Barcelona: Marcombo.
- Cruz, L., & Cruz, V. (17 de Abril de 2010). *Repositorio Escuela Politécnica Nacional*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Repositorio Escuela Politécnica Nacional: <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCEQFjABahUKEwjvwOy4IJPIAhWFF5AKHUAyBFA&url=http%3A%2F%2Fbibdigital.epn.edu.ec%2Fbitstream%2F15000%2F388%2F1%2FCD-0795.pdf&usg=AFQjCNHr5JlvEUFu2GkrhscjbJ-tStFQQA&sig2=a>
- El Telégrafo. (26 de Mayo de 2012). \$180 millones venden al año los artesanos de muebles. *El Telégrafo*, pág. 9.

- Fernández, R. (2010). *La productividad y el riesgo psicosocial o derivado de la organización del trabajo* . Alicante : ECU.
- Fernández, R. (2010B). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. Alicante: ECU.
- Fernández, R. (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Gan, F., & Gaspar, B. (2007). *Manual de Recursos Humanos: 10 programas para la gestión y el desarrollo del Factor Humano en las organizaciones actuales*. Barcelona: Editorial UOC .
- Google Maps. (8 de Abril de 2015). Google. Obtenido de Google: <https://maps.google.com.ec>
- Griffin, R. (2011). *Administración*. Boston: Cengage Learning.
- Guerrero, R. (2014). *Técnicas elementales de servicio* . Madrid: Paraninfo.
- Haden, J. (2008). *El diccionario completo de términos de bienes raíces explicados en forma simple: lo que los inversores inteligentes necesitan saber* . Florida: Atlantic Publishing Group .
- Iglesias, M. (2011). *Elaboración de soluciones constructivas y preparación de muebles*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.
- INEC. (12 de Diciembre de 2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico:  
[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=90&](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&)
- INEC. (28 de Julio de 2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Ecuador en cifras:  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi\\_esGuayaquil\\_cifra\\_a\\_cifra.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf)
- Joachimsthaler, E. (2008). *Ver lo evidente: Cómo definir y ejecutar la futura estrategia de crecimiento en su empresa*. Barcelona: Ediciones Deusto .
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: Introducción a la economía; Versión española traducida por Gotzone Pérez Apilanez; revisada por José Ramón de Espínola*. Barcelona: Reverté.

- Leiceaga, C., Carrillo, F., & Hernández, Á. (2012). *Economía 1° Bachillerato*. San Sebastián: Editorial Donostiarra.
- Llamas, C. (2009). *MARKETING Y GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA*. Madrid: Liber Factory .
- Longenecker, J., Petty, W., Palich, L., & Hoy, F. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas: Lanzamiento y Crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. México, D.F.: Cengage Learning.
- Lopez, J. (2013). *+Productividad*. Bloomington: Palibrio.
- Macías, G., & Parada, L. (2013). *Mujeres, su participación económica en la sociedad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Martínez, I. (2005). *La comunicación en el punto de venta: estrategias de comunicación en el comercio real y online* . Madrid: Esic .
- Merino, E. (2014). El Cambio de la Matriz Productiva. *Buen Viaje*, 10.
- Miranda, A., Zambrano, M., & Yaguana, J. (26 de Julio de 2009). *Dspace Espol*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Espol: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10675/1/D-39734.pdf>
- Montero, C. (2005). *Estrategias Para Facilitar la Inserción Laboral a Personas Con Discapacidad*. San José: EUNED.
- Mora, J. (Jorge Mora). *Los libros, aporte bibliográfico, las bellas artes e investigaciones históricas*. Nariño: Pasto.
- Morales, R. (2013). *MF1330\_1: Limpieza doméstica*. Málaga: INNOVA.
- Nutsch, W. (2000). *Tecnología de la madera y del mueble*. Barcelona: Reverté.
- OCDE. (2014). *Colombia: La implementación del buen gobierno*. Paris: OECD Publishing.
- OIT. (2008). *Calificaciones para la mejora de la productividad el crecimiento del empleo y el desarrollo* . Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo .
- Olavarria, M. (2005). *Pobreza, crecimiento económico y políticas sociales*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Peralta, N. (24 de Septiembre de 2010). *Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de

Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar:  
<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2695/1/T0878-MT-Peralta-Industria%20maderera.pdf>

- Perdigones, J. (2011). *MF0996\_1: Limpieza del mobiliario interior*. Málaga: INNOVA.
- Perdomo, O. (2012). *¡Abre tu negocio... y vivirás en abundancia!* Bloomington: Palibrio.
- Puig-Durán, J. (2011). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Madrid: Diaz de Santos.
- Quimbiulco, C. (3 de Marzo de 2012). *Dspace Universidad Central del Ecuador*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/903/1/T-UCE-0003-51.pdf>
- Repullo, J. (2006). *Sistemas y servicios sanitarios: Manuales de Dirección Médica y Gestión Clínica*. Madrid: Ediciones Días de Santos.
- Risco, L. (2013). *Economía de la empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años*. Bloomington: Palibrio.
- Rodríguez, R. (2014). *Técnicas de tapizado de mobiliario: TCPF0209. Operaciones auxiliares de tapizado de mobiliario y mural*. Madrid: IC Editorial .
- Ruano, C., & Sánchez, M. (2014). *UF0083: Diseño de Productos y servicios turísticos locales*. Málaga: IC Editorial.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Quito : SENPLADES .
- Sescovich, S. (2009). *La gestión de personas: un instrumento para humanizar el trabajo*. Madrid: Libros en Red.
- Soto, E., Valenzuela, P., & Vergara, H. (2003). *Evaluación del impacto de la capacitación en la productividad*. Santiago de Chile : FUNDES.
- Valle, A. (1991). *Productividad: Las visiones neoclásica y marxista*. México, D.F. : UNAM.

# ANEXOS

### Anexo 1 Formato de encuesta a talleres

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO - CARRERA DE  
ECONOMÍA**

**Analizar los factores que influyen en el crecimiento productivo de los talleres de muebles de la Parroquia Febres Cordero en Guayaquil**

- 1.- **¿Considera usted que el espacio físico de su negocio es el adecuado para el desarrollo de sus actividades?**

<b>Mucho</b>	
<b>Poco</b>	
<b>Nada</b>	
<b>Total</b>	

- 2.- **¿Cuenta con todos los materiales necesarios para la elaboración de muebles de madera?**

<b>Si</b>	
<b>No</b>	
<b>Total</b>	

- 3.- **La comercialización de sus muebles la realiza mayoritariamente con:**

<b>Mueblerías</b>	
<b>Consumidor final</b>	
<b>Total</b>	

- 4.- **¿Le resulta rentable su actual forma de comercialización?**

<b>Siempre</b>	
<b>Casi siempre</b>	
<b>Casi nunca</b>	
<b>Nunca</b>	
<b>Total</b>	

- 5.- **Los costos de la materia prima para la elaboración de los muebles son:**

<b>Estables</b>	
<b>Variables a la temporada</b>	
<b>Total</b>	

- 6.- **Adquirir la materia prima le es:**

<b>Muy difícil</b>	
<b>Difícil</b>	
<b>Poco difícil</b>	
<b>Nada Difícil</b>	
<b>Total</b>	

- 7.- **¿Cómo considera su cadena de producción de muebles?**

<b>Buena</b>	
<b>Regular</b>	
<b>Mala</b>	
<b>Total</b>	

- 8.- **¿Su negocio lleva la contabilidad de ingresos y gastos?**

<b>Siempre</b>	
<b>Casi siempre</b>	
<b>Casi nunca</b>	
<b>Nunca</b>	
<b>Total</b>	

9.- **¿Cuántas personas laboran actualmente en su taller de muebles?**

<b>4 a 6</b>	
<b>7 a 9</b>	
<b>10 o más</b>	
<b>Total</b>	

10.- **El personal de su negocio es:**

<b>Permanente</b>	
<b>Variable por temporadas</b>	
<b>Total</b>	

11.- **¿Mantiene un control estricto sobre las funciones y obligaciones de su personal?**

<b>Si</b>	
<b>No</b>	
<b>Total</b>	

12.- **¿Cuántas horas aproximadamente laboran en el taller?**

<b>Menos de 8 horas</b>	
<b>Más de 8 horas</b>	
<b>Total</b>	

13.- ¿Sus trabajadores cuentan con el respectivo seguro social?

<b>Todos</b>	
<b>Algunos</b>	
<b>Ninguno</b>	
<b>Total</b>	

14.- ¿Utiliza algún tipo de estrategias publicitarias o comerciales para la venta de sus muebles?

<b>Si</b>	
<b>No</b>	
<b>Total</b>	

15.- ¿Le gustaría recibir capacitaciones para mejorar el crecimiento y estabilidad de su negocio?

<b>Si</b>	
<b>No</b>	
<b>No sé</b>	
<b>Total</b>	

16.- **Considera usted que sus ingresos son:**

<b>Fijos</b>	
<b>Variables</b>	
<b>Total</b>	

17.- ¿Cómo considera la rentabilidad de su negocio?

<b>Muy buena</b>	
<b>Buena</b>	
<b>Regular</b>	
<b>Mala</b>	
<b>Muy mala</b>	
<b>Total</b>	

18.- ¿Ha tenido dificultad para acceder a créditos financieros?

<b>Si</b>	
<b>No</b>	
<b>Total</b>	

19.- ¿Qué tipo de problemas ha tenido respecto a la solicitud de créditos?

<b>Aceptación del monto requerido</b>	
<b>Cumplimiento de los requerimientos</b>	
<b>Total</b>	

20.- Para el inicio del negocio, el capital lo obtuvo por:

<b>Medios propios</b>	
<b>Terceros</b>	
<b>Entidad financiera</b>	
<b>Total</b>	

## Anexo 2 Formato de encuesta a compradores de muebles en talleres

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO - CARRERA DE ECONOMÍA**

**Diseñar el estudio de prefabilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera que satisfaga a los administradores de los talleres de este sector productivo**

1.- **La compra de su producto es:**

<b>Primera ocasión</b>	
<b>Segunda ocasión</b>	
<b>Más de dos ocasiones</b>	
<b>Total</b>	

2.- **¿Cómo ha sido su experiencia de compra en el taller?**

<b>Muy buena</b>	
<b>Buena</b>	
<b>Regular</b>	
<b>Mala</b>	
<b>Muy mala</b>	
<b>Total</b>	

3.- **El artículo que ha comprado es:**

<b>JUEGO DE SALA</b>	
<b>JUEGO COMEDOR</b>	
<b>CAJONERAS</b>	
<b>ROPEROS</b>	
<b>CAMAS 2 PLAZAS</b>	
<b>CAMAS 3 PLAZAS</b>	
<b>MODULAR BAR</b>	
<b>VITRINAS</b>	
<b>VELADORES</b>	
<b>LIBREROS</b>	
<b>COMODAS</b>	
<b>Total</b>	

4.- **¿Cómo observa la calidad del producto terminado?**

<b>Muy buena</b>	
<b>Buena</b>	
<b>Regular</b>	
<b>Mala</b>	
<b>Muy mala</b>	
<b>Total</b>	

5.- **En relación al precio final del producto, este lo considera:**

<b>Costoso</b>	
<b>Normal</b>	
<b>Barato</b>	
<b>Total</b>	

6.- **La atención del personal fue:**

<b>Muy Satisfactoria</b>	
<b>Normal</b>	
<b>Nada Satisfactoria</b>	
<b>Total</b>	

7.- **¿Regresaría al taller para realizar una nueva compra?**

<b>Totalmente de acuerdo</b>	
<b>De acuerdo</b>	
<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	
<b>Desacuerdo</b>	
<b>Totalmente desacuerdo</b>	
<b>Total</b>	

8.- ¿Recomendaría a una tercera persona la compra en el taller?

<b>Si</b>	
<b>No</b>	
<b>No sabe</b>	
<b>Total</b>	

**Anexo 3 Validación de propuesta**  
**VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

Por medio del presente yo, **Econ. María Lorena Vera** con CI. 091330133-9, certifico haber revisado la **Propuesta “Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2, Parroquia Febres Cordero, Cantón Guayaquil, Provincia del Guayas”**, en beneficio de dicha empresa realizada por los egresados Sergio Alejandro Garaicoa Galán C.I. 092358969-1, y Roddy Fermin Pillasagua Segovia C.I. 0923013601, previo a la obtención del Título de Economistas, en el proyecto denominado, **“Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2, Parroquia Febres Cordero, Cantón Guayaquil, Provincia del Guayas”**.

Es todo lo que puedo validar en honor a la verdad.

Atentamente,

---

**Econ. María Lorena Vera**  
**CI: 091330133-9**

**Anexo 4 Validación de encuesta****UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL****FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO****CARRERA DE ECONOMÍA****Tema de Tesis:**

**Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de muebles de madera en la Cooperativa Cisne 2, Parroquia Febres Cordero, Cantón Guayaquil, Provincia del Guayas.**

**Autores:** SERGIO ALEJANDRO GARAICOA GALÁN y RODDY FERMIN PILLASAGUA SEGOVIA

**Profesional:****FICHA TÉCNICA DEL VALIDADOR****Nombre:** María Vera Arévalo**Ocupación:** Asesora de estudios de mercado**Experiencia en el tema propuesto:** 3 años**Títulos:** Licenciatura en Publicidad y Mercadotecnia en la Universidad de Guayaquil.

### VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Valoración Aspectos	Muy adecuada 5	Adecuada 4	Medianamente adecuada 3	Poco adecuada 2	Nada adecuada 1
Objetivo					
Pertinencia					
Secuencia					
Modelo de Intervención					
Profundidad					
Lenguaje					
Comprensión					
Creatividad					
Impacto					

Comentarios: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Fecha:**

\_\_\_\_\_

**Firma**

**C.I.** \_\_\_\_\_