



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DEL CENTRO DE FOMENTO  
PRODUCTIVO DE ARTESANOS DEL MUEBLE Y LA  
MADERA ATAHUALPA, UBICADA EN EL CANTÓN  
SANTA ELENA,  
AÑO 2014”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA: MARÍA EUGENIA LINZÁN MARTÍN  
TUTORA: EC, HERMELINDA COCHEA TOMALÁ**

**LA LIBERTAD – ECUADOR  
2013**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DEL CENTRO DE FOMENTO  
PRODUCTIVO DE ARTESANOS DEL MUEBLE Y LA  
MADERA ATAHUALPA, UBICADA EN EL CANTÓN  
SANTA ELENA,  
AÑO 2014”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA: MARÍA EUGENIA LINZÁN MARTÍN  
TUTORA: EC. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ**

LA LIBERTAD – ECUADOR  
2013

**La Libertad, 31 Octubre de 2013**

**APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación “**CREACIÓN DEL CENTRO DE FOMENTO PRODUCTIVO DE ARTESANOS DEL MUEBLE Y LA MADERA ATAHUALPA UBICADA EN EL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2014**”, elaborada por la Srta. María Eugenia Linzán Martin, egresada de la Carrera de Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

**ATENTAMENTE**

**EC. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ  
TUTORA**

## **DEDICATORIA**

*A Dios por bendecirme y darme la oportunidad de  
culminar una etapa de mi vida*

*A mi madre, porque su esencia me da la fortaleza que  
necesito para poder seguir;*

*A mi padre, por su aliento de todos los días y por  
demostrarme que nunca es tarde para culminar una etapa  
importante;*

*A mis hermanos por darme las ganas de luchar y avanzar  
con mis estudios;*

*A mis sobrinos que son mi inspiración personalizada; y,  
A mí querida prima Ing. Soraya por ser el soporte diario,  
por no dejarme desfallecer y por demostrarme que todo  
se puede con amor y sacrificio*

***María***

## AGRADECIMIENTO

*Mi eterno agradecimiento a Dios todopoderoso por darme la vida para aprender y demostrar que se puede lograr el objetivo.*

*A mi familia, especialmente a mi padre por ser el apoyo incondicional.*

*Mi agradecimiento especial a todos los docentes de la carrera de ingeniería en Desarrollo Empresarial de la UPSE, por aportar con conocimientos y despejar mis inquietudes.*

*A la Ing. Mercedes Freire por la oportunidad y la motivación de siempre.*

*Mi especial agradecimiento a la Ec. Hermelinda Cochea y a la Ing. Soraya Linzán, quienes con su don de gente supieron aportar con sus conocimientos para la elaboración y culminación del presente trabajo.*

*A mis queridos compañeros, gracias infinita por su amistad y apoyo. Fue un placer compartir con ustedes.*

**María**

## **TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc  
DECANA DE LA FACULTAD

---

Ec. Félix Tigrero González, MSc.  
DIRECTOR DE ESCUELA

---

Ec. Hermelinda Cochea Tomalá  
PROFESOR-TUTOR

---

PROFESOR DEL ÁREA

---

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.  
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**“CREACIÓN DEL CENTRO DE FOMENTO PRODUCTIVO DE ARTESANOS  
DEL MUEBLE Y LA MADERA ATAHUALPA UBICADA EN EL CANTÓN  
SANTA ELENA, AÑO 2014”**

**Autora:** María E. Linzán M.  
**Tutora:** Ec. Hermelinda Cochea

**RESUMEN**

El presente trabajo se realizó en la Parroquia de Atahualpa del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, en el año 2013; con la colaboración de los socios de la Asociación Interprofesional de artesanos del mueble y la madera de Atahualpa, considerando la información obtenida de los socios activos de la asociación y los consumidores locales. Esta investigación radicó en la elaboración de estrategias de distribución y competitivas mediante un análisis a la Asociación y al medio, para aumentar el desarrollo productivo de los artesanos y por ende fomentar los procesos administrativos y comerciales. En el primer capítulo se hace referencia a la fundamentación teórica de la propuesta, sugiere a la elaboración del diseño de los nuevos productos de calidad, la fabricación a través de procesos debidamente planificados y sistematizados, e incrementar la productividad de la actividad con la finalidad de lograr los mejores resultados y la satisfacción del cliente. La Fundamentación Legal como el Código de la Producción, la Ley de Defensa del Artesano, Ley de Economía Popular y Solidaria;

y el Plan Nacional del Buen vivir. El segundo capítulo, se describe a la metodología que se aplicó en el proceso de la propuesta. Se manejó el método de científico que permitió el desarrollo de varias etapas que se manifestaron de manera lógica durante la investigación dando origen al conocimiento de nuevos problemas y a la sugerencia de posibles soluciones; los tipos de investigación empleadas fueron: descriptiva, social, exploratoria y de campo. Los métodos analítico y deductivo se manejaron con la finalidad de determinar las causas y establecer resultados que incurre en el problema planteado; las encuestas han sido los instrumentos de investigación utilizados y que se aplicaron a los involucrados de la parroquia Atahualpa, donde se consideró una muestra de 78 socios y 384 habitantes del PEA de la provincia de Santa Elena, las preguntas utilizadas fueron abiertas y cerradas. El tercer capítulo describe al diagnóstico situacional sobre los procesos de producción de los productos de madera. Y el cuarto capítulo; se elabora la propuesta de la Creación del Centro de Fomento Productivo para la adecuada gestión administrativa y comercialización de los productos de la Asociación Interprofesional de Atahualpa. Se utiliza la herramienta FODA para el diagnóstico y análisis de la gestión de los artesanos para determinar las estrategias con la finalidad de mejorar las gestiones y conseguir el posicionamiento en el mercado local y nacional.

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	15
ANTEPROYECTO .....	16
□ <b>Marco contextual de la investigación</b> .....	16
o <b>Tema</b> .....	16
o <b>Planteamiento del problema</b> .....	16
□ <b>Ubicación del problema</b> .....	18
□ <b>Delimitación de la problemática</b> .....	20
o <b>Formulación del problema (Problema)</b> .....	22
o <b>Sistematización (Problemas derivados)</b> .....	22
o <b>Justificación del tema</b> .....	22
o <b>Objetivos</b> .....	24
□ <b>Objetivo General</b> .....	24
□ <b>Objetivo Específico</b> .....	24
o <b>Hipótesis</b> .....	24
o <b>Operacionalización de las variables</b> .....	24
<b>CAPÍTULO I</b> .....	27
<b>1. MARCO TEÓRICO</b> .....	27
<b>1.1. Antecedentes del tema</b> .....	27
<b>1.2. Fundamentación teórica</b> .....	31
<b>1.3. Entorno político legal</b> .....	49
<b>1.4. Análisis del macro entorno</b> .....	56
1.5. Análisis económico .....	58
1.6. PIB del sector .....	59
1.7. Inflación .....	64
1.8. Entorno social.....	67
1.9. Factor tecnológico .....	72
1.10. Análisis FODA.....	75
<b>CAPÍTULO II</b> .....	76
<b>2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	76
<b>2.2. Diseño de la investigación</b> .....	76
<b>2.3. Modalidad de la investigación</b> .....	77
2.3.1. Tipo de investigación .....	77
<b>2.4. Métodos de la investigación</b> .....	80
<b>2.5. Técnicas de investigación</b> .....	81
<b>2.6. Instrumentos de la investigación</b> .....	82
<b>2.7. Población y muestra</b> .....	82
<b>2.9. Procedimientos de la investigación</b> .....	86
<b>CAPÍTULO III</b> .....	90



3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	90
3.2. Conclusiones y Recomendaciones .....	119
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>122</b>
TEMA .....	122
1.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	123
1.1.- SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....	123
1.2.- DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO .....	123
1.3.- IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES META .....	124
1.4.- FRECUENCIA DE USO/ COMPRA .....	124
1.5.- PROYECCIÓN DE LA DEMANDA .....	125
2.- ANALISIS DE LA OFERTA .....	125
2.1.-IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES .....	126
3.- DEMANDA INSATISFECHA.....	127
4.- MARKETING MIX.....	128
4.1.- PRODUCTO.....	128
4.2.- PRECIO .....	130
4.2.1.- ESTRATEGIAS DE PRECIOS .....	131
4.3.- ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN .....	132
4.3.1.- IDENTIFICACIÓN DEL CANAL ÓPTIMO.....	132
4.4.- PROMOCIÓN.....	133
4.4.1.-PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN.....	133
4.5.- ESTRATEGIAS COMPETITIVAS .....	136
5.-ESTUDIO TECNICO .....	137
5.1.-INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA .....	137
5.2.-CAPACIDAD INSTALADA .....	137
5.4.-UBICACIÓN DEL PROYECTO .....	138
5.5.-DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS .....	139
5.5.1.-DIAGRAMA DE FLUJO DE LOS PROCESOS .....	139
5.8.-RECURSOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS. ....	143
6.-ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL .....	150
6.1.- MARCO LEGAL.....	150
6.2.- ACTA DE CONSTITUCIÓN.....	152
6.3.- MISIÓN .....	152
6.4.- VISIÓN.....	152
6.5.- OBJETIVOS GENERALES .....	152
6.5.1.-OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	152
6.6.- VALORES INSTITUCIONALES .....	153
6.7.- ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.....	154
6.7.1.- PRINCIPALES .....	154

6.7.2.- SECUNDARIAS.....	154
6.8.- ESTRUCTURA ORGANICA ADMINISTRATIVA.....	154
6.8.1.- ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL (departamentalización).....	154
6.8.3- RESPONSABILIDADES DE LOS DEPARTAMENTOS (descripción de puestos) .....	155
6.8.5- MANUAL DE FUNCIONES .....	158
7.- ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO .....	166
7.1.- INVERSIÓN INICIAL .....	166
7.1.1.- ACTIVOS FIJOS .....	166
7.1.2.- ACTIVOS INTANGIBLES.....	169
7.1.3.- CAPITAL DE TRABAJO .....	170
7.1.4.- RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL.....	172
7.2.- FINANCIAMIENTO.....	173
7.2.1.- AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA .....	173
7.3.- PROYECCIÓN DE VENTAS .....	174
7.5.- COSTOS OPERATIVOS .....	175
7.5.1.-COSTOS OPERATIVOS PROYECTADOS .....	175
7.6.- DEPRECIACIÓN .....	176
7.7.- ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS (PYG).....	179
7.8.- FLUJO DE CAJA PROYECTADO .....	180
7.9.- EVALUACIÓN FINANCIERA DEL FLUJO .....	181
7.9.2.- VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	181
7.9.3.- TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) .....	181
7.9.4.- PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO .....	182
7.11.-PUNTO DE EQUILIBRIO .....	182
8.- ANALISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO .....	183
8.1.- ANALISIS DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL .....	183
8.3.- ANALISIS SOCIO-ECONOMICO DEL PROYECTO .....	185
Bibliografía .....	190

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 ACTIVIDADES ECONÓMICAS .....	21
Cuadro 2 Grupo Ocupacional.....	22
Cuadro 3 Operacionalización de las variables .....	24
Cuadro 4 Potencial Forestal del Ecuador .....	57
Cuadro 5 Exportaciones de Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas .....	61
Cuadro 6 Exportaciones de Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios .....	61
Cuadro 7 Exportaciones de los demás Muebles de madera.....	62
Cuadro 8 Inflación en el Ecuador .....	66
Cuadro 9 Desarrollo humano en la Provincia de Santa Elena .....	68
Cuadro 10 Dotación de Servicios Básicos en Santa Elena .....	69
Cuadro 11 Migración y Empleo en Santa Elena.....	70
Cuadro 12 Dotación de Servicios Básicos en Santa Elena.....	71
Cuadro 13 Análisis FODA .....	75
Cuadro 14 Población de la Provincia De Santa Elena.....	83
Cuadro 15 Grupo ocupacional de los talleres.....	84
Cuadro 16 Muestra de la Provincia de Santa Elena.....	86
Cuadro 17 Identificación de los clientes.....	124
Cuadro 18 Proyección de la demanda de muebles .....	125
Cuadro 19 LA OFERTA FUTURA DE LA PRODUCCIÓN DE MUEBLES .....	126
Cuadro 20 DEMANDA INSATISFECHA DE MUEBLES EN GENERAL .....	127
Cuadro 21 Actividades de gastos de Marketing .....	133
Cuadro 22 Infraestructura de la empresa.....	137
Cuadro 23 Maquinaria, equipo y herramientas .....	143
Cuadro 24 Valores.....	153
Cuadro 25 Manual de funciones.- Gerente General/Presidente.....	158
Cuadro 26 Manual de funciones.- Administrador/Contador .....	159
Cuadro 27 Manual de funciones.- Gerente de Marketing .....	160
Cuadro 28 Manual de funciones.- Recepcionista/Secretaria .....	161
Cuadro 29 Manual de funciones.- Jefe de Producción .....	162
Cuadro 30 Manual de funciones.- Operarios.....	163
Cuadro 31 Manual de funciones.- Pintor.....	164
Cuadro 32 Manual de funciones.- Bodeguero .....	165

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Fabricación .....	44
Figura 2 Simbología del proceso .....	139
Figura 3 Proceso de la Documentación .....	140
Figura 4 Procesos de adquisición de materiales.....	141
Figura 5 Proceso de Ventas.....	142
Figura 6 Canteadora.....	146
Figura 7 Cepilladora .....	146
Figura 8 Sierra Circular .....	147
Figura 9 Sierra de Cinta .....	147
Figura 10 Torno Copiador .....	148
Figura 11 Tupí o trompo .....	148
Figura 12 Perfiladora .....	148
Figura 13 Taladro.....	149
Figura 14 Lijadora .....	149
Figura 15 Caladora.....	150
Figura 16 Perfiladora .....	150
Figura 17 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL .....	155

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 UBICACIÓN DEL CENTRO DE FOMENTO PRODUCTIVO.....	20
Ilustración 2 LA MADERA Y SU UTILIZACIÓN .....	31
Ilustración 3 Silla, cama y cristalero al estilo Tudor. ....	36
Ilustración 4 Sillón, consolas y juego de muebles. Estilo Luis XV.....	36
Ilustración 5 Sillones y Vitrina. Estilo Chippendale .....	37
Ilustración 6 Sillas, juego de sala y banca. Estilo Reina Ana.....	37
Ilustración 7 Sillas, consola y cómoda. Estilo Hepplewhite.....	38
Ilustración 8 Sillón, juego de comedor y mesa extensible. Estilo Regencia .....	38
Ilustración 9Juego de comedor, mesa con incrustaciones, baúl. Estilo Renacimiento.....	39
Ilustración 10 Silla de dormitorio, sillones, mesa de luz. Estilo Luis XVI .....	39
Ilustración 11Muebles y comedor. Estilo Francés Provenzal .....	40
Ilustración 12 Bureau, biblioteca y mesa con tablero de mármol. Estilo Imperio.....	40
Ilustración 13 Muebles, comedor y juego de dormitorio. Estilo Victoriano .....	41
Ilustración 14 Juego de comedor y de sala. Estilo Moderno Clásico .....	41
Ilustración 15 Inflación en el Ecuador.....	66
Ilustración 16 Muestra de madera torrefactada .....	74
Ilustración 17 Juego de Dormitorio.....	129
Ilustración 18 Juego de Sala.....	129
Ilustración 19 Juego de Comedor .....	130
Ilustración 20 CANAL A .....	132
Ilustración 21 CANAL B (ÓPTIMO).....	133
Ilustración 22 Ubicación del Proyecto .....	139

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Edad de los socios.....	91
Gráfico 2 Sexo .....	92
Gráfico 3 Nivel de Instrucción.....	93
Gráfico 4 Tiempo de pertenecer a la Institución.....	94
Gráfico 5 Planificación de la Asociación.....	95
Gráfico 6 Participación de las decisiones .....	96
Gráfico 7 Comunicación .....	97
Gráfico 8 Características del mueble .....	98
Gráfico 9 Administración de los recursos.....	99
Gráfico 10 Control de Actividades .....	100
Gráfico 11 Conocimiento de productos .....	101
Gráfico 12 Recursos de la Asociación.....	102
Gráfico 13 Acciones de la Asociación.....	103
Gráfico 14 Liderazgo .....	104
Gráfico 15 Lugar adecuado.....	105
Gráfico 16 Centro de Fomento .....	106
Gráfico 17 Edades de los consumidores .....	108
Gráfico 18 Lugar de residencia.....	109
Gráfico 19 Acabado del producto .....	110
Gráfico 20 Madera .....	111
Gráfico 21 Demanda de productos .....	112
Gráfico 22 Elección de madera.....	113
Gráfico 23 Variedad de productos .....	114
Gráfico 24 Lugar de compra .....	115
Gráfico 25 Características del producto.....	116
Gráfico 26 Alternativas de servicio .....	117
Gráfico 27 Beneficiarios .....	118

## INTRODUCCIÓN

En la parroquia de Atahualpa, prov. Santa Elena, se encuentra en gran número los artesanos del mueble y la madera, la actividad manufacturera que incorpora a las artesanías tiene 142 personas que laboran por cuenta propia (representan el 31% de la rama y el 12% del total de la PEA), existe un total de 19 personas que se identifican como patronos, para los cuales trabajan un total de 271 personas dedicadas a actividades netamente artesanales donde encontramos la asociación interprofesional de artesanos del mueble y la madera, asociación de artesanos red Atahualpa y la asociación de escultores de Atahualpa los que tienen años trabajando y elaborando productos derivados de la madera de forma empírica y que tienen esta actividad como su mayor fuente ingreso y su calidad de vida.

El compendio de todas las actividades productivas, acompañadas de la dirigencia se logrará el fortalecimiento organizacional, y multiplicando lo aprendido a otros miembros de la comunidad, que se podrían unir a la venta asociativa.

La fabricación de los productos madereros abastece medianamente a la demanda de bienes, por lo que este proyecto propone la creación del centro de fomento artesanal interprofesionales del mueble y la madera Atahualpa, la cual producirá la cantidad suficiente para cubrir el mercado objetivo.

La parroquia Atahualpa mantiene relaciones comerciales y funcionales preferentemente con La Libertad y Santa Elena, la producción local se comercializa en estas dos ciudades y en la misma cabecera parroquial. La materia prima utilizada en la producción artesanal proviene de otras regiones como Pedro Carbo y Manabí.

## **ANTEPROYECTO**

- **Marco contextual de la investigación**
  - **Tema**

**Establecimiento de criterios para el desarrollo productivo del mueble y la madera en el proceso administrativo, mediante un estudio a los productores y clientes, a través del financiamiento del MIPRO. Creación de un Centro de Fomento Productivo para la asociación de Artesanos del mueble y la madera Atahualpa ubicada en el Cantón Santa Elena año 2013-2014.**

- **Planteamiento del problema**

La parroquia posee una generalizada mala calidad de las viviendas, las ubicadas en el sector céntrico de la ciudad evidencian deterioro físico, falta de mantenimiento e inclusive inseguridad, tanto para los habitantes de la vivienda como para los transeúntes. Según entrevistas realizadas a los habitantes, ésta particularidad se debe a que los propietarios han migrado y dejado abandonadas sus viviendas unos, no pasan mucho tiempo en el centro poblado otros y no les dan el mantenimiento requerido.

Según datos obtenidos del Censo de Población y Vivienda 2010, las condiciones de habitabilidad en la parroquia son las siguientes:

(INEC, 2010)El 82,70% de las viviendas, censadas por el INEC en el 2010, son de tipo casa o villa. Lo cual evidencia una mejor calidad de las viviendas. Corrobora esta situación el 76,34% de viviendas que poseen sus paredes de bloque o ladrillo, es decir de materiales duraderos.

El 66,25% (más de la mitad) de viviendas poseen sus paredes entre regular y mal estado de mantenimiento.

El 86,43% de las viviendas poseen pisos de materiales duraderos.

El 68,99% de las viviendas poseen sus pisos entre regular y mal estado de mantenimiento.



El 55,18% (un poco más de la mitad) de las viviendas poseen instalaciones de duchas individuales. El 10,72% poseen ducha compartida con otras viviendas y el 34% de las casas de la parroquia no poseen duchas para bañarse en sus viviendas.

El 93,72% de las viviendas son propias o están en proceso de compra por parte de sus actuales habitantes

Otros de los indicadores sociales a considerar es que la tasa de analfabetismo de acuerdo al último censo es de considerando que en los últimos gobiernos ha existido campaña de alfabetización, y se espera la reducción de la misma.

El nivel educacional de la población es el resultado de un proceso que reconoce fuentes de instrucción muy diversas. No solo refleja la mayor o menor eficiencia del sistema educativo sino también la de todos los mecanismos no formales de socialización de la cultura. En el año 2010, el Censo de Población, registró 1,2 analfabetos por cada 100 habitantes mayores de 10 años de edad.

Los datos presentados no aluden en ningún momento al analfabetismo “funcional” o “desuso”, esto es, aquellas personas que siendo adultas y teniendo un cierto nivel de escolaridad (por lo general menor al 4 grado), por la inactividad intelectual o por ausencia de actividades complementarias que le induzcan a reafirmar los conocimientos asimilados, van olvidándose de esos conocimientos originarios lo que redundo o deviene en analfabetismo “funcional”.

Como producto del análisis a la situación de la asociación se describe la siguiente problemática:

- Limitados conocimientos
- Inexperiencia técnica
- Desinterés de los artesanos
- Poca motivación laboral
- Poco desarrollo profesional
- Reducida gestión administrativa por parte de los directivos de la asociación

- Desorganización y orientación para la búsqueda de financiamiento
- Escasa participación en el mercado.
- Falta de creación del centro de fomento productivo artesano del mueble y la madera

La ausencia de un centro de fomento productivo, permite incrementar el trabajo de la asociación Atahualpa, identificar, analizar el mercado actual con el que cuenta a la vez permite realizar una planificación acorde a las diferentes actividades y técnicas actuales, logrando así un crecimiento y estabilidad económica. Como consecuencia de esto, se dispondrá de una administración con capacidades y aptitudes que aporten al desarrollo de su labor productiva.

#### ▪ **Ubicación del problema**

En la parroquia Atahualpa del cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena, cuenta con una superficie de 77.80 km<sup>2</sup>, con una población según el último censo de población y vivienda del 2010 del INEC, de 3.532 habitantes.

El análisis desde el sistema económico productivo de la parroquia, parte del reconocimiento de las particularidades de la misma, que están marcadas más allá del criterio de la división política que lo define como parroquia rural por su doble condición de urbana y rural.

El territorio parroquial consta de un área urbana, donde se encuentran ubicados los diferentes barrios y ciudadelas que conforman la conocida “capital del mueble” y una área rural que la rodea que en rigor se encuentra despoblada, en ella están ubicados algunos caseríos que toman el nombre de la comuna “entre ríos” la cual ha declarado como su territorio a todo el territorio parroquial, enfrentando por tanto a la fecha, un grave conflicto de linderos con dicha comuna.

La parroquia es referente emblemático del desarrollo y de la actividad artesanal, es conocida por sus artesanos de la madera, recorriendo sus barrios, encontramos talleres de

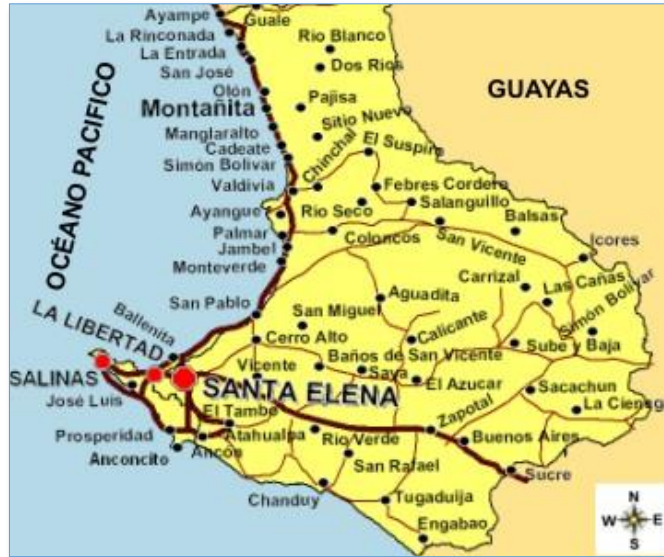
ebanistería en los portales de casas, se dice que en la parroquia hay tres generaciones de artesanos madera y una historia reconocida, la mayoría aprendió el oficio de sus tíos o padres y ahora lo practican como una fuente de sustento, la tradición en Atahualpa siempre ha sido la utilización del guayacán como la madera predilecta por los artesanos, dicha madera se encuentra en veda por el ministerio del ambiente MAE, de allí a que se presenten en los últimos años serios problemas para la provisión de su principal materia de trabajo.

A nivel del sector urbano, con usos de suelo de tipo residencial, identificamos actividades propias de todo asentamiento: pequeños negocios, tipo bazares, tiendas, cybers, farmacias, panaderías, abacerías, comedores, etc. El diagnóstico participativo y el trabajo de campo con un equipo de apoyo del GAD Parroquial permitió identificar del total de viviendas, 195 unidades residenciales en las cuales se desarrollan un total de 229 diferentes tipos de negocios, primera evidencia de que la actividad de la ebanistería no es tan rentable, es la triple utilización del uso de suelos: residencia, el taller propiamente dicho y un pequeño negocio complementario.

Atahualpa también es un centro poblado “dormitorio” en donde el resto de la población adulta que vive en el pueblo labora en las ciudades cercanas Santa Elena, La Libertad, Salinas y Guayaquil, regresando después de la jornada laboral a sus hogares.

- **Delimitación de la problemática**

Ilustración 1 UBICACIÓN DEL CENTRO DE FOMENTO PRODUCTIVO



Fuente: [www.viajandox.com](http://www.viajandox.com)  
Elaborado por: María Linzán

(Avilés Pino, 2012) Atahualpa parroquia rural del cantón de Santa Elena. La población es una de las más antiguas de la región y ya existía cuando los españoles llegaron por primera vez a las costas del golfo de Guayaquil durante sus primeras expediciones de conquista. Situada en la península de Santa Elena, con el nombre de Engabao fue fundada como recito en el año de 1763, permaneciendo casi en el olvido durante casi toda la colonia y primeros años de la República. Con el paso del tiempo y gracias al esfuerzo de sus habitantes, alcanzó un relativo desarrollo por lo que fue declarada como parroquia mediante acuerdo publicado en el Registro Oficial N° 149 del 26 de febrero de 1941, y solemnemente inaugurada el 15 de marzo del mismo año.

(GAD Santa Elena, 2012) La parroquia de Atahualpa, es referente representativo del desarrollo y de la actividad artesanal, al recorrer sus barrios, se encuentran talleres de ebanistería en los portales de casas; se dice que en la parroquia hay tres generaciones de artesanos de la madera, la mayoría aprendió el oficio de sus tíos o sus padres y ahora lo practican como una fuente de sustento; la tradición en Atahualpa siempre ha

sido la utilización del guayacán como la madera predilecta por los artesanos, dicha madera se encuentra en veda por el Ministerio del Ambiente MAE, de allí a que se presenten en los últimos años serios problemas para la provisión de su principal materia de trabajo.

El diagnóstico participativo y el trabajo de campo y con el apoyo del GAD parroquial, permitió identificar el total de viviendas, 195 unidades residenciales en las cuales se desarrollan un total de 229 diferentes tipos de negocios; primera evidencia de que la actividad de la ebanistería no es tan rentable, es la triple utilización del uso de suelos: residencia, el taller propiamente dicho y un pequeño negocio complementario.

En la parroquia se encuentra un gran número de artesanos del mueble y la madera, la actividad manufacturera que incorpora a las artesanías tiene 142 personas que laboran por cuenta propia (representan el 31% de la rama y el 12% del total de la PEA), existe un total de 19 personas que se identifican como patronos, para los cuales trabajan un total de 271 personas dedicadas a actividades netamente artesanales.

**Cuadro 1 ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA</b>		
Actividad	Resultados	Porcentajes
Elaboración de muebles o mueblerías	83	36.24%
Venta de alimentos preparados	8	3.49%
Venta de productos de primera necesidad	44	19.21%
Venta de bebidas alcohólicas	16	6.99%
Venta de artesanías	11	4.80%
Panaderías	11	4.80%
Venta de Servicios	27	11.79%
Librerías	8	3.49%
Farmacias	3	1.31 %
Otros	18	7.86 %
<b>TOTAL</b>	<b>229</b>	<b>1</b>

Fuente: Equipo Técnico GAD parroquial de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

De los 229 negocios, se identifica el 83% como establecimientos de ebanistería, de

los cuales se clasifican al interior de los talleres la división del trabajo existente en los mismos:

**Cuadro 2 Grupo Ocupacional**

<b>Grupo ocupacional interior de los talleres</b>		
<b>Parámetro</b>	<b>Resultados</b>	<b>Porcentajes</b>
Maestros	54	55.67 %
Oficiales	29	29.90 %
Lacadores	7	7.22 %
Tapizadores	4	4.12 %
Otros	3	3.09 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>1</b>

Fuente: Equipo Técnico GAD parroquial de Atahualpa

Elaborado por: María Linzán

○ **Formulación del problema**

¿Cómo incide el deficiente desarrollo productivo del mueble y la madera, en el proceso administrativo y comercial para la asociación de artesanos del mueble y la madera en Atahualpa en la provincia de santa Elena año 2014?

○ **Sistematización**

- ¿Cuáles son las causas de la deficiente de preparación técnica en esta actividad?
- ¿Por qué en la actualidad la asociación carece de recurso para su desarrollo profesional y laboral?
- ¿Por qué se origina el desinterés de los socios en las actividades que realiza la asociación?
- ¿Cuáles son las causas de esta reducida gestión administrativa?
- ¿Cuáles son los factores que impiden que sean reconocidos en el medio de acuerdo con la actividad que realizan?
- ¿Qué medios o estrategias han utilizado para la comercialización de sus productos?

○ **Justificación del tema**

El presente trabajo se lo realiza basado en la necesidad que tienen los artesanos de integrarse en un solo lugar para poder vender los productos a su mercado objetivo en forma agrupada como una verdadera Asociación a la que están legalmente constituida.

Las asociaciones dedicadas a esta actividad productiva tienen años laborando y desarrollando esta acción, todos de una forma empírica, conocen muy bien su actividad pero tienen falencias en lo que es la comercialización y técnicas de transformación e innovación y con esto se empeora la parte de la compra de materia prima, ya que por la falta de recursos económicos y de los altos precios se les hace casi imposible adquirir la misma.

A pesar de que cuentan con vida jurídica no se han preocupado en realizar una adecuada administración, sin dejar a un lado el poco apoyo que han recibido por parte de las entidades competentes y la falta de compromiso que existe por parte de los involucrados y de las familias que se dedican a esa actividad productiva para su desarrollo.

Fortalecer el procesamiento a través de mejoras en los equipos y maquinarias que permitan optimizar tiempo y recursos, y al mismo tiempo se pueda mejorar la calidad de los productos.

Es importante establecer un estudio de mercado a través del cual se pueda determinar los nichos adecuados, las estrategias pertinentes para llegar al consumidor local, nacional y extranjero considerando que tenemos como un fuerte competidos provincial los muebles cuencanos que ofrece productos innovadores y hasta de mejor calidad.

Implementar programas de capacitación para mejorar la calidad de los objetivos incluyendo nuevos aprendizajes sobre:

Acabados

Nuevos modelos

- **Objetivos**

- **Objetivo General**

Establecer criterios para el **desarrollo productivo** del mueble y la madera, en el **proceso administrativo y comercial** mediante un estudio a los productores y clientes, a través del financiamiento del Ministerio de la Productividad, para la creación del Centro de Fomento productivo de la asociación de Artesanos Interprofesionales Atahualpa en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

- **Objetivo Específico**

- Establecer las causas de la deficiente preparación técnica en la actividad, mediante encuestas a los productores
- Diagnosticar las causas de la deficiente gestión de los recursos mediante encuestas a los socios
- Diagnosticar las causas del desinterés, deficiente gestión administrativa, mediante un focusgroup.
- Determinar las estrategias comerciales mediante una encuesta a los productores.
- Crear el centro de fomento productivo mediante financiamiento, que permita contrarrestar las debilidades para el fortalecimiento de una estructura administrativa y comercial.

- **Hipótesis**

- El desarrollo productivo del mueble y la madera, fortalecerá el proceso administrativo y comercial, a través del financiamiento del MIPRO para la creación del Centro de fomento productivo de la Asociación de artesanos de Atahualpa.

- **Operacionalización de las variables**

**Cuadro 3 Operacionalización de las variables**



VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
INDEPENDIENTE  Desarrollo productivo de los artesanos del mueble y la madera	Instalaciones e infraestructura permanente que permite el desarrollo de una actividad económica primordial y masiva de la parroquia Atahualpa: la producción maderera.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalación</li> <li>• Desarrollo actividad</li> <li>• Actividad económica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimientos del negocio.</li> <li>• Descripción.</li> <li>• Características.</li> <li>• Técnicas utilizadas</li> <li>• Objetivos.</li> <li>• Tamaño del mercado.</li> <li>• Competencia.</li> <li>• Publicidad.</li> <li>• Identificación del cliente.</li> <li>• Ventajas competitivas</li> <li>• Gustos y preferencias.</li> <li>• Recursos e Inversiones</li> </ul>	<p>¿Conoce usted sobre la existencia de procedimientos que se apliquen en la asociación?</p> <p>¿Cómo describiría la labor que realiza?</p> <p>¿Actualmente utiliza alguna técnica para la producción? O1</p> <p>¿De qué manera determina las características de organización de la asociación?</p> <p>¿Conoce la misión, visión y objetivos de la asociación?</p> <p>¿Existe en la localidad algún taller que fabrique muebles?</p> <p>A quienes considera como sus clientes</p> <p>Dispone de una cartera de clientes fijos</p> <p>Como identifica las necesidades de los clientes.</p> <p>¿De dónde provienen los recursos que invierte?</p> <p>¿Quién realizan la gestión de recursos?O2</p>	Encuesta

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
DEPENDIENTE  Procesos administrativos y comerciales	Planeación, organización, dirección y control, que permita la comercialización de la producción de muebles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación</li> <li>• Organización</li> <li>• Dirección</li> <li>• Control</li> <li>• Comercialización</li> <li>• Financiamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metas</li> <li>• Objetivos</li> <li>• Estrategias</li> <li>• Planes</li> <li>• Estructura</li> <li>• Administración de recursos humanos</li> <li>• Motivación</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Comportamiento individual de grupo</li> <li>• Normas</li> <li>• Medidas</li> <li>• Comparaciones</li> <li>• Acción</li> <li>• Venta</li> <li>• Inversión</li> </ul>	<p>¿Tienen establecidas metas y objetivos?</p> <p>¿Qué estrategias utilizan para cumplir con los planes?</p> <p>¿La estructura organizacional permite ordenar el recurso humano?</p> <p>¿Existe motivación que desarrolle el liderazgo?O3</p> <p>¿La comunicación permite evaluar el comportamiento?</p> <p>¿Las normas y medidas controlan las acciones?</p> <p>¿Se compara las actividades para programar las acciones?</p> <p>¿Que considera para establecer el precio de los muebles?</p> <p>¿Han creado alguna marca para el producto que ofrece la Asociación?</p> <p>¿Cuáles son las estrategias de la comercialización?O4</p> <p>Localización y tamaño del proyecto</p>	<p>Focusgroup</p> <p>encuesta</p>

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes del tema

El desarrollo de la actividad artesanal maderera en Atahualpa surgió de forma empírica desde hace muchos años, los habitantes de la zona se destacaban por ser hábiles artesanos, talladores y carpinteros que fabricaban muebles y artesanías para el hogar, estas actividades eran su único sustento para obtener ingresos. La actividad fue tomando fuerza a través de las generaciones.

La elaboración y comercialización de los productos que brindan, han ido evolucionando en la parroquia Atahualpa hasta ser reconocida como la Capital del Mueble, por el preciado arte de sus ebanistas en la creatividad y fabricación de productos madereros de excelente calidad y por ofrecer artículos garantizados.

En la parroquia Atahualpa se encuentran varias asociaciones independientes dedicadas a las diferentes actividades artesanales y productivas, en las cuales se destacan las siguientes agrupaciones:

- Asociación de Escultores de Atahualpa.
- Centro de Artesanos Red Atahualpa.
- Asociación Interprofesional de Artesanos El Tambo.
- Asociación de Artesanos El Tambo.
- Asociación de Artesanos de Prosperidad.

Cada asociación cuenta con su propio taller tanto para la elaboración de esculturas, así como también la fabricación y comercialización de mobiliarios ya sean estos los juegos de sala, comedor, muebles para oficina y dormitorio.

Debido a la gran demanda tanto local como provincial de estos artículos, estos grupos asociativos, se han visto en la necesidad de conformar un solo grupo para poder demostrar sus productos y satisfacer la demanda.

La Asociación interprofesional de artesanos del mueble y la madera fue creada en el año 1985, se encuentra legalmente constituida mediante la Ley de Defensa del Artesano. Más allá de cumplir con los requerimientos de Ley, la necesidad de los socios de la

Asociación es mayor, por cuanto les hace falta un lugar donde desempeñar el desarrollo productivo de la actividad maderera, no obstante, han elaborado los productos en un área sin comodidades que es menester en esta actividad. Para ello es necesario la creación de un centro.

El centro de trabajo cuyo propósito es realizar una producción adecuada como el efecto de la combinación entre recursos humanos y materiales, con la finalidad de lograr el desarrollo positivo de la actividad empresarial de los colaboradores. El centro de trabajo se definiría más bien como una empresa hotelera donde el centro de negocio y los consumidores obtendrán un área donde puedan ofrecer un servicio de trabajo cómodo, sala de recepciones para realizar cualquier tipo de eventos y oficinas para tener reuniones de ser necesarias, así como también oficinas de información con el uso de la tecnología. Dicho centro también estará adecuado para recibir tanto a su clientela fija, así como también a los nuevos clientes, el equipo de gestión administrativa que servirá de soporte tanto a sus colaboradores como a los clientes.

(Franco Idarraga, 2011) El autor considera que el centro de trabajo es el corazón de la empresa y es allí donde se deben perfeccionar en mayor grado las condiciones de trabajo y lo relacionado con las medidas de seguridad e higiene a fin de superar las consecuencias personales y patrimoniales adversas que puedan presentarse. La empresa en relación con el centro de trabajo tiene la principal responsabilidad para prevenir la ocurrencia de riesgos, cumpliendo con las disposiciones legales y técnicas.

El autor manifiesta que el centro de trabajo es la razón de ser de la empresa, puesto que en él, se deben realizar las actividades con conocimiento, seguridad y responsabilidad en conjunto, traspasando barreras ya que se trata de perseguir un objetivo común. Toda la actividad que se genere en el centro de trabajo debe estar amparada en las leyes tanto locales como empresariales, de la misma manera en que se debe capacitar al personal en todas las áreas y obtener conocimiento técnico y de gestión actualizados para magnificar sus funciones en la producción, en las organizaciones administrativas y de mercado, para fabricar el producto de excelente calidad en el menor tiempo.

El lugar de trabajo debe contener un espacio cómodo y adecuado en donde se pueda llevar a cabo los diferentes procesos de fabricación de los productos, desde la bodega que contenga la materia prima, la producción y el producto terminado. El personal debe estar capacitado, sobre todo cuando se trata de tomar decisiones, aun cuando los superiores no se encuentren a tiempo, los colaboradores se encargaran de hacerlo, se trata de responsabilidad compartida, puesto que el beneficio es mutuo.

En el Ecuador, existen muchos lugares que sirven como plazas de trabajo en donde laborar sin las adecuaciones específicas que debería hallarse, sin embargo, el gobierno ha decidido implementar un centro de fomento para la producción de madera, con la finalidad de mejorar la actividad. Estos centros serán creados específicamente en las zonas donde hay mayor forestación.

(Organizaciones Muñoz Ugarte, 2012)Estos Centros de Fomentos Productivos, buscan incrementar la competitividad y calidad de productos, invirtiendo en innovación y tecnología además de capacitaciones. Estos programas quieren alcanzar notoriedad en los sectores donde están las vocaciones productivas, no necesariamente que estén territorializados en las ciudades principales, sino también donde existan grupos de productores textiles, metalmecánico, maderero, agroindustrial, de diseño, entre otros.

Efectivamente, la conformación de los centros de fomento productivo, están diseñados básicamente para que los trabajadores tengan amplitud de espacio en cuanto a la fabricación de productos, sumado a ello, la tecnología incorporada a este centro que servirá para abaratar costos, recursos y tiempo. Esta creación del centro será beneficioso para los trabajadores porque el objetivo primordial de ésta, será la calidad que garantice los productos y por ende la competitividad del sector, puesto que se busca explotar la actividad en el país. Existen muchas ciudades en donde se crearan centros productivos. La parroquia de Atahualpa se destaca por ser productor maderero y es por ello que se da énfasis a este programa.

(Zambrano, 2012)El autor sostiene que el trabajo central del Centro de Fomento será generar servicios que una empresa no puede tener, ya sea por espacio o por la adquisición de equipos, de esta manera se evita que el empresario invierta en maquinarias; es decir, en cuanto a la actividad maderera, el centro contaría con un departamento de secado de la madera, ya que resulta bastante complejo este

trabajo si se lo realiza en forma empírica, ya que el producto se demoraría en estar listo.

La finalidad del centro, es también otorgar a los trabajadores de esta actividad, equipos en donde se pueda terminar de realizar la elaboración de productos, puesto que ya no sería necesario que cada grupo compren maquinarias de alta tecnología, sino que deberán recurrir al centro para el secado de la madera, este trabajo ahorrara tiempo y dinero por tanto, no es necesario alquilar maquinas en otras ciudades para realizar determinado trabajo, sino que en la misma parroquia de Atahualpa se creará este centro, esta es una de las formas en que los socios saldrían beneficiados en la producción. Cada proceso que se realice en el centro, deberá llevarse a cabo la inspección de las actividades, para esta gestión, se requiere de la participación de representantes de los gobiernos seccionales, sector privado y del Ministerio para que haya control en los procesos.

El subsecretario de Mipymes y Artesanías del Mipro, explica sobre los denominados Centros de Fomento Productivo (CFP) que se implementa actualmente a escala nacional.

(Zambrano, 2012): Según el autor, manifiesta que el Centro de Fomento Productivo es un programa impulsado por el Ministerio de Industrias y Productividad que busca incrementar la productividad y competitividad de las diferentes cadenas y sectores productivos del país a través de la implementación de equipamiento de maquinaria de alta tecnología, que permita reducir las asimetrías tecnológicas e incrementar la diversificación productiva y el valor agregado.

Crear un Centro de Fomento Productivo CFP en las diferentes zonas, nace básicamente de la necesidad de aumentar los procesos productivos en la actividad maderera y en las diferentes actividades que en el país existe, mediante las maquinarias, tecnología de primera y el valor agregado que se le aporte a la fabricación de los productos; en los centros de cada sector para obtener un rendimiento óptimo. Su funcionabilidad y éxito depende del control y el seguimiento que exterioricen las autoridades seccionales de cada región y la participación responsable y eficaz de los involucrados para aumentar la productividad y competitividad. Para el manejo adecuado de los equipos tecnológicos, es necesario

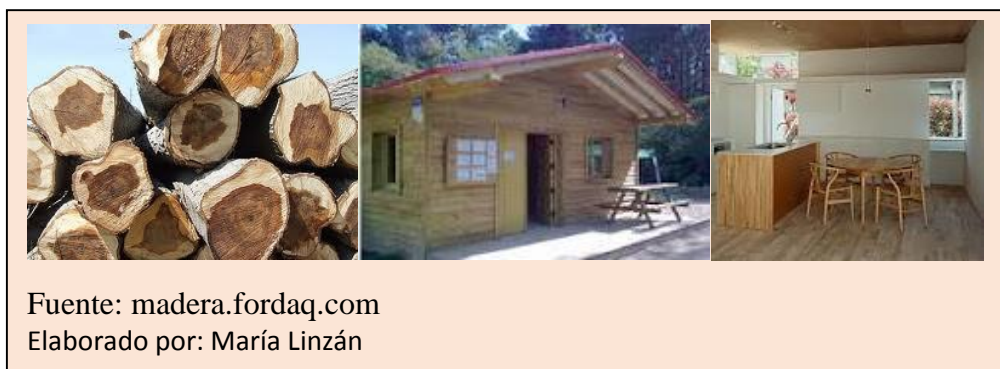
que los trabajadores tengan una capacitación técnica para revisar esporádicamente las maquinarias y puedan tener mayor utilidad en lo posterior.

## 1.2. Fundamentación teórica

### MADERA

(Miranda Miranda, Zambrano Verduga, & Yaguana Hidalgo, 2009) La madera es un material orgánico natural y con una estructura celular, se llama al conjunto de tejidos que forman el tronco, las raíces y las ramas, de los vegetales leñosos, excluidas con la corteza. Estas se clasifican en madera de coníferas y madera frondosas. Las coníferas son especies pertenecientes al orden coniferales (abetos, píceas, alerces, cedros, pinos, etc.) que pertenecen a las gimnospermas. Las frondosas son especies leñosas pertenecientes a las angiospermas dicotiledóneas (roble, olmo, encina, etc.) La madera fue uno de los primeros materiales utilizados por el hombre para construcción de viviendas, herramientas para cazar, fabricación de utensilios, etc. La madera es el mejor elemento de procedimiento natural para la elaboración de muebles.

Ilustración 2 LA MADERA Y SU UTILIZACIÓN



Los autores revelan que la madera es un material natural con estructuras resistentes y diferentes por ello existe un gran clasificación, dichas características hacen de ella un material duro y blando según su requerimiento, y es precisamente que en su condición de original, ha sido una herramienta muy preciada durante todos los tiempos para los hombres, por su disponibilidad, su forma de trabajarla y según sus necesidades, puesto que simplemente se la empleaba en su forma natural. Independientemente del tipo de madera, su utilización ha sido igual que desde siempre, sobre todo para las cosas básicas e imprescindibles en el hogar.

Para la construcción de vivienda, las herramientas de utensilio y de caza, se fueron perfeccionando las técnicas y por ende la elaboración de los productos según la madera,

es decir que se trataba de medir ciertas características con la resistencia en ellos, tomando en cuenta las propiedades de la madera. Estas técnicas han ido evolucionando a través de los tiempos, ya no solo se trataba de una necesidad básica, sino más bien de comodidad. En la actualidad, cabe destacar que para muchos usuarios ya no es suficiente la comodidad, ahora se busca confort y elegancia, los gustos y preferencias de los clientes son exigentes.

## **MUEBLES:**

### **El origen del mueble**

(Iturralde Vaca & Ramírez Yáñez, 2004) Su historia está estrechamente relacionada con la del hombre, se inicia cuando éste trata de sobrevivir a sus necesidades introduciendo en sus cavernas lechos de ramas y hojas que fueron los rudimentarios principios de las camas, las sillas y las mesas. La economía nómada impidió el desarrollo de la fabricación del mueble, pero la llegada de la agricultura aceleró su evolución. Ciertos estudiosos han determinado que los muebles existen para el hombre desde el Neolítico, es decir, alrededor de 7000 años antes de Cristo. Lamentablemente no hay evidencias que lo demuestren pero desde sus orígenes tuvo un carácter tanto funcional como decorativo.

Los autores expresan que según datos informativos, la historia del mueble está a la par con la existencia del hombre, desde un principio, éste vio en la naturaleza algunas alternativas de supervivencia, tomando como objeto las ramas de árboles y hojas para hacer de ello algo funcional para sus necesidades. En aquel entonces, eran grupos ambulantes que se trasladaban de un lugar a otro, sobre todo cuando no tenían alimentos, conociendo lugares y costumbres de donde adquirirían más conocimientos y técnicas. Esta situación de transiciones físicas de lugares hizo que en determinado momentos la fabricación del mueble no sea rentable ya que eran primordial otros menesteres. Fue hasta cuando apareció la agricultura, entonces con esta actividad, el desarrollo de la actividad fue mejorando puesto que para realizar la agricultura se necesitaba objetos de madera, para la recolección de frutos, herramientas para la caza, entre otros.

(Arqhys, s.f.) Los muebles han existido desde tiempos remotos, no hay datos precisos del surgimiento de este mobiliario pero se conoce que datan desde los tiempos primitivos, desde la aparición del homo sapiens, la diferencia es que en ese tiempo estos muebles no eran construidos, más bien, eran objetos de la



naturaleza a los cuales estos seres le daban el uso de mueble especialmente para sentarse y para poner cosas encima de estos utilizándolos como mesas.

La madera ha sido utilizada como muebles desde que el hombre es hombre, puesto que la necesidad de tener un objeto para descansar, resultaba muy cómodo para su humanidad, conforme avanzaba el tiempo, el hombre fue adquiriendo otras costumbres para seguir sobreviviendo, y empezó a crear otros objetos que le servían para realizar diferentes actividades dentro de sus casas, como las camas y sillas para descansar, las mesas para cocinar y comer. Estas prácticas con la madera como material de construcción de objetos, les permitía al hombre poder tener comodidad y ordenar sus cosas como les fuera necesario.

(Arqhys, s.f.) Los primeros informes que se tiene de esta fabricación se refieren al antiguo Egipto. Los muebles egipcios se caracterizaban por su sencillez de estructura, utilizando clavijas de madera y ensambladuras elementales, la decoración era geométrica utilizando colores vivos, la ornamentación en los muebles de lujo, se realizaba con bajorrelieves, taracea en oro o marfil y maderas finas, los motivos de animales y plantas. El hombre considera al mueble como un arte, como una gran riqueza ya que existían muchos mobiliarios que costaban menos que esos muebles, los muebles son los objetos más observados en una vivienda, es por ello que se considera como un arte, ya que el artista se esmera en crear su obra para que su arte sea bien recibido, los muebles antiguos son muy caros ya que en tiempos anteriores su fabricación era un poco extensa pero el resultado siempre era magnifico, eran pues muebles muy finos.

La web site considera que los muebles han existido desde siempre, la supervivencia se basaba en la necesidad para los humanos de buscar la comodidad en lugares rústicos y primitivos como en aquel tiempo, la inteligencia y la adaptación de los lugares, hacían que las personas obtengan el recurso material y lugares físicos donde descansar y lo hacían a través de objetos que la naturaleza les podía brindar.

Con el pasar de los tiempos, la comodidad ya no era una situación indispensable sino más bien un lujo, por lo que en Egipto, se daba lugar a las creaciones más elegantes con la utilización de madera y formas exquisitas, dándole un toque refinado con colores. Los gobernantes del antiguo Egipto, eran personas acaudaladas, los faraones y su dinastía, una forma de halagar su poderío era dándoles el gusto en la creación de obras de arte. El sillón donde se sentaba el faraón durante su reinado, debía ser el más lujoso, con los colores que lo aclamaban como tal.

(Arqhys, s.f.) Los muebles antiguos varían mucho dependiendo a la época de su fabricación, es por ello que existen varios estilos que son influidos por muchos aspectos como son:

- Por la influencia del artista que lo diseña.
- Lo que impulsa al artista a innovar en la forma.
- Entre otras.

En la actualidad, el hombre se desempeña en la creación de muebles, en una especie de arte, la mayoría de las veces empíricamente pero sobre todo con acabados finos, tallado a mano y detalles armoniosos, ya que su fabricación es más innovadora y sofisticada. La preferencia y gusto del cliente es un factor muy importante para la elaboración del producto, puesto que muchos de ellos prefieren diseños antiguos y conservadores. Hoy en día, es típico observar que entre las preferencias de los clientes están los muebles rústicos, en su mayoría tallados a mano, que no solo existen en las casas de campo sino también que son muy solicitados en las grandes ciudades, poniéndoles una elegante decoración a su sala.

(Arquba, s.f.) El mobiliario desempeña un papel muy importante en la vida cotidiana de todas las personas y va ligado a ellas desde su origen hasta nuestros días, evolucionando según los gustos y las necesidades de cada época.

Hay que distinguir entre el mueble de estilo y el popular o rústico, por las siguientes razones, a saber:

- Los primeros, realizados por reconocidos ebanistas para las clases nobles y,
- Los populares fabricados artesanalmente por sus propietarios para su uso cotidiano.

Según la web site de Arquba, define al mobiliario como un conjunto de muebles que sirve para engalanar los interiores de una casa y que facilita las necesidades de las personas en su diario vivir según las necesidades que se le presenten. El mobiliario también está considerado como un elemento decorativo que sirve para complementar los espacios y hacer atractivo el hogar, de modo que, no solo se trate de adecuar estas necesidades que han estado desde siempre, desde su origen hasta la actualidad, sino también transformas sus formas según los gustos y preferencias del consumidor.

Es necesario identificar el estilo de los muebles, para ello, existen profesionales ebanistas quienes realizan una obra de arte con la elaboración de estos productos que generalmente los tallan a mano, haciéndolos únicos y elegantes en diseño. Mientras que

también existen los populares que son fabricados por los artesanos que tienen su propio taller y que se dedican a la fabricación de los productos con un modelo común.

## **CONCEPTO DE MUEBLE**

(Benavides & Ramírez Yáñez, 2007) Es un objeto creado por el hombre para ayudar a satisfacer y complementar de una forma confortable las necesidades del mismo. La finalidad del mueble es en primer término su utilidad. Se asegura que todos, sin excepción, derivan de tres necesidades de la persona humana: descansar, alimentarse y almacenar cosas. De ahí los cuatro tipos básicos de todo mobiliario: la silla, la cama, la mesa y el baúl.

Se justifica la creación del mueble, por ser un objeto de uso necesario, que va desde el diseño más sencillo hasta el más elegante; su importancia radica en la utilidad, ya que facilita normalmente a la actividad diaria de las personas ya sea en el hogar a la hora de compartir un momento de distracción en la sala, como el descanso en las habitaciones donde se encuentra una confortable cama, así como en su lugar de trabajo donde también hay muebles de oficina adecuados para ese entorno, de la misma manera como guardar las cosas en lugares seguros y sobre todo aprovechando los espacios. Hoy en día predomina más las exigencias del cliente, que, por lo general, sus gustos y preferencias se inclinan hacia el lado más sofisticado y elegante del mueble.

## **ESTILOS DE MUEBLES**

En el mercado, hay un sin número de estilos y modelos con respecto al diseño de muebles, se caracterizan específicamente en un conjunto de elementos integrales basados en la madera previamente tratada, el tapizado y los colores, haciendo de él un objeto atractivo y confortable a la hora de utilizar.

Entre los principales estilos de muebles, se detalla aquellos que contienen características y cualidades específicas que exponen su originalidad y que desde siempre han sido utilizadas, en la actualidad son sinónimo de elegancia, con ligeros cambios o retoques ambientados a la época moderna.

## TUDOR

Se compone de madera muy dura y resistente, especialmente para soportar el peso del tablero para las mesas, sillas y camas. Las sillas tienen su propio estilo con un apoyo para los brazos. Este estilo se identifica con un tallado de rosa dándole un acabado sofisticado.

Ilustración 3 Silla, cama y cristalero al estilo Tudor.



## LUIS XV

Contiene un estilo sutil, delicado y femenino, en él se destaca un dominante tallado en la madera de espirales y caracoles, el color que lo caracteriza al estilo, es el dorado, verde entre otros.

Ilustración 4 Sillón, consolas y juego de muebles. Estilo Luis XV



## CHIPPENDALE

Es un estilo proveniente de Inglaterra, se define como una decoración elegante en interiores, se caracteriza por sus líneas torcidas pero refinadas. Los muebles Chippendale se han convertido en un ícono de la calidad y garantía.

### Ilustración 5 Sillones y Vitrina. Estilo Chippendale



### REINA ANA

La madera utilizada para los muebles del estilo Reina Ana, es ligera, de diseño sencillo pero elegante, fino y femenino, con adornos de simples líneas y curvilíneo. En esa época se solía viajar mucho y se necesitaba transportarse con los muebles, es por ello la ligereza de sus piezas. En la actualidad, este estilo es muy solicitado pero con un toque clásico y moderno.

### Ilustración 6 Sillas, juego de sala y banca. Estilo Reina Ana



### HEPPLEWHITE

El estilo de estos muebles están inspiradas en los diseños romanos por los años 1775, su elegancia estaba expresada en el respaldar de la silla, tenía la forma de un escudo, es un diseño cómodo. Generalmente estas sillas sirven para decorar los interiores.

### Ilustración 7 Sillas, consola y cómoda. Estilo Hepplewhite



Fuente: [www.anticuarium.es](http://www.anticuarium.es)  
Elaborado por; María Linzán

## REGENCIA INGLES

Estilo antiguo pero fino y elegante, la madera tiene formas rectas y sencillas que van acompañadas de metales en tonalidades bronce y cobre, tiene una particularidad clave, escasez de pintura en la madera, por lo que se deja su color natural.

### Ilustración 8 Sillón, juego de comedor y mesa extensible. Estilo Regencia



Fuente: [www.portobellostreet.es](http://www.portobellostreet.es)  
Elaborado por: María Linzán

## RENACIMIENTO

Su forma interpreta los diseños clásicos en la arquitectura, su estructura es rígida, la madera es pintada y se utiliza con mucha frecuencia las tonalidades doradas, existen muchos tallados particularmente se le da forma a las patas y a los tableros identificándose con la elegancia, también los hay con incrustaciones de materiales como el mármol, esto se refleja como ornamenta que evoca el diseño de la época.

### Ilustración 9 Juego de comedor, mesa con incrustaciones, baúl. Estilo Renacimiento



## LUIS XVI

Desde un principio se utilizaban otros materiales para la elaboración de piezas de estos muebles como la plata, entre otros, pero después fueron manipulando la madera de consistencia rígida. La elegancia de este estilo, radica en la decoración de sus muebles, utilizando un tapizado original de grandes gráficos.

### Ilustración 10 Silla de dormitorio, sillones, mesa de luz. Estilo Luis XVI



## PROVENZAL

Este estilo cálido contiene muchos elementos como baúles que hacen embellecer la sala y dormitorios, son más sencillos que los otros estilos por no contener la delicadeza del decorado pero hechos de madera resistente.

### Ilustración 11 Muebles y comedor. Estilo Francés Provenzal



Fuente: merida.olx.com.mx  
Elaborado por; María Linzán

### IMPERIO

Pertencen a un estilo antiguo pero muy suntuoso, se utiliza la combinación de maderas en diferentes tonalidades y también apliques de bronce. Para los tableros de las mesas también se utilizaba el granito y mármol.

### Ilustración 12 Bureau, biblioteca y mesa con tablero de mármol. Estilo Imperio



Fuente: en.todocoleccion.net  
Elaborado por: María Linzán

### VICTORIANO

De un corte antiguo y clásico, su estructura elegante y sobrecargada en sus características que normalmente la distinguen, su diseño despierta la elegancia tradicional



### Ilustración 13 Muebles, comedor y juego de dormitorio. Estilo Victoriano



Fuente: [www.arqhys.com](http://www.arqhys.com)  
Elaborado por: María Linzán

## MODERNO CLÁSICO

En el estilo moderno clásico predominan ciertas características tradicionalmente elegantes, se utiliza la madera resistente y duradera para las grandes piezas, con apliques sencillos de toque moderno.

### Ilustración 14 Juego de comedor y de sala. Estilo Moderno Clásico



Fuente: [hogartotal.imujer.com](http://hogartotal.imujer.com)  
Elaborado por: María Linzán

Los estilos son una mezcla de expresión imaginativa y variedad en los estilos; en la actualidad, el mercado está siempre a la vanguardia en cuanto a la decoración y al diseño que se refleja en el producto con un toque y sello personal que destaca la proveniencia del mismo.

La mezcla de los materiales para la elaboración de cualquier mobiliario, debe ser de semejante textura para que pueda compactar y lograr el diseño adecuado, muchas veces se hace este tipo de mezcla para realzar la elegancia del producto, ya que juega la combinación entre los colores de las maderas por lo que le da un toque distintivo de los demás productos.

El proceso que se llevara a cabo para la elaboración de cualquier producto será el que generalmente se ha llevado a cabo como siempre desde el tratado de la madera pasando por el lijado y la laqueada, hasta obtener la consistencia adecuada. Indiscutiblemente, el tallado a mano como diseño en cualquier mobiliario será primordial a la hora de elegir el estilo para darle un toque artesanal.

La importancia de la clasificación de los muebles en una gama de diseños tanto clásicos como modernos contemporáneos, no solo es cuestión de la elección de la madera sino también depende mucho del gusto de los clientes, para ello también se ha variado a un esquema de colores que conllevan a una armoniosa combinación para dar un acabado confortable, elegante y sofisticado.

## DISEÑO

(Ramos Holguín & Martínez Garófalo, 2009)El diseño de un nuevo producto se puede resumir en estas etapas:

Elaboración del proyecto: su calidad dependerá de la viabilidad de fabricar y producir el producto según las especificaciones planificadas.

Definición técnica del producto: dicha definición se lleva a cabo a través de la técnica AMFE.

Control del proceso de diseño: el proceso de diseño debe ser controlado, para asegurarnos que los resultados son los previstos.

En concordancia con lo manifestado por las autoras, el diseño de los productos dependerá exclusivamente a la previa planificación para el desarrollo de los mismos, también se tomará en cuenta la ejecución de las técnicas AMFE, que tratará sobre procesos que evalúen la calidad, la prevención de fallos y el buen funcionamiento de los mobiliarios. Además es indispensable que todo el proceso sea debidamente controlado con los fines específicos para garantizar la calidad.

## FABRICACIÓN

(Ramos Holguín & Martínez Garófalo, 2009) Es el conocimiento del cuál es permanente y normal en la producción industrial, forma tácita en la habilidad profesional de encargados y de artesanos industriales, pero hoy más de ello es documentado en escritura por los investigadores.

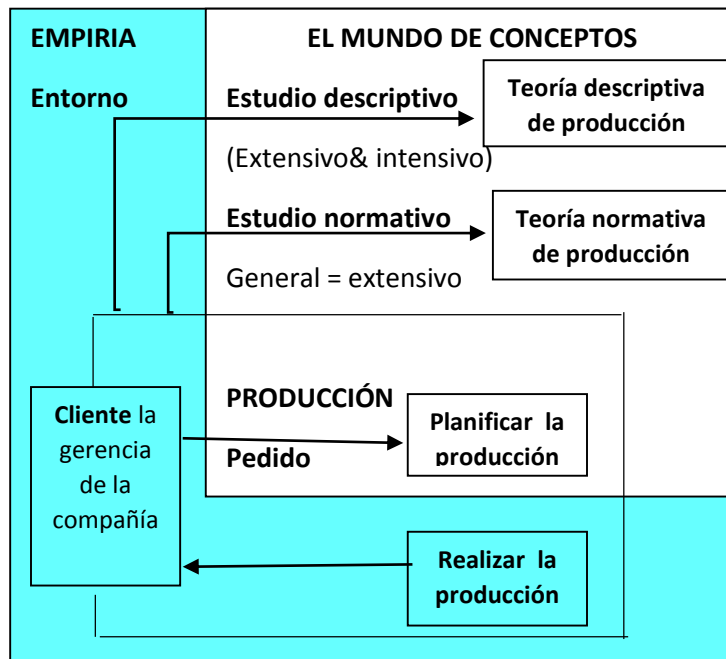
**Descriptiva:** producción del pasado o presente, pero no mucha ayuda modificarla a fin de que corresponda mejor a los requisitos más últimos.

**Normativa:** de la producción contiene conocimiento y herramientas que se pueden utilizar en la gerencia de la producción, especialmente para optimizar la producción existente o planear nueva producción.

Para obtener un producto de óptima calidad, es necesario recurrir a procedimientos industrializados ya que no solo se trata de aplicar conocimientos y técnicas empíricas, sino más bien hay que emplear la tecnología y procesos más sofisticados que conlleven a la realización de un producto duradero.

Los conocimientos se han dado bajo algunos parámetros como la descriptiva que se trata de la producción que se ha tenido en el pasado y que es llevada al presente sin muchos cambios evidentes en el producto. En cambio la normativa requiere de un conocimiento más avanzado y la utilización de herramientas aplicadas a la producción por tanto da cabida a la realización de nuevos proyectos conforme a este tipo de conocimiento, con la finalidad de tener una producción rentable.

Figura 1 Fabricación



Fuente: Fabricación y comercialización de muebles con diseños innovadores y modelos propuestos por clientes

Elaborado por: María Linzán

## PRODUCTIVIDAD:

(Gutierrez, 2010) El autor manifiesta con respecto a la productividad que tiene que ver con los resultados que se obtienen en un proceso o sistema, por lo que incrementar la productividad es lograr los mejores resultados considerando los recursos empleados para generarlo. En general, la productividad se mide por el cociente formado por los resultados logrados y los recursos empleados. Los resultados logrados pueden medirse en unidades producidas, en piezas vendidas o en utilidades, mientras que los recursos empleados pueden cuantificarse por el número de trabajadores, tiempo total empleado, horas máquina, etc.

La productividad es la generación máxima de los procesos donde se logra aumentar todos los recursos a su máximo rendimiento, la forma de medir este escenario es por medio de los resultados obtenidos en el proceso mediante una buena administración en la operaciones como las unidades producidas y vendidas; entre los recursos que se han utilizado por medio del número de trabajadores, el tiempo y las

horas máquina. Estos factores perfectamente combinados darán como resultados la productividad que se lleve a cabo en la producción y en base a ello también se puede cualificar el desempeño en las operaciones.

## **COMERCIALIZACIÓN:**

(Ramos Holguín & Martínez Garófalo, 2009) Según los autores, la comercialización ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece, es un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. La comercialización de los mobiliarios requiere de un proceso ya que el mercado es cada vez más exigente donde es necesario brindarle constantemente al cliente un producto innovador acrecentando la demanda de muebles en el mercado y de esta manera obtener rentabilidad.

La comercialización se deriva de varios procesos y dinamismos que da lugar en una empresa para dar cabida en el mercado y que destina la colocación de bienes o servicios, en un proceso de compra y venta que va desde el fabricante hasta el cliente.

La comercialización de los productos no solo demanda a la compra y venta de los artículos como un proceso más, sino de demostrar a los clientes lo que la empresa produce y ofrecen, calidad y garantía en cada artículo y se va incorporado procesos intangibles como el conocimiento de cada trabajador, su esfuerzo y la responsabilidad. Es necesario tener en cuenta que para una empresa o negocio de este tipo, se debe considerar la demanda del producto, la clientela, los recursos disponibles, que son factores que varían conforme pasa el tiempo y con ella, la existencia de la competencia. Es por ello que se debe analizar la clientela y mantenerla fija y haciendo que ellos sean un referente para que vengan otros.

## **CALIDAD:**

(Ramos Holguín & Martínez Garófalo, 2009) Los autores manifiestan que la calidad es una visión actual que consiste en entregar al cliente no lo que quiere, sino lo que nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había querido.

La calidad es todo lo que está plasmado en el producto, llegando a las especificaciones requeridas y a los patrones más altos generando más expectativas y satisfacción por las cualidades y bondades del producto, logrando cumplir con los estilos que el cliente desee, de esta manera es reconocida su excelencia en cuanto a la elaboración y fabricación del producto.

Los atributos físicos del producto básicamente se destacan por llevar cierta ventaja en la calidad ante los demás, puesto que la elaboración del producto se lleva a cabo con detalles minuciosos pero de materiales duraderos y resistentes, es decir, que se brinda garantía y calidad en los productos, este factor marca la diferencia entre sus características.

El grado de satisfacción del cliente con respecto al producto, también es sinónimo de calidad, y para que ello genere los resultados deseados, dependerá mayormente de los gustos y exigencias del cliente así como en su capacidad de compra.

Otras definiciones que como Ramos y Martínez ponen a consideración, según las perspectivas emitidas por otros reconocidos autores:

## **BUENA CALIDAD**

(Ramos Holguín & Martínez Garófalo, 2009) Buena calidad es la que el cliente percibe como buena (el diccionario de sinónimos nos dice al respecto de bueno: sensible, indulgente, comprensiva, justa).

- **Philip Crosby:** "Calidad es cumplimiento de requisitos"
- **Joseph Juran:** "Calidad es adecuación al uso del cliente"
- **Armand V. Feigenbaum:** "Satisfacción de las expectativas del cliente".
- **Genichi Taguchi:** "Calidad es la menor pérdida posible para la sociedad".

- **William Edwards Deming:** “Calidad es satisfacción del cliente”.
- **Walter A. Shewhart:** ”La calidad como resultado de la interacción de dos dimensiones: dimensión subjetiva (lo que el cliente quiere) y dimensión objetiva (lo que se ofrece)”

Estos autores concuerdan básicamente sobre la calidad refiriéndose a ésta como un sello imperceptible pero que garantiza la durabilidad del producto con el tiempo que equivale a la satisfacción del cliente dándole el calificativo de excelente al producto en cuestión. Las cualidades de los productos no deben ser considerados como una ostentación sino como un bien de excelente calidad que cumple con las expectativas y exigencias del cliente.

#### Calidad en el diseño y en el producto

(Ramos Holguín & Martínez Garófalo, 2009) Para obtener productos y servicios de calidad, debemos asegurar su calidad desde el momento de su diseño.

Un producto o servicio de calidad es el que satisface las necesidades del cliente, por esto, para desarrollar y lanzar un producto de calidad es necesario:

- Conocer las necesidades del cliente.
- Diseñar un producto o servicio que cubra esas necesidades.
- Realizar el producto o servicio de acuerdo al diseño.
- Conseguir realizar el producto o servicio en el mínimo tiempo y al menor coste posible.

Los requisitos que debe tomarse en consideración con respecto a la calidad del diseño y del producto es que para lanzarlo al mercado, previamente se debe conocer las necesidades de los cliente, hacer una investigación de mercado para determinar la competencia y lo que ofrece, por tanto, se procede a crear el producto o a mejorar los ya existentes, abaratando costos y minimizando tiempo, de tal forma que cumpla con las necesidades.

#### **SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES**

(Ramos Holguín & Martínez Garófalo, 2009) Lo que busca el cliente es la satisfacción del producto, para que esto suceda, al cliente no solo siente satisfacción por su calidad, colores, distinción sino con otros atributos que están inmerso dentro de ellos, como son: precio, promoción y facilidades de

compra en el momento de su obtención, como es el créditos. Cuando no se llega a cumplir con las expectativas del cliente esto causa insatisfacción y consecuentemente la existencia de quejas, es allí sobre la que el proveedor de servicios tiene mayor capacidad de control, la calidad de servicio y atención al cliente.

La satisfacción no solo se mide con respecto a los atributos del productos, como es el contenido, la función del mismo, un precio atractivo o la publicidad del mismo, la satisfacción también se mide con respecto a la necesidad del cliente y también a como los vendedores lo pueden ofrecer al público, es necesario que cuando un agente vendedor se dirija a un cliente, deberá dominar un lenguaje exquisito, hacerle sentir como la persona más importante de la empresa y que el producto que se le está brindando es de excelente calidad y que satisface y complace su necesidad. Existen diversas situaciones en donde se suele dar la insatisfacción como puede ser el mal desempeño de los colaboradores, la falta de procesos en la gestión, la poca disponibilidad de los recursos, situaciones que comprometen la calidad del producto y por ende causan la insatisfacción del cliente.

### **Las cinco fuerzas de Porter**

El modelo de las cinco fuerzas de Porter, se basa en la caracterización que establece la competencia en un mercado, este factor es la determinante para tender hacia una ventaja que sobresalga ante la competencia.

Para un negocio o empresa, es necesario estudiar las estrategias que se desea aplicar en el mercado junto a los recursos que se tiene para saber con qué armas se enfrenta ante la competencia, las cinco fuerzas de Porter, establecerán cuan rentable pudiera ser el negocio en un determinado plazo.



### **1.3. Entorno político legal**

## **CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR**

Para la presente investigación, se considera que la Constitución del Ecuador, contiene artículos que corresponden al trabajo y la producción en que debe regirse las empresas, asociaciones y otros gremios.

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

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

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

## **CODIGO DE LA PRODUCCIÓN**

### **Título I.- Objetivo y ámbito de aplicación**

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

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

### **Capítulo I**

#### **Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y**

#### **Medianas Empresas (MIPYMES)**

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

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

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

**Art. 57.- Democratización productiva.-** En concordancia con lo establecido en la Constitución, se entenderá por democratización productiva a las políticas, mecanismos instrumentos que generen la desconcentración de factores y recursos productivos, y faciliten el acceso al financiamiento, capital y tecnología para la realización de actividades productivas.

El Estado protegerá a la agricultura familiar y comunitaria como garantes de la soberanía alimentaria, así como también a la artesanía, al sector informal urbano y al micro, pequeña y mediana empresa, implementando políticas que regulen sus intercambios con el sector privado. El Estado promoverá políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.

**Art. 58.- De la implementación de procesos de Democratización de la transformación productiva.-** El Consejo Sectorial de la Producción diseñará y vigilará la efectiva implementación de la política de democratización de la transformación

productiva, a través del diseño e implementación de programas específicos que permitan el acceso efectivo a los factores de producción como la tierra y el capital, entre otros.

## **LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

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

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

## **LEY DE FOMENTO ARTESANAL**

### **Título I.- Generalidades.**

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

## **LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO**

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

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

## **Art. 2.- Definiciones de los cargos y trabajos artesanales**

- a. **Actividad artesanal:** Practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas;
- b. **Artesano:** Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que debidamente calificado por la junta nacional de defensa del artesano y registrado en el ministerio del trabajo y empleo, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al 25% del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios;
- c. **Maestro de Taller:** Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la junta nacional de defensa del artesano y refrendado por los ministerios de educación y cultura y del trabajo y recursos humanos;
- d. **Operario:** Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio, además habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye con la elaboración de obras de artesanía o la presentación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller;
- e. **Aprendiz:** Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el código del trabajo; y,

## **LEY DE COMPAÑÍAS:**

### **Sección I.- Disposiciones Generales**

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

## **Sección II.- Constitución y Razón Social**

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

## **Sección II.- Administración**

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

## **Sección V.- Responsabilidad de los socios**

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

De la Ley de Compañías, se desglosan varios artículos de interés para la constitución de la empresa, en primera instancia se sugiere la unión de varias personas las cuales van a conformar la empresa o asociación para desarrollar una actividad de las cuales se generaran utilidades que serán beneficiosas para todos los que la conformen. Para la constitución de dicha empresa, los socios deberán aportar un capital para su ejecución y trámites correspondientes para que pueda funcionar con normalidad.

El socio encargado de administrar la empresa tendrá la facultad de realizar los trámites relacionados para cumplir con los fines específicos que la empresa demande. Del mismo modo, el administrador se encargará de llevar la contabilidad de la empresa según leyes establecidas. Por otro lado, los socios también tendrán su aporte ejecutando de forma responsables las gestiones.

## **DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES**

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

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

## **DE LOS PERMISOS QUE SE DEBE OBTENER:**

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

## **DEL CUERPO DE BOMBEROS.**

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

## **DE LOS QUE OTORGA EL MUNICIPIO**

### **Impuesto de Patentes Municipales:**

Establéese el impuesto de patentes municipales que se aplicará de conformidad como lo que determina la Ley Orgánica de Régimen Municipal.

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

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

## **PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR**

### **Capítulo VI: Trabajo y producción**

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

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

**Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

## **MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD**

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

El Ministerio de Coordinación de la Producción presentó en Octubre del 2011 una Reforma Tributaria a la Asamblea Nacional, las cuales de ser aprobadas darán un impulso a la generación de empleos, mayores recursos que se verán reflejados en las obras sociales que el gobierno impulsa.

### **1.4. Análisis del macro entorno**

(Ibarra Velasquez, 2009) El autor considera que la cuenca imbrífera o nacimiento donde se originan las aguas del río Guayas en el litoral ecuatoriano es considerada el sistema hidrográfico más importante a desarrollar en los sectores agropecuarios y acuícola en la costa occidental de América del Sur, de igual forma, podemos mencionar la cuenca de los ríos Daule y Peripa; y el trasvase a la península de Santa Elena.



Cuadro 4 Potencial Forestal del Ecuador

ITEM	SUPERFICIE (Ha.)	% del Patrimonio Forestal	% de la Superficie del País
<b>Sistema Nacional de Áreas protegidas</b>	4'669.871	40.13	17.25
<b>Bosques y Vegetación Protectores</b>	2'391.029	20.54	8.83
<b>Patrimonio Forestal del Estado</b>	1'900.000	16.32	7.02
<b>Otros Bosques Naturales privados</b>	2'512.100	21.59	9.28
<b>SUBTOTAL BOSQUES NATURALES</b>	11'473.000	-	-
<b>Plantaciones</b>	165.000	1.42	0.01
<b>TOTAL</b>	11'638.000	100.00	2.39

Fuente: AIMA, Ecuadorianfarms

Elaborado por: María Linzán

(Ibarra Velasquez, 2009) La actividad maderera del Ecuador tiene aproximadamente 70 años. No hay que descuidar el potencial de los recursos naturales renovables que mantiene el Ecuador. De la superficie que tiene, el 52 % tienen una vocación forestal que equivale a 13'561.000 de Has.; el 42,38 % se conserva cubierto con bosques naturales que corresponde a 11'473.000 de Has., de las cuales el 80 % se encuentra en la Amazonía, el 13,00 % en el litoral y el 7 % en la sierra; perteneciendo el 17,15% a los Sistemas Nacionales de Áreas Protegidas, el 8,83 % a áreas de Bosques y Vegetación Protectores, el 7,02 % como Patrimonio Forestal del Estado, y el 9,28 % a otros Bosques Naturales Privados. Solamente 165.000 hectáreas pertenece a plantaciones con bosques cultivados que se encuentran relacionadas directamente con la industria y economía forestal del país, que equivale al 0,01 % del territorio nacional.

Según manifiesta Ibarra, el país tiene muchos recursos naturales renovables entre ellos la madera y que contienen una muy considerable superficie en donde aún se conservan los bosques naturales, de los cuales una gran parte se encuentra en la región amazónica con un 80% mientras que en la región sierra el 7% y en la costa el 13%. Dentro de estos porcentajes existen otras áreas protegidas que son exclusivos del Sistema Nacional y otros que son de bosques privados. De los bosques que se tiene en la región costa, se puede obtener la materia prima requerida para la actividad maderera. En muchos de los casos,

los productos se los realiza con madera de la localidad, pero también es cierto que se utiliza otros tipos de materiales que sustituyen a la misma como es la MDF.

### 1.5. Análisis económico

(Ibarra Velasquez, 2009) En el inicio de los años 90, Ecuador experimentó una gran evolución en la exportación de productos de madera, lo que ofreció una excelente perspectiva como fuente de ingresos para la nación. La crisis económica y política, y luego la dolarización (que impactó significativamente en los costos de producción) redujeron las exportaciones hasta el año 2003; a partir del año 2004 se inició una importante recuperación de las exportaciones ecuatorianas. Actualmente, Ecuador exporta principalmente hacia los E.E.U.U., Colombia, Venezuela, Perú, México, entre otros.

Para el Ecuador, la actividad maderera comenzó a percibir un constante crecimiento en cuanto a las exportaciones de la producción de artículos de madera, esto provocaba que exista un mayor ingreso para el país, ya que en él existe una gran variedad de madera por las que el producto tiene muy buena acogida, sin embargo, en el proceso de la dolarización que fue a finales de los años 90, las exportaciones decrecieron marcadamente hasta el año 2003, ya que este proceso hizo que los costos de producción aumentarán. En el siguiente año, se percibe una importante recuperación de las exportaciones ecuatorianas, ya que el país cuenta con importantes socios comerciales en el continente americano.

(Ibarra Velasquez, 2009) La actividad contribuye al empleo con aproximadamente 200.000 puestos directos de trabajo en labores del bosque, industria, pequeña industria y artesanía, lo que representa el 5,6% de la población económicamente activa. Se estima que alrededor de 100.000 personas dependen indirectamente de este sector.

Según Ibarra, manifiesta que en la actividad relacionada con el sector de la industria en la pequeña empresa así como también para la artesanía, hay un porcentaje minoritario de 200 mil puestos de trabajo que representa en forma directa a la población económicamente activa, entre tanto, la mitad de ellos están relacionadas indirectamente a este sector. Esta actividad industrial dista con relación a las otras actividades artesanales

ya que en el Ecuador, predomina más la actividad maderera, sin embargo, es en la actualidad donde se da cabida a la creación de centros de fomento para la actividad de todos estos sectores productivos que va dirigido desde la agricultura hasta las artesanías y la actividad maderera..

La economía local según la CEPAL, manifiesta que la economía ecuatoriana crecerá al 3% del PIB, y que no será muy productiva relacionado al resto de países ya que lo coloca en el último lugar de América Latina y El Caribe. Mientras que el Fondo Monetario Internacional considera que durante el año 2008 el Ecuador crecerá al 3,4 %, porcentaje un tanto alentador pero que para el resto del mundo, el país no se ubica en un puesto notable. Entre tanto, el Banco Central del Ecuador es optimista, prevé que el Producto Interno Bruto (PIB) crecerá al 4,2%. Esta institución espera que en este año los sectores de construcción, suministro de electricidad, agua y transporte, almacenamiento y comunicación crezcan a tasas mayores al 6%.

Las exportaciones de madera principalmente en todas las presentaciones es de contrachapados, aglomerados, y las maderas duras han bajado notablemente desde los últimos cinco años debido a ciertos sectores donde no hay apoyo especialmente del gobierno. Esta situación se debe a que no hay incentivo oficial para el sector forestal, que les simplifique el costo ya sea con una tasa de interés preferencial baja, la libre importación de maquinaria necesaria para el sector forestal, o algún incentivo de relevación de impuestos.

#### 1.6. PIB del sector

(Ecuadorforestal, s.f.)El mercado nacional para productos de madera es relativamente pequeño en relación al consumo mundial. La baja renta per cápita, la crisis económica en los últimos años, los altos precios y la falta de cultura en la utilización de este recurso, son los principales factores responsables por el bajo consumo doméstico de productos de madera.

Según Ecuador forestal, hace una comparación sobre el mercado nacional contra el mundial, y acota que el consumo interno es pequeño debido a la crisis económica que el país ha atravesado durante los últimos años, lo que encarece el

valor de las cosas ya sea por la falta de materia prima o por la importación de los productos. También aclara sobre la falta de cultura en la utilización del recurso, cabe destacar que este punto es importante, ya que en la actualidad existen leyes forestales que ayudan a crear conciencia tanto en los consumidores como en los productores, ya que se ve en la necesidad de producir con materiales que no afecten al ambiente, pudieran ser estos en combinación del recurso natural con otros materiales y a su vez, estos deben ser aptos para el consumo humanos. Si por el contrario, se utiliza el recurso natural, la ley exige que se debe sembrar tantos arboles como sean talados. Esto ayudará tanto a la naturaleza como a las personas a crear una cultura de conciencia para el bienestar en común.

Para analizar la exportación de los artículos de muebles de madera, se consideró la codificación andina, utilizada por el Banco Central del Ecuador con las siguientes partidas:

9403400000 Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas

9403500000 Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios

9403600000 De los demás muebles de madera.

En el siguiente cuadro, se puede observar la evolución de las exportaciones totales desde el años 2008 hasta mediados del 2013 (estimado). Las exportaciones de los muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas se pueden apreciar una relativa tendencia creciente entre los tres primeros años, por lo que sugiere que la producción maderera tuvo un buen apogeo durante esta época. Para el cuarto año en el 2011, las exportaciones bajaron casi a la mitad del año anterior, debido a la escasez de la madera.

En el año 2012 se nota un nivel decreciente en las exportaciones por la falta de materia prima, el consumo local y los desacuerdos en los tratados comerciales con los demás países. En lo que respecta en un estimado del año 2013, las exportaciones para el primer trimestre están en una categoría aceptable, se considera que al finalizar este periodo, las exportaciones pueden aumentar su nivel.

Cuadro 5 Exportaciones de Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas

2008-2013E

AÑO	TONELADAS	FOB –DÓLAR (en miles de dólares)
2008	82,08	379,26
2009	95,62	380,54
2010	137,31	523,4
2011	73,95	273,88
2012	24,94	172,22
2013	27,62	149,76
<b>Total General</b>	<b>441,52</b>	<b>1.879,06</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: María Linzán

Cuadro 6 Exportaciones de Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios

2008-2013E

AÑO	TONELADAS	FOB –DÓLAR (en miles de dólares)
2008	221,42	568,38
2009	102,6	605,39
2010	180,31	1.120,90
2011	171,26	918,86
2012	122,04	1.060,63
2013	62,92	552,59
<b>Total General</b>	<b>860,55</b>	<b>4.826,75</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: María Linzán

Las exportaciones anuales de muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios durante el periodo 2008 – 2013E USD \$4.826,75; el Ecuador experimentó un gran aumento en la exportación de productos de madera, lo que dio paso a una excelente representación como fuente de ingresos para el país, presentando una tendencia positiva entre los primeros 5 años, con una ligera variación decreciente en el año 2011, sin que pudiera afectar los ingresos del país, en lo posterior sugiriendo una mejora en el precio de las exportaciones de esta línea de producto.

En lo que va del año 2013, hasta el mes de Junio aproximadamente, se aprecia una proyección positiva ya que las exportaciones sugieren un estimado de la mitad en relación a los años anteriores.

**Cuadro 7 Exportaciones de los demás Muebles de madera**

**2008-2013E**

<b>AÑO</b>	<b>TONELADAS</b>	<b>FOB - DOLAR</b>
2008	430,87	2.271,62
2009	308,30	2.233,56
2010	443,97	2.568,07
2011	422,92	2.682,11
2012	514,18	3.773,96
2013	160,94	1.541,21
<b>Total General</b>	<b>2281,18</b>	<b>15.070,53</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: María Linzán

El consumo de los productos de los demás muebles de madera, entre los años 2008 y 2009 se nota una exportación baja en los artículos, mientras que en el valor se mantiene estable, esto se debe a la calidad de los productos de madera, la materia prima y el valor agregado que se le da a la misma. Para los siguientes años, las exportaciones ascienden

notablemente durante el año 2010 y 2012 con ligeras variaciones en cuanto a toneladas exportadas, es decir, que el consumo de estos productos en el extranjero creció considerablemente, por lo tanto, el promedio en dólares ha ido en crecimiento. Se espera que para el año 2013 el impacto sea de la misma magnitud en cuanto a las toneladas exportadas, así como el ingreso en miles de dólares.

Para poder cubrir las necesidades del creciente mercado interno, así como también, para poder invertir el déficit en la balanza comercial en productos forestales y madereros del Ecuador y convertir al Ecuador en una Potencia Forestal a nivel mundial, se requiere fundamentalmente de la decisión de las autoridades gubernamentales, tanto del gobierno central como de los gobiernos seccionales.

Estos deben ser capaces de definir las estrategias públicas necesarias para que existan inversiones nacionales y extranjeras en el sector forestal ecuatoriano, tanto en la implementación de plantaciones forestales como en nuevas micro, pequeñas, medianas y grandes industrias.

(Ecuadorforestal, s.f.)Estas políticas públicas deben reflejar el decidido compromiso del Estado para otorgar y defender la seguridad jurídica de las inversiones forestales, planes concretos de incentivos a la forestación, reforestación y manejo sustentable de bosques, crear una institucionalidad adecuada para el manejo del sector forestal productivo y mantener un sistema de control forestal potente que sea capaz de identificar y castigar severamente a los infractores de la legislación forestal, causantes del deterioro forestal ecuatoriano.

Según Ecuador forestal, manifiesta que el Ecuador debe manejar las políticas de acuerdo con las necesidades de las actividades productivas, lo ideal es conferir cierto poder a los gobiernos seccionales para que puedan ofrecer ciertos incentivos para la actividad maderera, como las inversiones en este campo que sería una situación relevante para los ingresos ya que al invertir en el Ecuador, se estaría ofreciendo fuentes de trabajo y también incrementa la productividad del sector.

Cabe recalcar que los incentivos a la forestación y reforestación también conllevan a un proceso importante porque motiva a que la sociedad se integre con las funciones gubernamentales, que exista más participación y darle cabida a una nueva cultura en el sector forestal. Darle la debida importancia de acuerdo a los estatutos de Ley para castigar a los infractores en cuanto al deterioro forestal.

## 1.7. Inflación

(Tomalá P., 2011) Ecuador es un país que está considerado dentro del grupo de naciones del mundo en subdesarrollo por las características de desarrollo que presenta. Sustenta una economía que ha estado basada en el sector agro-exportador y minero exportador con un incipiente desarrollo del sector industrial que produce en su gran mayoría para el mercado interno.

La economía del Ecuador a lo largo de la historia ha venido asumiendo problemas estructurales que a la larga se han vuelto inmanejables y de difícil solución, pero que está en un proceso evolutivo para asumir roles y obtener un desarrollo sustentable y sostenible. El Ecuador, reconocido mundialmente como un país subdesarrollado en vías de desarrollo, en la actualidad se idealiza con una planificación adecuada y minuciosa en los campos del sector agroexportador y minero, representando una economía sustentable. Mientras que en el sector minero recién se empieza a desarrollar como actividad industrial ya que no tiene consistencia en el exterior, se debe explotar hacia el mercado interno para mayor conocimiento de la población.

(Tomalá P., 2011) Frente a todos estos temas que han tenido impactos negativos en la evolución de nuestra economía, ha existido el de la inflación que en determinadas épocas ha generado graves problemas en el desarrollo de las actividades económicas y la consecuente aplicación de medidas económicas con la finalidad de detener su ritmo de crecimiento y por ende los duros impactos en el entorno económico.

El Ecuador ha sido uno de los países que ha coexistido con el proceso inflacionario en unas épocas con tasas bajas y en otras con tasas altas. Los esfuerzos realizados por los gobiernos de turno no han podido ser controlados en grandes periodos sino en ciclos cortos donde se manifiesta una desaceleración.



La dolarización ha sido una herramienta que ayudó al control de la inflación y que pudo amortiguar los efectos políticos sobre los precios de los bienes y servicios, no obstante y dadas las circunstancias actuales, se estima que la dolarización en el largo plazo, no podrá sostener una economía con estabilidad de precios.

El incremento sostenido y generalizado de los precios de los bienes y servicios también ha sido un factor determinante que más ha afectado al sector familia debido a que la inflación tiene efectos sociales en la disminución del poder adquisitivo de los ingresos que perciben la población y que le lleve a disminuir su nivel de demanda o la restricción de la demanda sobre determinados productos que en muchas ocasiones tienen que ver con su alimentación, desmejorando notablemente su calidad de vida.

En el Ecuador, se ha realizado un estudio sobre la inflación de los dos últimos años para saber cuál ha sido su tendencia con respecto a los precios de la canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida por la información obtenida a través de los hogares.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia). Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida.

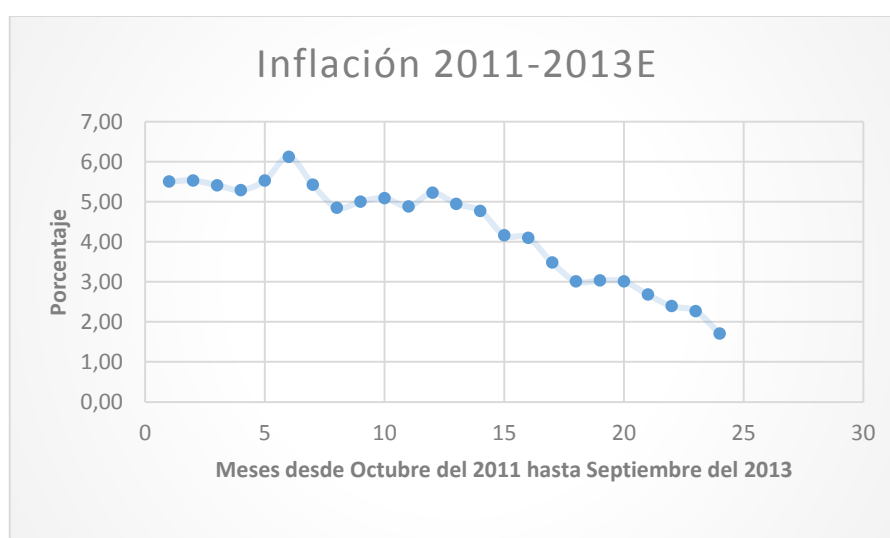
Adicionalmente, no se trata solo de establecer simultaneidad entre el fenómeno inflacionario y sus probables causas, sino también de incorporar en el análisis adelantos o rezagos episódicos que permiten comprender de mejor manera el carácter errático de la fijación de precios.

Cuadro 8 Inflación en el Ecuador

AÑO 2011	%	AÑO 2012	%	AÑO 2013	%
Octubre 31	5,50	Enero 31	5,29	Enero 31	4,10
Noviembre 30	5,53	Febrero 29	5,53	Febrero 28	3,48
Diciembre 31	5,41	Marzo 31	6,12	Marzo 31	3,01
		Abril 30	5,42	Abril 30	3,03
		Mayo 31	4,85	Mayo 31	3,01
		Junio 30	5,00	Junio 30	2,68
		Julio 31	5,09	Julio 31	2,39
		Agosto 31	4,88	Agosto 31	2,27
		Septiembre 30	5,22	Septiembre 30	1,71
		Octubre 31	4,94		
		Noviembre 30	4,77		
		Diciembre 31	4,16		

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: María Linzán

Ilustración 15 Inflación en el Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: María Linzán

Para el último trimestre del año 2011 la inflación se mantenía sobre el 5%, esto se producía por la demanda de los artículos y por ende su aceleración en la producción, es

decir que los factores que afectaron a la inflación del país surgió por el aumento de varios consumos así como el gasto público y la inversión a las empresas.

En el año 2012, para el mes de marzo, hubo un incremento en la inflación al 6,12%, generalmente se debe a la pérdida del poder adquisitivo del dinero, pero adicional a ello, tiene mucho que ver los costos de producción ya que se da por el encarecimiento de la materia prima y también por el aumento de los salarios, entre otros. En este mes se produjo esa variación, al término del año 2012 bajó la inflación por lo que hubo estabilidad en los precios.

En la actualidad, a principios del año 2013, hay una decreciente variación en la inflación, esta situación se debe a que existen factores que ayudan a equilibrar la inflación es la estabilización de los precios y el aumento de los impuestos.

## 1.8. Entorno social

### **Situación social de Santa Elena**

La provincia de Santa Elena es la tercera más poblada de la Región 5, con alrededor de 301.168 habitantes según los datos preliminares del último Censo del año 2010. A continuación se presentan varios indicadores que dan cuenta de la situación social de esta Provincia.

### **Pobreza, Indigencia, Desigualdad, Desnutrición, Escolaridad**

La incidencia de la pobreza en Santa Elena es de un 59%, superior al promedio de la Región 5 que es de 50% y a la media nacional de 36%. Esto significa que el 59% de la población provincial está bajo la línea de pobreza, tiene ingresos per-cápita menores al costo mínimo de una canasta de bienes y servicios que permitiría la satisfacción de sus necesidades básicas.

La indigencia o incidencia de pobreza extrema es del 23%, más alta en 4 puntos que el promedio de la Región 5 que es de 19% y 10 puntos sobre el promedio nacional de 13%, es decir el 23% de la población de la provincia está bajo la línea de pobreza extrema, tiene ingresos per-cápita menores al costo mínimo de una canasta básica alimenticia que permitiría la satisfacción de sus necesidades de alimentación vitales. La desigualdad en la provincia de Santa Elena, muestra un coeficiente relativamente bajo de 0,36 menor a la media nacional, que es 0,47 lo que indica que en esta provincia hay una distribución más homogénea de la renta.

En cuanto a la desnutrición crónica entendida como el indicador que refleja la deficiencia en talla y peso en niños entre 1 a 5 años, resultado de desequilibrios nutricionales intergeneracionales, se puede ver que en esta provincia la afectación a la población infantil es del 62%, mucho mayor al promedio regional que es del 39%, y al promedio nacional que es de 26%, lo que indica que los niños de Santa Elena tienen poco acceso a alimentos en cantidad y calidad suficientes.

**Cuadro 9 Desarrollo humano en la Provincia de Santa Elena**

<b>INDICADORES DE DESARROLLO HUMANO EN SANTA ELENA</b>		
	<b>Santa Elena</b>	<b>Promedio Zona 5</b>
Pobreza	59%	50%
Indigencia	23%	19%
Desigualdad	0,36%	39%
Desnutrición Crónica	62%	39%
Escolaridad Primaria	93%	94%

Fuente: Agenda para la transformación Productiva Territorial 2011-2013

Elaborado por: María Linzán

## **Servicios Básicos**

En contraste con los indicadores de desarrollo humano que son más bajos que el promedio regional, los indicadores de disponibilidad de servicios básicos son más satisfactorios. Si se toman algunos indicadores referentes a dotación de estos servicios, se puede determinar las condiciones de comodidad y salubridad en que viven los pobladores de la provincia de Santa Elena.

Cuando se analiza la disponibilidad de agua entubada, el 80% de la población de la provincia cuenta con el servicio de agua entubada por red pública, mientras que en la Región 5 en promedio, 71 de cada 100 hogares tienen agua entubada por red pública, y está por sobre la media nacional de 73%.

En otros servicios básicos como la eliminación adecuada de excretas, y el piso de vivienda (no de tierra), el 91% de la población cuenta con alcantarillado y el 95% de las viviendas tiene piso entablado, parquet o baldosa, este último es superior a la media de la Región que es de 92%.

También en el servicio de luz eléctrica de red pública, el 93% de los hogares de Santa Elena tiene este servicio, por sobre el promedio Regional que es de 92% y del promedio nacional que es de 91%.

**Cuadro 10 Dotación de Servicios Básicos en Santa Elena**

<b>INDICADORES DE DESARROLLO HUMANO EN SANTA ELENA</b>		
<b>Servicio</b>	<b>Santa Elena</b>	<b>Promedio Zona 5</b>
Agua entubada de red pública	80%	71%
Sistema adecuado de eliminación de excretas	91%	86%
Piso de vivienda adecuado	95%	92%
Servicio eléctrico	93%	92%

Fuente: Agenda para la transformación Productiva Territorial 2011-2013

Elaborado por: María Linzán

## Migración y Empleo

Según los datos del Censo del año 2001, se estima que de la provincia de Santa Elena migraron 3.750 personas, lo que equivale al 3,8% de los migrantes de la Región 5, el 2,7% de la población provincial y el 0,1% de la población regional.

Así mismo la provincia aportó con el 1% de los compatriotas que abandonaron el país en el 2011. Según el Banco Central, en el año 2009, Santa Elena ocupó el tercer lugar dentro de la Región 5 en remesas reportando 5,6 millones de dólares.

El pleno empleo fue de 36% mientras que en la Región fue de 29,2%, así mismo el subempleo fue más bajo, de 59,2% y 67,8% respectivamente. En cambio, el desempleo fue mayor que la Región 5, alcanzando el 10,5% frente al 6,9 regional.

**Cuadro 11 Migración y Empleo en Santa Elena**

<b>INDICADORES DE MIGRACIÓN Y EMPLEO EN SANTA ELENA</b>		
<b>Indicadores</b>	<b>Santa Elena</b>	<b>Promedio Zona 5</b>
Número de migrantes	3.750	99.304
% Respecto de Población	2,7%	0,05%
% Respecto del total Regional de migrantes		3,8%
% Respecto del total Nacional de migrantes	1,0%	
Ocupación Plena	36,0%	29,2%
Subempleo	59,2%	67,8%
Desempleo	10,5%	6,9%

Fuente: Agenda para la transformación Productiva Territorial 2011-2013

Elaborado por: María Linzán

## Instituciones Públicas en Santa Elena

Se consideran instituciones públicas locales que promueven el desarrollo productivo presentes en la provincia, a los actores públicos representantes de los gobiernos seccionales y locales que en Santa Elena están constituidos por: 1 Prefecto Provincial, 3 Alcaldías municipales cantonales, y 11 juntas parroquiales, 4 urbanas y 7 rurales, totalizando 15 actores públicos locales.

Cuadro 12 Dotación de Servicios Básicos en Santa Elena

INSTITUCIONES PÚBLICAS DE GOBIERNOS LOCALES -SANTA ELENA			
Institución	Provincia	Región 5	% de Región 5
Consejos Provinciales	1	4	25%
Municipios Cantonales	3	48	6%
Juntas Parroquiales Urbanas	4	105	4%
Juntas Parroquiales Rurales	7	74	9%
<b>TOTAL</b>	15	231	6%

Fuente: Agenda para la transformación Productiva Territorial 2011-2013

Elaborado por: María Linzán

Por definición, estos gobiernos deben promover el desarrollo local de forma integral, lo que incluye especialmente la parte productiva, sin embargo se ha podido observar que existen organismos más o menos eficientes en esta tarea, dependiendo de una serie de factores que van desde lo económico hasta lo político, pero todos en mayor o menor medida han impulsado iniciativas locales que promueven emprendimientos.

También están presentes en la provincia las representaciones de las instituciones del gobierno central que promueven el desarrollo productivo, entre las que se pueden identificar a:

### Instituciones provinciales:

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca – MAGAP
- Ministerio de Turismo – MINTUR

Conjuntamente con el gobierno central existen otros organismos de apoyo en distintos niveles (financiamiento, información, tecnología, control de calidad, entre otras) que canalizan recursos y facilitan el desarrollo productivo, entre las que se cuentan:

- Banco Nacional de Fomento – BNF
- Banco del Estado – BEDE
- Servicio de rentas Internas – SRI
- Agrocalidad
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC

### 1.9. Factor tecnológico

Según Iturralde Vaca & Ramírez Yáñez, las maquinas realizan la mayoría del trabajo en la agricultura y en muchas industrias, y los trabajadores producen más bienes que hace un siglo con menos horas de trabajo. Una buena parte de la población de los países industrializados tiene un mejor nivel de vida (mejor alimentación, vestimenta, alojamiento y una variedad de aparatos para uso doméstico y el ocio). En la actualidad, muchas personas viven más y de forma más sana como resultado de la tecnología.

La falta de tecnología en los procesos de producción en la Asociación, no permite que exista mayor competitividad dentro del mercado y por ende no genera el desarrollo de la economía local. Para ello es necesario globalizar la industria de la madera de forma general en el país, realizar el uso adecuado de los recursos para fomentar la competitividad.

Generalmente para la asociación, la maquinaria a utilizarse se deriva especialmente de: sierras circulares, canteadoras, tornos, cepilladoras, sierra de cinta, tupís, machihembradoras, entre otras. Estas herramientas son necesarias para la fabricación de un producto. Mientras tanto, también es necesario, tener conocimiento



sobre la vanguardia tecnológica en cuanto al tratamiento de líquidos para proteger la madera.

La aplicación de un shock térmico o la impregnación con ácido acético protege a la madera del ataque de las termitas. Se trata de una nueva técnica desarrollada por investigadores de la Universidad Politécnica de Valencia y el Instituto Tecnológico AIDIMA que evita emplear los nocivos insecticidas (Infinittonews, s.f.).

Un equipo de investigadores de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) y el Instituto Tecnológico AIDIMA ha desarrollado nuevos tratamientos preventivos contra las termitas en la madera. La clave reside en la modificación de la pared celular de la materia prima mediante técnicas de shock térmico e impregnación con ácido acético o furfurílico.

Según explica el profesor José Vicente Oliver, investigador del grupo de Investigación en Ciencia y Tecnología Forestal de la UPV, los tratamientos aplicados hasta el momento se basaban en la utilización de insecticidas, “muy efectivos, pero con un gran impacto tanto medioambiental como sobre la salud. Además, son por lo general tratamientos curativos, no preventivos, y lo que nos interesa es tratar de evitar precisamente la aparición de las termitas, los agentes biodegradadores de la madera que causan los daños más rigurosos” (Infinittonews, s.f.).

Los investigadores indican que en la actualidad para combatir los males en el sector maderero, solo se basan en los insecticidas que al parecer son efectivos y cumplen su propósito, pero no aun así para el medioambiente ni para la salud. Se enfatiza a la prevención de ciertas plagas que son desfavorables para la madera y que provocan daños irreparables.

### **Torrefactar la pared celular**

La termomodificación de la madera, que consiste en someterla a shocks térmicos en condiciones variables de presión atmosférica, permite torrefactar la pared celular. Esto conlleva que la madera dure mucho más y se hinche o merme mucho menos.

Las otras dos técnicas empleadas fueron la acetilación (impregnación con ácido acético de la pared celular) y la furfuralización (con ácido furfúrico).

(Infinittonews, s.f.). “Mediante la modificación de la pared celular conseguimos no solo que el material sea más durable frente a termitas y otros agentes xilófagos como los hongos de pudrición, sino también conseguimos que los productos de madera en construcción o mobiliario obtengan una mayor estabilidad dimensional”, destaca José Vicente Oliver.

Para analizar la efectividad de las técnicas propuestas, el equipo llevó a cabo diferentes bioensayos. En ellos, constataron cómo las técnicas que mejores resultados ofrecían eran la termomodificación y la acetilación.

#### Ilustración 16 Muestra de madera torrefactada



La aplicación de la tecnología en la madera es un requerimiento importante, a través de los productos y maquinarias para que puedan mantenerse durante el tiempo y garantizar el producto. Como resultado de este proceso, ya se ha desarrollado madera laminada encolada, mobiliario urbano con madera de haya y pavimentos de madera para zonas húmedas tratados con estas técnicas.

Este proceso tecnológico permitirá que la madera sea resistente a ciertos microorganismos que dañan la madera, formándose una capa protectora que ayude a

modificar la madera en ciertos modelos según las necesidades, procurando así los óptimos resultados.

### 1.10. Análisis FODA

#### Cuadro 13 Análisis FODA

#### Transformación y comercialización de la madera

<b>FODA</b> <b>SUBSECTOR DE LA TRANSFORMACIÓN Y</b> <b>COMERCIALIZACIÓN DE LA MADERA EN EL ECUADOR</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>Tableros de buena calidad y competitivos.</p> <p>Situación geográfica (Logística)</p> <p>Mano de obra barata (frente a lo internacional)</p> <p>Fuentes de materia prima para la industria de tableros.</p> <p>Diversidad</p>	<p>Falta de investigación y desarrollo</p> <p>Falta de materia primas propias (plantaciones)</p> <p>Pocas empresas Pymes tecnificadas</p> <p>Falta de desarrollo de Estrategias de marketing</p> <p>Productos sin sello verde</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>Necesidad del País de sectores que generen divisas</p> <p>Invertir en forestación asegurando la materia prima</p> <p>Aprovechar Fondos de Organismos Internacionales</p> <p>Apertura de nuevos mercados</p> <p>Fondo de Inversión Forestal</p>	<p>Industria extranjeras</p> <p>Importación de muebles de mala calidad</p> <p>Falta de políticas e incentivos de fomento para el sector</p> <p>Crecientes exigencias técnicas del mercado internacional</p> <p>Riesgo País</p>

Fuente: Transformación y comercialización de la madera  
Elaborado por: María Linzán

## CAPÍTULO II

### 2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

- **Observación:** se persigue deliberadamente ciertos rasgos existentes en el objeto a conocimientos sobre la realidad actual de la organización y desempeño de la Asociación.
- **Inductivo:** se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llevar a conclusiones y premisas generales que se pueden analizar a situaciones similares a la observada.
- **Deductivo:** se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general.
- **Análisis:** inicia con la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esta manera se establece la relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación.
- **Síntesis:** procede de lo simple a lo complejo, de causa a efecto, de la parte al todo de los principios a las consecuencias.

### 2.2. Diseño de la investigación

#### Diseño de la investigación

Según Roberto Hernández (2010), se refiere al plan o estrategia concebida para responder a las preguntas de investigación.

El diseño de investigación es un proceso sistemático que permite recopilar información necesaria a cerca del objeto en estudio, para ello se debe considerar los siguientes elementos:

#### Elementos del objeto de conocimiento

Se refiere al contenido del tema que se dispone a investigar, mediante una observación inicial y la recolección de fuentes de información, basándose en los factores primordiales que se utilizara en la investigación.

## **Elementos de apoyo metodológico**

Este elemento especifica el tipo de estudio, los métodos de investigación, técnicas de recolección de datos, instrumentos de la investigación, técnicas muy útiles para la creación del centro de fomento.

## **Modalidad de la investigación**

La modalidad de investigación percibe la viabilidad del proyecto para solucionar la necesidad o problema de un grupo de personas, organizaciones, empresas; estas se representan a través de planificaciones y planteamientos políticos, programas, procesos entre otros. La forma y el ejecución del proyecto, debe sustentarse en la investigación de tipo documental y de campo o que tengan dichas modalidades.

La realización de este proyecto, debe sugerir varias fases como: diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta, procedimientos metodológicos, actividades o recursos necesarios para su ejecución, análisis y conclusiones sobre la viabilidad y elaboración del proyecto, en caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta y evaluación tanto del procesos como de resultados.

## **2.3. Modalidad de la investigación**

### **2.3.1. Tipo de investigación**

**Descriptivos.-** El propósito de este tipo de estudio es identificar las características del problema de investigación, por tanto, es necesario llegar desde las técnicas de recolección de información tal como la observación, entrevistas y encuestas. Para este fin, también se utiliza información realizada por otros investigadores, de esta manera se puede obtener una evaluación del aspecto actual de los artesanos del mueble y la madera y su actividad.

**Exploratorios.-** Este estudio se basa en el conocimiento actual sobre la detección de los problemas que se han planteado en la investigación, el mismo que trata sobre la

inexistencia de la creación de un centro de fomento para la asociación de artesanos del mueble y la madera en la parroquia Atahualpa, con la finalidad de generar una mayor producción en su actividad y por ende lograr potencializar la competitividad en la Provincia de Santa Elena.

## **TIPOS DE ESTUDIOS**

**Exploratorio 1º Nivel:** Investigación que busca familiarizarse con el fenómeno, punto de partida para otras investigaciones con mayor nivel de profundidad.

**Descriptivo 2º Nivel:** Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables.

**Explicativo 3º Nivel:** orienta a la comprobación de hipótesis causales.

**Técnicas Secundarias:** Información escrita que ha sido recopilada y transcrita por persona que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento. Textos, revistas, documentos, prensa, otros.

**Primarias:** Información oral o escrita que es recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes de un suceso o acontecimiento. Observación, cuestionarios, sondeos, encuestas, entrevistas.

**Técnicas:** Para el tratamiento de la información.

**Técnicas estadísticas:** Información tabulada sometida a técnica matemática de tipo estadístico, el investigador debe especificar los parámetros de posición o de dispersión, que utilizarán es su tratamiento de la información obtenido a través de las fuentes.

**Presentación de la información:** Presentación escrita, semitabular, tabular (cuadros o tablas), gráficos

## **TIPO DE MUESTREO**

**Muestreo no probabilístico:** llamado también muestreo circunstancial. Se caracteriza porque a los elementos de la muestra no se les ha definido la probabilidad de ser incluidos en la misma. El error de muestra no se puede medir. Los principales tipos de muestra no probabilísticos son:

**Muestreo por conveniencia:** La selección de los elementos se deja a los investigadores y a quienes aplican el cuestionario. Estos seleccionan los elementos, dada la facilidad de acceso o la conveniencia.

**Muestreo por criterios:** Se relacionan los elementos de acuerdo con el criterio de quien determina la muestra y considera que son los más representativos de la población.

**Muestreo por cuotas:** Bastante utilizado en investigación de mercados, cuando se requiere tener conocimiento acerca de la opinión, que pueden tener aquellas personas que, por sus características, se definen como el segmento del mercado.

**Muestreo Probabilístico:** Los elementos se relacionan mediante la aplicación de procedimientos de azar. Cada elemento de la población tiene una probabilidad conocida de ser seleccionado. Sus resultados se utilizan para hacer referencias sobre los parámetros poblacionales.

**Muestreo aleatorio simple:** Es un tipo de muestreo bastante sencillo. Son de base para los otros tipos de muestreo probabilístico. Se utiliza en población que se caracterizan porque sus elementos presentan homogeneidad, especialmente en los que son de interés para la investigación.

### **Formas de Muestra**

**Muestreo aleatorio estratificado:** Cuando la población objeto de conocimiento y de investigación es heterogénea en sus características, se recomienda el uso de este tipo de muestreo. Los elementos se separan formando subgrupos, (estratos). Cada uno de esos presenta homogeneidad interna, pero son heterogéneos con referencia a otros estratos.

**Muestreo sistemático:** Los elementos se seleccionan de una población, formando como referencia criterios establecidos dentro de su intervalo uniforme con respecto al tiempo, al orden, al espacio y otro aspecto.

**Muestreo por conglomerado:** La población se divide en grupos o conglomerados. Posteriormente se determina una muestra aleatoria de cada conglomerado.

## **2.4. Métodos de la investigación**

(Méndez, 2008) El autor manifiesta que los métodos de investigación son medios para alcanzar un objetivo determinado, mediante la búsqueda de información y la recopilación de datos.

Para este proyecto se considera el método científico, ya que establecerá aspectos relevantes que influyen en la asociación, para mejorar los niveles de competitividad de los artesanos del mueble y la madera de la parroquia Atahualpa, para ello, es necesario utilizar varios enfoques tales como el método inductivo, deductivo, análisis-síntesis.



El método científico permitirá el desarrollo de varias etapas que se manifiestan de manera lógica durante la investigación, esto se aplica durante la observación, descripción y explicación. Este método también sugiere respuestas a los problemas y a la posibilidad planteada en el estudio.

## 2.5. Técnicas de investigación

Son herramientas que describe al problema dando respuesta en sus procedimientos de investigación, en este proceso también se consideran los métodos y técnicas, la diferencia entre estos radica en que los métodos son pasos que se deben cumplir con el estudio de investigación, y las técnicas son los medios que se aplican para la recolección de información. Para este proyecto de investigación, se utilizó información primaria y secundaria de manera confiable, en el cual se consideró las técnicas documentales y técnicas de campo.

**Técnica documental:** Esta técnica secundaria involucra la recolección de información acerca del tema en estudio, valiéndose de documentales acerca de la Asociación y factores que influyen en la situación actual de los artesanos del mueble y la madera.

**Técnica de Campo:** Sirve para obtener los datos de forma metódica y ordenada, ya que permite observar y analizar el objeto de estudio. Esta técnica permitió investigar de forma directa el problema actual de la Asociación de artesanos de la parroquia Atahualpa mediante las encuestas y entrevistas con la finalidad de obtener información acerca de la propuesta y potencializar el trabajo de investigación de una manera efectiva.

**Censo:** Se lo considera como una estadística descriptiva aplicada a una población total, mediante este instrumento de recopilación de información como la encuesta. Esta técnica se aplicó a todos los artesanos de la Asociación interprofesional de artesanos en la parroquia Atahualpa, la misma que asciende a un total de 78 socios dedicados a la actividad maderera.

## 2.6. Instrumentos de la investigación

La información obtenida a través de estos instrumentos de investigación fue precisa y confiable y permitió determinar varios criterios, exponer situaciones y sugerencias por parte de los artesanos de la Asociación interprofesional, brindando información selectiva y adecuada de la necesidad de los recursos para poder mejorar la actividad y ofrecer calidad y garantía en sus productos. Es necesario también analizar las oportunidades que se presenten en el medio comercial de donde se desarrollan sus actividades.

**Instrumentos en la técnica bibliográfica:** Se obtuvo información sobre la situación actual de los artesanos de la Asociación, para ello fue necesario adoptar criterios de libros, tesis de temas similares de investigación, leyes y códigos actualizados y que amparan legalmente con la creación del centro de fomento productivo.

**Instrumentos en la técnica de campo:** En esta actividad se utilizaron encuestas y entrevistas que manifiestan sobre las personas que se dedican a elaborar productos de madera, por tanto, se debe elaborar preguntas en base a hechos y aspectos relacionados con el tema en cuestión.

**El cuestionario:** Instrumento formado por una serie de preguntas que se contestan por escrito a fin de obtener la información necesaria para la realización de la investigación.

Está constituida por un conjunto de preguntas a través de las cuales el investigador procesa la información que pretende para el trabajo.

## 2.7. Población y muestra

Según Roberto Hernández, manifiesta que la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.

La población de la provincia de Santa Elena que ascienda a 308.693 habitantes. Está basada en datos estimados a partir del VII censo de población y VI de vivienda, realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en noviembre del 2010. Se ha considerado a las personas mayores de 18 años de edad de la provincia de Santa Elena, que corresponde a 170.146 habitantes, aproximadamente y que son aquellos que tienen capacidad de comprar o adquirir productos de madera.

**Cuadro 14 Población de la Provincia De Santa Elena**

**Mayores de 18 años**

<b>EDAD</b>	<b>GÉNERO</b>		<b>TOTAL</b>
	<b>HOMBRE</b>	<b>MUJER</b>	
Mayores de 18 años	86.550	83.596	170.146

Fuente: Censo de población y vivienda 2010, INEC - Ecuador

Elaborado por: María Linzán

La asociación interprofesional de artesanos Atahualpa se conformó en el año 1988 bajo el Acuerdo Ministerial N° 135, la asociación integrada por los maestros artesanos y operarios residentes en la parroquia local, años más tarde, por varios factores entre ellos la competitividad, se decide crear una nueva asociación donde se incorpora a otras agrupaciones: Asociación de escultores de Atahualpa, centro de artesanos red Atahualpa, Asociación interprofesional de artesanos El Tambo, Asociación de artesanos El Tambo y Asociación de artesanos de Prosperidad, todos estos gremios conforman lo que hoy es Asociación Interprofesionales de artesanos del mueble y la madera.

Este proyecto tiene como prioridad, buscar el beneficio de los artesanos dedicados específicamente a la actividad maderera, considerando su situación socioeconómica actual que es inestable, principalmente por no tener un centro en donde emprender sus actividades y mejorar su productividad entre los habitantes de la parroquia Atahualpa y artesanos de las comunidades aledañas.

## Muestra

Para el número de encuestas, se procedió con la población de la Asociación interprofesionales de Atahualpa que será tomada como muestra para conocer las necesidades y prioridades de los artesanos y una parte de la población de la provincia de Santa Elena para conocer gustos y preferencias de los consumidores.

Dado que el número de artesanos de la asociación es muy pequeño, se ha considerado evaluar a los 78 socios de la asociación.

**Cuadro 15 Grupo ocupacional de los talleres**

<b>Grupo ocupacional de los talleres</b>		
<b>Población</b>	<b>Nº</b>	<b>Porcentajes</b>
Maestros	45	58%
Oficiales	22	28%
Locadores	5	6%
Tapizadores	3	4%
Otros	3	4%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>

Fuente: Asociación de artesanos de la parroquia Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

## PARA LAS ENCUESTAS A CONSUMIDORES

Con la finalidad de seleccionar la muestra, se procede a realizar el método de muestreo probabilístico, el muestreo aleatorio simple. Esta aplicación de fórmulas da como resultado una muestra de 384 personas a quienes se aplicarán las encuestas.

## Fórmula de la Muestra

$$n = \frac{Z^2(p * q)}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2(0,50)(0,50)}{(0,05)^2}$$
$$n = \frac{3,8416(0,25)}{(0,0025)}$$
$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$
$$n = 384$$

Z=	Nivel de confianza	(1,96)
P=	Probabilidad	(50%)
E=	error de estimación	(5%)
n=	Tamaño de la muestra	(384)

A continuación la fórmula para la estratificación, para obtener el número de personas a encuestar en cada cantón.

$$f = \frac{n}{N}$$

$$f = \frac{384}{170.146}$$

$$f = 0,00225$$

**Cuadro 16 Muestra de la Provincia de Santa Elena**

<b>CANTONES</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>FRACCIÓN MUESTRAL</b>	<b>MUESTRA A ENCUESTAR</b>
<b>La Libertad</b>	50.724	(0,00225)	<b>114 personas</b>
<b>Salinas</b>	33.314	(0,00225)	<b>76 personas</b>
<b>Santa Elena</b>	86.108	(0,00225)	<b>194 personas</b>
<b>TOTAL</b>	<b>384 personas</b>		

Fuente: Censo de población y vivienda 2010, INEC - Ecuador  
 Elaborado por: María Linzán

## 2.9. Procedimientos de la investigación

En este procedimiento, se aplicó la técnica de la observación, obteniendo como resultados, la situación actual del trabajo que desempeñan los artesanos del mueble y la madera en la parroquia Atahualpa, ubicada en la provincia de Santa Elena, proporcionando atención principalmente a los problemas y conflictos que tienen los artesanos en las actividades que desarrollan.

Se establece la muestra en la demanda aplicada por el método descriptivo, con la finalidad de analizar e interpretar la naturaleza del fenómeno en estudio, en el cual, se escogió a una población mayores de 18 años en la provincia de Santa Elena, determinando el trabajo que desempeñan los artesanos.

### **Recolección y ordenamiento de la información**

Información materia prima para la investigación.

Dónde y cómo encontrar información de fuente secundaria: bibliográficas, iconográficas, fonográficas.

Cómo identificar quien tiene la información de la fuente primaria: observación, cuestionarios.

Cómo saber de cuántas personas se requiere información de fuente primaria (muestra).

Cómo obtener información de fuente primaria (cuestionario).

Tabulación, ordenamiento y procesamiento de la información.

Tabulación.

Ordenamiento.

Procesamiento.

Presentación de los resultados

Tablas y cuadros.

Histogramas de distribución de frecuencia.

Gráfico.

### **Análisis de los Resultados**

Identificación de variables

Verificación de preguntas de investigación

Verificación de objetivos

Verificación de hipótesis

### **Presentación de resultados**

Presentación del informe escrito y elaboración del informe de investigación.

Presentación del informe al auditorio.

### **Poseedor de Fuente Primaria**

**Investigación de Mercado:** El cliente que por sus características se ha definido como parte de un segmento de mercado.

**Diagnóstico de una empresa:** Directivos, empleados de niveles medios de administración, los operarios.

**Estudio de clima organizacional:** Todos los empleados de niveles medios administrativos, los operarios.

**Estudio socioeconómico:** personas de región determinada, como un pueblo, un municipio, un departamento o un país.

**Estudio de política económica:** dirigentes generales, empresarios, Funcionarios de gobiernos, ministerios.

**Estudio de salud:** Personas por género o grupo de edad que son potencialmente objeto a conocimiento.

**Estudio de política:** persona que por edad y género, participan en proceso de elección.

### **Identificar a las personas que poseen la información**

Género (hombre o mujer)

Edad

Actividad que desarrolla

Característica económica (ingresos)

Educación (niveles)



### **Cómo saber de cuantas personas se requiere información en fuentes primarias**

**Censo y muestreo:** Al aplicar técnicas de encuesta, sondeos, test, es necesario definir el número de personas de las cuales se espera obtener información. En este momento el investigador debe precisar si se hace un censo que incluye a toda la población o define una muestra de la misma.

Una muestra comprende el estudio de una parte de los elementos de una población, mientras que el censo consiste en estudiar todos los elementos de ésta.

## **CAPÍTULO III**

### **3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Las encuestas realizadas a los miembros de la Asociación Interprofesional de Artesanos del mueble y la madera en Atahualpa, tiene como objetivo principal, obtener información sobre la importancia de impulsar la comercialización de los artículos de los artículos que ofrece la Asociación.(VER ANEXOS)

Actualmente son 84 socios que permanecen activos, de los cuales, cinco viven y trabajan en Guayaquil por lo que se dificulta el acceso a ellos y por ende su valiosa información, y uno se negó a brindar información.

Los 78 socios activos de la Asociación, aportaron con importante información sobre las falencias que han detectado en la gestión administrativa de la misma, y ponen en consideración algunos aspectos relevantes para su mejor desenvolvimiento y por tanto a la productividad.

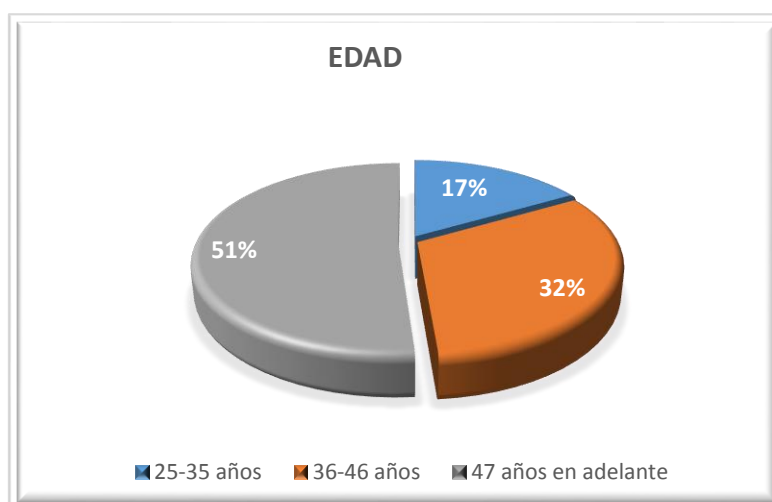
## ¿Cuál es su edad?

Tabla 1 Edad de los socios

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
25-35 años	13	16,67 %
36-46 años	25	32,05%
47 años en adelante	40	51,28%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Artesanos de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 1 Edad de los socios



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Entre los 78 socios encuestados, el 51% se encuentra en una edad de 47 años en adelante, es decir que la gran mayoría de los socios activos tienen aproximadamente esta edad, por lo consiguiente, es gente que tiene más experiencia en esta actividad y que ha trabajado de manera empírica durante su juventud. El 32% está entre los 36 a 46 años, es una cantidad de socios considerable entre los activos que continúa con la actividad. El 16% restante equivale a los socios de 25 a 35 años, son personas relativamente jóvenes que están adquiriendo nuevas técnicas en los procesos, por tanto tienen conocimientos más avanzados y más definitivos de la actividad.

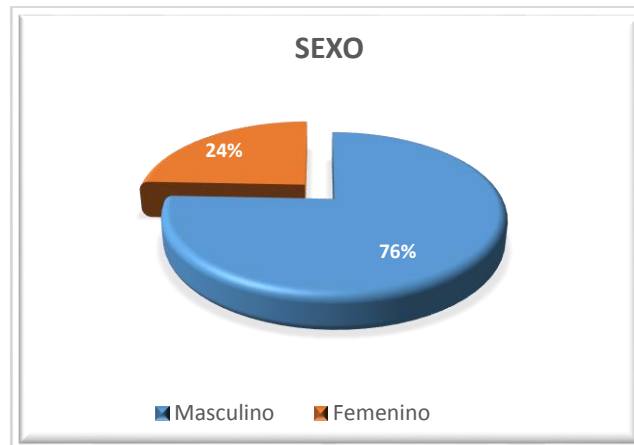
## Sexo

Tabla 2 Sexo

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	59	75,64%
Femenino	19	24,36%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 2 Sexo



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

De los 78 socios encuestados, el 76% pertenecen al sexo masculino, esto indica que la actividad maderera está precedida por los socios en su mayoría hombres, que se dedican directamente a la actividad, como ebanistas, laqueadores entre otros, que por tener conocimientos ancestrales y técnicas empíricas en donde se requieren de esfuerzo físico, por lo que las mujeres no podrían realizar con la misma habilidad los procesos productivos, entre otros. El 24% pertenece al sexo femenino, ellas aportan con ingenio y creatividad a la hora de diseñar y tallar los modelos, ya sea para la fabricación de juegos de salas, juego de dormitorios, esculturas, entre otros. Las mujeres también se encargan de los contactos para poder asistir a eventos y ferias.

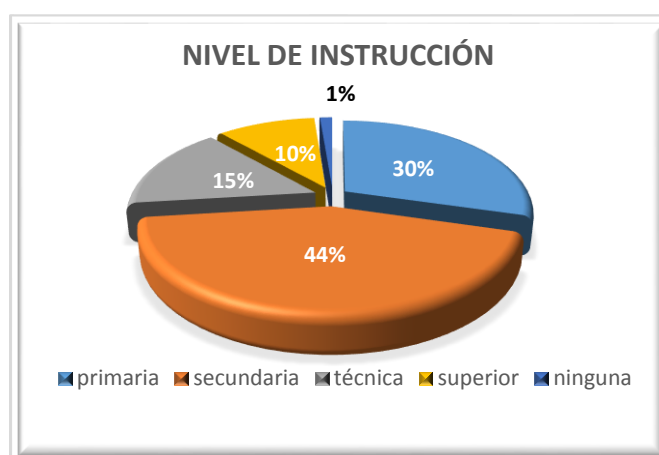
## Nivel de instrucción

Tabla 3 Nivel de Instrucción

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
primaria	23	29,49%
secundaria	34	43,59%
técnica	12	15,38%
superior	8	10,26%
ninguna	1	1,28%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 3 Nivel de Instrucción



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

El 44% de los socios entre los 78 activos, ha terminado la secundaria, la mayoría de los socios tienen conocimientos primordiales que son aplicados como técnicas para la fabricación de los productos madereros. El 30% de los encuestados, ha realizado la primaria, indiscutiblemente esta situación coloca a los socios más adultos, ya que el estudio no era una prioridad y a su vez, lo más importante era llevar el sustento diario a sus familias. El 15% de los socios tiene instrucción técnica, por tanto, existe un conocimiento enriquecido con los procesos productivos en la actividad maderera, mientras que el 10% de los socios tiene instrucción superior.

## Tiempo de pertenecer a la institución

Tabla 4 Tiempo de pertenecer a la Institución

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
1 a 10 años	54	69,23%
11 a 20	16	20,51%
21 en adelante	8	10,26%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100</b>

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa

Elaborado por: María Linzán

Gráfico 4 Tiempo de pertenecer a la Institución



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa

Elaborado por: María Linzán

Entre los 78 socios, el 69% de ellos, supieron manifestar que tienen de 1 a 10 años en la Institución; es decir que la mayoría son socios jóvenes que están dispuestos al cambio para mejorar los procesos, pudiendo esto suceder por las ofertas gubernamentales con la actividad maderera, ya que la parroquia Atahualpa es conocida como la capital del mueble. El 21% tiene de 11 a 20 años en la asociación, lo que indica que los socios tienen conocimientos fundamentales en cuanto a procesos y clientes potenciales. El 10% tiene 21 años, es un porcentaje considerablemente bajo, por lo que se refiere a los socios adultos que llevan años en la actividad y que han sabido mantener a través de sus esfuerzos, la estabilidad en el mercado.

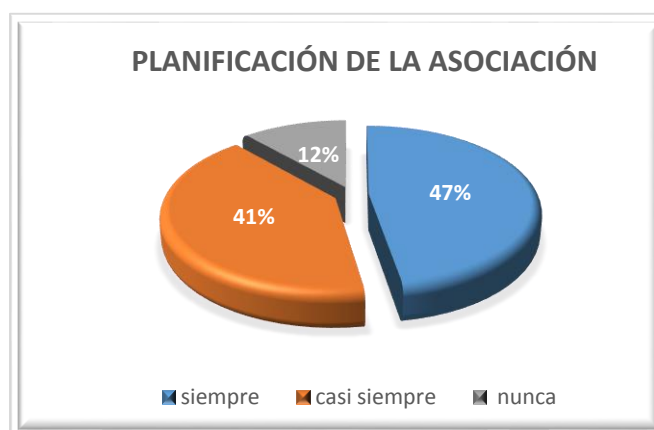
## ¿Conoce sobre la planificación que guía la acción de la Asociación?

Tabla 5 Planificación que guía la acción de la Asociación

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
siempre	37	47,44%
casi siempre	32	41,03%
nunca	9	11,54%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 5 Planificación de la Asociación



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Según el 47% de los socios, manifiestan que siempre están al tanto de la planificación que guía la acción de la Asociación, puesto que para ellos es muy importante la aplicación de nuevas técnicas, las gestiones administrativas y la producción productiva de la actividad maderera para tener beneficios en común, sobre todo cumplir con los objetivos institucionales. El 41% establece que casi siempre conoce la planificación; los socios muchas veces están dedicados a realizar otros deberes, por lo que carecen de participación con la planificación; mientras que el 12% de los socios indican que nunca han conocido sobre la planificación que guía la acción de la asociación debido a sus múltiples ocupaciones o simplemente porque esperan a que la mayoría de los socios tomen decisiones acertadas para el beneficio de la Asociación.

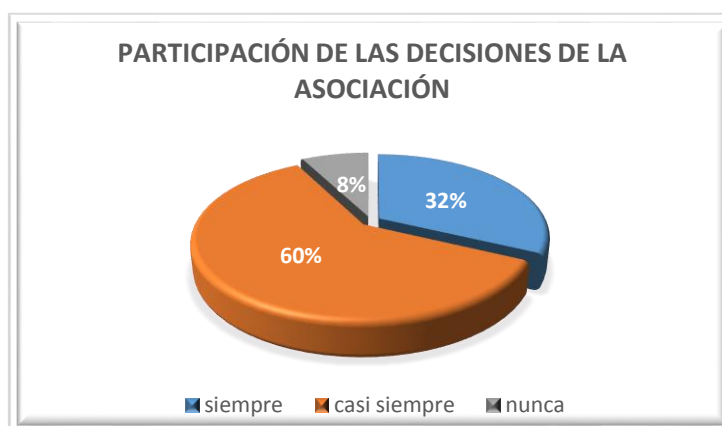
## ¿Con que frecuencia usted participa de las decisiones de la Asociación?

Tabla 6 Participación de las decisiones

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
siempre	25	32,05%
casi siempre	47	60,26%
nunca	6	7,69%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 6 Participación de las decisiones



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

El 60% de los socios afirma que casi siempre participan de las decisiones que debe tomar la Asociación, ya sea por las múltiples ocupaciones de los socios. Este porcentaje es considerablemente alto y puede existir algún problema interno al no tener una participación activa en las decisiones de la institución. El 32% de los socios indicaron que siempre participan en las decisiones de la Asociación, esto recae efectivamente en los socios con mayor experiencia ya que tienen conocimientos para tomar las decisiones más precisas para el bienestar de la Asociación. El 8% nunca, porque no asisten a las reuniones que se realizan periódicamente en la institución.



## ¿Cuál es el nivel de comunicación entre socios y directivos de la Asociación?

Tabla 7 Comunicación

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
alto	17	21,79%
medio	54	69,23%
bajo	7	8,97%
<b>Total</b>	78	100%

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 7 Comunicación



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Con respecto al nivel de comunicación entre socios y directivos de la asociación, el 69% de los encuestados opina que la situación se encuentra en término medio, es decir regularmente aceptable, esto se debe a que hay poca asistencia de los socios a la sesiones así como también hay discrepancia en ciertas decisiones. El 22% de los socios indican que la comunicación con los directivos es alto, es decir, que consideran a que es excelente la comunicación entre ellos, por lo general se trata de los socios que tienen experiencia y que trabajan directamente en la asociación, este grupo de personas apoyan con su aporte de ideas para la superación de la misma. El 9% contiene un nivel bajo de comunicación, debido a factores como trabajo, estudios, viaje, entre otros.

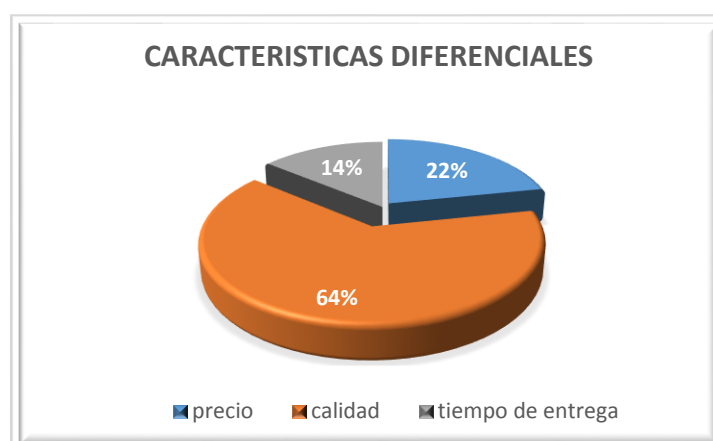
**De las siguientes características del mueble ¿cuáles considera que marcan la diferencia con la competencia?**

**Tabla 8 Características del mueble**

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
precio	17	21,79%
calidad	50	64,10%
tiempo de entrega	11	14,10%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

**Gráfico 8 Características del mueble**



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Con relación a las características de sus productos, el 64% de los socios, sugiere que para ellos lo que marca la diferencia contra la competencia es la calidad, este factor es relevante para ellos porque la gama de productos que ofrecen son garantizados. El 22% de los socios considera que el precio que brindan es mejor que el de la competencia, por ser más económicos. El 14% de los socios, supone que el tiempo de entrega de los artículos, es un elemento importante, porque consideran que el cliente tiene la razón y bajo este principio, tratan de satisfacer a la brevedad posible el producto terminado, adquiriendo así la fidelidad de la asociación.

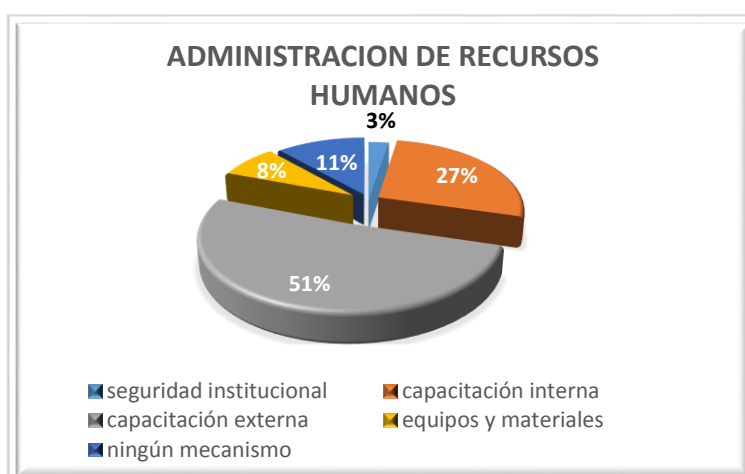
## ¿Qué considera la asociación respecto a la administración de los recursos humanos?

Tabla 9 Administración de los recursos

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
seguridad institucional	2	2,56%
capacitación interna	21	26,92%
capacitación externa	40	51,28%
equipos y materiales	6	7,69%
ningún mecanismo	9	11,54%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 9 Administración de los recursos



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

El 51% de los socios afirma que para la administración de los recursos humanos es necesaria una capacitación externa, puesto que es imprescindible obtener conocimientos actualizados para mejorar la gestión administrativa y el recurso humano de la institución. En tanto que el 27% asegura que la capacitación interna para mejorar los procesos y la calidad de los productos. El 11% que ningún mecanismo es necesario para mejorar la administración, esta decisión es cuestionado porque suponen que tienen la capacidad y el conocimiento. El 8%, confirma requerir equipos y materiales. El 3% de los socios opina que la seguridad institucional es importante, por tanto es imprescindible que exista cierto resguardo con el personal y los productos.

## ¿Cada departamento lleva un control de actividades?

Tabla 10 Control de Actividades

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
no	51	65,38%
si	27	34,62%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa

Elaborado por: María Linzán

Gráfico 10 Control de Actividades



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa

Elaborado por: María Linzán

Dentro del control de actividades por cada departamento, el 65% de los socios opina que no se lleva un control detallado de las actividades a realizarse, esto demuestra las falencias en que incurre la administración por la falta de recursos y de control en la Asociación. El 35% de los socios restantes considera que si existe un control de las actividades, esto se debe a que son los socios activos que participan directamente con la gestión administrativa y que se encarga de todos los procesos que existen en ella. Cabe destacar que son los mismos socios que se encargan de este control de cierto modo empírico de actividades departamentales.

## ¿La asociación busca los medios para dar a conocer los productos que ofrece?

Tabla 11 Conocimiento de productos

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	25	32,05%
casi siempre	45	57,69%
Nunca	8	10,26%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 11 Conocimiento de productos



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

De acuerdo a las personas encuestadas, el 58% concuerda en que casi siempre la Asociación busca dar a conocer los productos en que se desempeñan los socios, esta situación se da en las ferias del mueble para el mes de noviembre. Para los socios este evento es muy relevante porque sirve de apertura comercial para que los clientes conozcan los nuevos productos. Por otra parte, el 32% de los socios manifiestan que siempre se da a conocer los productos a través del patrocinio de la prefectura y del Mipro, entidades que cuentan con recursos para darle énfasis al programa. El 10% de los socios indica que nunca la Asociación da a conocer los productos, puesto que son los mismos socios que se encargan de darle publicidad a sus productos por sus propios medios.

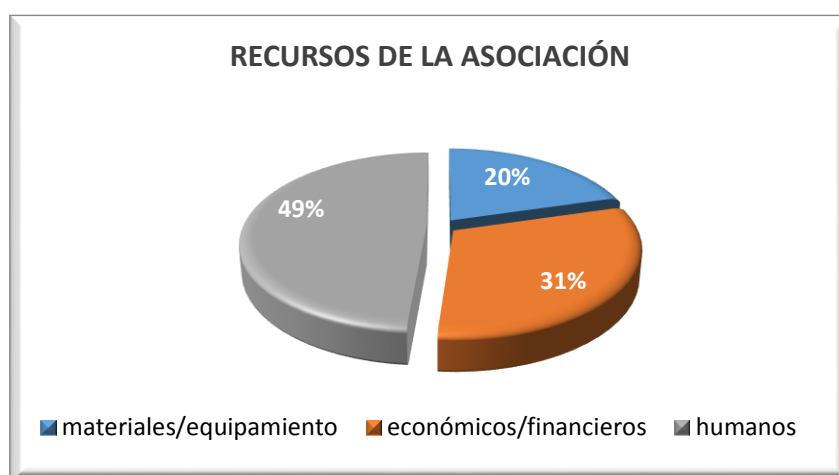
**Considerando prioridades ¿cuáles son los recursos con que cuenta la asociación para la producción de muebles?**

**Tabla 12 Recursos de la Asociación**

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
materiales/equipamiento	16	20,51%
económicos/financieros	24	30,77%
humanos	38	48,72%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

**Gráfico 12 Recursos de la Asociación**



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Según el 49% de los socios, identifica que el recurso humano es prioridad para la Asociación en la producción de muebles, ya que consideran importante el esfuerzo y la dedicación con que trabajan en cada artículo fabricado, mientras que el 31% indica que es muy importante el recurso económico y financiero, ya que a través de ello pueden obtener maquinaria sofisticada y tecnológica que facilite los procesos. El 20% de los socios establece que los materiales y el equipamiento son factores determinantes e importantes para la producción de muebles

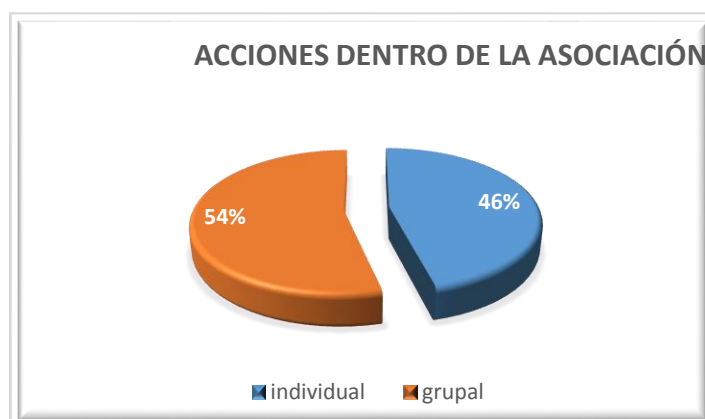
## ¿De qué manera se realizan actualmente las acciones dentro de la asociación?

Tabla 13 Acciones de la Asociación

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
individual	36	46,15%
grupal	42	53,85%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 13 Acciones de la Asociación



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

De los 78 socios encuestados, el 54% indica que las acciones dentro de la Asociación se realizan en forma grupal, es decir, según el nivel de complejidad de los productos, por lo general, en esta Asociación hay varios grupos que la conforman, y por ende, cada uno tiene su especialidad, como por ejemplo los fabricantes de muebles, dormitorios entre otros. El 46% de los socios revela que las acciones las realizan en forma individual, esta situación recae en los socios que se dedican a elaborar esculturas talladas en madera y que en su mayoría es bajo pedido. La dedicación a este tipo de trabajo, requiere de esfuerzo y tiempo tratándose de la forma y el acabado de la escultura.

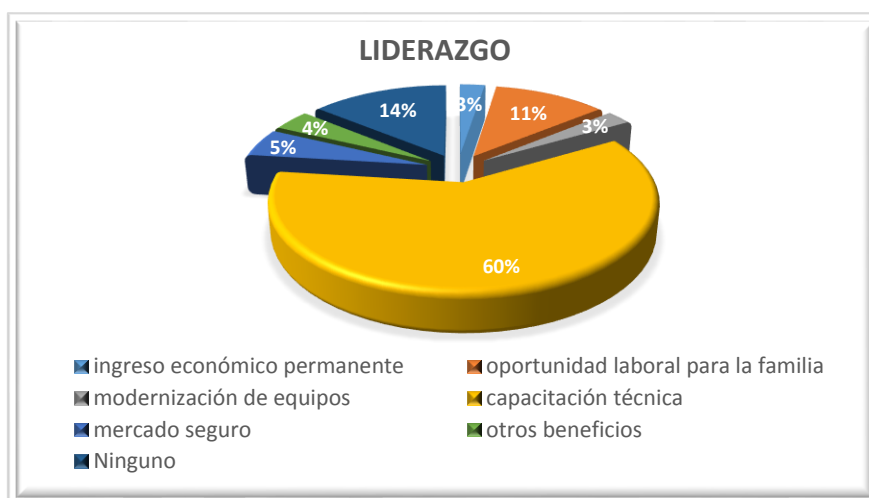
**¿Qué beneficios le brinda el liderazgo de los directivos de la asociación según las normas establecidas?**

Tabla 14 Liderazgo

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
ingreso económico permanente	2	2,56%
oportunidad laboral para la familia	9	11,54%
modernización de equipos	2	2,56%
capacitación técnica	47	60,26%
mercado seguro	4	5,13%
otros beneficios	3	3,85%
Ninguno	11	14,10%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100</b>

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 14 Liderazgo



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

El 60% de los socios considera que los beneficios que brinda el liderazgo de los directivos, es la capacitación técnica, para la posterior aplicación a los diferentes procesos que le dará la reconocimiento ante los demás. El 14% indican que no existe un liderazgo continuo por parte de los directivos. Para el 11% de los socios, el beneficio que se les brinda es el laboral, por los ingresos que le genera. El 15% restante de los socios confirman que entre los beneficios están el mercado seguro, ingreso económico permanente, modernización de equipos y otros beneficios.



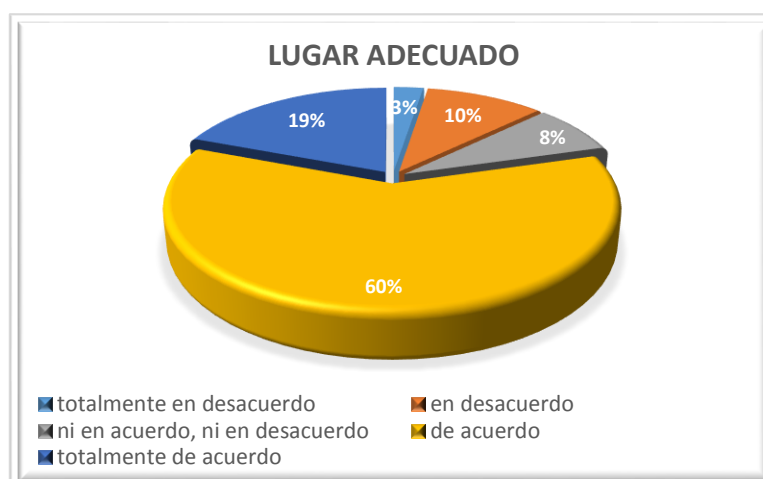
**¿Considera usted que es imprescindible trabajar en un lugar adecuado para realizar todas las actividades que le permita ahorrar tiempo y recurso?**

**Tabla 15 Lugar adecuado**

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
totalmente en desacuerdo	2	2,56%
en desacuerdo	8	10,26%
ni en acuerdo, ni en desacuerdo	6	7,69%
de acuerdo	47	60,26%
totalmente de acuerdo	15	19,23%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100</b>

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

**Gráfico 15 Lugar adecuado**



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

De los 78 encuestados, el 60% responde que están de acuerdo en cuanto a las ventajas de trabajar en un lugar adecuado, que tenga las instalaciones apropiadas para el desenvolvimiento de las actividades, entre tanto, el 19% de los socios afirma que está totalmente de acuerdo en que las actividades se las puede desempeñar eficazmente en un lugar que tenga amplias instalaciones y comodidad para el funcionamiento de sus labores. El 10% de los socios está en desacuerdo ya que no tienen conocimientos suficientes sobre las ventajas de trabajar en un lugar adecuado. El 11% indica que están totalmente en desacuerdo, así como también ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

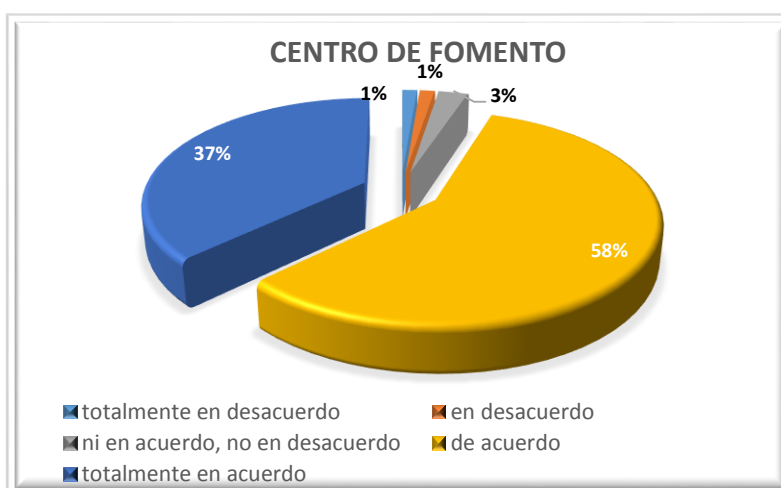
**¿Estaría de acuerdo que la asociación pueda implantar un centro de fomento que le permita trabajar de manera organizada, definiendo beneficios a corto y largo plazo?**

Tabla 16 Centro de Fomento

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
totalmente en desacuerdo	1	1,28%
en desacuerdo	1	1,28%
ni en acuerdo, no en desacuerdo	2	2,56%
de acuerdo	45	57,69%
totalmente en acuerdo	29	37,18%
<b>Total</b>	78	100

Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 16 Centro de Fomento



Fuente: Miembros de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

Entre los 78 socios encuestados, el 58% de ellos están de acuerdo que la Asociación pueda implantar junto con el apoyo gubernamental, un centro de Fomento que les permita desempeñarse de forma efectiva, trabajar de manera organizada, supervisada, responsable y cómoda, el 37% de los socios, está totalmente de acuerdo con este factor, ya que para ellos es indispensable contar con un lugar que reúna ciertas especificaciones y poder cumplir con sus funciones, mientras tanto el 5% restante de los socios no les da mucha importancia a las instalaciones, esta situación se debe a ciertos socios realizan sus labores en sus propios talleres.

## **Análisis de los resultados de las encuestas realizadas a los consumidores**

Los 384 habitantes de los principales cantones de la provincia de Santa Elena: las ciudades de La Libertad, Salinas y Santa Elena, ayudaron a obtener información importante para tener conocimiento sobre su opinión en cuanto al mercado local de muebles y demás productos elaborados con la madera. (VER ANEXOS)

El objetivo fundamental de esta encuesta a consumidores locales es determinar y procesar la información más relevante sobre la actividad maderera, relacionando conocimientos generales como las clases de madera que se utiliza en el proceso, las características físicas, gustos y preferencias de los productos, lugares de compra, sugerencias para un mejor desarrollo en la gestión, entre otros.

De esta información relevante, se puede estudiar estrategias y actividades que puedan aplicarse en un futuro para el mejor desempeño tanto del centro de fomento como de su producción.

Entre las preguntas sugeridas, existen varias alternativas donde el consumidor puede escoger varias opciones, esta información ayudará a comprender y determinar el nivel de la actividad maderera en la provincia y lo que se requiere para mejorar.

## ¿Cuál es su edad?

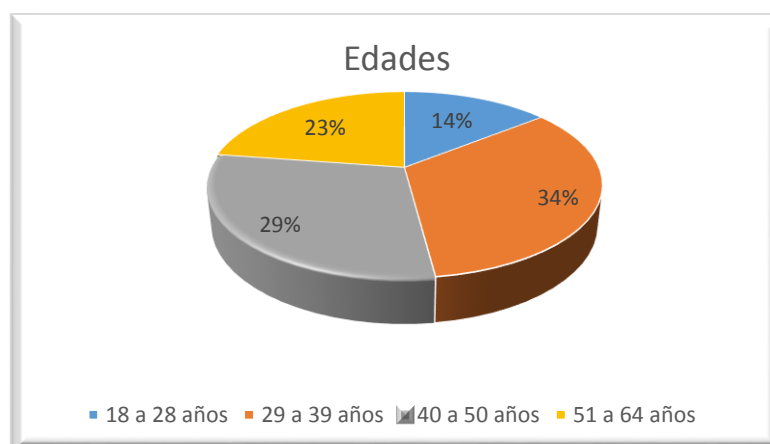
Tabla 17 Edades de los consumidores

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
18 a 28 años	55	14%
29 a 39 años	129	34%
40 a 50 años	113	29%
51 a 64 años	87	23%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante

Elaborado por: María Linzán

Gráfico 17 Edades de los consumidores



Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante

Elaborado por: María Linzán

Entre los 384 encuestados, se constató que el 14% de los habitantes de la provincia, tienen entre 18 y 28 años, personas relativamente jóvenes que pueden ayudar con información sobre sus gustos y preferencias. Mientras que el 34% tienen entre 29 a 39 años, esta categoría puede definir con mejor precisión lo que existe en la actualidad con respecto a los productos elaborados en madera. El 29% son las personas de 40 a 50 años, personas adultas que pueden colaborar con los aspectos más relevantes sobre las características de los productos y el 23% nos pueden dar referencia sobre la comodidad y confort.

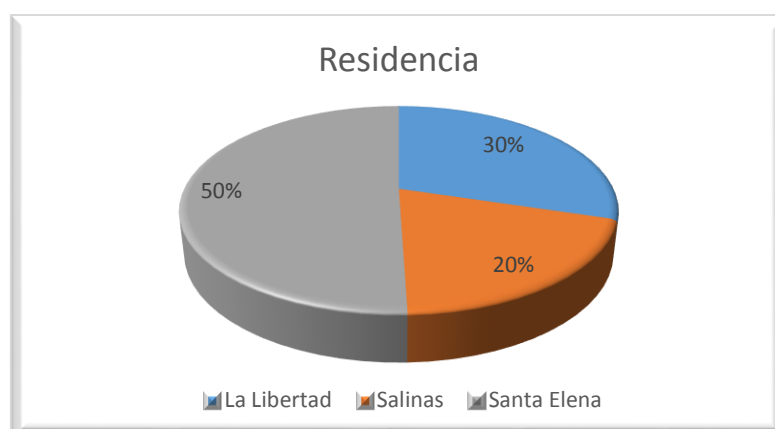
## ¿Cuál es la ciudad en donde usted reside actualmente?

Tabla 18 Lugar de residencia

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
La Libertad	114	30%
Salinas	76	20%
Santa Elena	194	50%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 18 Lugar de residencia



Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

El 30% de los encuestados, residen en el cantón de La Libertad, en este sector es donde se encuentra la mayor actividad económica en cuanto a la comercialización, por tanto, obtendremos información verídica. El 20% reside en la ciudad de Salinas, existe la ventaja de obtener datos de los turistas que vienen permanentemente a visitar el balneario. El 50% de los encuestados reside en la capital de la provincia. La información que nos brindarán estará relacionada con la producción maderera.

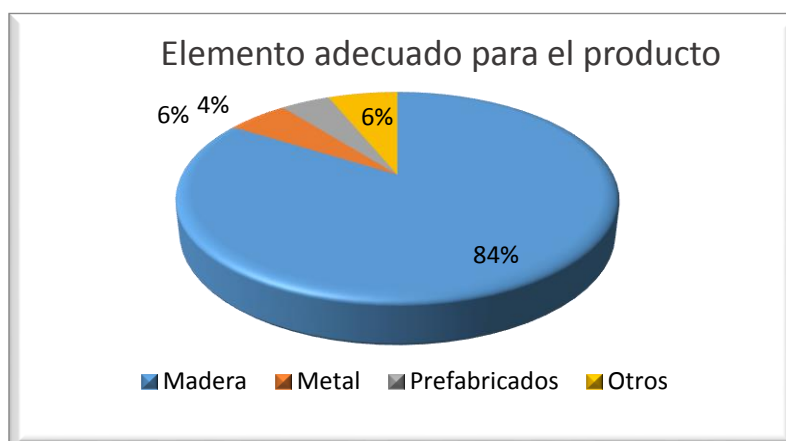
**¿Qué elemento considera que es el adecuado para darle un mejor acabado al producto que usted necesita?**

Tabla 19 Acabado del producto

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Madera	322	84%
Metal	21	5%
Prefabricados	17	4%
Otros	24	6%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 19 Acabado del producto



Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

El 84% de los consumidores alega que consideran a la madera como un elemento adecuado para la fabricación del producto, sumándose a ello la estructura del mismo que es resistente por tanto dura más tiempo. El 5% indica que metal, ya que le da un toque sofisticado y minimalista en cuanto al acabado del producto. Mientras que el 4% prefiere un acabado con materiales prefabricados ya que consideran que se puede combinar las texturas y colores. El 6% de los encuestados manifiestan que de otros materiales, generalmente a los que son construidos de forma natural, por ejemplo con la caña guadua.

**¿Usted considera que es conveniente y preferible adquirir productos fabricados en madera?**

Tabla 20 Madera

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante

Elaborado por: María Linzán

Gráfico 20 Madera



Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante

Elaborado por: María Linzán

El 100% de todos los encuestados, afirmaron que es necesario obtener productos fabricados en madera, la razón primordial para esta situación es porque son resistentes con el tiempo, tienen muy buen acabado y que se puede combinar con cualquier estilo, refiriéndose a cada cuarto de la vivienda, también precisan a que estos productos no son perjudiciales para la salud, a más del cuidado que implica tener que darle mantenimiento a los mismos; y que muchas veces cuando se daña alguna pieza, es fácil poder reemplazarlo con otra de madera y así no se echa a perder todo el producto.

**Reconociendo que en la provincia existe gran demanda de estos productos. ¿Usted cómo considera los productos hechos en madera?**

Tabla 21 Demanda de productos

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	57	15%
Muy bueno	75	20%
Bueno	171	45%
Regular	81	21%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 21 Demanda de productos



Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Según el 45% de los encuestados, considera que los productos hechos de madera son buenos, se puede apreciar que los consumidores tienen más inclinación de adquirir los productos por necesidad, el 21% manifestaron que son regulares, ya que los artículos no reúnen las características requeridas, mientras que el 15 y 20% los considera que excelente y muy bueno respectivamente. Lo que indica, la satisfacción de los productos basándose por los que constan en sus hogares.



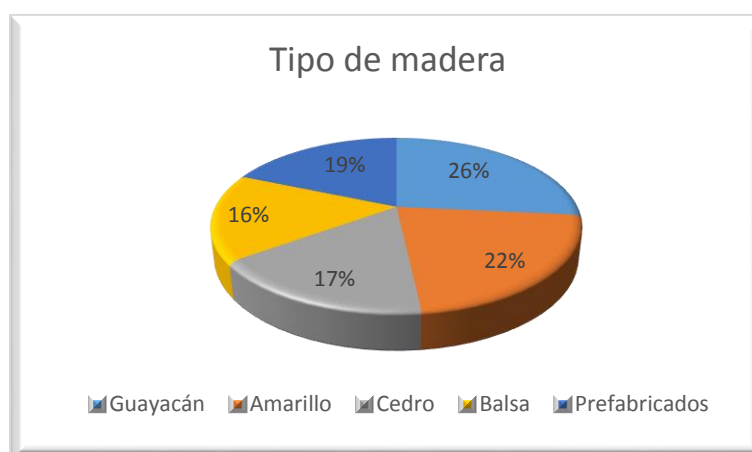
**A la hora de adquirir un producto, ¿Cuál es el tipo de madera que usted prefiere para su elaboración?**

Tabla 22 Elección de madera

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Guayacán	279	26%
Amarillo	229	22%
Cedro	177	17%
Balsa	172	16%
Prefabricados	196	19%
<b>TOTAL</b>	<b>1053</b>	<b>100</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 22 Elección de madera



Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

El 26% de los encuestados, sugiere que el guayacán es la madera predilecta para la elaboración de sus productos, esta madera es dura y resistente, no hay problemas con los microorganismos que suelen causar defectos en el producto. El 22% indicaron que la madera amarillo, por su color y por no ser tan pesada. El 17% y 16% prefieren el cedro y la balsa, y el 19% prefieren la elaboración de los productos con materiales prefabricados, por no ser muy pesados además del acabado elegante que le da a los artículos.

## Generalmente, ¿qué tipo de artículos elaborados en madera, usted adquiere?

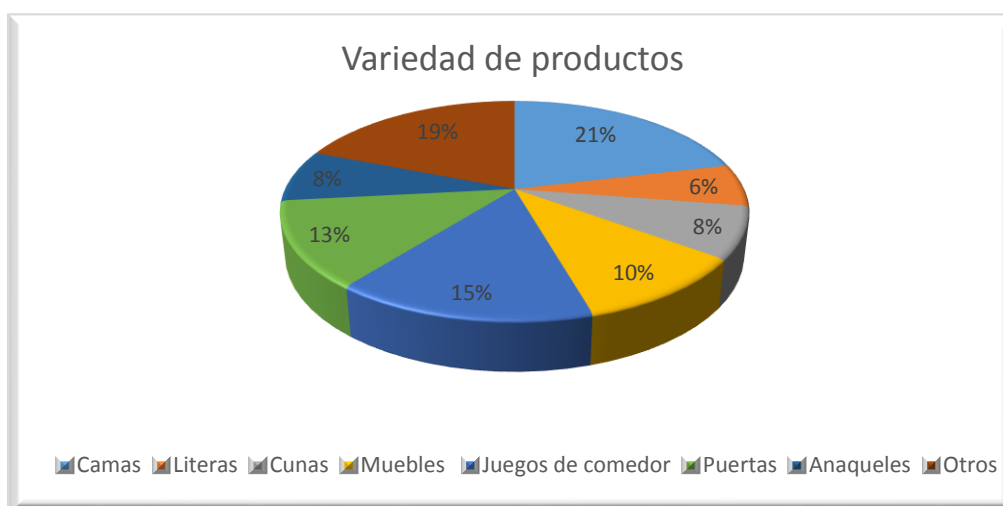
Tabla 23 Variedad de productos

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Camas	328	21%
Literas	96	6%
Cunas	117	8%
Muebles	162	10%
Juegos de comedor	234	15%
Puertas	195	13%
Anaqueles	118	8%
Otros	294	19%
<b>TOTAL</b>	<b>1544</b>	<b>100</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante

Elaborado por: María Linzán

Gráfico 23 Variedad de productos



Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante

Elaborado por: María Linzán

Muchos de los encuestados, escogieron más dos opciones dándole prioridad a los que ellos consideran necesarios para su vivienda. El 21% sugirió que su primera inclinación en cuanto a la compra son las camas y el 6% por las literas por constar de familia numerosa y el 8% por las cunas. El 15% consideran que el juego de comedor es lo que predomina en cuanto a la compra, es el segundo artículo que adquieren para su hogar. El 13% que las puertas son requeridas ya que es una característica de privacidad. En tanto, el 10% indicaron que los muebles, pues se prefiere la comodidad y sobre todo cuando hay espacio.

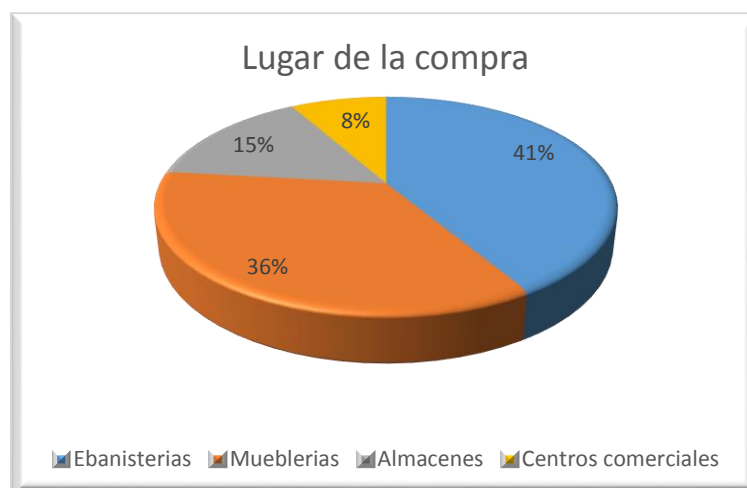
**¿Cuál es el establecimiento en dónde usted habitualmente adquiere el producto que desea?**

Tabla 24 Lugar de compra

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Ebanisterías	237	41%
Mueblerías	203	35%
Almacenes	86	15%
Centros comerciales	47	8%
<b>TOTAL</b>	<b>573</b>	<b>100</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 24 Lugar de compra



Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Según el 41% de los consumidores, prefieren adquirir sus productos en las ebanisterías, ya que generalmente son bajo pedido y pueden ir a constatar frecuentemente la evolución y el acabado del producto y también consideran que son productos de calidad. Mientras que el 35% prefiere comprarlos en las mueblerías, puesto que consideran que hay estilos modernos, exclusivos y sofisticados y además, también les permiten facilidades de pago. El 15% y 8% en almacenes y centros comerciales respectivamente, porque hay garantía en los productos y también están dispuestos a pagar el valor que se oferta.

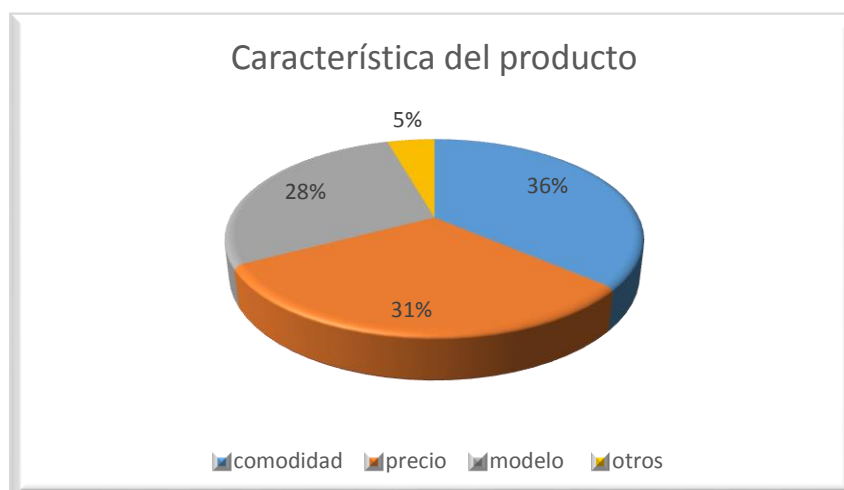
## ¿Cuál es la característica predominante para realizar la compra del producto?

Tabla 25 Característica del producto

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
comodidad	293	36%
precio	251	31%
modelo	228	28%
otros	36	4%
<b>TOTAL</b>	<b>808</b>	<b>100</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 25 Características del producto



Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Según el 36% de los consumidores, indicaron que prefieren la comodidad del artículo a la hora de realizar la compra, mientras que el 31% sugiere que el precio también es importante, ya que muchos están dispuestos a adquirir el producto pagando de contado, el 28% manifestaron que el modelo es la característica más importante para realizar la compra, pues ellos se inclinan por la elegancia que el producto pueda provocar en su hogar. El 4% indicaron que son otras características, alegando al tamaño del producto entre otros.

**¿Le gustaría poder recibir otras alternativas en cuanto al servicio del lugar donde usted realiza la compra?**

**Tabla 26 Alternativas de servicio**

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Publicidad general	309	30%
Ventas por catalogo	346	33%
Diseños modernos	357	34%
otros	28	3%
<b>TOTAL</b>	<b>1040</b>	<b>100</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

**Gráfico 26 Alternativas de servicio**



Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Un 34% de los consumidores les gustaría poder recibir un servicio adicional en el establecimiento de la compra, como nuevos diseños, existen personas que tienen mucho conocimiento sobre la vanguardia de los artículos y por ello sugieren que exista más variedad. El 33% sugiere que les gustaría obtener un catálogo para poder apreciar varias alternativas de productos y poder elegir el adecuado. Mientras tanto, el 30% indicaron que es conveniente realizar una publicidad general para que se los consumidores puedan acudir al sitio. El 3% cree que son otros servicios adicionales.

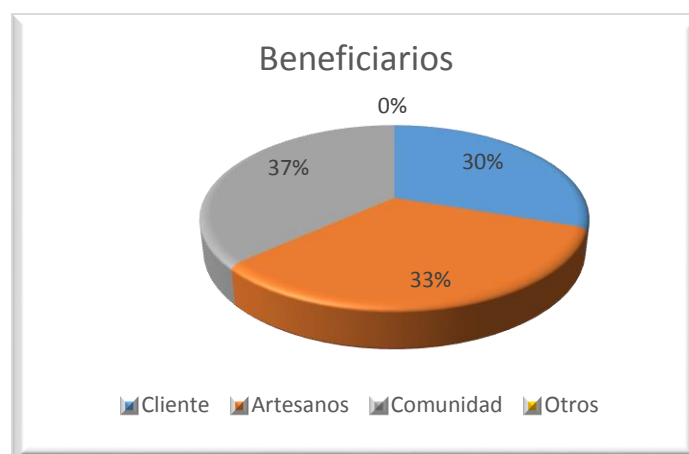
**¿Quiénes cree usted que, de existir un centro en donde se exhiba las variedades de productos elaborados con madera, se beneficiarían?**

Tabla 27 Beneficiarios

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Cliente	293	30%
Artesanos	323	33%
Comunidad	356	37%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>972</b>	<b>100</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Gráfico 27 Beneficiarios



Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante  
Elaborado por: María Linzán

Según el 37% de los encuestados, asegura que es la comunidad quienes se benefician con la creación de un centro donde consten todos los productos que se puedan exhibir y demostrar a los clientes, hay generación de economía para el desarrollo de la parroquia. El 33% de los consumidores indica que son los artesanos, ya que tienen las instalaciones e infraestructuras adecuadas para poder fabricar una gama de productos sin recurrir a intermediarios, con la finalidad de agilizar los procesos. Mientras que el 30% manifiesta que es el cliente quien tiene los beneficios ya que existirá un lugar donde acudir sin tener que viajar a otros lugares para el momento de la compra.

## 3.2. Conclusiones y Recomendaciones

### CONCLUSIONES

- Los socios que pertenecen a la Asociación tienen experiencia y saben que el negocio relacionado con los productos madereros es rentable. La mayoría de los socios, son los que tienen poco tiempo de pertenencia a la Asociación y están en busca de mejorar los procesos.
- La participación de los socios es esporádica sobre todo en las decisiones que toma la asociación. La decisión siempre va a recaer según lo que dictamine la mayoría de socios, esto puede traer problemas ya que se necesita la asistencia de todos los socios para que no exista inconformidad.
- La capacitación externa se considera como necesaria para la administración de los recursos humanos en la Asociación, dicha capacitación es un soporte para que los colaboradores puedan desenvolverse en su tarea, ampliar técnicas y responsabilidades. La capacitación sirve para la preparación de los puestos y el desarrollo de las funciones, de tal forma que alcancen los objetivos de la organización.
- Por ser una Asociación recientemente conformada como tal, se considera que no hay control sobre las actividades que se realizan dentro de ella. Este criterio deja mucho que desear puesto que existe cierto descuido administrativo y estancamiento de las gestiones.
- En una empresa, lo más importante es el recurso humano, ya que la habilidad y el esfuerzo a la hora de la producción, es un factor relevante, pero también lo es el recurso económico y financiero para poder adquirir las maquinarias necesarias y poder industrializar los procesos y abaratar recursos, de la misma manera que los materiales y el equipamiento, el trabajador necesita tener espacio comodidad para

poder laborar; sin estos elementos que son primordiales para la Asociación, es difícil que exista una armonía entre el colaborador y el proceso a realizarse.

- Por lo general, las acciones se las realiza en grupo, precisamente cuando se trata de la producción, de gestión administrativa y de otras situaciones complejas que no se puede decidir en forma individual. Cuando la acción es tomada en forma individual, es sobre todo cuando los socios que representan una minoría en su profesión y no pertenecen directamente a la directiva de la Asociación, pero no por tal motivo deja de ser relevante su opinión. Todas las acciones son tomadas en cuenta, puesto que se trata del beneficio de la Asociación

## **RECOMENDACIONES**

- La Asociación debe considerar el número de socios activos para delegar funciones en la institución, no es tarea fácil, pero se recomienda hacer una reingeniería en todos los puestos para tomar decisiones. También es necesario que existan capacitaciones para que tengan conocimientos avanzados sobre la vanguardia de la madera.
- En la Asociación debe existir una comitiva que impulse a las reuniones periódicas con carácter de urgencia. Estas reuniones deben servir también para incentivar la participación de los socios. Cada uno debe exponer sus inquietudes y necesidades para el bien del gremio, puesto que no se trata solamente de un grupo de colaboradores y de profesión. Para que la institución tenga estabilidad en el mercado, es necesario que los socios colaboren de forma responsable.
- La Asociación debe contar con un presupuesto para desarrollar actividades de capacitación, porque con ello demuestra la gran importancia que son sus colaboradores para la institución. Cabe destacar que tal capacitación llevará a que la organización mejore su rentabilidad, que los colaboradores tengan mejor



conocimiento y proyecten una actitud positiva, existirá apertura en cuanto a la relación entre directivos y colaboradores. La toma de decisiones será espontánea de acuerdo a las necesidades de la empresa.

- Para llevar a cabo el control de actividades en la Asociación, es necesario adoptar varias estrategias para su mejor funcionamiento. Entre estas acciones podría estar la elección de un buen administrador que se encargue de las siguientes funciones: Determinar medidas de control, procedimientos adecuados en la recolección de datos, interpretación y utilización de los resultados, de esta manera se comparan datos antiguos con los actuales y se establece los puntos de riesgo para darle mayor énfasis a la gestión.
  
- Es necesario que la Asociación junto al gobierno local y el Ministerio de la Productividad tengan un diálogo para afrontar la situación y tomar las decisiones correctas para poder participar activamente en el mercado. La difusión y promoción del producto son piezas clave para lograr el objetivo. En la actualidad existen muchos mecanismos para dar a conocer los productos, tal como la herramienta de internet, a través de las redes sociales donde se pueden publicar fotografías de los productos.
  
- Siempre será provechoso colaborar en equipo y que las acciones sean tomadas para causar un objetivo fructífero. Es de gran utilidad que en cada grupo exista un líder que los represente en la comunicación, se encargará de anticiparles a los colaboradores los pormenores que suscitan en la Asociación, otro se encargará de las ventas y de publicidad, tener contactos dentro de la Provincia y darle cabida a una participación activa, un líder que se dedique en la toma de decisiones a nivel de emergencia para las decisiones que deben ser tomadas en el momento a medida que sucedan los eventos, aun cuando en ella no se encuentre la directiva.

## **CAPÍTULO IV**

### **TEMA**

**Establecimiento de criterios para el desarrollo productivo del mueble y la madera en el proceso administrativo, mediante un estudio a los productores y clientes, a través del financiamiento del MIPRO. Creación de un Centro de Fomento Productivo para la asociación de Artesanos del mueble y la madera Atahualpa ubicada en el Cantón Santa Elena año 2013-2014**

La producción maderera en la provincia de Santa Elena, es una de las actividades más antiguas e importantes del sector, tanto para el que produce como el que compra. A nivel local, existen varios lugares en donde se elabora estos productos, como en la parroquia Atahualpa pero ninguno de estos lugares cuenta con una infraestructura adecuada para cumplir con el objetivo de fabricar y vender los productos en un mismo lugar.

Este estudio servirá para analizar los criterios que se susciten en el desarrollo de las actividades y las gestiones administrativas mediante la información obtenida a través de los productores y clientes con la finalidad de destacar su importancia y realizar los cambios que vaya acorde con las necesidades antes expuestas.

La adquisición de nuevos productos, para los clientes, ya sea por necesidad o por lujo, hace que los artesanos de la Asociación deban proyectarse a la creación de un centro productivo que este destinado a la producción y comercialización de los productos a ofertar.

La creación del centro de fomento productivo ayudara a producir de manera efectiva y eficaz mediante procesos, a la fabricación de los productos hechos en madera, a llevar una buena gestión administrativa y lo más importante a generar satisfacción a los clientes por medio de la venta de productos garantizados y de buena calidad.

## 1.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### 1.1.- SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación del mercado, tiene como propósito fundamental detectar la mayor demanda y niveles posibles, con la finalidad de identificar la forma en que se orienta la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

La segmentación del mercado permitirá dividir en varios sectores a los grupos de consumidores según el nivel de necesidad; con estos datos se puede determinar y clasificar la demanda y así conocer otras variables implicadas en este proceso, como podría ser:

- La cantidad actual de los consumidores.
- El lugar donde realizan habitualmente las compras.
- Un estimado de compras de muebles de maderas entre: juegos de sala, comedor y dormitorio.
- Periodicidad con que se realiza la compra.

Esta información determinará la forma de comercialización en la línea de muebles de madera y según los atributos que se ofrece, serán dados los costos de producción y por ende los precios de venta.

### 1.2.- DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

El estudio de esta investigación está direccionada a los habitantes de la población económicamente activa de la provincia de Santa Elena, mayores de 18 años, que perciban un ingreso atractivo y sobre todo que tengan la capacidad de compra para adquirir muebles de precio medio- alto. Se estima que más de la mitad de la PEA de Santa Elena tienen trabajo en sectores públicos y privados y tienen capacidad de adquirir los muebles que oferta el Centro de Fomento en la parroquia de Atahualpa.

### 1.3.- IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES META

Cuadro 17 Identificación de los clientes

<b>Geográfica</b>	
País	<b>Ecuador</b>
Zona	<b>Santa Elena</b>
<b>Demografía</b>	
Edad	<b>Personas entre 18 años a 65 años</b>
Genero	<b>Masculino y Femenino</b>
Ingresos	<b>Con poder adquisitivo</b>
Nacionalidad	<b>Ecuatoriana</b>

Fuente: PEA Santa Elena. Habitantes 18 años en adelante

Elaborado por: María Linzán

### 1.4.- FRECUENCIA DE USO/ COMPRA

El uso de los productos elaborados de madera depende de muchos factores como el estilo y la adecuación que éste tiene en cualquier cuarto del hogar. Según los estudios realizados, los consumidores prefieren entre las puertas, dormitorios y comedores ya que esto es lo más importante para ellos, puesto que denotan seguridad, descanso y comodidad, y aun cuando estos se deterioren, los consumidores están dispuestos a reemplazarlos.

La frecuencia de compra de los consumidores de la provincia de Santa Elena es cuando ha incurrido a la adquisición de varios productos por necesidad o remodelación dependiendo del diseño, en este caso, se hace referencia sobre las camas y comedores, porque a veces se ha hecho mal la compra, por no ser de un material resistente o simplemente porque los artículos han pasado de moda y porque se considera que una remodelación es lo necesario.

## 1.5.- PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda, se hace referencia sobre la serie histórica de la demanda interna y de las exportaciones de muebles de madera del Ecuador, que será proyectada anualmente a nivel nacional.

**Cuadro 18** Proyección de la demanda de muebles

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA DE MUEBLES En toneladas métricas</b>
2011	44.132
2012	46.785
2013	49.437
2014	52.090
2015	54.742
2016	57.395

Fuente: Proyecto de inversión para el cultivo de del árbol de Neem como materia prima destinado al sector industrial.

Elaborado por: María Linzán

Se considera que para la demanda tanto local como para el sector exportador, hay un incremento elevado en cuanto a la demanda de muebles, por lo que resulta totalmente satisfactorio para la industria maderera y para la economía del país, ya que de ser posible la generación de esta actividad, podrá existir disponibilidad de recursos tanto de materia prima como financiero para realizar las gestiones necesarias y lograr satisfacer la demanda global.

## 2.- ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta también está proyectada para el futuro, donde se obtendrá datos importantes a través de la serie histórica para obtener datos certeros y conocer el nivel de la oferta en el Ecuador.

**Cuadro 19 LA OFERTA FUTURA DE LA PRODUCCIÓN DE MUEBLES**

**(En toneladas Métricas)**

<b>AÑOS</b>	<b>PRODUCCION En toneladas métricas</b>
2011	33.602
2012	35.781
2013	37.960
2014	40.139
2015	42.318
2016	44.497

Fuente: Proyecto de inversión para el cultivo de del árbol de Neem como materia prima destinado al sector industrial.

Elaborado por: María Linzán

Como indica la tabla de la oferta estimada para el futuro, se puede apreciar los niveles de evolución en ascenso para la producción de artículos en madera, por lo que es necesario tomar medidas exactas para no caer en la importación de materiales para la fabricación de estos productos.

Varios reportajes de mueblistas manifiestan con respecto a los productos terminados que los muebles importados son una competencia desleal para el mercado nacional ya que muchos presentan productos suntuosos y por este motivo sus precios serán más elevados lo que denota que los muebles para el hogar ya no serían parte de una necesidad básica.

## 2.1.-IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES

Actualmente en la provincia de Santa Elena, existe mucha competencia sobre la demanda de productos madereros especialmente en La Libertad, donde está asentado un establecimiento denominado muebles Cuenca y también Credimuebles, locales que tienen buena acogida en el mercado local, sobre todo en las ferias que realizan y en sus formas de pago.

Para los productores de Cuenca, el mercado de Santa Elena ya es conocido, por lo que a más de brindar sus productos, también ofrecen opciones de pago, además de la publicidad y promoción previa que hacen de sus productos, esto es una ventaja en contra de los artesanos locales, por lo que ellos realizan sus cobros de contado ya que no cuentan con el asesoramiento ni los medios adecuados para realizar estas alternativas.

### 3.- DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha se relaciona con la demanda y la oferta proyectada en base a las tablas anteriores, restando ambos escenarios de los mismos años, se puede obtener la diferencia entre estos aspectos.

**Cuadro 20 DEMANDA INSATISFECHA DE MUEBLES EN GENERAL**

(EN TM)

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2011	44.132	33.602	10.530
2012	46.785	35.781	11.004
2013	49.437	37.960	11.477
2014	52.090	40.139	11.951
2015	54.742	42.318	12.424
2016	57.395	44.497	12.898

Fuente: Proyecto de inversión para el cultivo de del árbol de Neem como materia prima destinado al sector industrial.

Elaborado por: María Linzán

La demanda insatisfecha se debe a que los muebles producidos tienen precios muy altos, o por la escasez de materia prima y generalmente los consumidores compran otros materiales o simplemente no los compran debido a estos factores. Se estima que el déficit de los muebles en general crecerá hasta el año 2016 a 12.898 toneladas métricas, a una tasa anual promedio equivalente al 4,09%.

#### 4.- MARKETING MIX

La importancia en que radica el marketing mix, es obtener los mejores resultados con el menor recurso posible, basados en las estrategias y técnicas, los mismos que deberán determinar la frecuencia de cada actividad con la finalidad de aprovechar al máximo los recursos y adquirir un mayor beneficio.

La Asociación oferta a la comunidad en general, todo tipo de muebles entre clásicos y contemporáneos producidos en el centro de fomento. Los diseños varían desde la preferencia de los clientes hasta sus requerimientos, teniendo en cuenta sobre todo que la venta es directa con el consumidor final.

##### 4.1.- PRODUCTO

Los artesanos elaboran sus productos con materia prima como el Guayacán blanco y vetado, Bálsamo, Castaño, Amarillo, Cedro y con material prefabricado en MDF Y RH aunque las piezas tienen un buen acabado con estos materiales, se debe poner un cuidado muy especial, ya que el contacto con el agua, podría deteriorarlo. Bajo ésta condición, los productos elaborados con los materiales prefabricados tienen buena acogida.


La calidad del producto debe ser un referente de garantía, más allá de la utilización del artículo, en él deben constar propiedades y características propias como en el material, los colores, las medidas y detalles como en su forma y diseño.

La Asociación de artesanos del mueble y la madera, se orientará a la producción y comercialización de muebles de madera para el hogar (juego de sala, comedor y dormitorio), tomando en cuenta el estilo clásico lineal y vanguardista entre lo conservador y moderno, que será un factor diferenciador entre los demás.



Entre los muebles de dormitorio se encuentra la cama, que será diseñada de forma sencilla, sofisticada en boga pero a la vez cómoda con modelos y colores actualizados pero sobre todo ajustándose a las exigencias del consumidor. Los artículos que incluyen en el juego de dormitorio se encuentran un par de veladores.

Ilustración 17 Juego de Dormitorio

<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>		
Nombre del producto:	Cama	PRODUCTO
Tipo de madera:	Guayacán blanco	
Descripción:	Cama de 2 ½ plazas	
Accesorio:	2 veladores	
Costo a la venta sin colchón:	\$900	
Costo a la venta con colchón:	\$1250	

Fuente: Observación directa. Datos de la Asociación  
Elaborado por: Autor ANVS

Para los muebles de sala se los elaborara en su estructura con madera resistente, tapizado de microfibra al gusto del cliente o lo que esté a la vanguardia, este juego de sala contiene un sofá grande y entre dos o tres muebles personales, dependiendo de los requerimientos del cliente y un centro de mesa.

Ilustración 18 Juego de Sala

<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>		
Nombre del producto:	Juego de Sala estilo colonial	PRODUCTO
Tipo de madera:	Amarillo	
Nº de piezas	7	
Tipo de tapizado:	Microfibra	
Costo de producción:	\$450	
Costo de mano de obra:	\$350	
Utilidad:	\$400	
Costo a la venta:	\$1.200	

Fuente: Observación directa. Datos de la Asociación  
Elaborado por: Autor ANVS

Los juegos de comedor son modelos exclusivos que combinan con las formas en cuanto al tallado de los juegos de salas, los tableros son de la misma madera y color, al igual que el tapizado. El juego de comedor puede o no incluir un anaquel, esto va según los requerimientos del cliente.

Ilustración 19 Juego de Comedor

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO		
Nombre del producto:	Juego de comedor	PRODUCTO
Tipo de madera:	Amarillo	
Nº de piezas	7 ( 1 mesa, 6 sillas)	
Tipo de tapizado:	Microfibra	
Costo de producción:	\$400	
Costo de mano de obra:	\$250	
Utilidad:	\$200	
Costo a la venta:	\$850	

Fuente: Observación directa. Datos de la Asociación  
Elaborado por: Autor ANVS

Los estilos antes mencionado, reflejan la preferencia de los consumidores, ya que se trata de modelos que destacan elegancia y comodidad, generalmente aquellos artículos que son elaborados de forma artesanal y artística son los que tienen mayor valor agregado, siguen en boga y por ende tienden a tener un costo superior.

#### 4.2.- PRECIO

El precio del producto está constituido por la mano de obra, el tiempo, costos de fabricación, de comercialización y el porcentaje que se desea ganar por artículo, por lo general también va relacionado con el precio del mercado.

Los precios que manejará la Asociación van de acuerdo con los costos que se incurrieron en la elaboración de cada uno de los productos. También se basará a la percepción del consumidor en cuanto a la calidad y la publicidad que se le haya dado al producto, generando un grado de satisfacción.

#### 4.2.1.- ESTRATEGIAS DE PRECIOS

##### **Estrategia de precios iguales a los de la competencia**

Es utilizada cuando la Asociación se encuentre en una situación débil o cuando no tiene un producto diferenciador entre la competencia.

##### **Estrategias de precios rápidos**

Las empresas posicionadas con experiencia que tienen un mercado saciado con posibilidad de atraer a nuevos clientes.

##### **Estrategia de precios altos**

Es utilizada cuando un artículo nuevo tiene facilidad de imitación y diferenciación de marca y no hay sensibilidad al precio. La ventaja radica en que al tener un precio alto, podrá cubrir costos y gastos de fabricación, aun cuando las ventas sean bajas.

##### **Estrategia de precio igual a calidad**

El precio y la calidad están directamente relacionados.

##### **Estrategia de sobreprecio**

Cuando el mercado no puede estimar la calidad del producto, entonces el único factor de hacerlo es mediante el precio.

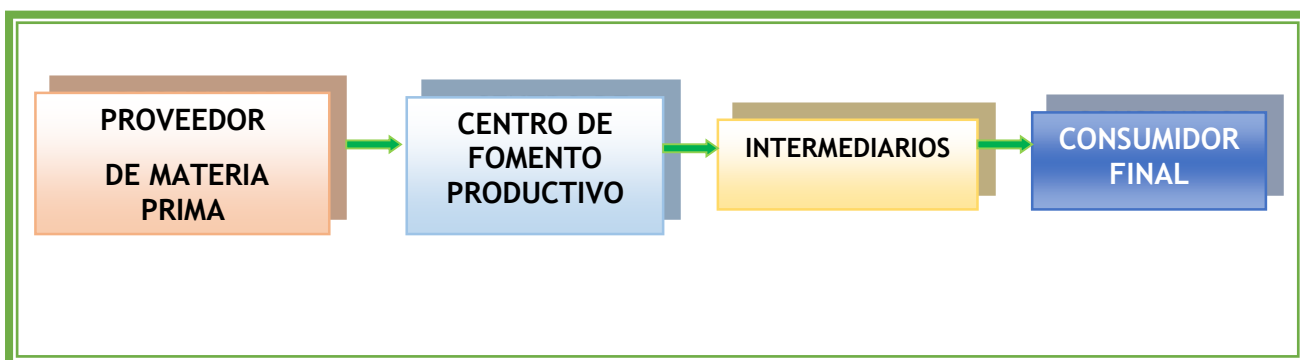
La Asociación de artesanos del mueble y la madera, aplicará como estrategia de precios, las siguientes estrategias:

- De precio igual a calidad
- De precios altos

#### 4.3.- ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

La estrategia de distribución esta enlazado entre el productor y el consumidor final, sea por medio de canales directos o indirectos – intermediarios. La situación recae en la cercanía entre el fabricante y el consumidor en el lugar y el momento adecuado.

Ilustración 20 CANAL A

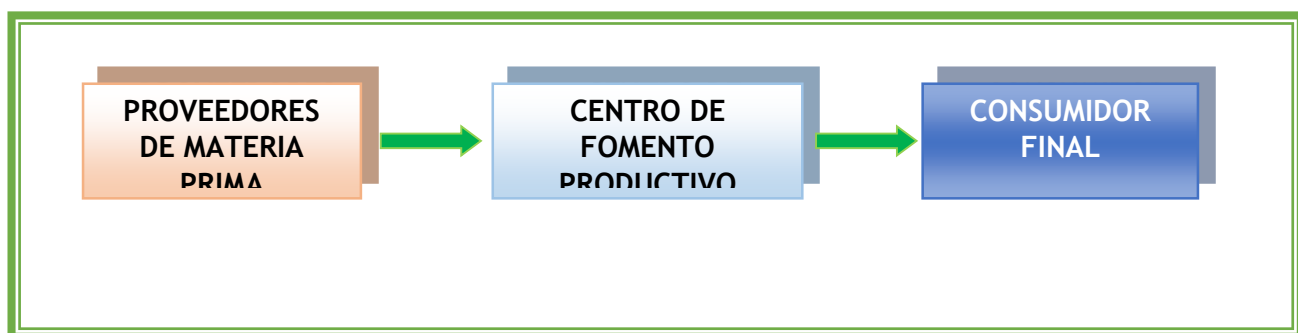


Fuente: Socios de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

##### 4.3.1.- IDENTIFICACIÓN DEL CANAL ÓPTIMO.

Dentro del mercado principal en Santa Elena, se ha fijado dos posibles escenarios como canales óptimos de distribución, ya que la demanda es general y hay que abastecer a la población, se desea que el producto llegue a su lugar de destino. El que se ajusta más a los requerimientos específicos del centro de fomento productivo es el escenario del canal B.

Ilustración 21 CANAL B (ÓPTIMO)



Fuente: Socios de la Asociación Interprofesional de Atahualpa  
Elaborado por: María Linzán

#### 4.4.- PROMOCIÓN

La promoción en que se basan los artesanos de la Asociación de Atahualpa está determinada por la publicidad, promoción, relaciones públicas, ventas y marketing directo.

##### 4.4.1.-PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN

Cuadro 21 Actividades de gastos de Marketing

Actividad	Año		Año		Año	
	Cantidad	Total	Cantidad	Total	Cantidad	Total
<b>Pancarta 3x3</b>	1	108			1	110,916
<b>Tarjetas de Presentación</b>	2000	300	2000	308,1	2000	316,4187
<b>Dípticos</b>	1000	250	1000	256,75	1000	263,68225
<b>Trípticos</b>	1000	300	1000	308,1	1000	316,4187
<b>Anuncio radial en Amor FM</b>	1	130	1	133,51	1	137,11477
<b>Camisas</b>	40	300	40	308,1	40	316,4187
<b>Anuncio televisivo</b>	1	300	1	308,1	1	316,4187
<b>Facebook</b>	1	0	1	0	1	0
<b>Anuncio en revista</b>	1	200	1	205,4	1	210,9458

Fuente: Plan de marketing para la AIAA, Parroquia Atahualpa  
Elaborado por: Autor ANVS

***Para la publicidad:***

**Se propone:**

Un anuncio televisivo en el mes de septiembre a 15 días antes de la feria que se realiza en la comunidad de Atahualpa.

**Detalle:** Espacio mínimo de 30 segundos en el Canal Brisa Tv.

Anuncio publicitario radial en la principal estación en la que se tiene mayor audiencia en la provincia de Santa Elena.

**Detalle:** Espacio radial en Amor FM de lunes a viernes en el horario de noticias, tres anuncios por 15 días.

Una valla publicitaria

**Detalle:** Ubicada en la entrada de la comuna de Atahualpa vía de Guayaquil – Salinas, que señale donde está la comunidad y donde se encuentra el producto de aproximadamente 3 x 3 metros.

***En internet: La web en redes sociales Facebook.***

**Detalle:** Creación del anuncio donde los socios se vuelvan los administradores y estos puedan cargar imágenes a la página y a su vez poder hacer negociaciones.

***Promoción de Ventas***

- Descuentos y promociones especiales.
- Publicidad cooperativa.

## ***Relaciones Públicas***

Se efectuarán de forma que la Asociación se refleje como una organización positiva con el medio ambiente.

### **Artículos de periódicos.**

Se realizara un publrreportaje en el diario súper solicitando que se motive al público para que visite la feria del mueble y la madera, que se desarrolla en el mes de octubre, donde se muestren los productos que se venden en la comunidad, de esta manera se busca que los lectores conozcan de calidad y detalle que tienen los muebles de la Asociación interprofesional de artesanos de Atahualpa, este publrreportaje se debe realizar unos 5 días antes que se de la feria, con la finalidad de que las personas se enteren de su desarrollo junto que los incentivos promocionales para motivar la compra.

### **Informe interno.**

Este informe se debe encargar el presidente de la asociación donde se detalla el éxito que se está teniendo con las herramientas empleadas y cuáles son los aspectos que se debe mejorar para el buen funcionamiento de los procesos, se pretende con esto motivar a el trabajo conjunto por parte de cada uno de los miembros y lograr que el resto de los artesanos miembros se vinculen más con la asociación.

### **Feria:**

Se tomara en cuenta todos las sugerencias para el puesta en marcha de la feria y se debe tener todo programado con anticipación de un mes.

La feria es en el mes de octubre y los miembros de la asociación deben mostrar sus mejores productos a la comunidad local, nacional y extranjera.

#### 4.5.- ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Para determinar la competitividad del sector maderero, se precisa de un análisis sobre los factores que intervienen en el mercado, con el objetivo de conocer sobre la actualidad del sector y proyectar propuestas que fortalezcan al desarrollo de esta actividad en la asociación.

Las estrategias competitivas permitirán al centro de fomento productivo ser la pionera en el mercado local, con maquinaria y equipos de alta tecnología para los diferentes productos, a su vez ser competitivos antes los talleres que desempeñan la misma actividad.

- Estudiar al mercado y su ritmo dinámico para aplicar nuevas estrategias y generar más productividad y ser los mejores en la competencial.
- Producir y vender productos de calidad que marque la diferencia con los demás, proponer atención en los hogares de la comunidad y personalidad con la finalidad de captar nuevos clientes.
- Tener liderazgo en la producción y costos del centro, que permita tener una ventaja competitiva en el mercado sobre los costos de producción, para ofrecer mejores y menores precios pero siempre con calidad.
- Proponer y ofertar productos diferentes de excelente calidad, con características únicas y representativas, superando a la oferta de la competencia y que los clientes queden satisfechos por los productos del centro de fomento.



- Marcar un elevado grado concentración en la organización en el nicho de mercado, con exclusividad para satisfacción y beneficio de los clientes, mejorando considerablemente ante la competencia.

## 5.-ESTUDIO TECNICO

### 5.1.-INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Cuadro 22 Infraestructura de la empresa

<b>DETALLE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
Obtención del terreno en comodato	\$ 280.000,00
Diseño arquitectónico	\$ 20.000,00
<b>CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO</b>	<b>\$ 500.000,00</b>
Obras complementarias	\$ 50.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 850.000,00</b>

Fuente: Plan de marketing para la AIAA, Parroquia Atahualpa

Elaborado por: María Linzán

### 5.2.-CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada para este proyecto está establecida mediante el estudio de varios componentes como son:

- Demanda
- Disponibilidad de materia prima
- Disponibilidad de maquinaria
- Financiamiento

Los productos que ofrece la Asociación son de excelente calidad, creativos e innovadores y sobre todo útiles para los clientes, esta diferenciación hará que exista un componente en la ventaja estratégica con respecto a los demás productos del mercado.

Las maquinarias, equipos y mano de obra junto a la tecnología, son necesarias para la producción de los productos que ofrece la asociación, sin embargo, existe disponibilidad de los recursos de materia prima y de no ser así se considera también la combinación de otros materiales así como el MDF entre otros.

La capacidad instalada no solo estará basada en la demanda del mercado sino que contará con la disponibilidad de la materia prima, maquinaria y todos los recursos que se requiera en determinado tiempo, así como también la ventaja de introducir productos nuevos que pueda satisfacer las necesidades de los nuevos y actuales clientes.

El financiamiento tanto para la infraestructura del centro productivo como las maquinarias y equipos, será con capital del Ministerio de Industrias y Productividad Mipro, a través de la coordinación del Centro de Emprendimiento extensión UPSE.

En la asociación, la capacidad instalada de la planta da lugar a la producción de 192 unidades de productos al año.

#### 5.4.-UBICACIÓN DEL PROYECTO

La asociación ha determinado que para iniciar las operaciones, producirá en las instalaciones físicas que será financiada por medio del MIPRO y de la Prefectura de la provincia de Santa Elena, la misma que estará ubicada en la parroquia de Atahualpa, provincia de Santa Elena.

## Ilustración 22 Ubicación del Proyecto



Fuente: Google earth, mapa físico de Santa Elena-Atahualpa, 2013.  
Elaborado por: María Linzán.

## 5.5.-DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS

### 5.5.1.-DIAGRAMA DE FLUJO DE LOS PROCESOS

La Asociación empleará un modelo de proceso según la eventualidad que acontece en las actividades diarias dentro de la organización. Entre las que se generan están, los procesos de documentación, compra de materiales para la fabricación y la venta de los productos de madera. La simbología asignada de los siguientes términos utilizados en el proceso, están determinado de la siguiente manera:

Figura 2 Simbología del proceso





Símbolo	Significado
	Operaciones o actividades
	Verificaciones
	Transporte
	Almacenaje

Figura 3 Proceso de la Documentación

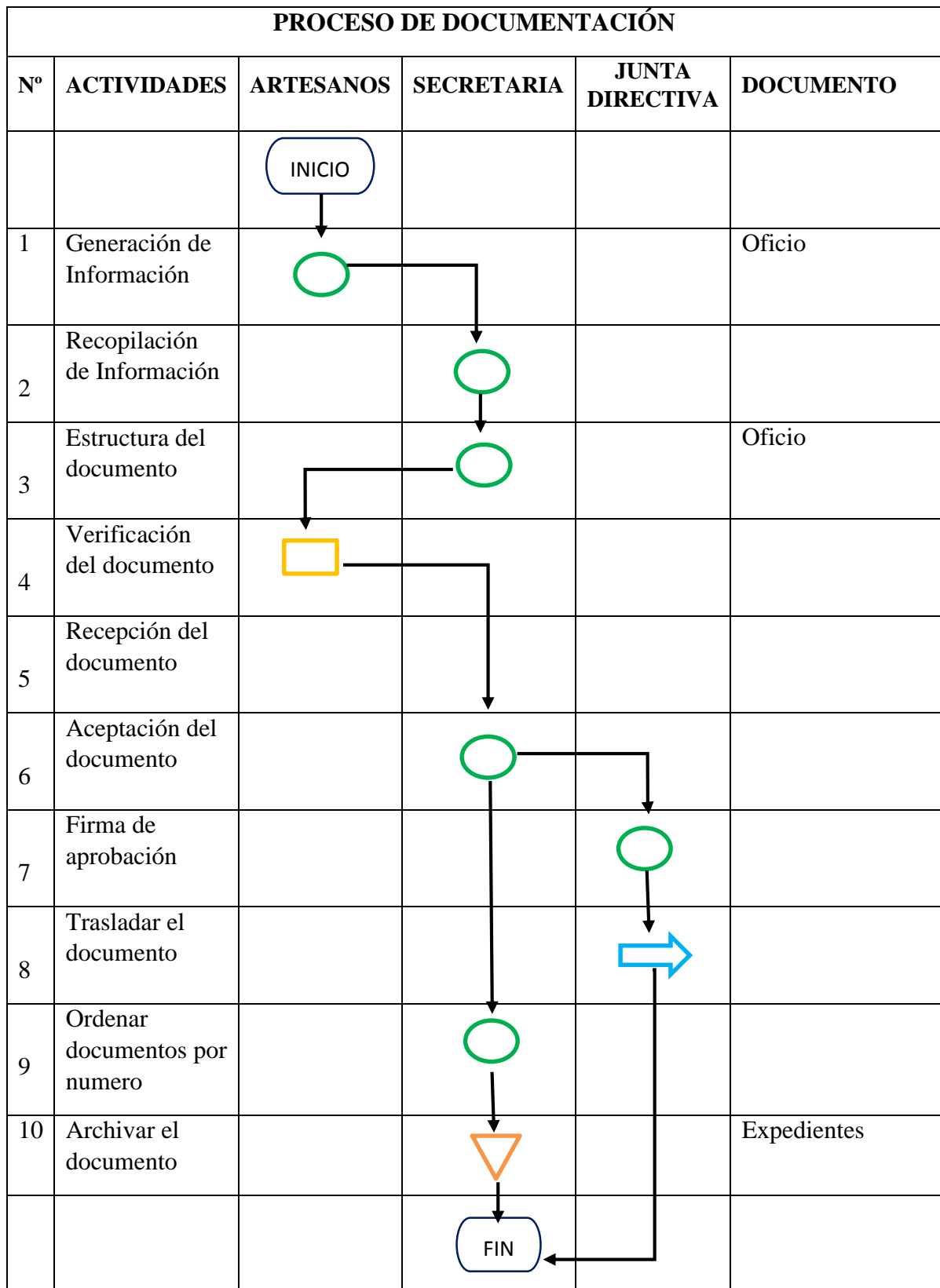


Figura 4 Procesos de adquisición de materiales

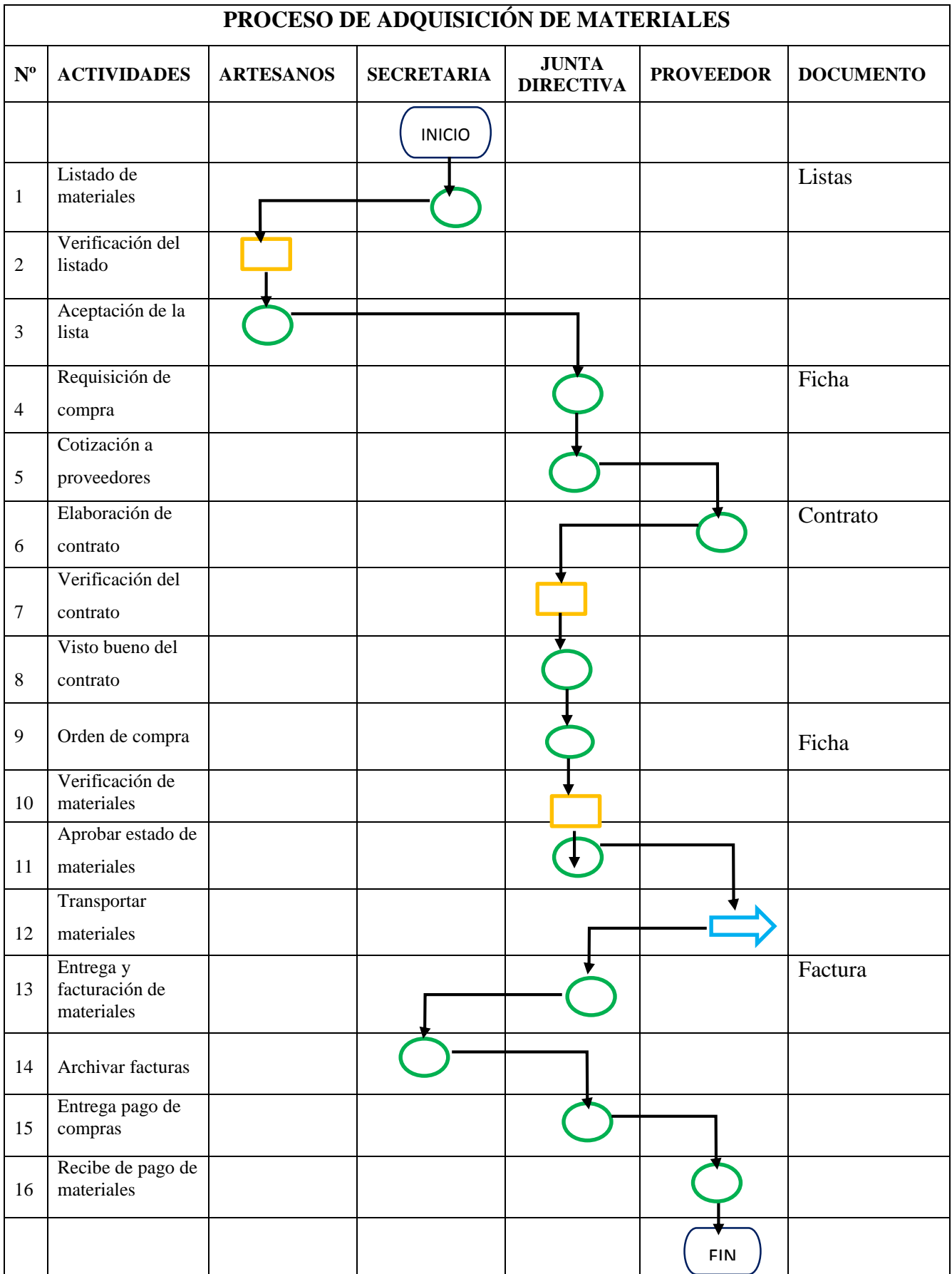
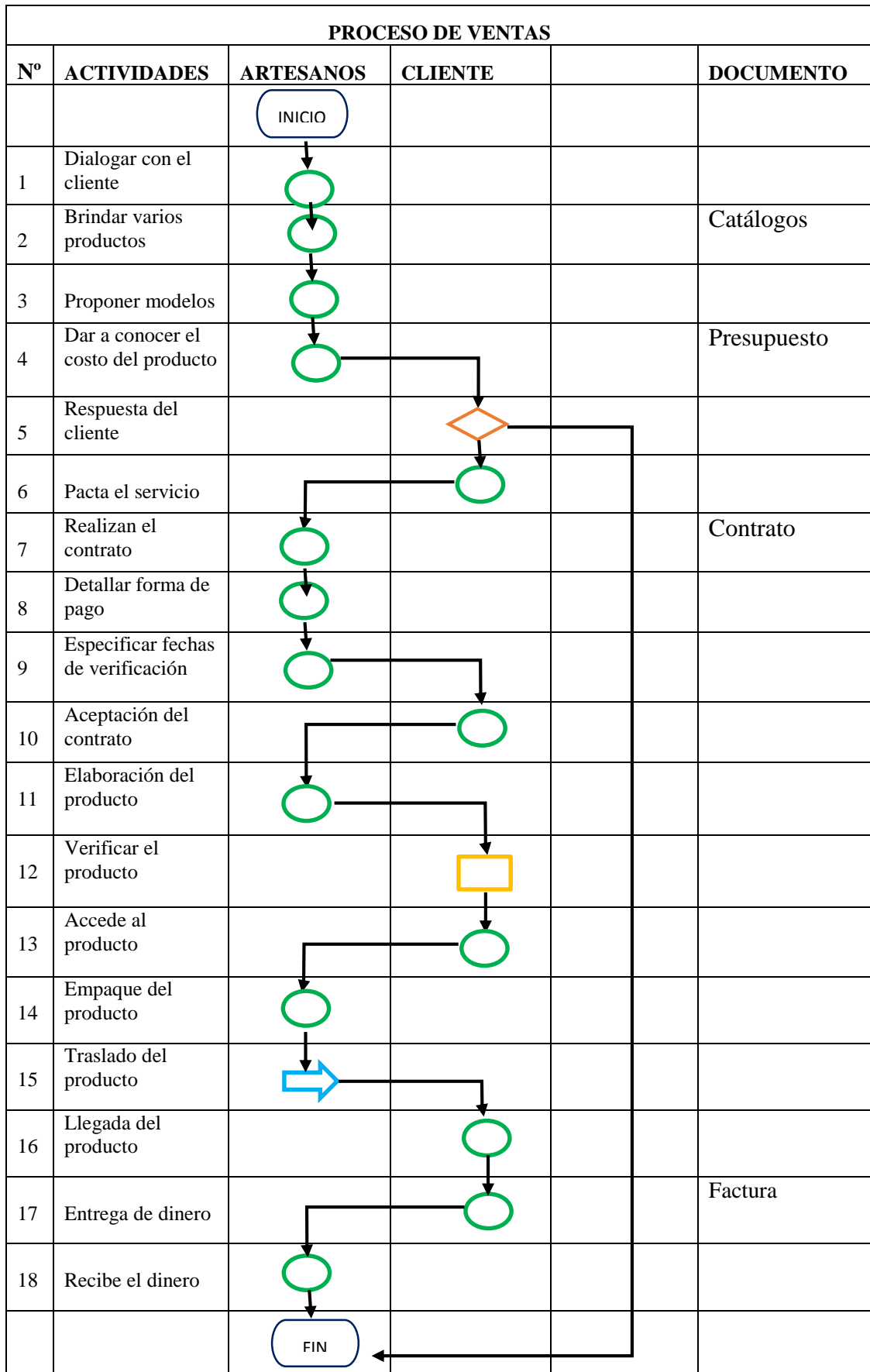


Figura 5 Proceso de Ventas



## 5.6.-RECURSOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS.

Cuadro 23 Maquinaria, equipo y herramientas

DETALLE		P/U	SUBTOTAL	TOTAL
Implementación de normas para el proceso				\$ 10.000,00
Equipos para la producción				
<b>Máquinas motorizadas de banco</b>				
<b>MAQUINARIA MEDIANA</b>				
1	Cepilladora	\$ 7.475,00	\$ 7.475,00	
1	Canteadora	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00	
1	Sierra circular	\$ 10.005,00	\$ 10.005,00	
1	Sierra de cinta	\$ 4.025,00	\$ 4.025,00	
2	Taladro pedestal	\$ 1.380,00	\$ 2.760,00	
1	Tupí o trompo de banco	\$ 4.025,00	\$ 4.025,00	
1	Torno copiador con base 4	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00	
1	Generador de energía	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	
<b>MAQUINARIA GRANDE</b>				
2	Escuadradora vertical	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00	
4	Escuadradora horizontal	\$ 3.000,00	\$ 12.000,00	
1	Perfiladora	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	
1	Pantógrafo	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
1	Compresor industrial	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	
<b>Total maquinarias motorizadas de banco</b>				\$ 70.740,00
<b>Máquinas motorizadas portátiles</b>				
4	Sierra circular portátil eléctrica	\$ 862,50	\$ 3.450,00	
4	Caladora eléctrica portátil	\$ 345,00	\$ 1.380,00	
5	Taladros eléctricos portátiles	\$ 690,00	\$ 3.450,00	
8	Taladros inalámbricos	\$ 800,00		
6	Tupí eléctrico portátil o trompo	\$ 575,00	\$ 3.450,00	
12	Lijadora orbital o vibradora	\$ 690,00	\$ 8.280,00	

12	Lijadora de disco	\$ 402,50	\$ 4.830,00	
<i>Total máquinas motorizadas portátil</i>				\$ 24.840,00
<b>Herramientas</b>				
3	Reglas de madera	\$ 3,45	\$ 10,35	
3	Escuadra de carpintero	\$ 2,76	\$ 8,28	
3	Escuadra común	\$ 2,76	\$ 8,28	
3	Escuadra de combinación	\$ 2,76	\$ 8,28	
5	Regla de extensión	\$ 2,76	\$ 13,80	
3	Flexómetros	\$ 8,63	\$ 25,89	
3	Falsa escuadra	\$ 2,76	\$ 8,28	
3	Gramil	\$ 2,76	\$ 8,28	
2	Nivel	\$ 5,18	\$ 10,36	
3	Plomada	\$ 3,45	\$ 10,35	
2	Cuchilla marcadora	\$ 2,76	\$ 5,52	
3	Rayador	\$ 1,84	\$ 5,52	
3	Serrote de través corte de la veta	\$ 5,18	\$ 15,54	
3	Serrote de hender corte a lo largo de la veta	\$ 5,18	\$ 15,54	
3	Serrote de costilla corte de través	\$ 5,18	\$ 15,54	
2	Serrote para espigar y machihembrar	\$ 5,18	\$ 10,36	
2	Tornillo de banco	\$ 11,50	\$ 23,00	
2	Cepillo devastador	\$ 16,10	\$ 32,20	
2	Cepillo alisador	\$ 17,25	\$ 34,50	
2	Cepillo juntero	\$ 16,10	\$ 32,20	
2	Cepillo de contrafibra	\$ 17,25	\$ 34,50	
3	Cepillo rebajador	\$ 17,25	\$ 51,75	
2	Compás de combinación	\$ 3,15	\$ 6,30	
2	Compás de tramos	\$ 2,30	\$ 4,60	
1	Sierra de punta	\$ 3,45	\$ 3,45	
1	Escochebre	\$ 2,30	\$ 2,30	
8	Limas para madera o ebanistería	\$ 1,84	\$ 14,72	



2	Juegos de formones	\$ 18,40	\$ 36,80	
2	Juegos de gurbias	\$ 3,45	\$ 6,90	
2	Broca de listón de una sola punta	\$ 34,50	\$ 69,00	
1	Broca helicoidales	\$ 34,50	\$ 34,50	
1	Juego de brocas de vástago recto	\$ 11,50	\$ 11,50	
2	Juego de brocas para taladro de empuje	\$ 11,50	\$ 23,00	
2	Juegos de destornilladores de hoja estándar	\$ 23,00	\$ 46,00	
2	Juego de destornilladores Phillips (de cruz)	\$ 23,00	\$ 46,00	
1	Juego de destornillador de matraca	\$ 23,00	\$ 23,00	
1	Juego de destornillador de ángulo	\$ 23,00	\$ 23,00	
1	Juego de puntas de destornillador	\$ 40,25	\$ 40,25	
1	Avellanador (perforación cónica)	\$ 11,50	\$ 11,50	
2	Juego de martillos	\$ 5,75	\$ 11,50	
1	Martillo de uña	\$ 1,73	\$ 1,73	
3	Embutidor de clavos	\$ 34,50	\$ 103,50	
2	Juego de prensas paralelas	\$ 17,25	\$ 34,50	
2	Juego de prensas tipo C	\$ 2,88	\$ 5,76	
1	Prensas de resorte	\$ 34,50	\$ 34,50	
1	Juego de llaves	\$ 34,50	\$ 34,50	
1	Pinzas	\$ 23,00	\$ 23,00	
1	Juego de rachas	\$ 11,50	\$ 11,50	
25	Guantes	\$ 11,50	\$ 287,50	
25	Orejas	\$ 23,00	\$ 575,00	
25	Lentes Protectores	\$ 86,25	\$ 2.156,25	
<b>Total herramientas</b>				\$ 4.070,38
<b>Máquinas de Secado</b>				
1	Secador de madera	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	
<b>Total maquinaria de Secado</b>				\$ 50.000,00
<b>Vehículo de Transporte</b>				
1	Furgón	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	

1	Camión	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	
<i>Total vehículo de transporte</i>				\$ 85.000,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 244.650,38</b>

Fuente: Centro de Desarrollo y Emprendimiento  
Elaborado por: María Linzán

## DESCRIPCIÓN DE LAS MÁQUINAS PRINCIPALES

**Canteadora (Planeadora):** Es un cepillo planeador en el cual se realiza trabajos de enderezada de las superficies de un tablón en una sola cara y en un canto.

Figura 6 Canteadora



**Cepilladora:** Es una maquinaria, realiza trabajos de estandarización de espesores.

Figura 7 Cepilladora



**Sierra circular:** permite realizar el aserrado ejecutando cortes longitudinales y transversales de piezas de madera.

Figura 8 Sierra Circular



Fuente: [www.bricolandia.es](http://www.bricolandia.es)  
Elaborado pro: María Linzán

**Sierra de Cinta:** Consiste en una hoja de metal dentada y flexible que permite la cortada de la pieza de madera a utilizar.

Figura 9 Sierra de Cinta



Fuente: [www.maquinaplus.com](http://www.maquinaplus.com)  
Elaborad por: María Linzán

**Torno copiador:** Es un conjunto de máquinas, básicas para el proceso industrial de mecanizado, que permite transformar las piezas en forma geométrica (cilindrados, cónicos y esféricos).

Figura 10 Torno Copiador



**Tupí o trompo:** Es una máquina muy versátil, moldea el trabajo dependiendo la forma, pudiendo ser las batientes, canales, rectificados de piezas caladas, espigados, entre otros.

Figura 11 Tupí o trompo



**Perfiladora:** Sirve para desarrollar el perfilado montados por unos rodillos que dependen de la guía de entrada donde irá asegurada la chapa a la perfiladora de forma correcta y luego pasa por la estación del perfilado para corregir defectos.

Figura 12 Perfiladora



**Taladro:** Es una máquina herramienta y sirve para perforar la superficie a trabajar, haciendo agujeros cilíndricos utilizando una broca.

Figura 13 Taladro



**Lijadora:** Es un artefacto que permite ajustar una tela de lija para bruñir las superficies a trabajar y obtener un acabado suave.

Figura 14 Lijadora



**Caladora:** Sirve para cortar piezas en estilo curvilíneo. Normalmente se utiliza para dar una forma artística a la superficie.

Figura 15 Caladora



Fuente: [www.bosch.com.mx](http://www.bosch.com.mx)  
Elaborado por: María Linzán

**Perfiladora:** Sirve para realizar ensambladuras de piezas de madera para la fabricación de muebles. Con esta máquina se puede precisar los calados en la madera para acoplarlos a otras.

Figura 16 Perfiladora



Fuente: [www.woodworkmachine.es](http://www.woodworkmachine.es)  
Elaborado por: María Linzán

## 6.-ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

### 6.1.- MARCO LEGAL

#### LEY DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA

**De las entidades Asociativas o Solidarias, Cajas y Bancos Comunales y Cajas de Ahorro.**

**Art. 104.- Entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales y cajas de ahorro.-** Son organizaciones que se forman por voluntad de sus socios y con aportes económicos que, en calidad de ahorros, sirven para otorgamiento de créditos a sus miembros, dentro de los límites señalados por la Superintendencia de conformidad con lo dispuesto en la presente Ley.

También se consideran como parte de estas entidades, aquellas organizaciones de similar naturaleza y actividad económica, cuya existencia haya sido reconocida por otras instituciones del Estado.

**Art. 105.-Estructura interna.-** Las entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales y cajas de ahorro, tendrán su propia estructura de gobierno, administración, representación, control interno y rendición de cuentas, de acuerdo a sus necesidades y prácticas organizativas.

**Art. 106.- Transformación.-** La Superintendencia, dispondrá la transformación de las entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales y cajas de ahorro, en cooperativas de ahorro y crédito, cuando por su crecimiento en monto de activos, socios, volumen de operaciones y cobertura geográfica, superan los límites fijados por la superintendencia para esas organizaciones.

**Art. 107.- Canalización de recursos.-** las entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales y cajas de ahorro podrán servir como medios de canalización de recursos públicos para el desarrollo e implementación de proyectos sociales y productivos, en sus respectivos territorios.

**Art. 108.- Metodologías financieras.-** Las organizaciones además del ahorro y crédito, promoverá, el uso de metodologías financieras participativas como grupos solidarios, ruedas, fondos productivos, fondos mortuorios, seguros productivos o cualquier otra forma financiera destinados a dinamizar fondos y capital de trabajo.

## 6.2.- ACTA DE CONSTITUCIÓN

La Asociación Interprofesional de Artesanos Atahualpa constituida el 18 de Mayo de 1.985, se integra por todos los maestros artesanos y operarios residentes en la Parroquia Atahualpa del Cantón Santa Elena, que manifiesten su deseo de pertenecer a ella y por los nativos de la Parroquia, que no siendo residentes, expresen su voluntad de ser socio. (VER ANEXO)

## 6.3.- MISIÓN

Ser un centro de fomento productivo pionero en la producción de muebles de madera de excelente calidad, innovadores, fabricados con tecnología sofisticada y con materia prima seleccionada de primera clase, que ofrecerá a sus clientes una variedad de muebles elegantes y sofisticados, apoyando las capacidades de su talento humano comprometido y responsable.

## 6.4.- VISIÓN

Ser el mejor productor de muebles de madera a nivel provincial y nacional,, líder en la fabricación de muebles de madera, producidos con alta tecnología, máximos estándares de calidad y manufactura maderera para el año 2015, ofreciendo a la distinguida clientela, productos creativos y sofisticados a través de un efectivo servicio al cliente.

## 6.5.- OBJETIVOS GENERALES

Alcanzar una alta participación del mercado, a través del establecimiento de estrategias competitivas permitiendo una administración eficaz y eficiente.

### 6.5.1.-OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Promover el mejoramiento continuo en las actividades de producción, para ofrecer un producto que satisfaga plenamente las necesidades del cliente.
- Ofrecer un servicio garantizado, priorizando los requerimientos del cliente.



- Ofrecer servicios y productos diferenciados, como; la atención a domicilio, personalizada, logrando así tener mayor acogida que la competencia.

## 6.6.- VALORES INSTITUCIONALES

cuadro 24 Valores

<b>VALOR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>APLICACIÓN Centro de Fomento Productivo</b>
RESPECTO	Aprecio, valoración, reconocimiento de las cualidades de sus integrantes.	Promoverá el respeto entre sus colaboradores y clientes.
HONESTIDAD	Cualidad de la calidad humana, es el comportamiento y la manera de expresarse con coherencia y sinceridad de acuerdo a los valores de verdad y justicias.	Promoverá la honestidad en cada una de las actividades, particularmente en la comercialización y venta de los productos.
PUNTUALIDAD	Capacidad de cumplir a tiempo con los deberes y compromisos adquiridos tanto en el campo profesional como personal.	Propiciará la puntualidad en la entrega de los productos, así como en la entrada y salida del personal de planta.
COMPROMISO	Promesa o declaración de principios.	Confirmará el compromiso de sus actividades con la misión y visión sobre ofrecer sus productos de calidad a sus clientes, así como el compromiso con su personal, promoviendo el desarrollo y brindando un ambiente adecuado de trabajo.
LEALTAD	Cumplir el deber con honor y responsabilidad.	Encaminará la cultura de lealtad en el interior de la Asociación, así como también a sus clientes, mediante la atención especializada y exclusiva.

## 6.7.- ACTIVIDADES DE LA EMPRESA

### 6.7.1.- PRINCIPALES

La actividad principal del centro de fomento productivo es la fabricación de juegos de muebles, salas y comedores con toda una extensa gama de estilos, según los requerimientos del cliente. Para la elaboración de los artículos se utiliza la madera como recurso natural, y de no existir suficiente material, también se realiza acabados en combinación con otros materiales como MDF, específicamente para dar un toque de elegancia.

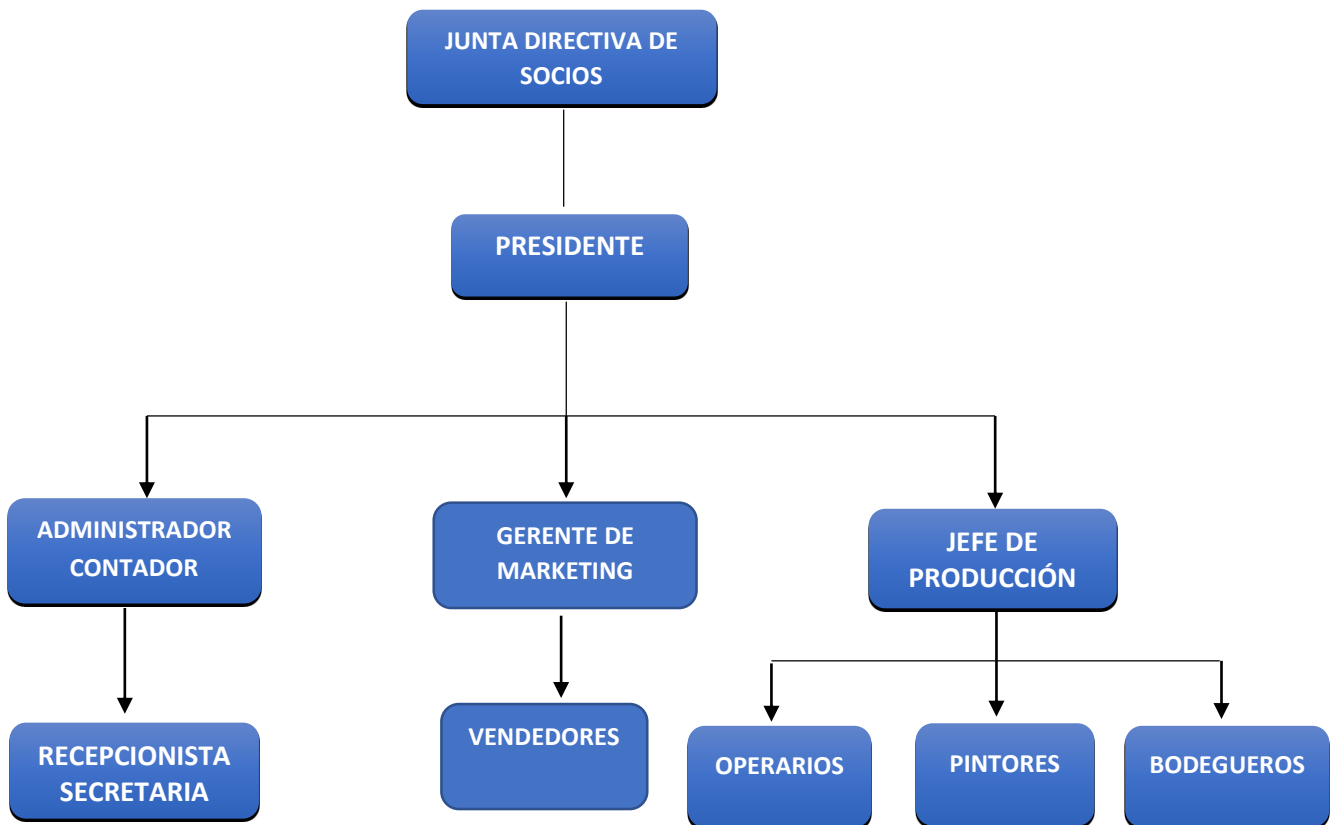
### 6.7.2.- SECUNDARIAS

Dentro de la Asociación interprofesional de artesanos del mueble y la madera, también existe un gremio que se dedica a la actividad de la escultura. Esta actividad ha sido reconocida en la parroquia y la provincia de Santa Elena, ya que existe la demanda de esculturas, especialmente de los turistas, ya que las esculturas son de excelente calidad y con un acabado muy natural.

## 6.8.- ESTRUCTURA ORGANICA ADMINISTRATIVA

### 6.8.1.- ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Figura 17 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



### 6.8.3- RESPONSABILIDADES DE LOS DEPARTAMENTOS

#### **Gerente General / Presidente**

Sus principales responsabilidades:

- Normalizar los departamentos colaborativos de la empresa, teniendo equidad con todos los colaboradores.
- El buen resultado de las operaciones y el desempeño organizacional depende de su gestión.
- Asignar y supervisar al personal de la Asociación, las labores y estudios que deben realizarse.
- Controla continuamente los principales indicadores de la actividad de la empresa para tomar decisiones adecuadas con el objetivo de lograr un mejor desempeño

#### **Administrador / Contador**

Sus principales responsabilidades:

- Conducir los procesos de selección de personal, promover, capacitarlo y velar por su bienestar económico o social, sea este funcionario, ejecutivo, empleado u obrero.
- Coordinación de varios procedimientos dentro de la gestión empresarial.
- Asistencia directa de la gerencia o presidencia.
- Para el contador: coordinación sobre la recepción de información de la empresa que realiza la contabilidad.
- Llevar de forma ordenada el cumplimiento de los principios generales de contabilidad.
- Manejo de caja chica y ventas cuando la recepcionista no se encuentra.

### **Recepcionista / Secretaria**

Sus principales responsabilidades:

- Organizar hábilmente la gestión interna de la empresa.
- Conocer las normas y reglas de la Asociación.
- Manejo adecuado de la guía telefónica cuando requiera la gerencia o cualquier departamento.
- También debe conocer los números telefónicos de los clientes, proveedores y relacionados con la Asociación.

### **Gerente de Marketing**

Sus principales responsabilidades:

- Comprometerse con la dirección general del plan de marketing.
- Realizar un análisis detallado sobre la investigación de mercado
- Procesar herramientas del marketing más efectivas para la organización.
- Desarrollar los objetivos del marketing.
- Realizar un plan de desarrollo para su retroalimentación.

### **Jefe de Producción**

Sus principales responsabilidades:

- Revisar continuamente la maquinaria e instalaciones del centro.
- Inspeccionar los procesos de producción o fabricación que se elaboren en el centro.

- Supervisar al personal de su cargo.
- Analizar e inspeccionar el flujo de procesos y distribución de materias primas y de materiales.
- Ejecutar métodos para la prevención de riesgos laborales.

### **Operarios**

Sus principales responsabilidades:

- Seguimiento y supervisión de los procesos de producción y el progreso para determinar su buen funcionamiento.
- Registrar los datos sobre los cambios evolutivos de los procesos y los resultados de la producción.
- Proponer cambios en la gestión productiva siempre y cuando sea para el mejoramiento de la planta.
- Dar continuo mantenimiento a las maquinarias y equipos.

### **Pintores**

Sus responsabilidades:

- Planificar sus actividades y solicitar los materiales y herramientas para la obra.
- Identificar las características del trabajo a realizar para la aplicación de la pintura.
- Verifica y administra la calidad de los materiales, que estén aptos para la realización de la obra.
- Preparar los materiales requeridos para su posterior aplicación.

### **Bodeguero**

Sus responsabilidades:

- Elaborar proforma para la realización de una obra, según lo encomendado por un jefe superior.
- Certificar las facturas de acuerdo a las gestiones de gerencia.
- Efectuar las facturas de ventas que se realicen a través de vía telefónica o personal.
- Entregar las facturas al departamento de contabilidad.

## 6.8.5- MANUAL DE FUNCIONES

Cuadro 25 Manual de funciones.- Gerente General/Presidente

<b>Nombre del puesto</b>	<b>GERENTE GENERAL / PRESIDENTE</b>
<b>Objetivo del puesto</b>	Planear, coordinar, dirigir y controlar las áreas de producción y bodega para asegurar la eficiencia de las operaciones con el fin de cumplir los objetivos de la empresa de maximizar sus utilidades y hacer crecer a la empresa.
<b>Principales funciones del puesto</b>	<p>Administrar los recursos humanos, financieros y materiales de la empresa.</p> <p>Regular políticas de crédito a clientes y proveedores.</p> <p>Realizar negociaciones de venta y comercialización del producto.</p> <p>Asegurar la fabricación de productos elaborados bajos estándares de calidad.</p>
<b>Relaciones de Trabajo</b>	<p>Interno: Todo el personal.</p> <p>Externo: Proveedores, clientes y distribuidores.</p>
<b>Nivel académico requerido</b>	Graduado Universitario
<b>Experiencia profesional</b>	Mínima de 2 años en cargos gerenciales y administrativos.
<b>Destrezas técnicas y conocimientos especiales</b>	<p>Capacidad de toma de decisiones</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo</p> <p>Conocimiento en técnicas de negociación</p> <p>Conocimiento en la administración y gerencia.</p>
<b>Características personales</b>	<p>Líder</p> <p>Proactivo</p> <p>Capacidad de trabajo a presión</p> <p>Organizado</p> <p>Con iniciativa</p>

Cuadro 26 Manual de funciones.- Administrador/Contador

<b>Nombre del puesto</b>	<b>ADMINISTRADOR - CONTADOR</b>
<b>Objetivos del puesto</b>	Supervisar todas las áreas para identificar todas las necesidades de la empresa y tomar decisiones acertadas que mejoren la situación de la misma.  Brindar a la empresa la información financiera oportuna, confiable y medible para la adecuada toma de decisiones.
<b>Principales funciones del puesto</b>	Llevar los registros contables de las operaciones de la fábrica.  Elaborar los estados financieros de la fábrica.  Informar a los socios sobre la situación financiera actual de la empresa.  Tomar decisiones prontas e inteligentes basadas en un análisis que ayude a coordinar las diferentes áreas.  Establecer buenas relaciones a todos los niveles internos y externos.
<b>Relaciones de Trabajo</b>	Interno: Todo el personal.  Externo: Proveedores, clientes y distribuidores.
<b>Nivel académico requerido</b>	Graduado Universitario
<b>Experiencia profesional</b>	Mínima de 2 años en cargos administrativos-contables.
<b>Destrezas técnicas y conocimientos especiales</b>	Capacidad de toma de decisiones  Capacidad de trabajo en equipo  Conocimiento en técnicas de negociación  Conocimientos básicos de contabilidad.
<b>Características personales</b>	Discreto  Proactivo  Líder  Organizado  Con iniciativa  Emprendedor

cuadro 27 Manual de funciones.- Gerente de Marketing

<b>Nombre del puesto</b>	<b>GERENTE DE MARKETING</b>
<b>Objetivos del puesto</b>	<p>Planificar y dirigir la política de la organización basados en el producto, precios, promociones y distribución.</p> <p>Diseñar planes a corto, medio y largo plazo, estableciendo las principales estrategias de los productos de la empresa.</p> <p>Acceder finalmente a los mercados con posicionamiento competitividad y rentabilidad.</p>
<b>Principales funciones del puesto</b>	<p>Planificar, diseñar y elaborar e implantar los planes del marketing de la organización.</p> <p>Controlar y coordinar el lanzamiento de publicidad y promoción.</p> <p>Supervisar y dirigir las investigaciones sobre cuotas, coberturas y distribución.</p> <p>Investigar sobre las actividades comerciales de los productos existentes y nuevos, realizando un FODA de los mismos.</p>
<b>Relaciones de Trabajo</b>	<p>Interno: Personal de Ventas</p> <p>Externo: Proveedores, distribuidores y clientes.</p>
<b>Nivel académico requerido</b>	Graduado, Universitario.
<b>Experiencia profesional</b>	Mínimo dos años en gerencia de marketing.
<b>Destrezas técnicas y conocimientos especiales</b>	<p>Capacidad de toma de decisiones</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo</p> <p>Conocimiento en técnicas de negociación y habilidad persuasora.</p> <p>Orientación al cliente interno y externo.</p> <p>Pensamiento creativo</p>
<b>Características personales</b>	<p>Discreto</p> <p>Proactivo</p> <p>Líder</p> <p>Organizado</p> <p>Con iniciativa</p> <p>Emprendedor</p>



cuadro 28 Manual de funciones.- Recepcionista/Secretaria

<b>Nombre del puesto</b>	<b>RECEPCIONISTA - SECRETARIA</b>
<b>Objetivos del puesto</b>	<p>Auxiliar de gerencia general y demás departamentos en todas las actividades relacionadas con las operaciones de la fábrica.</p> <p>Proyectar la imagen institucional de la fábrica hacia los clientes internos y externos.</p>
<b>Principales funciones del puesto</b>	<p>Planificar y organizar las tareas asignada a su cargo.</p> <p>Recibir, clasificar y distribuir la correspondencia y documentación entrante y saliente.</p> <p>Llevar un archivo de toda la documentación confidencial de la empresa.</p> <p>Colaborar con los integrantes de cada área o departamento.</p> <p>Llevar un informe del control de asistencia del personal.</p> <p>Organizar y controlar la agenda de sus jefes inmediatos.</p> <p>Administrar las llamadas entrantes y salientes de la fábrica.</p>
<b>Relaciones de Trabajo</b>	<p>Interno: Todo el personal</p> <p>Externo: Proveedores y clientes.</p>
<b>Nivel académico requerido</b>	Título de secretaria comercial.
<b>Experiencia profesional</b>	Mínimo 2 años en posiciones secretariales
<b>Destrezas técnicas y conocimientos especiales</b>	<p>Capacidad de trabajo en equipo</p> <p>Capacidad de redacción con ortografía</p> <p>Conocimientos de taquigrafía</p> <p>Excelentes relaciones humanas</p> <p>Conocimientos básicos del inglés.</p>
<b>Características personales</b>	<p>Discreta</p> <p>Proactiva</p> <p>Organizada</p> <p>Con iniciativa</p> <p>Espíritu de cooperación.</p>

Cuadro 29 Manual de funciones.- Jefe de Producción

<b>Nombre del puesto</b>	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>
<b>Objetivos del puesto</b>	Cumplir con los objetivos y estándares de calidad de la producción de los productos fabricados en madera conforme a la demanda que el mismo necesite.
<b>Principales funciones del puesto</b>	Supervisar la producción de muebles de madera y establecer y controlar la productividad de los colaboradores. Planificar los flujos de trabajo de la fábrica. Establecer controles de calidad. Supervisar que las herramientas y equipos se utilicen de manera óptica. Agilizar los tiempos de producción.
<b>Relaciones de Trabajo</b>	Interno: Gerente General, Operarios, Pintor, Bodeguero. Externo: Proveedores.
<b>Nivel académico requerido</b>	50% de la carrera de Ingeniería Industrial.
<b>Experiencia profesional</b>	Mínima de 2 años en posiciones relacionadas con la producción.
<b>Destrezas técnicas y conocimientos especiales</b>	Conocimiento de los compromisos y necesidades que se requieren en la producción. Conocimientos en la industria maderera.
<b>Características personales</b>	Discreto Proactivo Líder Organizado Con iniciativa

Cuadro 30 Manual de funciones.- Operarios

<b>Nombre del puesto</b>	<b>OPERARIOS</b>
<b>Objetivos del puesto</b>	Realizar operaciones básicas de fabricación y elaboración de muebles de madera, cumpliendo con las normas de prevención de riesgos laborales y protección del medio ambiente.
<b>Principales funciones del puesto</b>	Fabricación de muebles de madera. Administrar las herramientas asignadas. Administra eficientemente los recursos materiales asignados para la elaboración de muebles.
<b>Relaciones de Trabajo</b>	Interno: Jefe de Producción Externo: No manejará relaciones externas.
<b>Nivel académico requerido</b>	Graduado en estudios técnicos en el ramo de la carpintería.
<b>Experiencia profesional</b>	Mínima de 3 años en el diseño y elaboración de muebles de madera.
<b>Destrezas técnicas y conocimientos especiales</b>	Capacidad para la elaboración de muebles de madera. Capacidad de trabajo en equipo. Conocimientos básicos pintura.
<b>Características personales</b>	Organizado Con iniciativa. Honesto Alto nivel de concentración.

Cuadro 31 Manual de funciones.- Pintor

<b>Nombre del puesto</b>	<b>PINTOR</b>
<b>Objetivos del puesto</b>	Realizar un trabajo experto en la preparación de superficies de madera y acabado de pintura.
<b>Principales funciones del puesto</b>	Asegurar la preparación y aplicación de pintura para un acabado de alta calidad en los productos terminados.
<b>Relaciones de Trabajo</b>	Interno: Jefe de Producción Externo: No manejará relaciones externas.
<b>Nivel académico requerido</b>	Graduado en estudios técnicos en el ramo de la carpintería o pintura.
<b>Experiencia profesional</b>	Mínima de 3 años en el diseño y elaboración de muebles de madera.
<b>Destrezas técnicas y conocimientos especiales</b>	Capacidad para la aplicación de pintura en muebles de madera. Capacidad de trabajo en equipo. Conocimientos básicos pintura.
<b>Características personales</b>	Organizado Con iniciativa. Honesto Alto nivel de concentración.

Cuadro 32 Manual de funciones.- Bodeguero

<b>Nombre del puesto</b>	<b>BODEGUERO</b>
<b>Objetivos del puesto</b>	Coordinar el inventario de productos terminados en la fábrica, así como su distribución.
<b>Principales funciones del puesto</b>	<p>Levantamiento de inventario periódico de las salidas y entradas de los productos terminados.</p> <p>Procurar que el inventario en bodega este colocado organizadamente a fin a asegurar que no tenga ningún daño que pueda impedir su venta en el momento que se requiera.</p> <p>Distribuir a las diferentes unidades de producción y pintura los materiales requeridos para la fabricación del producto.</p>
<b>Relaciones de Trabajo</b>	<p>Interno: Jefe de Producción</p> <p>Externo: No manejará relaciones externas.</p>
<b>Nivel académico requerido</b>	Educación básica.
<b>Experiencia profesional</b>	Mínima de 2 años en el manejo de inventarios.
<b>Destrezas técnicas y conocimientos especiales</b>	<p>Capacidad de organización.</p> <p>Disponibilidad hacia el servicio a los demás.</p> <p>Amable</p> <p>Metódico y enfocado a la tarea</p>
<b>Características personales</b>	<p>Organizado</p> <p>Con iniciativa.</p> <p>Honesto</p>

## 7.- ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

### 7.1.- INVERSIÓN INICIAL

La inversión para el centro de fomento productivo en Atahualpa está dado por la obtención del terreno en comodato, el diseño arquitectónico, la construcción del centro y otros activos complementarios haciéndose un total de \$850.000,00. Dentro de esta inversión también está calculado el equipamiento e implementación del Centro con un valor total de \$ 57.650,00. También se incluye el incremento del valor agregado al producto terminado que se procesa actualmente en el centro, el valor total de estos equipos para la producción alcanzan un total de 244.650,38. A continuación el detalle de los activos en las siguientes tablas.

#### 7.1.1.- ACTIVOS FIJOS

DETALLE		P/U	SUB TOTAL	TOTAL
Determinar necesidades de equipamiento				
Equipamiento				\$ 44.300,00
10	Computadores	\$ 750,00	\$ 7.500,00	
3	Laptop	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00	
2	Proyector	\$ 1.600,00	\$ 3.200,00	
10	Impresora	\$ 3.000,00	\$ 30.000,00	
2	Copiadoras			
Mobiliario				\$ 13.350,00
20	Sillas graffiti	\$ 65,00	\$ 1.300,00	
10	escritorios			
10	modulares oficina	\$ 750,00	\$ 7.500,00	
1	mesa de conferencias	\$ 750,00	\$ 750,00	
8	sillas para la mesa de reuniones			
4	sillas de visita de 4 puestos	\$ 75,00	\$ 300,00	
10	sillas ejecutivas	\$ 250,00	\$ 2.500,00	
	central de aire acondicionado	\$ 4.500,00	\$ -	
2	archivadores de gavetas	\$ 150,00	\$ 300,00	
2	Vitrinas de exhibición	\$ 350,00	\$ 700,00	
<b>Sub total Objetivo 2</b>				<b>\$ 57.650,00</b>

DETALLE	P/U	SUBTOTAL	TOTAL
Implementación de normas para el proceso			\$ 10.000,00
Equipos para la producción			
<b>Máquinas motorizadas de banco</b>			
<b>MAQUINARIA MEDIANA</b>			

1	Cepilladora	\$ 7.475,00	\$ 7.475,00	
1	Canteadora	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00	
1	Sierra circular	\$ 10.005,00	\$ 10.005,00	
1	Sierra de cinta	\$ 4.025,00	\$ 4.025,00	
2	Taladro pedestal	\$ 1.380,00	\$ 2.760,00	
1	Tupí o trompo de banco	\$ 4.025,00	\$ 4.025,00	
1	Torno copiador con base 4	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00	
1	Generador de energía	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	
<b>MAQUINARIA GRANDE</b>				
2	Escuadradora vertical	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00	
4	Escuadradora horizontal	\$ 3.000,00	\$ 12.000,00	
1	Perfiladora	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	
1	Pantógrafo	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
1	Compresor industrial	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	
<b>Total maquinarias motorizadas de banco</b>				<b>\$ 70.740,00</b>
<b>Máquinas motorizadas portátiles</b>				
4	Sierra circular portátil eléctrica	\$ 862,50	\$ 3.450,00	
4	Caladora eléctrica portátil	\$ 345,00	\$ 1.380,00	
5	Taladros eléctricos portátiles	\$ 690,00	\$ 3.450,00	
8	Taladros inalámbricos	\$ 800,00		
6	Tupí eléctrico portátil o trompo	\$ 575,00	\$ 3.450,00	
12	Lijadora orbital o vibradora	\$ 690,00	\$ 8.280,00	
12	Lijadora de disco	\$ 402,50	\$ 4.830,00	
<b>Total máquinas motorizadas portátil</b>				<b>\$ 24.840,00</b>
<b>Herramientas</b>				
3	Reglas de madera	\$ 3,45	\$ 10,35	
3	Escuadra de carpintero	\$ 2,76	\$ 8,28	
3	Escuadra común	\$ 2,76	\$ 8,28	
3	Escuadra de combinación	\$ 2,76	\$ 8,28	
5	Regla de extensión	\$ 2,76	\$ 13,80	
3	Flexómetros	\$ 8,63	\$ 25,89	
3	Falsa escuadra	\$ 2,76	\$ 8,28	
3	Gramil	\$ 2,76	\$ 8,28	

2	Nivel	\$ 5,18	\$ 10,36	
3	Plomada	\$ 3,45	\$ 10,35	
2	Cuchilla marcadora	\$ 2,76	\$ 5,52	
3	Rayador	\$ 1,84	\$ 5,52	
3	Serrote de través corte de la veta	\$ 5,18	\$ 15,54	
3	Serrote de hender corte a lo largo de la veta	\$ 5,18	\$ 15,54	
3	Serrote de costilla corte de través	\$ 5,18	\$ 15,54	
2	Serrote para espigar y machihembrar	\$ 5,18	\$ 10,36	
2	Tornillo de banco	\$ 11,50	\$ 23,00	
2	Cepillo devastador	\$ 16,10	\$ 32,20	
2	Cepillo alisador	\$ 17,25	\$ 34,50	
2	Cepillo juntero	\$ 16,10	\$ 32,20	
2	Cepillo de contrafibra	\$ 17,25	\$ 34,50	
3	Cepillo rebajador	\$ 17,25	\$ 51,75	
2	Compás de combinación	\$ 3,15	\$ 6,30	
2	Compás de tramos	\$ 2,30	\$ 4,60	
1	Sierra de punta	\$ 3,45	\$ 3,45	
1	Escochebre	\$ 2,30	\$ 2,30	
8	Limas para madera o ebanistería	\$ 1,84	\$ 14,72	
2	Juegos de formones	\$ 18,40	\$ 36,80	
2	Juegos de gurbias	\$ 3,45	\$ 6,90	
2	Broca de listón de una sola punta	\$ 34,50	\$ 69,00	
1	Broca helicoidales	\$ 34,50	\$ 34,50	
1	Juego de brocas de vástago recto	\$ 11,50	\$ 11,50	
2	Juego de brocas para taladro de empuje	\$ 11,50	\$ 23,00	
2	Juegos de destornilladores de hoja estándar	\$ 23,00	\$ 46,00	
2	Juego de destornilladores Phillips (de cruz)	\$ 23,00	\$ 46,00	
1	Juego de destornillador de matraca	\$ 23,00	\$ 23,00	
1	Juego de destornillador de ángulo	\$ 23,00	\$ 23,00	
1	Juego de puntas de destornillador	\$ 40,25	\$ 40,25	
1	Avellanador (perforación cónica)	\$ 11,50	\$ 11,50	
2	Juego de martillos	\$ 5,75	\$ 11,50	
1	Martillo de uña	\$ 1,73	\$ 1,73	



3	Embutidor de clavos	\$ 34,50	\$ 103,50	
2	Juego de prensas paralelas	\$ 17,25	\$ 34,50	
2	Juego de prensas tipo C	\$ 2,88	\$ 5,76	
1	Prensas de resorte	\$ 34,50	\$ 34,50	
1	Juego de llaves	\$ 34,50	\$ 34,50	
1	Pinzas	\$ 23,00	\$ 23,00	
1	Juego de rachas	\$ 11,50	\$ 11,50	
25	Guantes	\$ 11,50	\$ 287,50	
25	Orejeras	\$ 23,00	\$ 575,00	
25	Lentes Protectores	\$ 86,25	\$ 2.156,25	
<i>Total herramientas</i>				<b>\$ 4.070,38</b>
<b>Máquinas de Secado</b>				
1	Secador de madera	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	
<i>Total maquinaria de Secado</i>				<b>\$ 50.000,00</b>
<b>Vehículo de Transporte</b>				
1	Furgón	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	
1	Camión	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	
<i>Total vehículo de transporte</i>				<b>\$ 85.000,00</b>
		<b>Subtotal</b>		<b>\$ 244.650,38</b>

### 7.1.2.- ACTIVOS INTANGIBLES

Los activos intangibles son aquellos servicios y derechos adquiridos necesariamente para poner en marcha el proyecto. Para el presente, se ha considerado los siguientes activos intangibles:

- Gastos de organización y constitución
- Tramites
- Publicidad inicial.

7.1.3.- CAPITAL DE TRABAJO

<b>COSTO DE ADMINISTRACIÓN</b>			
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>cantidad</b>	<b>salario</b>	<b>TOTAL anual</b>
Gerente	1	\$ 1.450,00	\$ 17.400,00
Secretaria	1	\$ 440,00	\$ 5.280,00
jefe de compras	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
asistente de compras	1	\$ 4.410,00	\$ 52.920,00
gjeffe de ventas	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
asistente de ventas	3	\$ 440,00	\$ 5.280,00
jefe de contabilidad	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
auxiliar contable	1	\$ 440,00	\$ 5.280,00
guardia de seguridad	2	\$ 440,00	\$ 5.280,00
gastos de oficina	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Movilización y viáticos	12	\$ 100,00	\$ 1.200,00
			\$ 110.880,00

**COSTO DE PRODUCCION**

Materia prima	prod. Anual	costo unitario	TOTAL anual
1 juego de dormitorio	96	\$ 437,09	\$ 41.960,64
1 Juego de comedor	72	\$ 436,49	\$ 31.427,28
1 Juego de oficina	24	\$ 450,00	\$ 10.800,00
	<b>192</b>		\$ 84.187,92

MaNO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD	mensual	TOTAL anual
10 Obreros calificados	230	\$ 2.300,00	\$ 27.600,00
15 Obreros no calificados	200	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
			\$ 63.600,00

MANO DE OBRA INDIRECTA	CANTIDAD	mensual	TOTAL anual
1 Jefe de produccion	500	\$ 500,00	\$ 6.000,00
2 supervisores de planta	350	\$ 700,00	\$ 8.400,00
			\$ 14.400,00

SUMINISTROS Y SERVICIOS PUBLICOS		mensual	TOTAL anual
energía		\$ 250,00	\$ 3.000,00
agua		\$ 110,00	\$ 1.320,00
teléfono		\$ 200,00	\$ 2.400,00
			\$ 6.720,00

MATERIALES INDIRECTOS		mensual	TOTAL anual
lijas		\$ 180,00	\$ 2.160,00
adhesivos		\$ 96,00	\$ 1.152,00
franelas		\$ 96,00	\$ 1.152,00
pulidoras abrillantadoras		\$ 120,00	\$ 1.440,00
otros		\$ 60,00	\$ 720,00
			\$ 6.624,00
<b>TOTAL</b>			\$ <b>175.531,92</b>

**COSTOS OPERACIONALES**

MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN		mensual	TOTAL anual
mantenimiento		\$ 800,00	\$ 9.600,00
			\$ 9.600,00

GASTOS DE VENTAS		mensual	TOTAL anual
embalaje		\$ 120,00	\$ 1.440,00
publicidad		\$ 115,00	\$ 1.380,00
comisiones por ventas		\$ 184,00	\$ 2.208,00
			\$ 5.028,00

**OBJETIVO 1: Mejoramiento de infraestructura actual**

DETALLE			TOTAL
Obtención del terreno en comodato			\$ 280.000,00
Diseño Arquitectónico			\$ 20.000,00
CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO			\$ 500.000,00
Obras complementarias			\$ 50.000,00
		<b>Sub total Objetivo 1</b>	<b>\$ 850.000,00</b>

7.1.4.- RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL

**INVERSIÓN INICIAL**

Capital de trabajo	1.151.039,92
Activos Fijos	302.300,38
Gastos de Constitucion	0,00
<b>Total</b>	<b>1.453.340,30</b>

**ESTRUCTURA DE CAPITAL**

Capital Propio	100%	1.453.340,30
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>1.453.340,30</b>

**CUADRO DE FUENTES Y USOS**

DETALLE		SOLICITADA AL MIPRO	APORTE DE ASOCIACIÓN	TOTAL
<b>OBJETIVO 1: Construcción del Centro de Fomento productivo</b>				
Obtención del terreno en comodato	\$ 280.000,00		\$ 280.000,00	
Diseño Arquitectónico	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00		
Remodelación de galpón	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00		
Obras complementarias	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00		
<b>Sub total Objetivo 1</b>	<b>\$ 850.000,00</b>	<b>\$ 570.000,00</b>	<b>\$ 280.000,00</b>	<b>\$ -</b>

<b>OBJETIVO 2: Equipamiento e implementación del Centro de diseño de paja toquilla</b>				
Equipamiento	\$ 44.300,00	\$ 44.300,00		
Mobiliario	\$ 13.350,00	\$ 13.350,00		
<b>Sub total Objetivo 2</b>	<b>\$ 57.650,00</b>	<b>\$ 57.650,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>OBJETIVO 3: Incrementar el valor agregado al producto terminado</b>				
Implementación de normas para el proceso	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00		
Equipos para la producción	\$ 234.650,38	\$ 234.650,38		
<b>Sub total Objetivo 3</b>	<b>\$ 244.650,38</b>	<b>\$ 244.650,38</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>				
Costo directos de producción	\$ 147.787,92		\$ 147.787,92	
Costo indirectos de producción	\$ 37.344,00		\$ 37.344,00	
Costos directos de comercialización	\$ 115.908,00		\$ 115.908,00	
<b>Sub total Producción</b>	<b>\$ 301.039,92</b>		<b>\$ 301.039,92</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.453.340,30</b>	<b>\$ 872.300,38</b>	<b>\$ 581.039,92</b>	<b>\$ 1.453.340,30</b>

60,02%                      39,98%                      100%

## 7.2.- FINANCIAMIENTO

### 7.2.1.- AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

El gobierno conjuntamente con la colaboración de gobiernos internacionales, en su afán de fortalecer a la industria ecuatoriana y promover la producción con alto valor agregado, el Ministerio de Industrias y Productividad, ha firmado varios convenios que son parte del Programa Non Project, en beneficio de las Mipymes ecuatorianas.

El programa Non Project tiene como objeto financiar, mediante créditos no reembolsables, proyectos específicos de desarrollo económico y social, destinados al fortalecimiento de los sectores productivos. El Ministerio de Industrias es el encargado de seleccionar los proyectos que recibirán parte del fondo del Non Project.

### 7.3.- PROYECCIÓN DE VENTAS

#### PROYECCIÓN DE VENTAS

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>PRONOSTICO DE VENTAS (UNIDADES)</b>		355	373	391	411	432	453	476	500	524	551
<b>PRODUCCION PROGRAMADA</b>		192	192	192	192	192	192	192	192	192	192
<b>UNIDADES A SUBCONTRATA</b>	163	163	181	199	219	240	261	284	308	332	359

#### 7.4.- COSTOS OPERATIVOS

##### GASTOS OPERATIVOS

CONCEPTO	AÑO 1
Gastos de Mantenimiento	9600,00
Gastos de ventas	5028,00
Gastos por Infraestructura	850000,00
<b>TOTAL</b>	<b>864628,00</b>

#### 7.4.1.-COSTOS OPERATIVOS PROYECTADOS

##### GASTOS OPERATIVOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Gastos de Mantenimiento	9600,00	10080,00	10584,00	11113,20	11668,86	12252,30	12864,92	13508,16	14183,57	14892,75	<b>120.747,77</b>
Gastos de ventas	5028,00	5279,40	5543,37	5820,54	6111,57	6417,14	6738,00	7074,90	7428,65	7800,08	<b>63.241,64</b>
Gastos por Infraestructura	850000,00										<b>850.000,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>864628,00</b>	<b>15359,40</b>	<b>16127,37</b>	<b>16933,74</b>	<b>17780,43</b>	<b>18669,45</b>	<b>19602,92</b>	<b>20583,06</b>	<b>21612,22</b>	<b>22692,83</b>	<b>1.033.989,41</b>

## 7.5.- DEPRECIACIÓN

ACTIVOS FIJOS	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	VALOR RESIDUAL	AÑOS DE VIDA										
							1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INFRAESTRUCTURA	Diseño Arquitectónico	1	\$ 20.000,00	20.000,00	0,00	25	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
INFRAESTRUCTURA	CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO	1	\$ 500.000,00	500.000,00	0,00	25	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
INFRAESTRUCTURA	Obras complementarias	1	\$ 50.000,00	50.000,00	0,00	25	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
INFRAESTRUCTURA	Computadores	10	\$ 750,00	7.500,00	0,00	25	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
INFRAESTRUCTURA	Laptop	3	\$ 1.200,00	3.600,00	0,00	25	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
INFRAESTRUCTURA	Proyector	2	\$ 1.600,00	3.200,00	0,00	25	128,00	128,00	128,00	128,00	128,00	128,00	128,00	128,00	128,00	128,00
INFRAESTRUCTURA	Impresora	10	\$ 3.000,00	30.000,00	0,00	25	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
INFRAESTRUCTURA	Copiadoras			0,00	0,00	25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
INFRAESTRUCTURA	Sillas graffiti	20	\$ 65,00	1.300,00	0,00	25	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00
INFRAESTRUCTURA	escritorios	10		0,00	0,00	25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
INFRAESTRUCTURA	modulares oficina	10	\$ 750,00	7.500,00	0,00	25	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
INFRAESTRUCTURA	mesa de conferencias	1	\$ 750,00	750,00	0,00	25	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
INFRAESTRUCTURA	sillas para la mesa de reuniones	8		0,00	0,00	25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
INFRAESTRUCTURA	sillas de visita de 4 puestos	4	\$ 75,00	300,00	0,00	25	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
INFRAESTRUCTURA	sillas ejecutivas	10	\$ 250,00	2.500,00	0,00	25	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
INFRAESTRUCTURA	central de aire acondicionado		\$ 4.500,00	0,00	0,00	25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
INFRAESTRUCTURA	archivadores de gavetas	2	\$ 150,00	300,00	0,00	25	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
INFRAESTRUCTURA	Vitrinas de exhibición	2	\$ 350,00	700,00	0,00	25	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00
<b>Total INFRAESTRUCTURA</b>				627.650,00			25.106,00	25.106,00	25.106,00	25.106,00	25.106,00	25.106,00	25.106,00	25.106,00	25.106,00	25.106,00



	Regla de extensión	5	\$ 2,76	13,80	0,06	5	2,75	2,75	2,75	2,75	2,75	5,50	5,50	5,50	5,50	5,50
	Flexo metros	3	\$ 8,63	25,89	0,11	5	5,16	5,16	5,16	5,16	5,16	10,31	10,31	10,31	10,31	10,31
	Falsa escuadra	3	\$ 2,76	8,28	0,03	5	1,65	1,65	1,65	1,65	1,65	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30
	Gramil	3	\$ 2,76	8,28	0,03	5	1,65	1,65	1,65	1,65	1,65	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30
	Nivel	2	\$ 5,18	10,36	0,04	5	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06	4,13	4,13	4,13	4,13	4,13
	Plomada	3	\$ 3,45	10,35	0,04	5	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06	4,12	4,12	4,12	4,12	4,12
	Cuchilla marcadora	2	\$ 2,76	5,52	0,02	5	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	2,20	2,20	2,20	2,20	2,20
	Rayador	3	\$ 1,84	5,52	0,02	5	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	2,20	2,20	2,20	2,20	2,20
	Serrote de través corte de la veta	3	\$ 5,18	15,54	0,06	5	3,10	3,10	3,10	3,10	3,10	6,19	6,19	6,19	6,19	6,19
	Serrote de hender corte a lo largo d	3	\$ 5,18	15,54	0,06	5	3,10	3,10	3,10	3,10	3,10	6,19	6,19	6,19	6,19	6,19
	Serrote de costilla corte de través	3	\$ 5,18	15,54	0,06	5	3,10	3,10	3,10	3,10	3,10	6,19	6,19	6,19	6,19	6,19
	Serrote para espigar y machihembr	2	\$ 5,18	10,36	0,04	5	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06	4,13	4,13	4,13	4,13	4,13
	Tornillo de banco	2	\$ 11,50	23,00	0,09	5	4,58	4,58	4,58	4,58	4,58	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16
	Cepillo devastador	2	\$ 16,10	32,20	0,13	5	6,41	6,41	6,41	6,41	6,41	12,83	12,83	12,83	12,83	12,83
	Cepillo alisador	2	\$ 17,25	34,50	0,14	5	6,87	6,87	6,87	6,87	6,87	13,74	13,74	13,74	13,74	13,74
	Cepillo juntero	2	\$ 16,10	32,20	0,13	5	6,41	6,41	6,41	6,41	6,41	12,83	12,83	12,83	12,83	12,83
	Cepillo de contrafibra	2	\$ 17,25	34,50	0,14	5	6,87	6,87	6,87	6,87	6,87	13,74	13,74	13,74	13,74	13,74
	Cepillo rebajador	3	\$ 17,25	51,75	0,21	5	10,31	10,31	10,31	10,31	10,31	20,62	20,62	20,62	20,62	20,62
	Compás de combinación	2	\$ 3,15	6,30	0,03	5	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	2,51	2,51	2,51	2,51	2,51
	Compás de tramos	2	\$ 2,30	4,60	0,02	5	0,92	0,92	0,92	0,92	0,92	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83
	Sierra de punta	1	\$ 3,45	3,45	0,01	5	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	1,37	1,37	1,37	1,37	1,37
	Escochebre	1	\$ 2,30	2,30	0,01	5	0,46	0,46	0,46	0,46	0,46	0,92	0,92	0,92	0,92	0,92
	Limas para madera o ebanistería	8	\$ 1,84	14,72	0,06	5	2,93	2,93	2,93	2,93	2,93	5,86	5,86	5,86	5,86	5,86
	Juego de formones	2	\$ 18,40	36,80	0,15	5	7,33	7,33	7,33	7,33	7,33	14,66	14,66	14,66	14,66	14,66
	Juego de gurbias	2	\$ 3,45	6,90	0,03	5	1,37	1,37	1,37	1,37	1,37	2,75	2,75	2,75	2,75	2,75
	Broca de listón de una sola punta	2	\$ 34,50	69,00	0,28	5	13,74	13,74	13,74	13,74	13,74	27,49	27,49	27,49	27,49	27,49
	Brocas helicoidales	1	\$ 34,50	34,50	0,14	5	6,87	6,87	6,87	6,87	6,87	13,74	13,74	13,74	13,74	13,74
	Juego de brocas de vástago recto	1	\$ 11,50	11,50	0,05	5	2,29	2,29	2,29	2,29	2,29	4,58	4,58	4,58	4,58	4,58

	Juego de brocas para taladro de em	2	\$ 11,50	23,00	0,09	5	4,58	4,58	4,58	4,58	4,58	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16
	Juego de destornilladores de hoja	2	\$ 23,00	46,00	0,19	5	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16	18,32	18,32	18,32	18,32	18,32
	Juego de destornilladores Phillips	2	\$ 23,00	46,00	0,19	5	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16	18,32	18,32	18,32	18,32	18,32
	Juego de destornillador de matraca	1	\$ 23,00	23,00	0,09	5	4,58	4,58	4,58	4,58	4,58	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16
	Juego de destornillador de ángulo	1	\$ 23,00	23,00	0,09	5	4,58	4,58	4,58	4,58	4,58	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16
	Juego de Puntas de destornillador	1	\$ 40,25	40,25	0,16	5	8,02	8,02	8,02	8,02	8,02	16,03	16,03	16,03	16,03	16,03
	Avellanador (perforación cónica pa	1	\$ 11,50	11,50	0,05	5	2,29	2,29	2,29	2,29	2,29	4,58	4,58	4,58	4,58	4,58
	Juego de martillos	2	\$ 5,75	11,50	0,05	5	2,29	2,29	2,29	2,29	2,29	4,58	4,58	4,58	4,58	4,58
	Martillo de uña	1	\$ 1,73	1,73	0,01	5	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69
	Embutidor de clavos	3	\$ 34,50	103,50	0,42	5	20,62	20,62	20,62	20,62	20,62	41,23	41,23	41,23	41,23	41,23
	Juego de prensas paralelas	2	\$ 17,25	34,50	0,14	5	6,87	6,87	6,87	6,87	6,87	13,74	13,74	13,74	13,74	13,74
	Juego de prensas tipo C	2	\$ 2,88	5,76	0,02	5	1,15	1,15	1,15	1,15	1,15	2,29	2,29	2,29	2,29	2,29
	Prensas de resorte	1	\$ 34,50	34,50	0,14	5	6,87	6,87	6,87	6,87	6,87	13,74	13,74	13,74	13,74	13,74
	Juego de llaves	1	\$ 34,50	34,50	0,14	5	6,87	6,87	6,87	6,87	6,87	13,74	13,74	13,74	13,74	13,74
	Pinzas	1	\$ 23,00	23,00	0,09	5	4,58	4,58	4,58	4,58	4,58	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16
	Juego de rachas	1	\$ 11,50	11,50	0,05	5	2,29	2,29	2,29	2,29	2,29	4,58	4,58	4,58	4,58	4,58
	Guantes	25	\$ 11,50	287,50	1,18	5	57,26	57,26	57,26	57,26	57,26	114,53	114,53	114,53	114,53	114,53
	Orejas	25	\$ 23,00	575,00	2,35	5	114,53	114,53	114,53	114,53	114,53	229,06	229,06	229,06	229,06	229,06
	Lentes Protectores	25	\$ 86,25	2.156,25	8,81	5	429,49	429,49	429,49	429,49	429,49	858,97	858,97	858,97	858,97	858,97
	Secador de madera	1	\$ 50.000,00	50.000,00	204,37	5	9.959,13	9.959,13	9.959,13	9.959,13	9.959,13	19.918,25	19.918,25	19.918,25	19.918,25	19.918,25
	FURGÓN	1	\$ 50.000,00	50.000,00	204,37	5	9.959,13	9.959,13	9.959,13	9.959,13	9.959,13	19.918,25	19.918,25	19.918,25	19.918,25	19.918,25
	Implementación de normas para el	1	\$ 10.000,00	10.000,00	40,87	5	1.991,83	1.991,83	1.991,83	1.991,83	1.991,83	1.991,83	1.991,83	1.991,83	1.991,83	1.991,83
	CAMIÓN	1	\$ 35.000,00	35.000,00	143,06	5	6.971,39	6.971,39	6.971,39	6.971,39	6.971,39	13.942,78	13.942,78	13.942,78	13.942,78	13.942,78
<b>EQUIPOS</b>				0,00	0,00	5	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total EQUIPOS</b>				244.650,38			48.730,08	48.730,08	48.730,08	48.730,08	48.730,08	95.468,33	95.468,33	95.468,33	95.468,33	95.468,33
<b>Total general</b>				872.300,38			73.836,08	73.836,08	73.836,08	73.836,08	73.836,08	120.574,33	120.574,33	120.574,33	120.574,33	120.574,33

## 6.- ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS (PYG)

### ESTADOS DE RESULTADOS (PYG)

INGRESOS POR VENTAS		355.000	380.205	407.200	436.111	467.075	500.237	535.754	573.792	614.531	658.163
IVA		38.036	40.736	43.629	46.726	50.044	53.597	57.402	61.478	65.843	70.517
INGRESO NETO		316.964	339.469	363.571	389.385	417.031	446.640	478.352	512.314	548.689	587.646
COSTO DE MANDO DE OBRA		12.018	13.250	14.608	16.106	17.756	19.576	21.583	23.795	26.234	28.923
COSTO DE MATERIA PRIMA "A"		12.972	14.301	15.767	17.383	19.165	21.129	23.295	25.683	28.316	31.218
COSTO DE MATERIA PRIMA "B"		1.035	1.142	1.259	1.388	1.530	1.687	1.859	2.050	2.260	2.492
COSTO DE MATERIALES		1.021	1.125	1.241	1.368	1.508	1.662	1.833	2.021	2.228	2.456
COSTO DE MANTENIMIENTO		4	4	5	5	5	5	6	6	6	6
DEPRECIACION DE EQUIPOS		48.730	48.730	48.730	48.730	48.730	97.460	97.460	97.460	97.460	97.460
DEPRECIACION DE LA INFRAESTRUCTURA		25.106	25.106	25.106	25.106	25.106	25.106	25.106	25.106	25.106	25.106
TOTAL COSTO DE PRODUCCION		100.886	103.659	106.715	110.085	113.800	166.626	171.142	176.121	181.610	187.662
UTILIDAD BRUTA		216.078	235.810	256.856	279.300	303.231	280.014	307.209	336.193	367.079	399.984
GASTOS DE VENTA		775	854	942	1.038	1.145	1.262	1.391	1.534	1.691	1.864
GASTOS OPERATIVOS		17.084	18.836	20.766	22.895	25.241	27.829	30.681	33.826	37.293	41.116
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		17.859	19.690	21.708	23.933	26.386	29.091	32.072	35.360	38.984	42.980
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		198.219	216.121	235.148	255.367	276.845	250.923	275.137	300.834	328.094	357.004
IMPUESTO A LA RENTA		49.555	54.030	58.787	63.842	69.211	62.731	68.784	75.208	82.024	89.251
UTILIDAD NETA DISPONIBLE		148.664	162.090	176.361	191.525	207.633	188.192	206.353	225.625	246.071	267.753

## 7.7.- FLUJO DE CAJA PROYECTADO

### FLUJO DE CAJA

	AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS TOTALES		355.000	380.205	407.200	436.111	467.075	500.237	535.754	573.792	614.531	658.163
COSTO DE PRODUCCION		27.050	29.823	32.879	36.249	39.964	44.060	48.576	53.555	59.044	65.096
GASTOS DE OPERACIÓN		17.859	19.690	21.708	23.933	26.386	29.091	32.072	35.360	38.984	42.980
INGRESOS TOTALES		87.590	94.766	102.416	110.568	119.255	116.328	126.186	136.686	147.866	159.768
TOTAL FLUJO DE EFECTIVO	0	222.500	235.926	250.197	265.361	281.470	310.758	328.919	348.191	368.637	390.319
INVERSION EN TERRENDOS	-280.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INVERSION INFRAESTRUCTURA	-627.650	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INVERSION EN MUEBLES Y ENSERES	-244.650	0	0	0	0	-244.650	0	0	0	0	0
INVERSION EN PRODUCCIÓN	-301.040	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VALOR DE RESCATE DEL EQUIPO		0	0	0	0	1000	0	0	0	0	1000
VALOR DE RESCATE DE INFRAESTRUCTURA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	301.040
TOTAL DE FLUJO DE INVERSION	-1453340,30	222.500	235.926	250.197	265.361	37.819	310.758	328.919	348.191	368.637	692.359

## 7.8.- EVALUACIÓN FINANCIERA DEL FLUJO

### 7.8.1.- VALOR ACTUAL NETO (VAN)

#### VALOR NETO ACTUAL

tasa de costo de capital

10%

inversion inicial

1.453.340,30

1	197.394,34	
2	210.820,46	
3	225.091,10	
4	240.255,06	
5	256.363,50	2.751.219,01
6	285.652,44	
7	303.812,76	
8	323.085,34	
9	343.531,00	
10	365.213,00	
	<b>VNA</b>	1.600.439,60
		147.099,30

### 7.8.2.- TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

#### TASA INTERNA DE RETORNO

0	-1.453.340,30	
1	197.394,34	
2	210.820,46	
3	225.091,10	
4	240.255,06	
5	256.363,50	
6	285.652,44	
7	303.812,76	
8	323.085,34	
9	343.531,00	
10	365.213,00	
	2.751.219,01	
	<b>TIR</b>	<b>0,12</b>
	<b>TASA DE INTERES</b>	<b>0,10</b>

### 7.8.3.- PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO

#### METODO DE RECUPERACION

inversion inicial	1.453.340,30	
AÑOS		
1	197.394,34	1.415.576,90
2	210.820,46	37.763,40
3	225.091,10	0,12
4	240.255,06	1,49
5	256.363,50	14,70
6	285.652,44	
7	303.812,76	
8	323.085,34	
9	343.531,00	
10	365.213,00	
<b>Total</b>	<b>2.751.219,01</b>	

Tiempo de recuperacion estimado

10 años

total dias **266,40**

6 años	2 meses	20 dias
6	1,00	14,00

### 7.9.-PUNTO DE EQUILIBRIO

#### PUNTO DE EQUILIBRIO

P.VENTA	38,06	100%
P.COSTO	20,834044	54,74%
M.CONTRIB.	17,225956	45,26%

$$\begin{aligned}
 \text{VENTAS X} &= \text{COSTO FIJO} + \text{COSTO VARIABLE X} \\
 38,06 X &= 100.886,18 + 20,83 X \\
 38,06 X - 20,834044 X &= 100.886,18 \\
 17,225956 X &= 100.886,18 \\
 X &= \frac{100.886,18}{17,225956}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 X &= 5.856,64 \\
 X &= 5.858 \text{ Unidades} \\
 &38,06 \text{ Precio Venta} \\
 &222.941,68 \text{ Dólares}
 \end{aligned}$$

## 8.- ANALISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

### 8.1.- ANALISIS DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL

El empírico proceso en que se ha ido desarrollando la actividad maderera, las deficientes técnicas para la producción, ha sido una colisión que ha provocado malestar ambiental. De acuerdo al análisis de impacto, hay factores que alteran al ambiente en cuanto al proceso de producción de muebles, desde el polvo de madera, los desechos de la misma, también el ruido de las maquinarias y el proceso de lacado, afecta a la salud de las personas, sobre todo de los operarios. Con la creación del centro, se espera contrarrestar este impacto.

El sistema de gestión ambiental, de la serie de Normas INEN-ISO 1400, ofrecen algunos parámetros sobre cómo realizar la gestión de impactos ambientales de sus actividades, productos y servicios de una forma eficaz. Su utilidad es efectiva tanto para las empresas tanto pequeña como grande y también las nacionales e internacionales.

Estas normas no determinan las políticas ni objetivos ni aspectos ambientales. Estas normas deben ser reguladas por el centro de fomento o por las normas regionales o nacionales.

El uso adecuado de las normas ISO 14000, pretende que la empresa pueda planear, monitorear y mejorar perennemente su desempeño para cumplir con sus reglamentos y alcanzar los objetivos deseados y satisfacer las regulaciones aplicables.

Las siguientes exigencias del Sistema de Gestión ambiental son:

- Política ambiental
- Planeación
- Implementación y Operación
- Verificación y Acciones correctivas
- Revisión gerencial

De cumplirse estos requisitos, los posibles beneficios que se puede lograr con esta norma son:

### **Para los clientes:**

- Confianza con centro de fomento porque se está manejando los riesgos ambientales con las actividades a realizar de una manera eficaz y proactiva.
- Se tiene mayor conocimiento sobre las prácticas ambientales con relación a la funcionalidad del centro.

### **Para la Empresa a instalarse**

- Excelente práctica ambiental.
- Programa organizado para gerenciar los aspectos ambientales y estimular el progreso continuo.
- Mínimo peligro de accidentes ambientales.
- Sobresaliente imagen empresarial.
- Principal control sobre el desempeño de las regulaciones ambientales.

El problema del impacto ambiental es un compromiso generalmente de la empresa para la población, quienes comanda la dirección de la organización deberán dirigir a través de sus colaboradores inmediatos sobre los criterios que afectan sobre manera al ambiente, y determinar las consecuencias que se generen a la misma por causa del centro de fomento.

Estas consecuencias pueden terminar siendo devastadoras a tal punto de irse en contra de las normas del medio ambiente, pues esta situación terminaría en sanciones legales y multas, y por ende un desafío inoportuno para las gestiones productivas del centro.

### **Uso de pesticidas**

Los riesgos que pueden provocar el uso indiscriminado de pesticida, conlleva a una intoxicación severa que desencadena en otros factores como la dosis que se ha absorbido, la forma en que ingresa al organismo y la sensibilidad del individuo, su salud, protección y calor del ambiente, entre otros.



## **Medidas de prevención**

La intoxicación, en la mayoría de las ocasiones es causada por el uso inadecuado de pesticidas y la desatención a las normas regulares. Generalmente en el Ecuador, existen pesticidas que ingresan ilegalmente y son comercializadas a pesar de su prohibición, sin importar las consecuencias que esto puede ocasionar en lo posterior.

Al momento de adquirir estos productos, es recomendable elegir aquellos que tienen bajo nivel de toxicidad, caso contrario se deberá adquirir aquellos que tienen las normas específicas y de seguridad.

Los perjuicios que se provocan al medio ambiente conllevan a la práctica desde su extracción. El principal punto sobre este criterio se debe a la tasa indiscriminada del bosque, los atentados al medio ambiente y los desajustes económicos que esta situación sobrelleva.

La necesidad de cumplir con la demanda con el recurso de la materia prima, la madera, recae sobre la tala de los árboles, aproximadamente es de 40 mil hectáreas al año. Un factor igual de destructor es la aplicación tecnológica en cuanto a la extracción y pero aun el daño que se le causa a la salud de los operarios y demás trabajadores que están asentados en esta actividad, tal situación ocurre por no contar con los equipos de protección y seguridad.

### **8.3.- ANALISIS SOCIO-ECONOMICO DEL PROYECTO**

La sostenibilidad social, económica y cultural, se alcanza cuando el Centro pasa a ser considerada por la comunidad como un bien que va a ser útil para lograr sus objetivos de desarrollo.

Para esto es necesario contar con la participación de la comunidad en todas las fases de desarrollo del proyecto. La participación da paso al empoderamiento de las personas y a la apropiación del proyecto, generando además procesos de aprendizaje, e innovación que permitan encontrar mejores soluciones a las necesidades.

Algunos factores que se deberá considerar para revisar esta sostenibilidad social son:

- Entender el contexto, de manera que la solución ofrecida se adapte al entorno local, a sus valores ancestrales y necesidades. Para esto se pueden utilizar reuniones con la comunidad, investigaciones de grupo, encuesta, entre otros.
- Identificar las necesidades de la comunidad, esto solo se puede hacer con la comunidad. Así podrá determinar servicios que sean realmente útiles para las personas y que pueden por tanto ser exitosos para la asociación.
- Lograr el compromiso de los actores clave, personas que hagan parte de las decisiones así como de miembros de la comunidad con conocimientos técnicos y/o administrativos, que puedan prestar sus servicios al proyecto.
- Identificar los diferentes grupos sociales existentes en la comunidad, para definir usuarios potenciales, intereses, roles.

Cada grupo tendrá su propia percepción tecnológica, sus propias necesidades y el proyecto puede tener implicaciones sociales diferentes sobre cada grupo de trabajo. De tal manera que se considera los beneficios que pueda traer a la comunidad y al proyecto el desarrollo de estrategias equitativas, donde hombres y mujeres participen por igual.

Las metas deben ser compartidas y alineadas entre el equipo del proyecto y los actores locales.

## CONCLUSIONES:

- ✚ Con respecto a la planificación en la Asociación, hay socios que tienen nociones sobre las situaciones pertinentes con la institución, no obstante también hay los que no conocen sobre la realidad de la Asociación. Esto podría darse por la falta de comunicación y por ende atraer consecuencias graves como la no participación y la desafiliación de los mismos.
- ✚ El nivel de comunicación con los directivos es medianamente satisfactorio. Puede tratarse de rivalidad entre los socios o desacuerdos, lo que causaría inestabilidad de la Asociación en el mercado. El desconocimiento sobre los temas a tratarse y la falta de interés pueden llevar al fracaso.
- ✚ La calidad es la que marca la diferencia entre sus productos contra los de la competencia. Sumado a ello evidentemente esta la experiencia y la dedicación con que cuenta la actividad maderera, no obstante, el esfuerzo requiere de habilidad y destrezas, también se considera que el precio es importante, porque los clientes están dispuestos a pagar por un trabajo bien realizado.
- ✚ El control a su vez permite determinar el desarrollo y la medición de las actividades con la finalidad de alcanzar los objetivos. La Asociación no tiene los medios suficientes como para dar a conocer sus productos pero casi siempre lo hace, en muchas ocasiones con el aval del gobierno en ferias del mueble, sobre todo para el mes de noviembre que en resumidas cuentas es la temporada alta por ser feriado. No existe una programación adecuada como para mostrar los productos al consumidor porque no existe la publicidad necesaria para poder dar a conocerlos.

- ✚ La capacitación técnica es lo que beneficia en su gran mayoría a la Asociación, a través de ello, los socios tienen la oportunidad de adquirir conocimientos y aplicarlos de forma adecuada. En la Asociación existen varias actividades de las cuales, deben recibir periódicamente las capacitaciones.
- ✚ La comodidad que un local pueda brindar, no solo requiere ser espacioso y amplio, sino también que el ambiente sea agradable porque más de un colaborador estará desarrollando sus actividades en los procesos productivos de forma consecuente, efectiva y eficaz. Ciertos socios no tienen conocimiento sobre las ventajas que se tiene al trabajar en un lugar adecuado, para ello es necesario darles a conocer los beneficios que presenta la creación de éste.

## **RECOMENDACIONES**

- ✚ Es necesario que todos los socios estén al tanto de la planificación en la Asociación, puesto que el beneficio es para todos. Es menester que existan reuniones periódicas con la finalidad de tratar los asuntos importantes de la asociación. La exposición de puntos clave en la institución, hará que el debate tenga un propósito que será para progresar y mejorar.
- ✚ El proceso de comunicación entre directivos y socios debe llevarse a cabo de una manera efectiva, por tanto se recomienda cambios internos y externos en la organización, procesos sistemáticos y por escritos para documentación. La buena información entre los grupos, el lenguaje idóneo y la buena relación entre ellos, procurara la satisfacción absoluta en la organización ya que de esta manera podrá mejorar la relación entre ellos y por ende proyectara una imagen favorable de la Asociación.

- ✚ La calidad está relacionada con la garantía, es relevante el hecho producir con responsabilidad los productos que se ofertan en el mercado, puesto que no solo depende de la calidad del producto, sino también del precio que debe ser relativamente calculado con las horas de producción, la materia prima y la mano de obra. Por ello, es necesario que exista un departamento que trabaje con las normas de calidad con respecto a la elaboración de los muebles esto certificara el sello productivo y por lo tanto la garantía del mismo.
  
- ✚ El control de actividades en la Asociación, debe estar compuesto de varias estrategias para su eficaz desempeño como establecer medidas y criterios de control, procedimientos correctos en la información recolección de datos, adecuada utilización de los resultados, para comparar los momentos actuales y futuros de la. En base a estos factores, se da apertura para que funcione el control organizacional bajo las siguientes actividades: planear, organizar, evaluar y mejorar.
  
- ✚ La Asociación debe procurar realizar las capacitaciones para actualizar los conocimientos y procesos, también debe tomar en cuenta la modernización de los equipos ya que muchos de ellos están obsoletos y es imprescindible la adquisición de maquinaria nueva y tecnológica. Hay que fomentar la cultura de conocimientos y capacitaciones para asegurar el mercado actual y atraer a nuevos clientes.
  
- ✚ La creación de un centro de fomento del mueble y la madera, servirá para poder realizar las actividades de forma constante en un ambiente agradable y amplio. Después de esta realidad, con las instalaciones adecuadas, se recomienda trabajar en los asuntos internos de la Asociación para llevar a cabo todos los procesos tanto productivos como administrativos.

## Bibliografía

- Arqhys. (s.f.). <http://www.arqhys.com/construccion/muebles-historia.html#550>.
- Arquba. (s.f.). <http://www.arquba.com/monografias-de-arquitectura/evolucion-del-mueble/>.
- Avilés Pino, E. (2012). [www.encyclopediadelecuador.com](http://www.encyclopediadelecuador.com).
- Ecuadorforestal. (s.f.). <http://ecuadorforestal.org/informacion-s-f-e/mercado-forestal/mercado-nacional/>.
- Franco Idarraga, H. (2011). *La Empresa y el Centro de Trabajo*.
- GAD Santa Elena. (2012). *Centro de Fomento Productivo de Artesanos del mueble y la madera*. Atahulpa.
- <http://www.arquba.com/monografias-de-arquitectura/evolucion-del-mueble/>. (s.f.). Arquba.
- Ibarra Velasquez, A. (2009). [http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D\\_Tesis\\_PDF/D-91854.pdf](http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-91854.pdf).
- INEC. (2010). *Censo poblacional*.
- Infinittonews. (s.f.). <http://www.infinittonews.com/index.php/mundo/sociedad/2324-inmunizan-a-la-madera-contras-las-termitas-sin-insecticidas>.
- Miranda Miranda, A. N., Zambrano Verduga, M. E., & Yaguana Hidalgo, J. J. (2009). <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/14815>.
- Organizaciones Muñoz Ugarte. (2012). <http://www.omu.com.ec/hist%C3%B3rico-de-noticias/5537-mipro-prioriza-su-ayuda-a-varios-sectores-productivos.html>.
- Routio, P. (s.f.). <http://www2.uiah.fi/projekti/metodi/221.htm>.
- Tomalá P., M. (2011). <http://analisedediciones.blogspot.com>.
- Zambrano, R. (2012). <http://www.omu.com.ec/hist%C3%B3rico-de-noticias/5537-mipro-prioriza-su-ayuda-a-varios-sectores-productivos.html>.

# ANEXOS

ANEXO

PLAN DE ACCIÓN PARA EL CENTRO DE FOMENTO PRODUCTIVO DE ATAHUALPA			
<b>Problema Principal:</b>			
La ausencia de un centro de fomento productivo que permita incrementar el trabajo de la Asociación Interprofesional del mueble y la madera Atahualpa			
<b>Fin del proyecto:</b>		<b>Indicadores:</b>	
Creación de un Centro de Fomento Productivo para la Asociación de artesanos del mueble y la madera Atahualpa.		<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta a socios de la asociación y a los consumidores de la provincia de Santa Elena.</li> </ul>	
<b>Propósito de Proyecto:</b>		<b>Indicador:</b>	
Establecimiento de criterios para el desarrollo productivo del mueble y la madera en el proceso administrativo, mediante un estudio a los productores y clientes.		<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta a socios y clientes de la asociación y a los consumidores de la provincia de Santa Elena.</li> </ul>	
Programas	Objetivos	Proyectos	Actividades
<b>Gestión Administrativa.</b>	Establecer las causas de la deficiente preparación técnica en la actividad, mediante encuestas a los productores	<b>Estrategia de sostenibilidad:</b> Los artesanos producirán y comercializarán nuevos diseños y productos de calidad a diversos lugares, trabajando en una 1era fase; la implementación de nuevas tecnologías y diseños para la comercialización en el mercado local y regional, para luego trabajar en una 2da fase, que es abarcar el mercado nacional o extranjero.	<p>Conceptos de aprender técnicas y replicar conocimientos y modernos y actuales métodos de producción y transformación de la materia prima</p> <p>En relación a la producción, se observa la optimización del tiempo, espacio y recursos asignados para la transformación de la materia prima</p>
	Diagnosticar las causas de la deficiente gestión de los recursos mediante encuestas a los socios	<b>SOSTENIBILIDAD FINANCIERA</b> Muchas veces la concepción de sostenibilidad de un proyecto se limita a su sostenibilidad financiera. Siendo la sostenibilidad financiera la capacidad de contar con recursos económicos para que la	<p>Establecer prioridades de inversión que permitan generar infraestructura que maximice la generación de riqueza, y optimice el uso de los recursos.</p> <p>Desplegar y priorizar acciones e inversiones que aporten con una</p>



		<p>asociación se mantenga operando.</p> <p>Una herramienta clave para conseguir sostenibilidad financiera en este proyecto, esperando establecer costos esperados en inversión y mantenimiento. (ver anexos) En los costos de mantenimiento se consideró los costos de servicios que se prestará a la comunidad de acuerdo con las necesidades identificadas.</p> <p>Con el aporte a este proyecto, se proveerá a los artesanos, de rubros que cubrirán costos de ventas, la misma que según el estado de pérdidas y ganancias proporcionará una utilidad positiva y creciente en cada año.</p>	<p>macroeconomía sana y sostenible.</p>
	<p>Diagnosticar las causas del desinterés, deficiente gestión administrativa mediante un focus group</p>	<p><b>SOSTENIBILIDAD ORGANIZATIVA:</b> Para desarrollar sostenibilidad organizativa es importante adoptar un modelo organizativo que entre otras cosas permita determinar reglas de trabajo, establecer una estructura organizativa y definir el personal que se encargará de llevar a cabo las tareas requeridas para mantener la organización en la asociación, asegurando el compromiso y disponibilidad de las personas para la adecuada administración y operación de la asociación. Otro aspecto valioso es la capacitación de personal local que pueda resolver problemas y encargarse de la asociación. En los procesos de formación no solo hay que preocuparse de desarrollar habilidades técnicas sino que también se</p>	<p>Fomentar mecanismos para el desarrollo de capacidades del recurso humano, en especial para la innovación, la investigación y desarrollo dentro de los Sectores</p>

		deben considerar capacidades requeridas en otras áreas como mercadeo, ventas, aspectos legales, entre otros. Además es conveniente que las personas que se vinculen al proyecto se identifiquen con sus objetivos y se sientan involucrados, de manera que se comprometan con el uso y administración de los recursos.	Estratégicos y así lograr transferencia tecnológica
<b>Infraestructura del Centro</b>	Determinar las estrategias comerciales mediante una encuesta a los productores	Estrategia de seguimiento y evaluación: Componente 2	Capacitación en el área administrativa
		ESTRATEGIA:  Ejecución De Un Plan De Comercialización Y Mercadeo De Los Productos	Capacitación en el área financiera
		EVALUACIÓN:  Evaluaciones A Los Participantes Por Medio De Casos Prácticos	Capacitación en buen manejo de fondos asignados
			Capacitación en destino de fondos non Project
<b>Infraestructura del Centro</b>	Crear el centro de fomento productivo mediante financiamiento, que permita contrarrestar las debilidades para el fortalecimiento de una estructura administrativa y comercial	Estrategia de seguimiento y evaluación: Componente 1	Capacitación en comercialización y ventas
		ESTRATEGIA:  Capacitación En Área Administrativo Financiera Del Centro Para El Correcto Manejo De Los Fondos	Capacitación en distribución
		EVALUACIÓN:  Evaluaciones A Los Participantes Por Medio De Talleres	Capacitación en estrategias de atención al cliente
			Capacitación en control de calidad

## **SOSTENIBILIDAD SOCIAL**

La sostenibilidad social y cultural, se alcanza cuando el Centro pasa a ser considerada por la comunidad como un bien que va a ser útil para lograr sus objetivos de desarrollo.

Para esto es necesario contar con la participación de la comunidad en todas las fases de desarrollo del proyecto. La participación da paso al empoderamiento de las personas y a la apropiación del proyecto, generando además procesos de aprendizaje, e innovación que permitan encontrar mejores soluciones a las necesidades.

Algunos factores que se deberá considerar para revisar esta sostenibilidad social son:

- Entender el contexto, de manera que la solución ofrecida se adapte al entorno local, a sus valores ancestrales y necesidades. Para esto se pueden utilizar reuniones con la comunidad, investigaciones de grupo, encuesta, entre otros.
- Identificar las necesidades de la comunidad, esto solo se puede hacer con la comunidad. Así podrá determinar servicios que sean realmente útiles para las personas y que pueden por tanto ser exitosos para la asociación.
- Lograr el compromiso de los actores clave, personas que hagan parte de las decisiones así como de miembros de la comunidad con conocimientos técnicos y/o administrativos, que puedan prestar sus servicios al proyecto.
- Identificar los diferentes grupos sociales existentes en la comunidad, para definir usuarios potenciales, intereses, roles. Cada grupo tendrá su propia percepción tecnológica, sus propias necesidades y el proyecto puede tener implicaciones sociales diferentes sobre cada grupo de trabajo. De tal manera que se considera los beneficios que pueda traer a la comunidad y al proyecto el desarrollo de estrategias equitativas, donde hombres y mujeres participen por igual.
- Las metas deben ser compartidas y alineadas entre el equipo del proyecto y los actores locales.

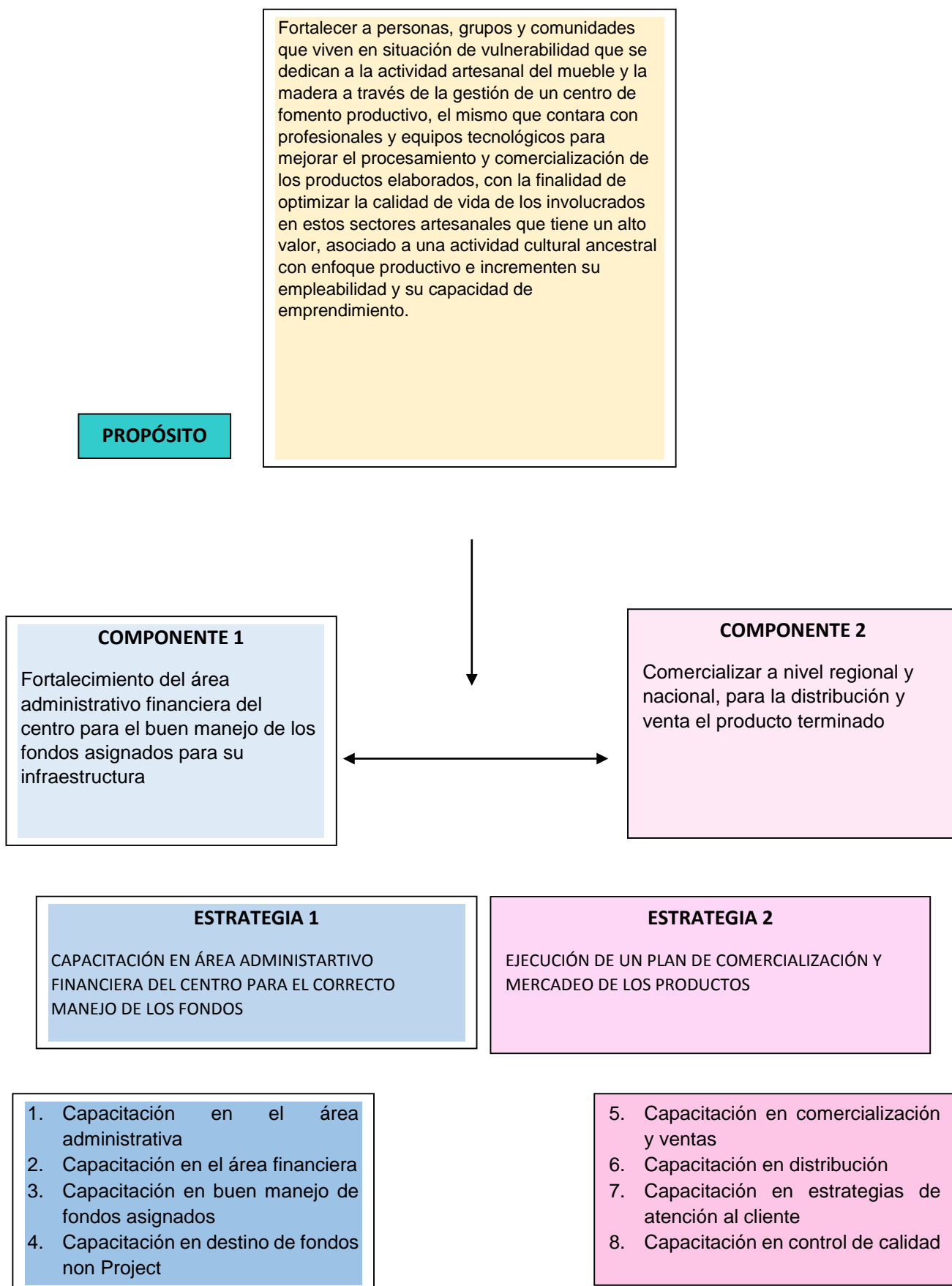
## **ACTIVIDADES**

- Asegurar la provisión confiable, segura y eficiente de servicios públicos de los SE, para así mejorar la competitividad sistémica.
- Cambiar la matriz energética, priorizando la inversión en nuevas fuentes de generación de energía y reducción de la demanda considerando el nivel de oportunidad de aprovechamiento de los recursos naturales (renovables y no renovables)
- Desplegar infraestructura en conectividad y telecomunicaciones para la soberanía tecnológica y la integración
- Mejorar progresivamente el perfil de sostenibilidad de la gestión de los Sectores Estratégicos y de sus proyectos.
- Ampliación progresiva de la cobertura de los servicios públicos que prestan los SE, y del acceso al agua; Acceso Universal a los servicios públicos que prestan los SE.
- Desarrollar iniciativas intersectoriales articuladas que promuevan la equidad territorial y la inclusión social.
- Coordinar las políticas y proyectos sectoriales a nivel intersectorial de manera de obtener intervenciones integrales y generar costos ahorrados.

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
Fortalecer el proceso administrativo financiero y comercial del Centro de Fomento Productivo.	<p><u>Al 5° año después de la terminación del Proyecto se cuenta con:</u></p> <p>A finales del año 2017 los integrantes de la asociación lograrán incrementar sus conocimientos en administración y ventas en un 30%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datos estadísticos de la Asociación</li> <li>• Sondeos muestrales</li> </ul>	Políticas públicas e institucional favorables al desarrollo de la Asociatividad
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>Fortalecer a personas, grupos y comunidades que viven en situación de vulnerabilidad que se dedican a la actividad artesanal del mueble y la madera a través de la gestión de un centro de fomento productivo, el mismo que contara con profesionales y equipos tecnológicos para mejorar el procesamiento y comercialización de los productos</p>	<p><u>Al final del 2015:</u></p> <p>Mejorará el nivel de vida del sector artesanal, logrando así, que el 40% de la población de la comuna, se dedique al sector artesanal, y el 80 % a los productos del Centro</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de ingresos de los habitantes de la Comuna Barcelona</li> </ul> <p>Registros de ventas anuales realizadas según datos obtenidos en la Asociación</p>	<p>Toda la parroquia</p> <p>Se logrará la incorporación de 100 socias de la Comuna a la asociación hasta el año 2012</p>

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
<p>elaborados, con la finalidad de optimizar la calidad de vida de los involucrados en estos sectores artesanales que tiene un alto valor, asociado a una actividad cultural ancestral con enfoque productivo e incrementen su empleabilidad y su capacidad de emprendimiento.</p>			
<p><b>RESULTADOS</b></p> <p>Fortalecimiento del área administrativo financiera del centro para el buen manejo de los fondos asignados para su infraestructura</p>	<p>Al término de la ejecución del proyecto 50% de los miembros de la asociación y productores poseen conocimientos de administración y finanzas.</p>	<p>Se realizará un levantamiento de información de registros administrativo financiero</p>	<p>Análisis e interpretación financiera</p>
<p>Comercializar a nivel regional y nacional, para la distribución y venta el producto terminado del Centro de Fomento</p>	<p>Al término de la ejecución del proyecto 20% de los miembros de la asociación y productores poseen conocimientos de comercialización y venta</p>	<p>Se realizará un levantamiento de información de registros de ventas</p>	<p>Miembros de la asociación exportando productos de calidad del Centro de Fomento Productividad</p>

**DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS**





## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACION DE ARTESANOS INTERPROFESIONALES DEL MUEBLE Y LA MADERA ATAHUALPA

Objetivo: Obtener información sobre la importancia de impulsar la comercialización de los artículos de la asociación de artesanos del mueble y la madera de Atahualpa.

### INFORMACIÓN BÁSICA:

<b>EDAD:</b>		20 - 35		36 - 50		<b>SEXO</b>	<b>M:</b>		<b>F:</b>	
<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>										
<b>PRIMARIA</b>		<b>SECUNDARIA</b>		<b>TÉCNICA</b>		<b>SUPERIOR</b>		<b>NINGUNA</b>		
<b>TIEMPO DE PERTENECER A LA INSTITUCIÓN:</b>										
<b>1-5 años</b>		<b>6-10 años</b>		<b>11-16 años</b>		<b>17 años en adelante</b>				

### PREGUNTAS:

- ¿Conoce sobre la planificación que guía la acción de la asociación?

SI		NO		TAL VEZ	
----	--	----	--	---------	--

- ¿Qué considera la asociación respecto a la administración del recurso humano?

Seguridad institucional	
Capacitación interna	
Capacitación externa	
Equipos y materiales	
Ningún mecanismo	

- De acuerdo a su criterio, es suficiente la producción que obtienen para satisfacer las demandas del mercado del mueble?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	

- De las siguientes características de mueble ¿Cuáles considera que marcan la diferencia con la competencia?

Precio	
Calidad	

Tiempo de entrega	
Diseños modernos	
Insumos actuales	
Ninguno	

5. ¿La asociación busca los medios para dar a conocer los productos que se ofrecen?

Siempre	
Casi siempre	
De vez en cuando	
Muy de repente	
Nunca	

6. Considerando prioridades ¿Cuáles son los recursos con que cuenta la asociación para la producción de muebles?

Materiales	
Económicos	
Humanos	
Equipamiento	
Financieros	
Infraestructura	

7. ¿Qué beneficios le brinda el liderazgo de los directivos de la Asociación según las normas establecidas?

Ingresos económico permanente	
Oportunidad laboral para la familia	
Modernización de equipos	
Capacitación técnica	
Mercado seguro	
Ningún beneficio	

8. ¿Cuántos miembros de su familia pueden formar parte de la Asociación según las normas establecidas?

Una persona	
Dos personas	
Tres personas o mas	
Ninguna	

9. ¿De qué manera se realizan actualmente las acciones dentro de la Asociación?

De manera individual	
De manera grupal	

10. ¿Las gestiones de la Asociación permiten que el producto sea reconocido en la provincia de Santa Elena?

Siempre	
Casi siempre	
De vez en cuando	



Muy de repente	
Nunca	

11. ¿Tiene usted conocimientos sobre las ventajas de aplicar un plan de negocios dentro de las organizaciones?

SI		NO		TAL VEZ	
----	--	----	--	---------	--

12. ¿Estaría de acuerdo que la Asociación un centro de fomento que le permita trabajar de manera organizada, definiendo beneficios a corto y largo plazo?

SI		NO		TAL VEZ	
----	--	----	--	---------	--



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA ENTRE LAS CIUDADES DE LA LIBERTAD, SALINAS Y SANTA ELENA.

Objetivo: Obtener información sobre el conocimiento de los consumidores con respecto al mercado local de muebles y demás productos elaborados con la madera.

#### INFORMACIÓN BÁSICA:

<b>EDAD:</b>	18 - 25	26 - 36	37 en adelante
--------------	---------	---------	----------------

#### PREGUNTAS:

1. ¿Cuál es la ciudad en donde usted reside actualmente?

La Libertad	
Salinas	
Santa Elena	

2. ¿Qué elemento considera que es el adecuado para darle un mejor acabado al producto que usted necesita?

Madera	
Metal	
Prefabricados	
Otros	

3. ¿Usted considera que es conveniente y preferiblemente necesario adquirir productos fabricados en madera?

Si	
No	

4. Reconociendo que en la provincia existe gran demanda de estos productos ¿Usted cómo considera los productos hechos en madera?

Excelente	
Muy bueno	
Bueno	
Regular	

5. A la hora de adquirir un producto, ¿Cuál es el tipo de madera que usted prefiere para su elaboración?

Guayacán	
Amarillo	
Cedro	
Balsa	
Prefabricados	

6. Generalmente ¿Qué tipo de artículos elaborados en madera, usted requiere?

Camas	
Literas	
Cunas	
Muebles	
Juegos de comedor	
Puertas	
Anaqueles	
Otros	

7. ¿Cuál es el establecimiento en donde usted habitualmente adquiere el producto que desea?

Ebanisterías	
Mueblerías	
Almacenes	
Centros comerciales	

8. ¿Cuál es la característica predominante para realizar la compra del producto?

Comodidad	
Precio	
Modelo	
Otros	

9. ¿Le gustaría poder recibir otras alternativas en cuanto al servicio del lugar donde usted realiza la compra?

Publicidad general	
Ventas por catálogo	
Diseños modernos	
Otros	

10. ¿Quiénes cree usted que, de existir un centro en donde se exhiba las variedades de productos elaborados con madera, se beneficiarían?

Cliente	
Artesanos	
Comunidad	
Otros	