



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**CARRERA DE ECONOMÍA**

**Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Título de Economista**

**Tema:**

---

**"Ingresos personales y situación socioeconómica de los artesanos integrantes del Centro Artesanal Huambaló "CENARHU" durante el año 2013"**

---

**Autor:** Chango Delgado, Omar Geovany

**Tutora:** Eco. Lidia Rosario, Vásconez Gavilanes

Ambato – Ecuador

2016

## APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Eco. Lidia Rosario Vásconez Gavilanes, con cedula de identidad No. 180161529-3 en mi calidad de Tutor del trabajo de investigación sobre el tema: **"INGRESOS PERSONALES Y SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS ARTESANOS INTEGRANTES DEL CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ "CENARHU" DURANTE EL AÑO 2013"**, desarrollado por Omar Geovany Chango Delgado, de la carrera de Economía, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Abril del 2016

**TUTOR:**



Eco. Lidia Rosario Vásconez Gavilanes


C.I. 180161529-3

## DECLARACIÓN AUTORÍA

Yo, Omar Geovany Chango Delgado, con cédula de ciudadanía No. 180418779-5, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo investigativo, bajo el tema: **"INGRESOS PERSONALES Y SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS ARTESANOS INTEGRANTES DEL CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ "CENARHU" DURANTE EL AÑO 2013"**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Trabajo de Investigación.

Ambato, Abril del 2016

### AUTOR



Sr. Omar Geovany Chango Delgado

180418779-5

## CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación

Cedo los derechos en línea patrimoniales de este trabajo de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, Abril del 2016

AUTOR



Sr. Omar Geovany Chango Delgado

180418779-5

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: **"INGRESOS PERSONALES Y SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS ARTESANOS INTEGRANTES DEL CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ "CENARHU" DURANTE EL AÑO 2013"** elaborado por Omar Geovany Chango Delgado, estudiante de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Abril del 2016



---

Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



---

Eco. Juan Pablo Martínez

**MIEMBRO CALIFICADOR**



---

Ing. Roberto Valencia

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada en primer lugar a DIOS quien ha sido mi guía al llegar a cumplir mis metas. A mis padres, quienes en el transcurso de mi vida me inculcaron los valores que me mantiene por el sendero del bien y a la vez me dieron ejemplo de trabajo y perseverancia en todos los actos de mi existencia. A mi esposa y a mi pequeño ángel que son mi razón de vivir y seguir adelante, motivándome hacia el cumplimiento de mis sueños.

Omar Geovany Chango D.

## **AGRADECIMIENTO**

El don máspreciado mi Dios mi familia por su amor y bendición su apoyo. Un agradecimiento de manera especial a la Eco. Rosario Vásconez, por ser el pilar fundamental en desarrollo del presente trabajo. A la Universidad Técnica de Ambato por contribuir a mi engrandecimiento personal y profesional. Al Centro Artesanal Huambaló por abirme las puertas para poder realizar el presente trabajo

Omar Geovany Chango D.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**TEMA:** "INGRESOS PERSONALES Y SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS ARTESANOS INTEGRANTES DEL CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ “CENARHU” DURANTE EL AÑO 2013"

**AUTOR:** Omar Geovany Chango Delgado

**TUTOR:** Eco. Lidia Rosario Vásquez Gavilanes

**FECHA:** Abril del 2016

**RESUMEN EJECUTIVO**

El trabajo investigativo tiene el propósito fundamental de responder al problema detectado el mismo que es: "Ingresos personales y situación socioeconómica de los artesanos integrantes del Centro Artesanal Huambaló “CENARHU” durante el año 2013" uno de los puntos clave pues al no tener un plan de producción por la falta de planificación y organización conlleva a que exista una producción empírica lo que crea una disminución en sus ingresos personales y por ende no se mejore su situación económica. Un Plan de Producción permitirá solucionar la problemática del Centro Artesanal Huambaló. El aporte principal del presente trabajo constituye en ayudar a promover el crecimiento del Centro Artesanal Huambaló, mediante un análisis minucioso, con la finalidad de poder elevar el emprendimiento mediante el trabajo diario de todos los asociados, será de mucha ayuda que todos y cada uno de los integrantes aporten nuevas ideas para que el gremio sea el eje principal de la planificación y así llegar a los objetivos planteados.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** INGRESOS PERSONALES, SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA, ESTRATEGIAS, PRODUCCIÓN, RENTABILIDAD



**TECHNICAL UNBIVERSITY OF AMBATO**

**FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT**

**ECONOMY CAREER**

**TOPIC:** " PERSONAL INCOME AND SOCIOECONOMIC STATUS OF THE MEMBERS OF THE CRAFT CENTER ARTISANS HUAMBALÓ CENARHU DURING THE YEAR 2013".

**AUTHOR:** Omar Geovany Chango Delgado

**TUTOR:** Eco. Lidia Rosario Vásquez Gavilanes

**DATE:** April 2016

**ABTRACT**

The research work has the fundamental purpose of responding to the problem detected is the same as: "personal income and socioeconomic status of the members of the craft center artisans HuambalóCENARHU".one of the key points for not having a production plan by the lack of planning and organization entails that there is an empirical production which creates a decrease in personal income and thus not improve their economic situation. A Production Plan will allow solve the problem of Huambaló Craft Center. The main contribution of this work is to help promote the growth of Huambaló Craft Center, by thorough analysis with the aim of raising entrepreneurship through the daily work of all partners,It will be helpful that each and every one of the members bring new ideas to the guild is the main focus of planning and reach the objectives.

**KEYWORDS:** PERSONAL INCOME, SOCIOECONOMIC SITUATION, STRATEGIES, PRODUCTION, PROFITABILITY.

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>	
PORTADA _____	i
APROBACIÓN DEL TUTOR _____	ii
DECLARACIÓN AUTORÍA _____	iii
CESIÓN DE DERECHOS _____	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO _____	v
DEDICATORIA _____	vi
AGRADECIMIENTO _____	vii
RESUMEN EJECUTIVO _____	viii
ABSTRACT _____	ix
ÍNDICE GENERAL _____	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS _____	xiv
ÍNDICE DE TABLAS _____	xv
INTRODUCCIÓN _____	1

### CAPITULO I

#### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.TEMA DE INVESTIGACION _____	2
1.2.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA _____	2
1.2.1.Contextualización _____	2
1.2.2. Análisis Crítico _____	5
1.2.3. Prognosis _____	7
1.2.4. Formulación del Problema _____	7
1.2.5. Preguntas Directrices _____	7
1.2.6. Delimitación _____	8
1.3. JUSTIFICACIÓN. _____	8
1.4. OBJETIVOS _____	9

1.4.1. Objetivo General _____	9
1.4.2. Objetivos Específicos _____	9

## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS _____	10
2.2 FUNDAMENTACIÓN _____	12
2.2.3 Fundamentación Legal _____	12
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES _____	15
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES _____	18
2.4.1. Variable Independiente: Ingresos Personales _____	18
2.4.2. Categorías Fundamentales de la Situación Socioeconómica _____	24
2.4.2. Componentes _____	26
2.4. HIPÓTESIS _____	31
2.5. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES DE LA HIPÓTESIS _____	31

## CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE _____	32
3.2 MODALIDAD BÁSICA DE INVESTIGACIÓN _____	32
3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN _____	33
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA _____	33
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES _____	35
3.5.1. Variable independiente _____	35
3.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES _____	35
3.6.1. Variable dependiente _____	36
3.7. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN _____	37
3.7.1. Plan de recolección de información _____	37
3.7.2. Plan para el procesamiento de información _____	38
3.7.3 Análisis e interpretación de resultados _____	38

CAPÍTULO IV  
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS _____	39
4.2. INTERPRETACIÓN DE DATOS _____	39
4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS _____	53
4.3.1 Simbología _____	53
4.3.2 Modelo lógico _____	54
4.3.3 Modelo matemático _____	54
4.3.4 Determinación del nivel de significancia _____	54
4.3.5 Nivel de significancia _____	54
4.3.6 Grados de libertad _____	55
4.3.7 Nivel de significancia y grados de libertad _____	55
4.3.8 Preguntas seleccionadas para la verificación de la hipótesis _____	55
4.3.9 Fórmulas _____	55
4.3.10 Modelo estadístico _____	56
4.3.11 Regla de decisión _____	56
4.3.12 Cálculo de T _____	56
4.3.13. Cálculo estadístico _____	57
4.3.14. Condición _____	57
4.3.15. Conclusión _____	58

CAPÍTULO V  
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES _____	59
5.2 RECOMENDACIONES _____	60

CAPÍTULO VI  
PROPUESTA

6.1 Datos Informativos _____	62
6.1.1. Título: _____	62
6.1.2. Institución ejecutora: _____	62
6.1.3. Beneficiarios: _____	62
6.1.4. Ubicación _____	62
6.1.5. Tiempo estimado para la ejecución: _____	62
6.1.6. Equipo técnico responsable _____	63
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA _____	63
6.3 JUSTIFICACIÓN _____	64
6.4 OBJETIVOS _____	64
6.4.1 Objetivo general _____	64
6.4.2 Objetivo Especifico _____	64
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD _____	65
6.5.1 Factibilidad organizacional _____	65
6.5.2 Factibilidad recursos humanos _____	65
6.5.3 Factibilidad económico – financiero _____	65
6.5.4 Factibilidad legal _____	66
6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA- TÉCNICA _____	66
6.7. METODOLOGÍA DEL MODELO OPERATIVO _____	71
6.7. FASE I: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO _____	71
6.7.1 Planificación Estratégica _____	73
6.7.2 FASE II: ESTUDIO DE MERCADO _____	76
6.7.2.1 Preferencia de los consumidores _____	76
6.7.2.4. Estudio de demanda _____	77
6.7.3 FASE III: PLAN DE PRODUCCIÓN _____	89
6.7.3.1 Planear (conocimiento del problema) _____	89
6.7.3.2 Planeación de estrategias para la mejora de la producción _____	89
6.7.3.3 Implementación de las estrategias _____	90
6.7.3.4 Administración _____	96
6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN _____	97
BIBLIOGRAFÍA _____	99

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico N° 1 Árbol de Problemas .....	6
Gráfico N° 2 Supra ordenación de variables .....	15
Gráfico N° 3 Infra ordenación de la variable independiente .....	116
Gráfico N° 4 Infra ordenación de la variable dependiente .....	17
Gráfico N° 5 Proceso productivo .....	19
Gráfico N° 6 Se encuentra empleado .....	40
Gráfico N° 7 De dónde provienen sus ingresos .....	41
Gráfico N° 8 De qué actividad provienen sus ingresos .....	42
Gráfico N° 9Cuál es su ingreso mensual como empleado .....	43
Gráfico N° 10 Utilidad mensual muebles .....	44
Gráfico N° 11 Utilidad mensual de su actividad agrícola .....	45
Gráfico N° 12 Ingresos mensuales .....	46
Gráfico N° 13 Su sueldo satisface las necesidades básicas .....	47
Gráfico N° 14 En que lugar realizan sus compras .....	48
Gráfico N° 15 Cual es su volumen de vehiculo .....	49
Gráfico N° 16 Con qué tipo de vivienda cuenta usted .....	50
Gráfico N° 17 En qué tipo de institución educativa estudian sus hijos .....	51
Gráfico N° 18 En que situación socio económica se encuentra usted .....	52
Gráfico N° 19 Determinación “t” Student .....	58
Gráfico N° 20 Modelo Deming .....	70

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
Tabla N° 1 Población de estudio.....	33
Tabla N° 2 Ingresos personales.....	35
Tabla N° 3 Situación socioeconómico .....	36
Tabla N° 4 Recolección de información .....	37
Tabla N° 5 Se encuentra empleado .....	40
Tabla N° 6 De dónde provienen sus ingresos .....	41
Tabla N° 7 De qué actividad provienen sus ingresos.....	42
Tabla N° 8 Cuál es su ingreso mensual como empleado .....	43
Tabla N° 9 Utilidad mensual muebles .....	44
Tabla N° 10 Utilidad mensual de su actividad agrícola.....	45
Tabla N° 11 Ingresos mensuales .....	46
Tabla N° 12 Su sueldo satisface las necesidades básicas.....	47
Tabla N° 13 En que lugar realizan sus compras .....	48
Tabla N° 14 Cual es su volumen de vehiculos.....	49
Tabla N° 15 Con que tipo de vivienda cuenta usted .....	51
Tabla N° 16 En que tipo de institucion educativa estudian sus hijos .....	51
Tabla N° 17 En que situación socio económica se encuentra usted .....	52
Tabla N° 18 Datos de la lista chequeo .....	56
Tabla N° 19Modelo Operativo.....	71
Tabla N° 20Matriz foda .....	75
Tabla N° 21Descripción del bien.....	77
Tabla N° 22Analis del consumidor .....	78
Tabla N° 23 Producción de muebles 2013.....	80
Tabla N° 24 Producción de muebles 2014.....	83
Tabla N° 25 Producción de muebles 2015.....	86
Tabla N° 26 Producción de muebles 2016 .....	93
Tabla N° 27Modelo Operativo.....	97
Tabla N° 28Provisión de evaluación.....	98

# INTRODUCCIÓN

En la actualidad los socios del CENARHU no han logrado posicionarse en el mercado nacional lo cual ha afectado directamente a los ingresos personales y por ende a la situación socioeconómica, situación que se aborda en el presente estudio el cual se detalla a continuación:

En el Capítulo I, se aborda el tema de investigación, el planteamiento del problema, su contextualización, análisis crítico, causas- efectos, objetivos general y específicos.

En el Capítulo II, se detalla los antecedentes investigativos y la base teórica-científica que permitió interpretar el problema objeto de estudio; así como la fundamentación filosófica y legal. Las categorías fundamentales sirvieron para describir y analizar las variables.

En el Capítulo III, se encuentra la metodología de la investigación que establece los tipos de investigación, determinando la población y muestra a la que se aplicó la investigación; se expone la operacionalización de las variables y se determina el proceso de recolección de la información.

En el Capítulo IV, se realiza el análisis e interpretación de los resultados para la posterior comprobación de hipótesis planteada.

En el Capítulo V, se resume las conclusiones y recomendaciones para el Centro Artesanal Huambaló, en base a los resultados obtenidos de la investigación.

En el Capítulo VI, y último capítulo se especifica la propuesta que contribuye a la solución del problema, la cual se enfoca a la formulación de un Plan de producción para los integrantes del Centro Artesanal Huambaló.



# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1.Tema de investigación**

"Ingresos personales y situación socioeconómica de los artesanos integrantes del Centro Artesanal Huambaló “CENARHU” durante el año 2013"

### **1.2.Planteamiento del problema**

#### ***1.2.1. Contextualización***

##### **Contexto macro**

El gremio de la producción artesanal de muebles en el Ecuador es referente de la cultura de un pueblo, donde se ponen de manifiesto las experiencias de vida y el entorno sobre el cual se llevan a cabo su labor y se ven reflejados en sus productos terminados, en los que destaca su complejidad artística.

Estas manifestaciones de originalidad destacan con mucha relevancia en toda América Latina, se ejecuta con procesos que se tiene trascendencia generacional que no toman en cuenta ni estrategias para su producción como para la selección de los canales para su distribución.

El gremio artesanal se halla dividido por pequeños patrimonios explotados por una familia, con la intención de hacer de esta actividad su medio de desarrollo socio económico de los mismos, su organización estructural es simple, informal y posee un limitado stock de mercadería.

Desde el proceso de toma de decisiones a toda la cadena de producción depende de la selección del propietario, que se toma de manera aleatoria, depende estrechamente de materia prima renovable, en los países industrializados como Japón, Estados Unidos, China, Rusia; existe un control para el manejo de estos insumos a fin de que se mantenga su reposición en la naturaleza; por el contrario en los países latinos especialmente ricos en recursos naturales no mantienen políticas que regulen la tala indiscriminada de los bosques.

Como señala el Diario la Hora (2012) en Ecuador el 70% de la materia prima empleada no cuenta con los sellos ambientales, es decir es explotada de manera clandestina; solo las compañías que se dedican a su explotación en gran escala mantienen su propia área de árboles en diferentes fases de crecimiento; con el proceso de cambio de moneda los costos de producción sufrieron una inflación haciendo a los pequeños productores los más afectados ya que dado los altos costos de equipamiento un proceso más rustico degenera en un precio de mercado menos competitivo.

La importación de productos similares dentro de América Latina más competitiva por su bajo costo, por ser empresas industrializadas dispone de diseños nuevos y originales que aprovechan mejor la materia prima y obtiene un margen de rentabilidad sustentable para su gama de productos.

### **Contexto meso**

En el Ecuador se ponen de manifiesto los cuatro tipos de producción artesanal; etnográfica (propia de las tradiciones), artística (meticulosa obra de su creador), recreativa (crea objetos simples de recreación), finalmente la radical (general productos únicos que partes de una conceptualización muy profunda).

La provincia de Tungurahua es reconocida por su alto nivel de comercialización de productos provenientes de industrias de diferentes tamaños y organizaciones artesanales, las cuales están situadas en diferentes áreas a lo largo de la misma.

Dentro de su eje comercial se pone de manifiesto las habilidades representadas en artesanía en cuero (Quisapincha), textiles y tejidos en cabuya (Salasaca); muebles de madera (Huambaló), entre las más relevantes.

### **Contexto micro**

La parroquia Huambaló, perteneciente al cantón Pelileo rica en su abundante productividad tanto en agricultura como en avicultura, actividades fomentadas por generaciones; sin embargo una nueva actividad está ganando un crecimiento contando con más de 150 talleres pequeños, y donde la habilidad de sus propietarios se pone de manifiesto lo cual ayuda a mejorar su economía. (GAD Parroquial Huambaló, 2012)

Este grupo de artesanos se mantiene bajo la guía del centro CENARHU que a través del trabajo mancomunado, trata de llevar hacia adelante el trabajo de los mismos; sin embargo el alza experimentada en sus primeros años ha ido en decrecimiento, afectando directamente al entorno socioeconómico de los mismos.

Aquí surge por lo tanto el hecho de que se ha creado un estancamiento dentro de los productores artesanales, que realizan su producción de acuerdo a su preferencia, no tienen identificado cuál es su nicho de mercado y en la mayoría de los casos solo copian el trabajo de productos similares que están ofertados lo que presenta uno de sus mayores limitantes.

La asociación lleva a cabo Ferias exposición a fin de apoyar el trabajo de sus miembros del 24 al 26 de diciembre de cada año y contó con la participación de 101 artesanos, y alrededor de tres mil visitantes lo que permite concretar acuerdos comerciales que beneficiaron a todos los expositores, manifestó Marco Paredes presidente del CENARHU, (El Herald. 2011)

El Centro Artesanal Huambaló fue creado en el año 1970 en el cantón Pelileo formado actualmente por 45 socios propietarios de talleres de fabricación de muebles tallados en madera, que ha ido trascendiendo en el tiempo como una tradición generacional, donde los procesos se siguen desarrollando de una manera empírica sin observar el comportamiento del mercado, ocasionado acumulaciones

de stock de productos terminados y finalmente el remate de los mismos muy por debajo del costo de producción lo que implica una pérdida en los ingresos personales de sus socios lo que va mermando el desarrollo de la calidad de vida de los mismos.

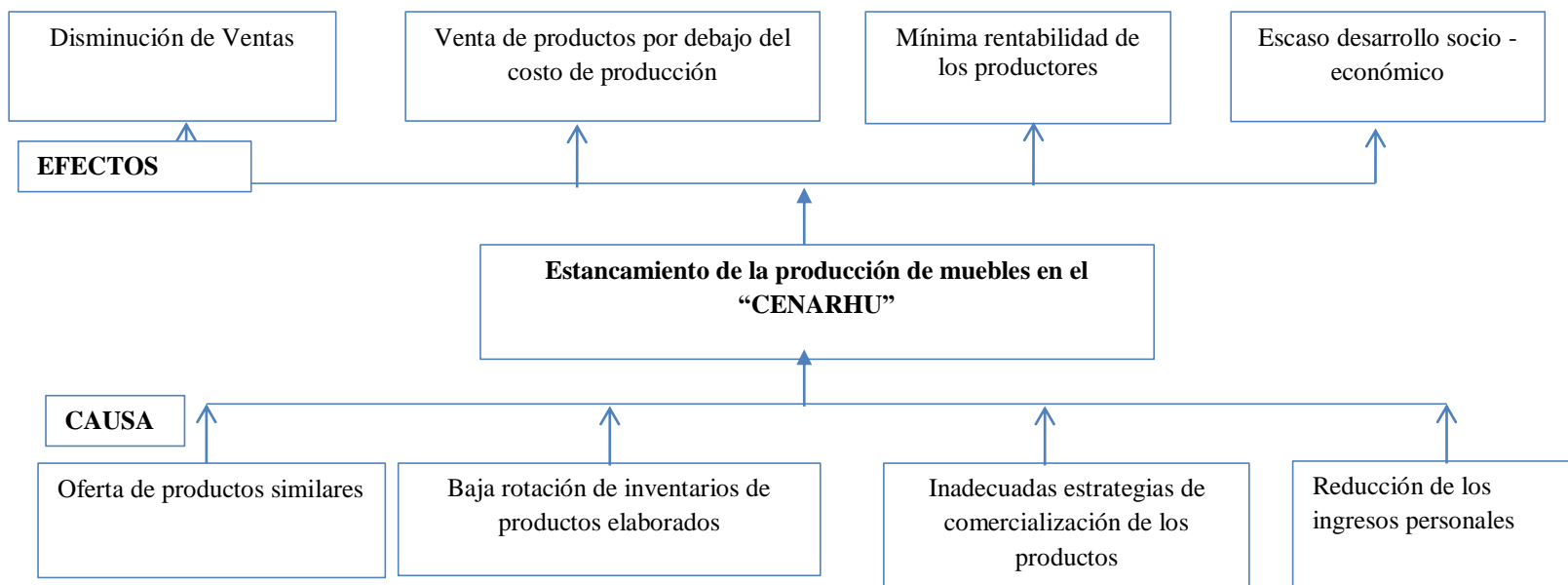
### ***1.2.2. Análisis Crítico***

Huambaló parroquia de gente proactiva y productiva que ha visto en la producción del mueble en madera un medio de desarrollo para sus artesanos, dando como consecuencia ciento cincuenta talleres de los que sale una gama amplia de muebles.

Los artesanos de esta parroquia tiene como punto de apoyo al CENARHU como eje que guía y busca generar relaciones comerciales.

Huambaló se halla aún muy lejos del nivel de productividad y reconocimiento que han alcanzado los muebles cuencanos, según Torres (2011) de cada diez muebles que se comercializan en nuestro país el 50% fue producido por estos, quienes han hecho de las alianzas estratégicas, el trabajo mancomunado, y la innovación los factores para ganarse un lugar en el mercado desarrollando modelos únicos que les permite ser diferenciados por el consumidor.

La oferta de productos similares, la baja rotación de inventarios de productos elaborados, las inadecuadas estrategias de comercialización y la reducción de ingresos personales provoca el estancamiento de la producción de muebles a nivel de los artesanos del CENARHU provocando la disminución de ventas, que éstas se realicen a precios por debajo del costo de producción, la mínima rentabilidad de los productores y el escaso desarrollo socioeconómico de los artesanos integrantes del CENARHU.



**Gráfico N° 1**Árbol de Problemas  
**Elaborado por:** Omar Chango

### ***1.2.3. Prognosis***

El estancamiento de la producción de muebles en el CENARHU, proviene por la oferta de productos similares, lo que se ve reflejado en la disminución de los ingresos económicos los mismos que perciben por el desarrollo de esta actividad.

Si los inventarios de productos elaborados se acumulan los artesanos se verán obligados a efectuar ventas por debajo del precio de costo, si mantienen inadecuadas estrategias de comercialización, sin considerar el mercado objetivo, esto incidirá en una disminución en los ingresos personales para los asociados, lo que conlleva a una baja situación socioeconómica de los artesanos lo que incidirá en una baja calidad de vida de la población de Huambaló.

### ***1.2.4. Formulación del Problema***

¿De qué forma los ingresos personales de los Socios del Centro Artesanal Huambaló inciden en la situación socioeconómica de los mismos?

- ***Variable Independiente:*** Ingresos Personales
  
- ***Variable Dependiente:*** Situación Socioeconómica

### ***1.2.5. Preguntas Directrices***

Con una visión panorámica del problema surgen las siguientes interrogantes

- ✓ ¿Cuáles son los ingresos personales que tienen los asociados del CENARHU por efecto de la producción de muebles?
  
- ✓ ¿Cuál es la situación socioeconómica de los socios del CENARHU y sus familias producto de los ingresos que perciben por la venta de los muebles?

- ✓ ¿Cuál será la estrategia adecuada para mejorar los niveles de ingreso para cada uno de los asociados del CENARHU por la producción de muebles?

#### ***1.2.6. Delimitación***

- ✓ **Campo:** Economía
- ✓ **Área:** Microeconomía
- ✓ **Aspecto:** Análisis del entorno microeconómico de los factores que inciden en los ingresos personales de los artesanos y situación socioeconómica de los integrantes del CENARHU
- ✓ **Tiempo:** Este problema será estudiado, en el período 2013, a efectuarse en el Centro de Artesanos Huambaló (CENARHU)
- ✓ **Espacial:** CENARHU (Centro de Artesanos Huambaló), está ubicado en la Provincia: Tungurahua, Cantón: Pelileo, Parroquia: Huambaló.

#### **1.3. JUSTIFICACIÓN.**

Al realizar observaciones preliminares dentro del entorno de la parroquia y sus artesanos, se ha identificado al centro de artesanos Huambaló como un gremio que requiere ganar un espacio el mercado del mueble y alcance un reconocimiento, el cual se vea reflejado en la situación socioeconómica de sus integrantes.

Identificar cuáles son los niveles de ingresos que tienen los artesanos del mueble y cómo influye en la administración de los recursos, en la toma de decisiones y en la producciones importante ya que permitirá conocer cuál es la situación financiera y socioeconómica de los artesanos y de las familias.

Haciendo uso de los canales de distribución más idóneos a fin de que amplíe su rango de alcance, despertando el interés entre la población donde se ponga de manifiesto el aprecio al arte con el que cada una de estas piezas es elaborada.

## **1.4. OBJETIVOS**

### ***1.4.1. Objetivo General***

- ✓ Investigar el impacto de los ingresos personales por la venta de muebles en el desarrollo socioeconómico de los Artesanos del CENARHU.

### ***1.4.2. Objetivos Específicos***

- ✓ Identificar el nivel de ingresos personales que perciben los artesanos por la producción de muebles para la determinación de sus niveles de vida.
- ✓ Analizar la situación socioeconómica de las familias de los productores socios del CENARHU para la identificación de la calidad de vida.
- ✓ Proponer el desarrollo de un plan de producción en base a un análisis de oferta y demanda para la mejora de los ingresos que permita un desarrollo socioeconómico sustentable para los artesanos del CENARHU.



## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes Investigativos

Como referente para el desarrollo de este proyecto se analizaron estudios sobre temáticas relacionadas a esta investigación. Una de ellas se refiere al “Análisis de los factores que influyen en el desarrollo del espíritu exportador y diseño de estrategias de fortalecimiento organizacional de los indígenas del cantón Otavalo”, elaborado por; De la Torre Pillajo Ana Lucia (2011), quien llegó a las siguientes conclusiones:

- La artesanía es un factor importante que tiene efecto social y económico multiplicador, a la vez contribuye no sólo con la generación de empleo a corto plazo, sino que hace partícipe de los beneficios del turismo a las comunidades así como también contribuye a afianzar la identidad.
- Los artesanos Otavaleños han sido uno de los gestores importantes de la dinamización de la economía del cantón por medio de la comercialización de sus productos dentro y fuera del país, este avance económico se ha logrado en base al desempeño personal sin contar con el apoyo de los gobiernos locales de turno.
- El hecho de obtener un mejor nivel de ingresos económicos, ha dinamizado al crecimiento social de los indígenas, en lo que respecta a la adquisición de bienes inmuebles y vehículos, principalmente del área urbana, sin embargo es importante extender este crecimiento al área rural.

Sobre la base de estas apreciaciones se puede concluir que el sector artesanal es altamente dinámico y competitivo, con procesos organizados y un esfuerzo mancomunado que puede llegar a establecerse en el mercado local y ampliar sus horizontes más allá de las fronteras patrias, mejorando el desarrollo social y económico de este grupo de artesanos.

Condicionantes a los que son muy afines tanto las circunstancias y el entorno de la asociación de artesanos de la parroquia Huambaló CENARHU, dado que sus miembros buscan un adecuado desarrollo económico que se evidencie en el volumen de sus ingresos personales y les permita tener un medio de vida sustentable y digno.

Otra investigación es la de “Producción y Comercialización de Artesanías con Materias Primas del Mar en el cantón Rio verde de la provincia se Esmeraldas”; elaborado por; (Santos María, 2009, pág. 58), cuyas conclusiones fueron:

- En tanto los artesanos cuenten con un almacén de distribución de materia prima e insumos para la elaboración y acabado de sus artesanías, que comercialicen estos materiales de calidad a precios justos, podrán mejorar la relación costo – beneficio, podrán producir oportunamente, resultará que aumentarán los índices de productividad.
- En cuanto conozcan las leyes que rigen la actividad y su institucionalidad, mientras tengan visión de asociatividad y legalicen sus organizaciones, mientras obtengan información sobre oportunidades de negocios a nivel nacional e internacional, actuarán con criterios empresariales y resultará que se verá fortalecido su sistema organizacional.

## 2.2 Fundamentación

### 2.2.3 Fundamentación Legal

El presente proyecto de investigación se respalda en normas, leyes y reglamentos, relacionadas con la producción artesanal, el instrumento legal fundamental es la: Ley de Defensa del Artesano Publicada en Registro Oficial Suplemento 20 de 7 de Septiembre de 1998, que sus artículos manifiesta (Congreso Nacional, 1998).

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

**Art. 2.-** Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

**a) Actividad Artesanal:** La 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 Recursos Humanos, 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 veinticinco por ciento (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 y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación 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,

**f) Taller Artesanal:** Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:

1. Que la actividad sea eminentemente artesanal;
  2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayores de cinco;
  3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley;
  4. Que la Dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller;
- y,
5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

La Junta Nacional de Defensa del Artesano se creó mediante Decreto Legislativo publicado en el Registro Oficial 356, de 5 de noviembre de 1953, cuya reforma y codificación del 15 de mayo de 1997, fue publicada en el Registro Oficial 071 de 23 de mayo de 1997.

Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley.

Además es importante considerar lo que manifiesta el Plan Nacional del Buen Vivir (SENPLADES, 2013).

El Gobierno Nacional se ha planteado el reto de impulsar un proceso sostenido de democratización de los medios de producción con especial énfasis en la tierra, el agua y los activos productivos que no cumplen su función social. La gestión del gobierno para el desarrollo del Buen Vivir, promoverá cambios fundamentales en la producción industrial, artesanal, de servicios, la estructura agraria, reconociendo especialmente la potencialidad de la ruralidad, de la pesquería artesanal y las agriculturas y economías familiares campesinas, implicando la diversificación productiva, la diversidad étnico-cultural, el desarrollo institucional, el acceso a oportunidades y activos productivos, la participación ciudadana y el uso sostenible de los recursos naturales. Esto se realizará a través de la radicalización en la (re)distribución como democratización del crédito, la tecnología, la asistencia técnica y la capitación, entre otros. Además se debe impulsar la comercialización con énfasis en cadenas cortas y la sinergia productores-consumidores.

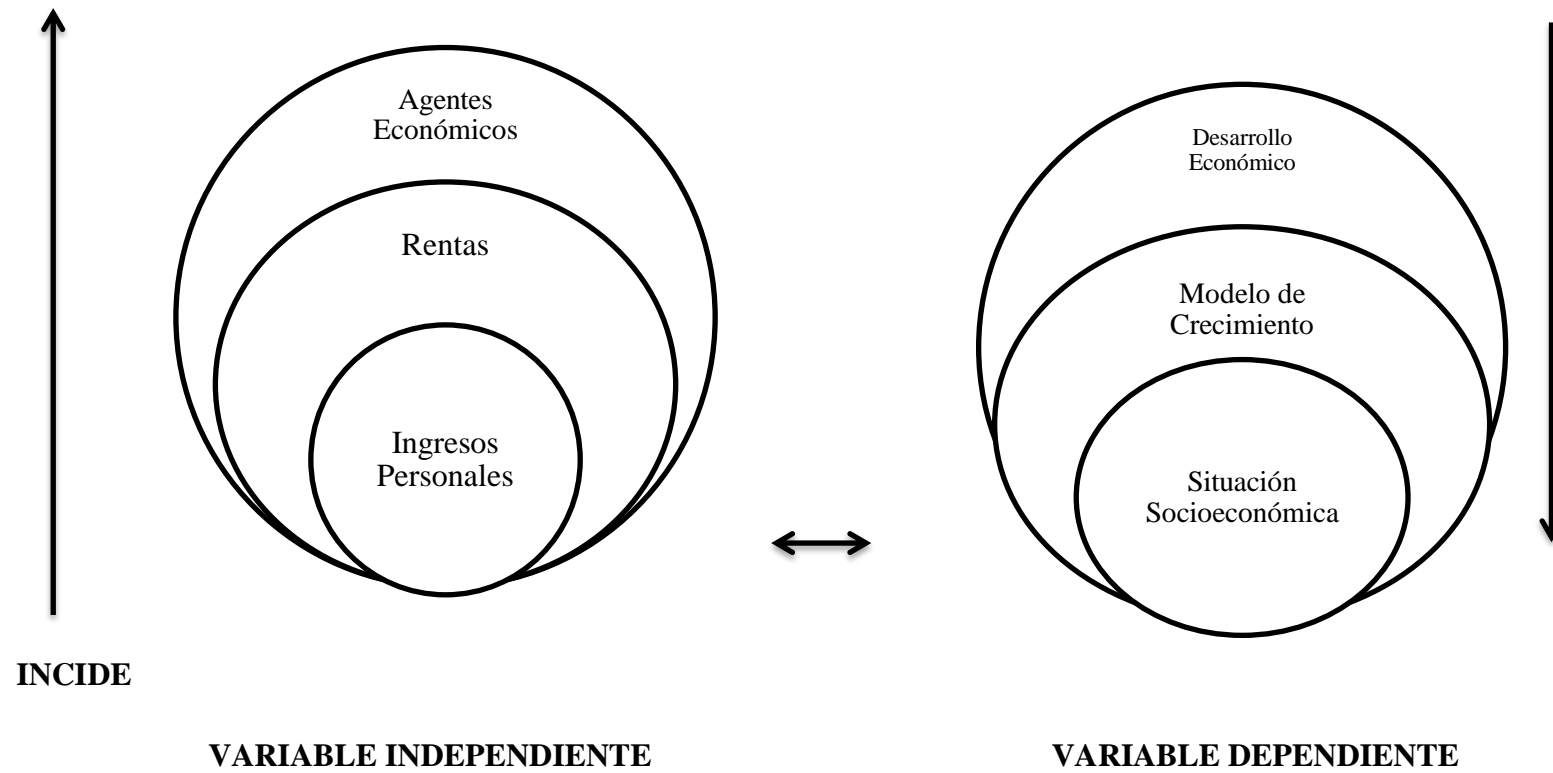
Asimismo se garantizará la satisfacción de las necesidades básicas a través de la prestación universal de los servicios públicos de calidad en educación y salud, el acceso a la vivienda, a la alimentación y el vestido y el trabajo digno productivo y reproductivo. (P.102)

h. Apoyar líneas de producción artesanales que hacen parte de las culturas locales, la promoción, rescate y fomento de técnicas, diseños y producción, así como a la revalorización y al uso de productos y servicios artesanales utilitarios y de consumo cotidiano.

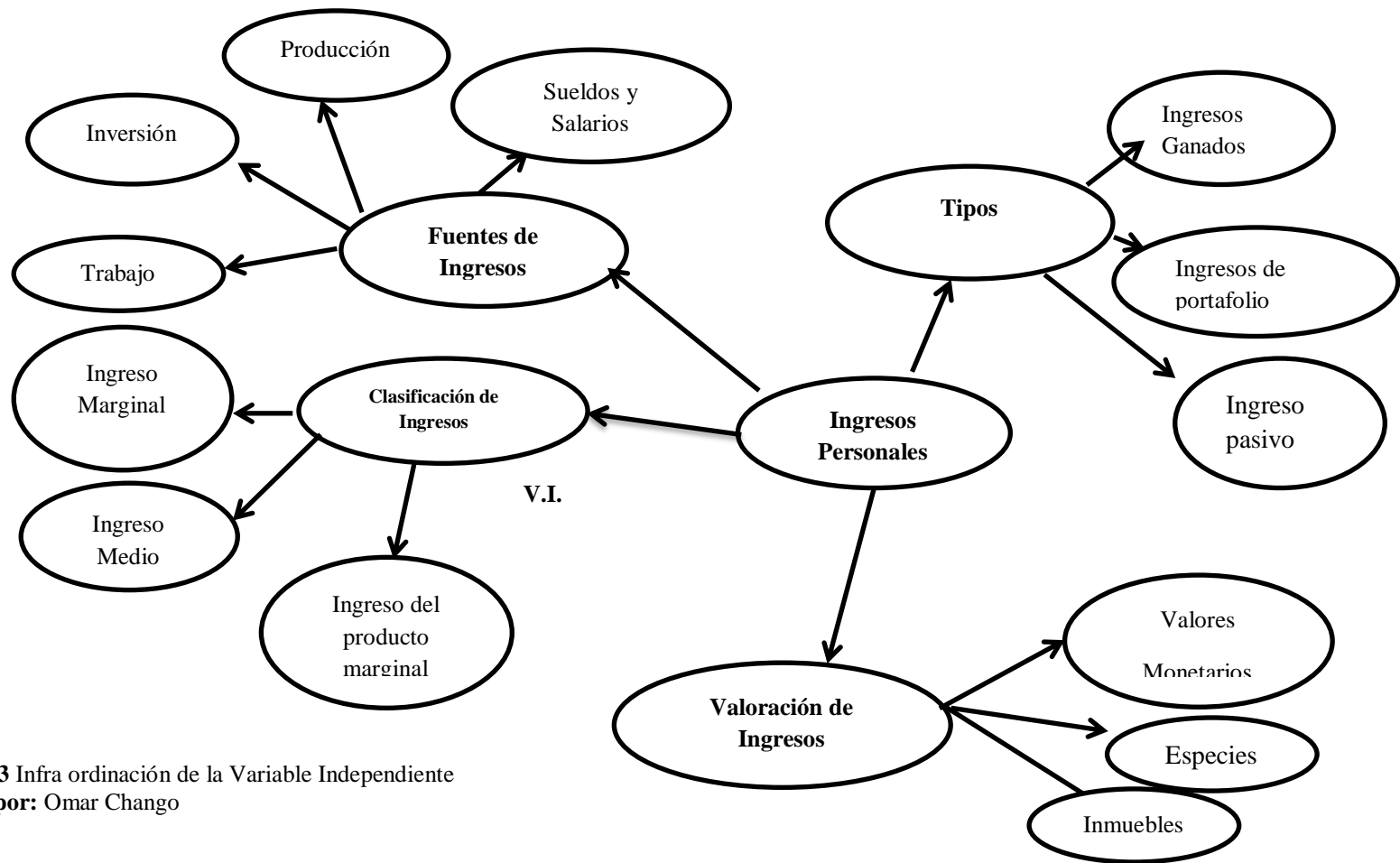
i. Generar condiciones que promuevan la permanencia en el país de profesionales, técnicos y artesanos, y fomentar el retorno voluntario de aquellos que hayan emigrado.

j. Promover los talleres artesanales como unidades de organización del trabajo que incluyen fases de aprendizaje y de innovación de tecnologías. (p.278)

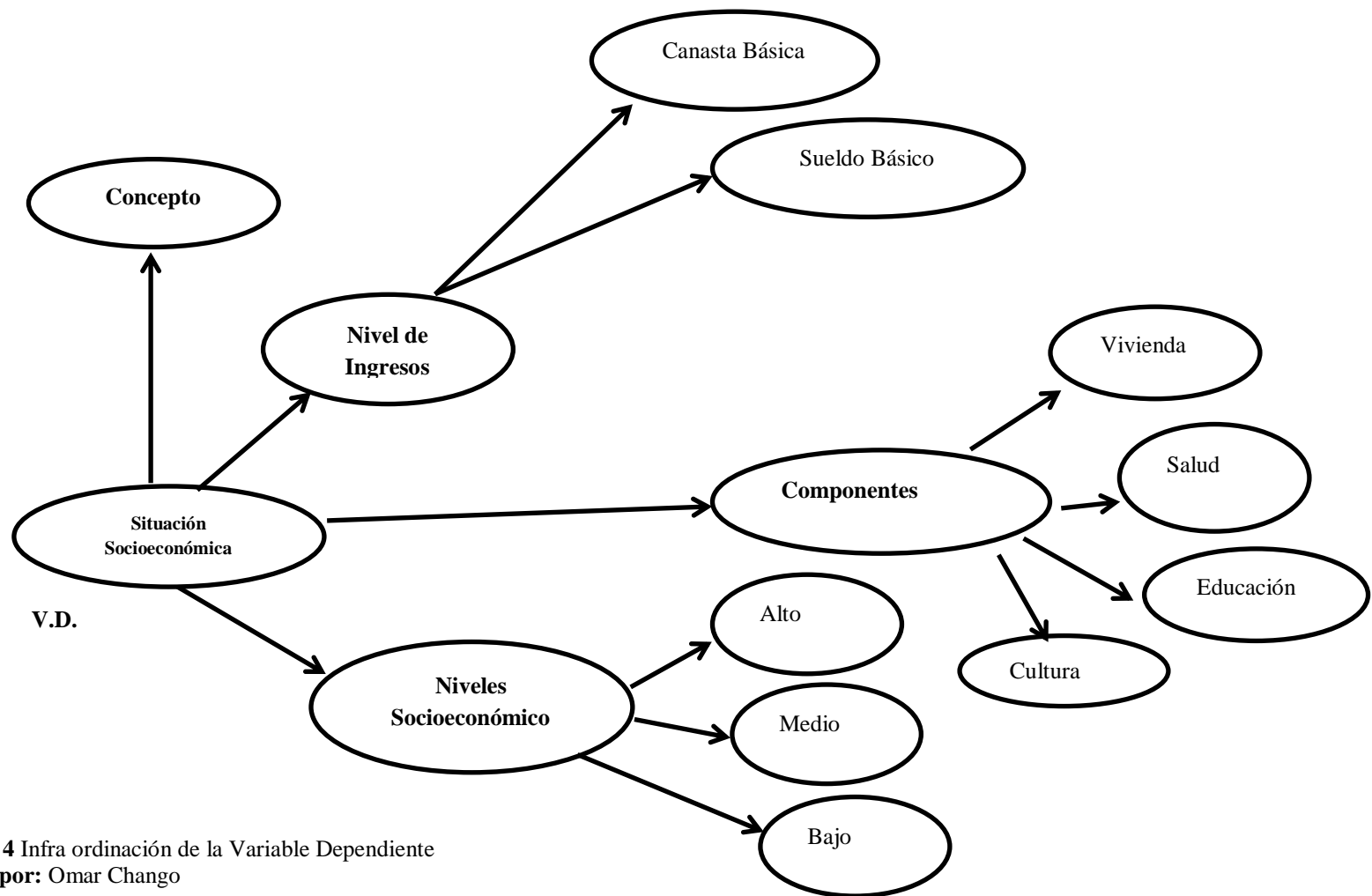
## 2.4 Categorías Fundamentales



**Gráfico N° 2** Supra ordenación de Variables  
**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N° 3** Infra ordenación de la Variable Independiente  
**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N° 4** Infra ordenación de la Variable Dependiente  
**Elaborado por:** Omar Chango



## 2.4. Categorías Fundamentales

### 2.4.1. Variable Independiente: Ingresos Personales

#### 2.4.1.1 Agentes económicos.

Los agentes económicos es el conjunto de las familias, empresas y gobierno mediante los cuales existe la producción de bienes y servicios, el consumo de las familias y la regulación del gobierno, en definitiva buscan el beneficio de cada uno de ellos permitiendo la generación de nuevos recursos para satisfacer las necesidades de un conglomerado humano.

La satisfacción de necesidades mediante la fabricación de bienes y servicios implica poner en relación, al menos dos polos de la actividad económica: la producción y el consumo. En definitiva en la economía da entrada al escenario a los dos agentes básicos: (Benitez Cesar, 2007, pág. 87)

**a) Las familias o economías domésticas** constituyen el conjunto de agentes económicos cuya función principal es percibir rentas y gastarlas para satisfacer sus necesidades.

En sentido económico, una familia comprende a los habitantes de una misma residencia principal tengan o no lazos de parentesco, y puede constar de una sola persona.

Las familias perciben ingresos, que obtienen de su patrimonio o de su trabajo: son los que podríamos denominar ingresos primarios. Pueden percibir también ingresos que no tengan una contrapartida directa (por ejemplo: las ayudas familiares) estas son las llamadas transferencias.

Las familias utilizan sus ingresos de tres maneras básicas:

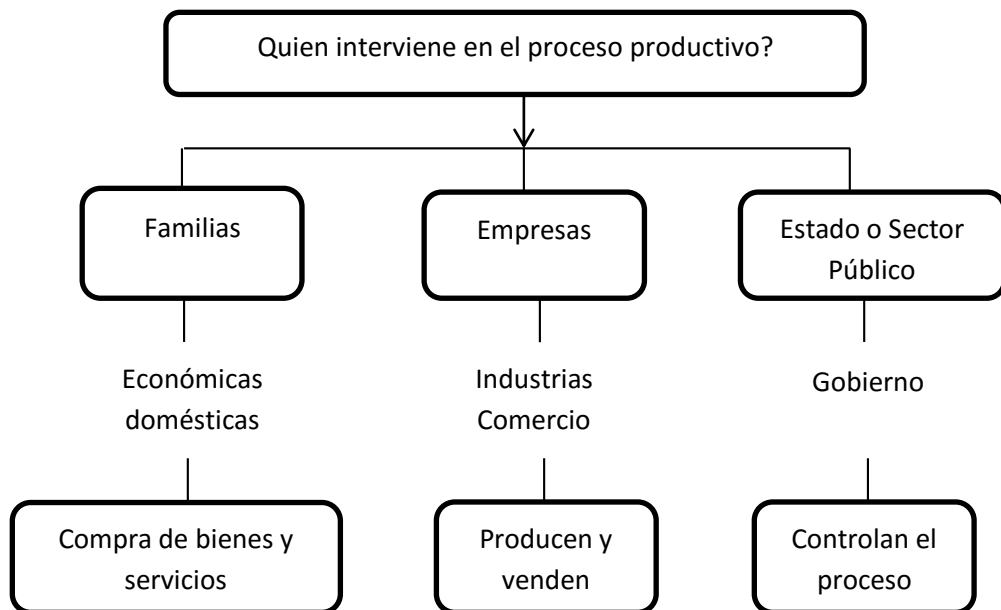
- Pagan impuestos y cuotas sociales.
- Gastan sus ingresos en consumir.
- Ahorran el resto de sus ingresos.

Básicamente las funciones de las familias domésticas consiste en consumir bienes y servicios y por lo tal ofrecen recursos como el trabajo y capital a las empresas. En consecuencia quiere decir que los socios tienen a su disposición viviendas y servicios como son el agua, la luz y el teléfono que les dan cierta comodidad para

llevar su vida diaria, pero así como tienen la facilidad de acceder a estos bienes y servicios deben cancelar cierto dinero para lo cual se necesita trabajar y generar ingresos que sirvan para obtener una mayor comodidad.

- b) Las empresas son agentes económicos:** que constituyen el pilar fundamental de la economía y según manifiesta (Benitez Cesar, 2007, pág. 87).

Las empresas o Unidades de producción son el conjunto de agentes económicos cuya principal función consiste en combinar factores de producción para producir bienes y servicios destinados a ser vendidos en un mercado. Veamos de forma esquemática las relaciones simples que se establecen entre empresa y familia



**Gráfico N° 5** Proceso Productivo  
**Fuente:** Sachiko Nakata/proceso-productivo

El estado es el agente económico cuya intervención en la actividad económica es más compleja. Por una parte, el Estado acude a los mercados de bienes y servicios como oferente y demandante. Al igual que las familias, es propietario de factores productivos que ofrece a las empresas de las que también demanda. A la vez es el mayor productor de los mismos. Por otra parte, a diferencia de los otros agentes económicos, tiene capacidad coactiva para recaudar impuestos, tanto de las empresas como de las familias.

**c) Estado o Sector Público** (las Administraciones Públicas) que están destinadas a producir bienes y servicios no mercantiles, destinados a la colectividad (sanidad, educación, subsidios al desempleo, etc...). Para poder realizar esta actividad, el Estado necesita recoger de la sociedad impuestos. Ciertos Organismos de la Administración Pública pueden encontrarse clasificados en la categoría de empresas (correos, ferrocarriles, etc.), que son dirigidas de la misma forma que otros sectores de la Administración. (Benitez Cesar, 2007, pág. 87)

#### *2.4.1.2 Rentas*

Las rentas es el incremento progresivo de la riqueza de toda persona física o jurídica. Son los ingresos medidos en recursos financieros, percibidos luego de un lapso de tiempo preestablecido.

La Renta se define como cualquier tipo de ingreso periódico. Incremento neto de riqueza. Todo ingreso que una persona física o jurídica percibe y que puede consumir sin disminuir su patrimonio. La renta es un ingreso anual. Este ingreso debe ser distinguido de un salario, una remuneración, un beneficio o una plusvalía. La renta es el ingreso que obtiene el propietario de un bien mueble o inmueble a cambio de una cesión perpetua o temporal de dicho bien. Este ingreso puede percibirse en diversas formas: en forma de trabajo (servicio), de productos (renta en especies) o de dinero. (Escribano Ruiz, 2010, pag. 56)

Las rentas son pagos de ingresos que reciben las familias y las empresas que suministran recursos de propiedad. Incluyen los pagos mensuales de arrendamientos a terratenientes y los pagos anuales de alquileres que las empresas hacen por el uso del espacio para las oficinas. Utilidad o beneficio que rinde anualmente algo, o lo que de ello se cobra es cualquier forma de ingreso, ya sea aquella que deviene del alquiler de una propiedad o una tierra que nos pertenece y por la cual cada mes recibimos un monto previamente estipulado con el inquilino (Campbell, 2003, pag. 73).

#### *2.4.1.3 Ingresos Personales*

Los ingresos personales representan los valores medidos en términos monetarios con los que dispone el individuo para su desarrollo social efectivo, a fin de que pueda sustentar los elementos que le posibilitan una mejor calidad de vida, para él como para su núcleo familiar.

Informe mensual que registra ingresos de todas las fuentes (jornales, salarios, e ingresos de inversiones, a los efectos específicos de la ley la base imponible se constituye con los siguientes ingresos personales (Medrano, 2010, pag. 45 )

- a) rendimientos de actividades mercantiles;
- b) rendimientos del capital;

- c) ingresos en moneda libremente convertible incluyendo los provenientes de salarios y jubilaciones;
- d) otras fuentes, no descritas anteriormente que generen ingresos, en efectivo o en especie.

El ingreso personal es una medida de todos los ingresos monetarios que, finalmente, recibió la sociedad de todas las fuentes. El ingreso ganado representa el precio en el mercado del servicio productivo presentado; mientras que el ingreso pagado solo representa aquella parte del ingreso ganado que finalmente recibieron los dueños de los servicios productivos. Del ingreso ganado por los dueños de los servicios productivos es necesario hacer ciertas deducciones que representen la porción del ingreso ganado que se retuvo en su origen y que no llegó a manos de la sociedad.

Ingreso personal incluye todo el ingreso recibido, percibido o no percibido. Es probable que difiera del ingreso nacional (ingreso percibido) debido a que la parte del ingreso percibido, impuestos de seguridad social, impuesto a la renta corporativa y utilidades corporativas no distribuidas, no es recibido efectivamente por las familias.

Y viceversa parte del ingreso recibido, pagos de transferencias incluyen rubros como los pagos a la seguridad social, los subsidios del desempleo, los pagos por asistencia social, incapacidad y educación para los veteranos de guerra, y los pagos de pensiones privadas (Campbell, 2003pag.73).

#### *2.4.1.3 .1 Clasificación Ingresos*

Según LEROY (2005 pág. 655) clasifica de la siguiente manera:

- a) **Ingreso Marginal.-** El buen funcionamiento de una pequeña empresa requiere que los dueños apliquen principios económicos básicos. Para tener un panorama claro de lo que es el ingreso marginal, este es como la cantidad adicional de ingresos que un negocio recibe por producir una unidad adicional de productos, las empresas sólo pueden maximizar las ganancias siempre y cuando el costo asociado con la producción de una unidad adicional no supere los ingresos adicionales obtenidos.
- b) **Ingreso Medio.-** Es la medida de los sueldos generados por cada usuario o unidad. El ingreso promedio por unidad permite el análisis de la generación de ingresos de la empresa y el crecimiento a nivel unitario, lo que puede ayudar a los inversores a identificar que productos son altos o bajos generadores de ingresos.

c) **Ingreso del producto Marginal.-** Es el ingreso generado por aumento de algún factor de la producción ya sea trabajo o capital lo cual ayuda a generar una mayor utilidad dentro de la microempresa por lo tanto si los salarios son mayores va existir un mayor consumo y un aumento en el ahorro dentro de las familias.

#### 2.4.1.3.2 *Fuentes de Ingreso*

Según López(2005 Pág. 432) los sueldos y salarios(también llamado sueldo, o estipendio) es la suma de dinero y otros pagos en especie que recibe de forma periódica un trabajador de su empleador por un tiempo de trabajo determinado o por la realización de una tarea específica o fabricación de un producto determinado. El pago puede ser mensual, semanal o diario en cuyo caso recibe el nombre de jornal, del término jornada.

##### **Sueldo**

Es el pago que se efectúa a los empleados que aparecen en nómina o tienen una plaza con un ingreso monetario fijo y las prestaciones de ley; se le asigna a trabajadores intelectuales, administrativos, de supervisión o de oficina.

##### **Salario**

Es el pago que recibe de forma periódica un trabajador de mano de su empleador a cambio de que éste trabaje durante un tiempo determinado para el que fue contratado o produzca una determinada cantidad de mercancías equivalentes a ese tiempo de trabajo. El empleado recibe un salario a cambio de poner su trabajo a disposición del jefe, siendo éstas las obligaciones principales de su relación contractual.

**Producción.-** La producción es un proceso continuo y dinámico que genera ingresos para satisfacer la necesidades de las empresas y las familias, mediante la toma de decisiones referente a las operaciones que se deben realiza en la empresa para satisfacer algunas necesidades, (Las mismas que son cambiantes en el tiempo y que pueden provenir de un grupo específico de consumidores) mediante la fabricación de un producto ó con la prestación de un servicio.

**Inversión.-** Representan colocaciones de dinero sobre las cuales un taller o una micro empresa espera obtener algún rendimiento económico a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendos o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

La inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. También se refiere al empleo

de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

**Trabajo.**-Los ingresos relacionados con el trabajo se componen de los pagos, en especies o en servicios que han recibido los beneficiarios, para ellos mismos para los miembros de su familia. Por lo tanto es la actividad a través de la cual el hombre obtiene sus medios de subsistencia por lo que tiene que trabajar para vivir o vive del trabajo de los demás.

#### *2.4.1.3.3 Valoración de Ingresos*

Los ingresos pueden expresarse en dinero por el valor de la transferencia de bienes o prestación de servicios; en especies, o sea, en bienes muebles (mercaderías, productos, bienes movibles) y en inmuebles (terrenos, casas, departamentos, edificios y bienes inamovibles) expresados a precios de mercado

#### *2.4.1.3.4 Tipos de Ingresos Personales*

La siguiente clasificación de tipos de ingresos es definida y explicada en detalle por Robert Kiyosaki en su libro *Guía para Invertir el cuál recomiendo ampliamente*.

##### **a) Ingreso ganado**

Es el ingreso que se obtiene por alguna clase de empleo o algún negocio propio en el cuál se trabaja de manera activa. Para obtener este rubro se dedica muchas horas del día. Realizando un esfuerzo físico y mental que un ser humano pueda alcanzar.

##### **b) Ingreso de portafolio**

El ingreso de portafolio es generalmente el ingreso de activos de papel como acciones, bonos y fondos de inversión. Una gran mayoría del total de cuentas de retiro están contando con el ingreso de portafolio en el futuro.”

##### **c) Ingreso pasivo**

El ingreso pasivo generalmente es el ingreso que proviene de los bienes raíces. También pueden ser los ingresos provenientes de regalías, de patentes o del uso de tu propiedad intelectual como canciones, libros u otros objetos de valor.”

#### *2.4.2. Categorías Fundamentales de la Situación Socioeconómica*

#### *2.4.2.1 Desarrollo Económico*

El desarrollo económico es el reflejo del crecimiento del eje productivo, mismo que posibilita la dinamización de los factores productivos.

Decir qué países son más ricos o más pobres es un poco más sencillo. Pero los indicadores de la riqueza, que reflejan la cantidad de recursos con que cuenta una sociedad, no proporcionan información sobre la distribución de esos recursos; por ejemplo, no señalan si la distribución del ingreso entre los grupos Sociales es más o menos equitativa, ni muestran qué porcentaje de los recursos se utiliza para proveer servicios gratuitos de educación y atención de la salud; nada dicen, tampoco, acerca de los efectos de la producción y el consumo en el medio ambiente. Por ello, no es de sorprender que existan profundas diferencias en la calidad de vida de la gente entre países con ingresos medios similares, según el acceso a la educación y la atención de la salud; las oportunidades de empleo; la posibilidad de respirar aire puro y tener agua potable; la posibilidad de vivir sin la amenaza del delito, entre otros factores. Tomando en cuenta todo esto ¿cómo determinamos qué países está más desarrollado que otros (Kenwood & Loughheed, 2011)

El desarrollo estudia el crecimiento de un sistema económico en un período largo de tiempo, incorporando las transformaciones que en ese horizonte ocurren: se transforma la estructura productiva, la tecnología, las instituciones, las relaciones sociales y políticas que inciden en la economía, las pautas de distribución productiva. Por tanto, a largo plazo, el crecimiento implica el desarrollo, ya que ocurren transformaciones en el sistema. En un período largo de tiempo no hay crecimiento sin desarrollo. (Zermeno, 2004)

#### *2.4.2.2 Crecimiento Económico*

El crecimiento económico es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente de un país o una región) en un determinado periodo (generalmente en un año).

El crecimiento económico se refiere al incremento de ciertos indicadores, como la producción de bienes y servicios, el mayor consumo de energía, el ahorro, la inversión, una balanza comercial favorable, el aumento de consumo de bienes y servicios etc. El mejoramiento de la economía debería llevar teóricamente a un alza en los estándares de vida de la población.

Se lo determina en términos del incremento de la renta nacional en pleno empleo o del potencial productivo, se ha convertido por primera vez en uno de los objetivos de la política económica de muchos países. En base al PIB es un indicador de la salud de un país sin importar su tamaño, busca más que

incrementar la renta disminuir la pobreza relacionando los costes para mantener la calidad de vida ( Hywel, 1975 pag.22 ).

El crecimiento económico ha demostrado convincentemente la importancia de los elementos básicos de las estructuras sociales, de un país; los niveles de vida varían enormemente de unos países a otros igual que a las tasas a las que cambian, para medir la misma la renta real per cápita para medir el bienestar de la población. Evidentemente a la gente le preocupa a la renta pero también, la educación, la salud, al medio ambiente (Helpman, 2004 pag 45)

#### *2.4.2.3 Situación Socioeconómica*

La situación socioeconómica es cuando interviene los factores económicos en el desarrollo de un individuo; y como esto influye en su entorno familiar, en qué nivel social sus ingresos lo ubican y que acceso le posibilitan los mismos. El estatus socioeconómico se clasifica por lo general en tres categorías, Alto, Medio, y Bajo en las cuales una familia puede ser ubicada. Para que los individuos sean clasificados en una de estas tres categorías se observa las siguientes variables (ingreso, educación, y ocupación) pueden ser analizadas. Es el conjunto de todos los factores sociales y económicos de un país relacionado con la vivienda, educación, vestuario, religión educación. Para que un país se desarrolle económicamente hace falta el trabajo mancomunado de todos sus habitantes junto con un cambio de mentalidad. Socio-economía es la mezcla de los cambios mentales y sociales de una localidad que la hace competente para aumentar su nivel de vida de forma progresiva y permanente, a través de la utilización de sus propios recursos naturales y humanos Majarles, (2010:16)

El nivel socioeconómico es una medida total económica y sociológica combinada de la preparación laboral de una persona y de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación, y empleo. Al analizar el nivel socioeconómico de una familia se analizan, los ingresos del hogar, los niveles de educación, y ocupación, como también el ingreso combinado, comparado con el individual, y también son analizados los atributos personales de sus miembros(Werner, 2008)

La Socio economía asume también que los mecanismos de decisión que usan los individuos están influenciados por valores, emociones, juicios y prejuicios, así como por afinidades culturales y otros condicionamientos, y no simplemente por un preciso cálculo de interés propio. En este sentido, no se presupone que los sujetos económicos actúen siempre racionalmente o que estén motivados



principalmente por el propio interés o por el placer. Metodológicamente la Socioeconomía valora de igual forma los mecanismos inductivos y deductivos, de ahí que la Socioeconomía pretenda ser al mismo tiempo una ciencia descriptiva y normativa. En palabras de Etzioni, queremos conocer la realidad para contribuir a su mejora. (Perez, 2010)

### **2.4.2. Componentes**

#### **Vivienda**

Es uno de los aspectos más importantes en la vida de una persona. Es esencial para cubrir las necesidades básicas, como la necesidad de abrigo, pero no se trata sólo de tener cuatro paredes y un techo. Debe ser un sitio para dormir y descansar en el que las personas se sientan protegidas y gocen de privacidad y un espacio personal; en pocas palabras, un lugar donde puedan formar una familia.

En el Ecuador existen programas de ayuda económica para la construcción o mejoramiento de su vivienda, lo cual ayuda que las familias beneficiarias tengan una mejor calidad de vida.

Los componentes del financiamiento de la vivienda o el mejoramiento son:

Ahorro, Bono y Crédito: (A+B+C=Vivienda).

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) emitió su último informe sobre la situación de la vivienda en Latinoamérica y el Caribe. La conclusión, el Ecuador está por debajo del promedio del continente en cantidad y calidad de vivienda. Según el informe del BID, en el Ecuador el 50% de las familias o no tienen un techo propio en el que vivir o la casa que habitan es de mala calidad.

El acceso a la vivienda para los más pobres sigue siendo el peor problema de la región. En ese contexto el Ecuador y sus principales ciudades también son parte del problema. Según el BID, en Machala el 75% de las familias no puede adquirir una casa propia, en Guayaquil al 66%, mientras que en Cuenca ese es el problema del 59% de las familias y en Quito del 58%.

#### **Salud**

Según el Ministerio de Salud Pública en últimos años se observa un mejoramiento de las condiciones de salud de la población ecuatoriana, sin embargo, se registran

todavía tasas elevadas de mortalidad neonatal, infantil, niñez, materna y general, así como, deficiencias en infraestructura, equipamiento, recursos humanos y limitaciones presupuestarias.

El progreso se debe a que se ha llegado a equipar la mayoría de los hospitales y sub centros de salud, propiciando que un mayor número de personas accedan al servicio de salud gratuita.

Organización Mundial de la Salud (OMS), la salud es la condición de todo ser vivo que goza de un absoluto bienestar tanto a nivel físico como a nivel mental y social. Es decir, el concepto de salud no sólo da cuenta de la no aparición de enfermedades o afecciones sino que va más allá de eso. En otras palabras, la idea de salud puede ser explicada como el grado de eficiencia del metabolismo y las funciones de un ser vivo a escala micro (celular) y macro (social).

## **Educación**

Según el Ministerio de Educación y Cultura se ha demostrado un gran avance tecnológico, económico y educativo en este último se ha visto un incremento en el sistema educativo en comparación de los años atrás se debe que el gobierno actual ha puesto en mucho empleo a mejorar la educación con proyectos que ayudan a capacitar a docentes y a la creación de nuevas escuelas con todas las facilidades tecnológicas.

Al tratar el tema de la protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes en situación de movilidad humana en el Ecuador es imprescindible considerar su situación respecto al acceso y permanencia en el sistema educativo. El acceso a un sistema educativo de calidad significa la posibilidad de participar en un espacio que ofrezca protección física, psicosocial y cognitiva, que les permita socializar, compartir con sus pares, superar sus traumas y construir capacidades y habilidades que les sirvan en su desarrollo personal. La falta de acceso a la educación y la imposibilidad de contar con una educación adecuada puede agravar la situación de riesgo en la cual se encuentran muchos de estos niños, niñas y adolescentes (NNA).

La situación de la educación en el Ecuador es dramática, caracterizada, entre otros, por los siguientes indicadores: persistencia del analfabetismo, bajo nivel de escolaridad, tasas de repetición y deserción escolares elevadas, mala calidad de la educación y deficiente infraestructura educativa y material didáctico. Los esfuerzos que se realicen para revertir esta situación posibilitarán disponer de una población educada que pueda enfrentar adecuadamente los retos que impone el actual proceso de apertura y globalización de la economía(Díaz, 2010)

## **Cultura**

La cultura ecuatoriana es una mezcla de las influencias del conquistador español, con las tradiciones ancestrales de pueblos precolombinos. La población de Ecuador pertenece a diferentes etnias, por tanto es muy diversa. Los grupos étnicos más grandes son los Mestizos (es la mezcla de un español con un indio) y constituyen el 65 % de la población.

El Ecuador es una Nación Multiétnica y Pluricultural con una población que supera los 14 millones de habitantes. Su territorio tiene 256370 km de superficie. Sus habitantes son mestizos, afro ecuatorianos, blancos y 14 nacionalidades con 18 pueblos. En los años comienza a conformarse el movimiento indígena como actor político a través de la Federación Ecuatoriana de Indígenas y luego de ECUARUNARI (despertar de las runas Ecuatorianas en kichwa).(Díaz, 2010)

### *2.4.2.1.2 Nivel de Ingresos*

Para tener comprensión del nivel de ingresos personal es necesario conocer la procedencia del mismo.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) define la suma del ingreso del hogar en monedas y en especies, como regla general en entradas de tipo periódico destinadas al hogar a los miembros del mismo por separado, recibidas en forma regular en intervalos anuales o más frecuentes o son de naturaleza recurrentes. Está constituido por la suma de rentas de primarias, y de propiedad y las transferencias y prestaciones recibidas de forma regular por los hogares, antes de deducir los impuestos y el pago de aportes a la seguridad social y las cajas de pensiones.

## **Canasta Básica**

Es el conjunto de bienes y servicios indispensables para que una persona o una familia pueda cubrir sus necesidades básicas a partir de su ingreso, en otras palabras, una canasta básica es aquella que tiene todos los productos necesarios para tener una vida sana, tanto física como mental.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Precios (INEC) El valor de la canasta familiar básica se ubicó en 628,27 dólares, mientras que el ingreso familiar (1,6 perceptores) en 634,67 dólares, esto implica una cobertura del 100% del costo de dicha canasta y un superávit del 1,02%.

### **Sueldo Básico**

El sueldo básico es la cantidad mínima que debe recibir en efectivo el trabajador por los servicios prestados en una jornada de trabajo pueden ser generales por una o varias geográficas y extenderse a una o más entidades, o pueden ser profesionales para una rama determinada de actividad económica o para profesiones, oficios o trabajo.

En el 2014 el salario básico será de 340 dólares, 22 dólares más al establecido en el 2013 que fue de USD\$ 318. El incremento fue fijado por el Gobierno, luego que en el Consejo Nacional de Salarios -CONADES-, no se llegara acuerdo entre empleadores y trabajadores.

Para el incremento se consideró porcentaje del índice de la producción (3.20%) e índice de la productividad (3,63%).

En el Ecuador el 83% de los trabajadores gana más del salario promedio, mientras que el 17% gana el básico el cual es uno de los más altos de América Latina.

#### *2.4.2.1.3 Nivel Socioeconómicos*

Según Gutiérrez (2004) los niveles socioeconómicos se clasifican de la siguiente manera:

**Clase Alta** – Es el segmento con el más alto nivel de vida. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado básicamente por individuos con un nivel

educativo de Licenciatura o mayor. Viven en casas o departamentos de lujo con todas las comodidades.

**Clase Media Alta** – Este segmento incluye a aquellos que sus ingresos y/o estilo de vida es ligeramente superior a los de clase media. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de Licenciatura. Generalmente viven en casas o departamentos propios algunos de lujo y cuentan con todas las comodidades.

**Clase Media** – Este segmento contiene a lo que típicamente se denomina clase media. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de preparatoria principalmente. Los hogares pertenecientes a este segmento son casas o departamentos propios o rentados con algunas comodidades.

**Clase Media Baja** – Este segmento incluye a aquellos hogares que sus ingresos y/o estilos de vida son ligeramente menores a los de la clase media. Esto quiere decir, que son los que llevan un mejor estilo de vida dentro de la clase baja. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de secundaria o primaria completa. Los pertenecientes a este segmento son, en su mayoría, de su propiedad; aunque algunas personas rentan el inmueble y algunas viviendas son de interés social.

**Clase Baja** – Este es el segmento medio de las clases bajas. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de primaria en promedio (completa en la mayoría de los casos). Los hogares pertenecientes a este segmento son propios o rentados (es fácil encontrar tipo vecindades), los cuales son en su mayoría de interés social o de rentas congeladas.

**Clase más Baja** Es el segmento más pobre de la población. Se le incluye poco en la segmentación de mercados. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de primaria sin completarla. Estas personas no poseen un lugar propio teniendo que rentar o utilizar otros recursos

para conseguirlo. En un solo hogar suele vivir más de una generación y son totalmente austeros.

#### **2.4. Hipótesis**

El estancamiento en el nivel de los ingresos personales afecta negativamente en la situación socioeconómica de los Artesano del CENARHU.

#### **2.5. Señalamiento de las variables de la hipótesis**

- ***Variable Independiente:*** Ingresos Personales
- ***Variable Dependiente:*** Situación Socioeconómica

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Enfoque**

El desarrollo de este trabajo investigativo está elaborado bajo los siguientes enfoques; cuantitativo porque aporta datos numéricos, ya que proporcionan datos sobre los ingresos gastos e inversiones de cada uno de los artesanos integrantes del Centro Artesanal Huambaló, mediante el cual ayudó a la comprobación de la hipótesis de investigación para establecer las condicionantes de los individuos estudiados. Cualitativo se empleó para la recolección de datos mediante encuestas, entrevistas, revisión de documentos, discusiones con el grupo artesanal, evaluación de las experiencias de cada uno de los socios con el fin de reconstruir la realidad tal cual como se vive dentro de este gremio.

#### **3.2 Modalidad básica de investigación**

Para la ejecución del proyecto se utilizó las modalidades de investigación de Campo porque se tuvo un contacto directo con cada uno de los artesanos, lo cual permitió observar la problemática existente, como son: la producción empírica sin tener una estrategia clara dentro de su micro empresa. También permitió obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social y estudiar la situación socioeconómica, diagnosticar las necesidades y los problemas dentro del contexto de estudio. (Chaparro, 2010)

Investigación bibliográfica y documental. Se utilizó teorías criterios, periódicos, textos virtuales entre otros sobre los ingresos personales y la situación socioeconómica las mismas que fueron fuentes de investigación.

### 3.3 Nivel o tipo de investigación

Para la elaboración de este proyecto se utilizó la investigación exploratoria el objetivo fue examinar el problema principal el cual está enfocado en el estancamiento de producción de muebles lo que ha ocasionado diversas dificultades a los socios del Centro Artesanal Huambaló.

“El objetivo de la investigación exploratoria es examinar un tema o un problema el cual tiene muchas dudas o se ha abordado antes, es decir cuando existen ideas vagamente relacionadas con el tema”(Helpman, 2004)&(Hernández Julio, 2006), también se analizó la investigación descriptiva que consiste en llevar a conocer la situación, costumbres y actividades predominantes en la fabricantes de muebles el cual nos ayudó a tener un enfoque real de la situación de todos y cada uno de los socios.

“El objetivo de la investigación descriptiva busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas grupos comunidades procesos objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” Hernández (2006).

### 3.4. Población y muestra

**Tabla N° 1**Población de Estudio

<b>Población</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Asociados	45	45	100%
<b>Total de la Población</b>		45	100%

**Elaborado por:** Omar Chango



## **Población**

Para la presente investigación se ha considerado como población a todos los socios dedicados a la fabricación y comercialización de muebles del Centro Artesanal Huambaló “CENARHU”; que en su totalidad son 45 asociados.

## **Muestra**

Al tener mínimo número de socios se trabajará con toda la población, mediante la aplicación de encuestas.

### 3.5. Operacionalización de variables

#### 3.5.1. Variable Independiente

**Tabla N° 2** Ingresos Personales

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS
Los ingresos personales representan los valores medidos en términos monetarios con los que dispone el individuo para su desarrollo social efectivo, a fin de que pueda sustentar los elementos que le posibilitan una mejor calidad de vida, para él como para su núcleo familiar.	Empleo	Sueldos y Salarios	¿El sueldo que Ud. Percibe satisface las necesidades básicas?  ¿El salario que Ud. percibe está de acuerdo con el trabajo que esta realiza?	Encuesta los socios del Centro Artesana Huambaló
		Utilidad por la actividad principal producción de muebles	¿Qué % de utilidad obtiene por la producción de muebles?  ¿Los ingresos obtenidos de la venta de muebles llegan a satisfacer sus necesidades básicas?	
	Trabajo Autónomo	Ganancia por la actividad agrícola	¿Con que frecuencia Ud. Percibe ingreso por la actividad agrícola?	
		Otros ingresos	Intereses ganados  Arrendamiento de locales comerciales	

**Elaborado por:** Omar Chango

### 3.5.2. Variable Dependiente

**Tabla N° 3 Situación Socioeconómico**

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS
Es una medida total económica y sociológica combinada de la preparación laboral de una persona y de la posición financiera y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación, y empleo. Al analizar el nivel socioeconómico de una familia se analizan, los ingresos del hogar, los niveles de educación, y ocupación, como también el ingreso combinado, comparado con el individual.	Alta	Fisiológica Seguridad Pertenencia Estima Autorrealización	¿Con que frecuencia tiene vacaciones fuera del país?  ¿Qué tipo de perfumes y joyas utilizan?	Encuesta los socios del Centro Artesana Huambaló
	Medio	Fisiológica Seguridad Pertenencia	¿Se encuentra afiliado al IESS?  ¿Cuenta Ud. con vehículo?	
	Baja	Fisiológica Seguridad	¿Los ingresos que Ud. percibe son suficientes para satisfacer las necesidades básicas?	

**Elaborado por:** Omar Chango

### 3.7. Recolección de Información

La construcción de la información para la recolección de información sobre los ingresos personales y situación socioeconómica se realizó mediante un proceso adecuado de investigación y adicionalmente se contó con el conocimiento de diferentes actores que colaboraron a la elaboración de las encuestas, los mismos que permite el logro de los objetivos planteados.

#### 3.7.1. Plan de recolección de información

El plan de recolección estará guiado por las siguientes interrogantes:

**Tabla N° 4**Recolección de Información

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos planteado de la investigación.
¿De qué persona u objeto?	Del Centro Artesanal Huambaló
¿Sobre qué aspectos?	Ingresos personales en relación a su nivel Socioeconómicos
¿Quién investiga?	Omar Chango
¿Cuándo?	Periodo 2013
¿Dónde?	En la parroquia Huambaló en las oficinas del Centro Artesanal Huambaló” CENARHU”
¿Cuántas veces?	Durante la investigación
¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
¿Con qué?	Cuestionario estructurado
¿En qué situación?	Mediante previa cita a los socios del Centro Artesanal Huambaló

**Elaborado por:** Omar Chango

### ***3.7.2. Plan para el procesamiento de información***

Cuando ya se hayan recogido los datos se aplicó los siguientes procedimientos:

- Revisión crítica de la información recogida, mediante el análisis de datos, tanto variable independiente y dependiente.
- Se procederá a la tabulación de la información, siguiendo los procesos respectivos aplicados a las dos variables de estudio.

### ***3.7.3 Análisis e interpretación de resultados***

El análisis e interpretación de resultados se realizará de acuerdo al siguiente orden:

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- Comprobación de hipótesis.
- Elaboración de conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1. Análisis de los Resultados**

En el presente capítulo se exponen los resultados de la aplicación de la metodología llevada a cabo para obtener información y de esta manera validar la relación que existe entre los ingresos personales y la situación socioeconómica de los socios del Centro Artesanal Huambaló.

#### **4.2. Interpretación de Datos**

Las encuestas realizadas están conformadas por 13 preguntas dirigidas a los 45 socios. Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas al Centro Artesanal Huambaló “CENARHU”, para su mejor comprensión e interpretación se detallan a continuación en tablas, gráficos y análisis de cada pregunta.

## CUESTIONARIO

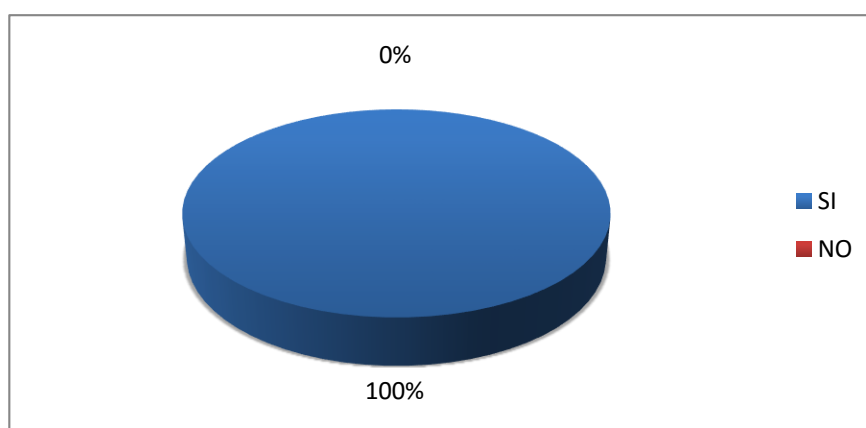
### 1. ¿Actualmente se encuentra empleado?

**Tabla N° 5.**Frecuencia de ocupación de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

	Si	No	Total
Socios	45	0	45
Total	100%	0%	100%

**Fuente:** Encuesta al CENARHU

**Elaborado por:**Omar Chango



**Gráfico N° 6**Frecuencia de ocupación de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

**Fuente:** Encuesta al CENARHU

**Elaborado por:** Omar Chango

### **Análisis:**

El 100% de las personas encuestadas se encuentran actualmente empleados.

### **Interpretación:**

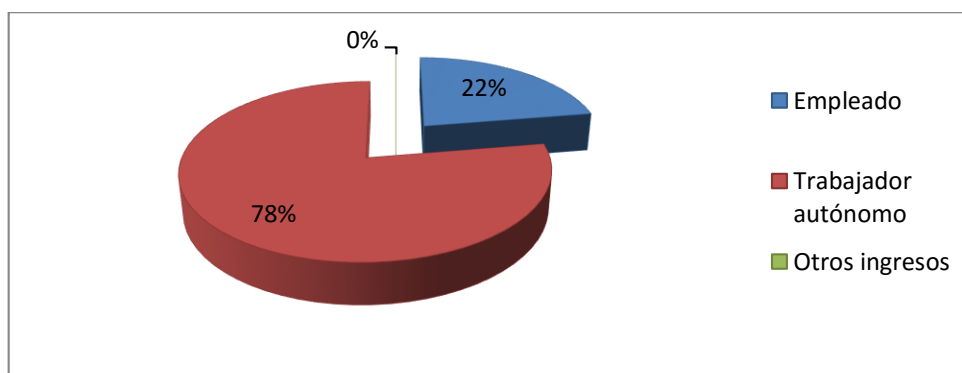
En función a los datos obtenidos se determina que el total de los asociados cuentan con empleo debido a que la producción de muebles es la principal actividad económica dentro de la parroquia.

## 2. ¿De dónde provienen sus ingresos?

**Tabla N° 6.** Fuente de ingresos económicos de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

	<b>Empleado</b>	<b>Trabajador autónomo</b>	<b>Otros ingresos</b>	<b>Total</b>
<b>Socios</b>	13	45	0	58
<b>Total</b>	22%	78%	0%	100%

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N°7.** Fuente de ingresos económicos de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango

### **Análisis:**

De la encuesta efectuada el 100% de los encuestados manifiestan que cuentan su propio taller o micro empresa mientras tanto que el 13% de los mismos, cuenta que también ejercen otro tipo de trabajo ya sea en entidades públicas o privadas.

### **Interpretación:**

Se determina que todos los asociados cuentan con su taller o microempresa el cual es su principal fuente de ingreso, manifiesta una minoría de los agremiados que también ejercen labores fuera de su microempresa, debido a que tienen estudios superiores el cual le hacen capaces de cumplir dichas funciones.

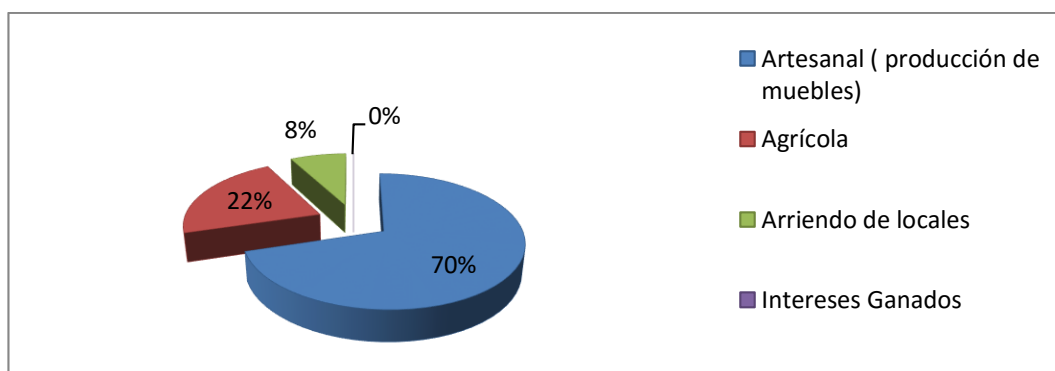


### 3. ¿De qué actividad provienen sus ingresos?

**Tabla N° 7.** De qué actividad provienen los ingresos de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

	Artesanal ( producción de muebles)	Agrícola	Arriendo de locales	Intereses Ganados	Total
<b>Socios</b>	45	14	5	0	64
<b>Total</b>	70%	22%	8%	0%	100%

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N° 8.** De qué actividad provienen los ingresos de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango

#### **Análisis:**

Se determina que los 45 socios perciben sus ingresos de su principal actividad que es la producción de muebles mientras tanto que un 22% de los asociados manifiestan que reciben ingresos adicionales de la agricultura y un 8% recibe adicionales por arriendo de locales.

#### **Interpretación:**

Se observa que en el Centro Artesanal Huambaló la totalidad de los socios perciben ingreso de su propio negocio pero adicional a esta actividad existen personas que obtienen ingresos adicionales debido a que realizan actividades adicionales.

#### 4. ¿Cuál es su ingreso mensual como empleado?

Tabla N° 8 Rango de ingresos mensuales como empleado

	100 - 200	201 - 450	451 - EN ADELANTE	Total
Socios	0	11	2	13
Total	0%	85%	15%	100%

Fuente: Encuesta al CENARHU  
Elaborado por: Omar Chango

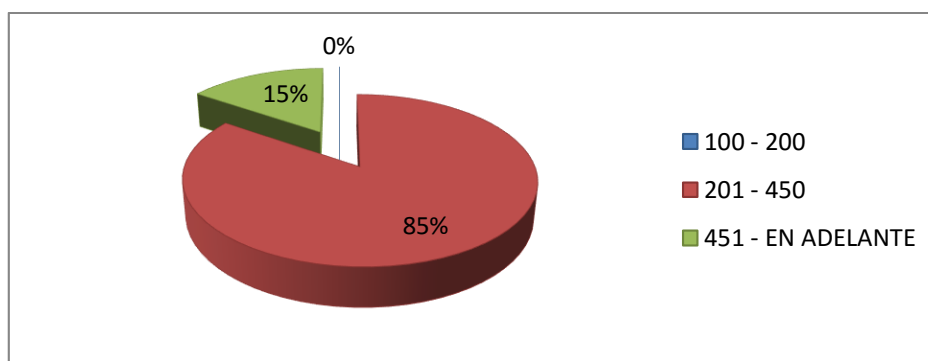


Gráfico N° 9. Rango de ingresos mensuales como empleado

Fuente: Encuesta al CENARHU  
Elaborado por: Omar Chango

#### Análisis:

En la investigación de campo realizada se determinó que los 13 socios que ejercen funciones como empleado un 85% perciben salario de \$ 201- 450 a su vez un 15% reciben un sueldo de \$ 100- 200 dólares.

#### Interpretación:

Se determina que dentro del CENARHU existen 13 agremiados que realizan Funciones adicionales a su actividad principal. Por ende sus ingresos mensuales ayudan a mejorar su situación socioeconómica

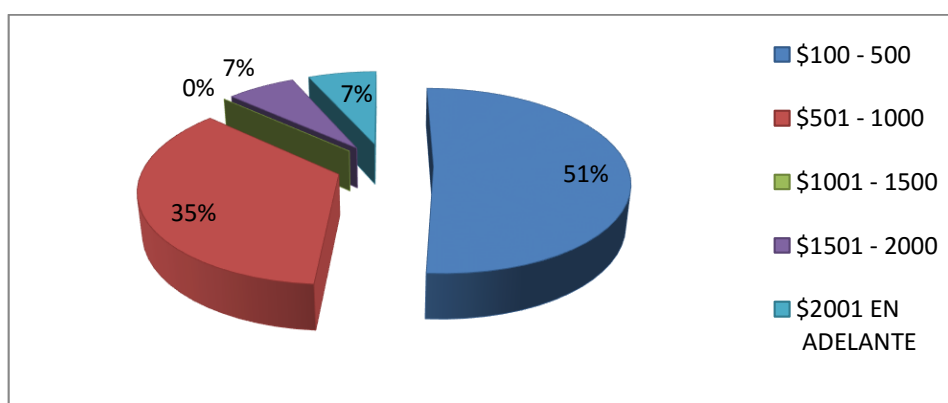
**5. ¿Cuál es la utilidad mensual que usted obtiene por la producción de muebles?**

**Tabla N° 9** Rango de utilidad en dólares por la producción de muebles de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

	\$100 - 500	\$501 - 1000	\$1001 - 1500	\$1501 - 2000	\$2001 en adelante	Total
<b>Socios</b>	23	16	0	3	3	45
<b>Total</b>	51%	36%	0%	7%	7%	100%

**Fuente:** Encuesta al CENARHU

**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N° 10** Rango de utilidad en dólares por la producción de muebles de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

**Fuente:** Encuesta al CENARHU

**Elaborado por:** Omar Chango

**Análisis:**

El 51% de las personas encuestadas manifiestan que su sueldo promedio esta entre \$100-500, por otro lado un 35% perciben un salario de \$ 501- 1000, un 7% está en \$ 1001- 1500, en el mismo porcentaje manifiestan que sus ingresos promedios esta en \$ 1501- 2000.

**Interpretación:**

Se observa que en el Centro Artesanal Huambaló la mayoría de los socios perciben un sueldo promedio de \$100-500, por ende la situación económica de los artesanos se mantiene estancada.

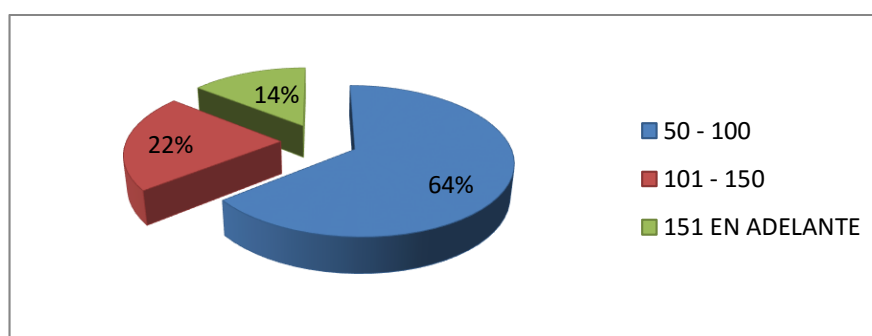
## 6. ¿Cuál es la utilidad mensual de su actividad agrícola?

**Tabla N° 10** Rango de utilidad agrícola de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

	50 - 100	101 - 150	151 EN ADELANTE	Total
Socios	9	3	2	14
Total	64%	21%	14%	100%

**Fuente:** Encuesta al CENARHU

**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N° 11** Rango de utilidad agrícola de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

**Fuente:** Encuesta al CENARHU

**Elaborado por:** Omar Chango

### **Análisis:**

En la investigación de campo realizada se determinó que los 14 socios que ejercen trabajos agrícolas un 64% perciben sueldos de \$ 50- 100 dólares a su vez un 22% cuentan con un ingreso de \$ 101- 150 dólares, y un 14% perciben sueldos promedios de \$ 151 en adelante.

### **Interpretación:**

Se determina que dentro del CENARHU existen 14 agremiados que realizan funciones adicionales a su actividad principal. Por ende sus ingresos mensuales ayudan a mejorar su situación socioeconómica

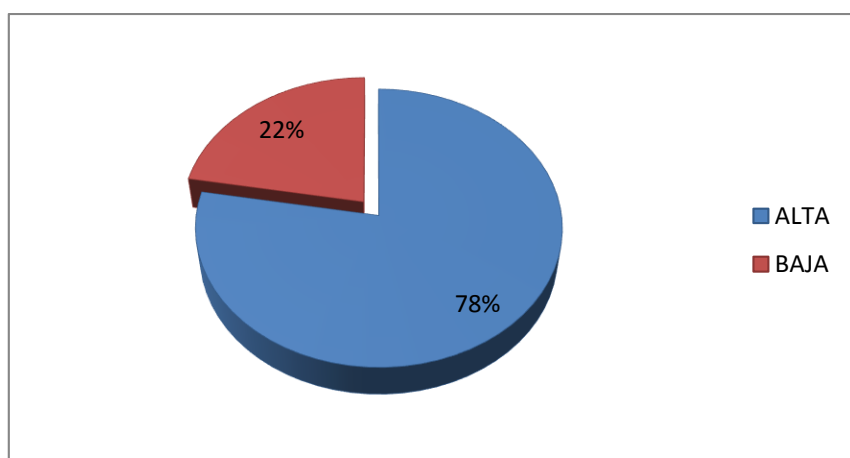
## 7. ¿En qué rango se encuentra sus ingresos mensuales?

**Tabla N° 11** Nivel de Ingresos Mensuales de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

	<b>Alta</b>	<b>Baja</b>	<b>Total</b>
<b>Socios</b>	35	10	45
<b>Total</b>	22%	78%	100%

**Fuente:** Encuesta al CENARHU

**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N° 12** Nivel de Ingresos Mensuales de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

**Fuente:** Encuesta al CENARHU

**Elaborado por:** Omar Chango

### **Análisis:**

En la investigación de campo realizada se determinó que el 78% de la población se encuentra en un rango alto, a su vez un 22% alude un rango bajo.

### **Interpretación:**

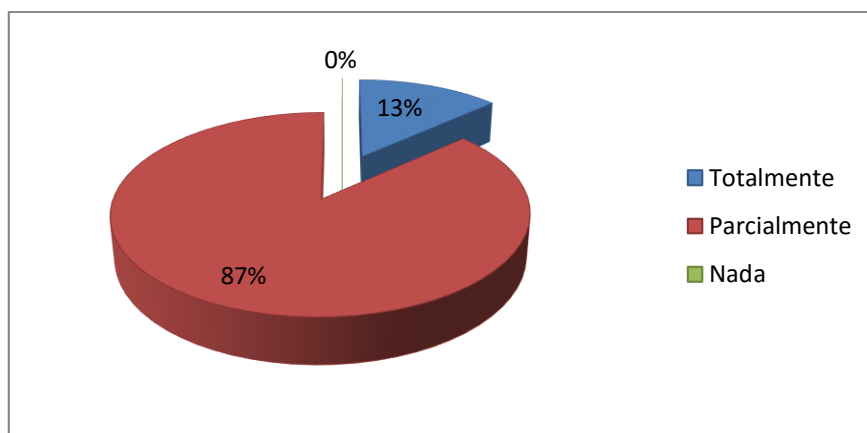
Se observa que un porcentaje considerable de los encuestados se encuentran en un rango promedio de baja, lo cual se puede manifestar que los artesanos y las familias no satisfacen sus necesidades básicas.

**8. ¿El sueldo que Ud. Percibe satisface las necesidades básicas?**

**Tabla N° 12** Tipo de gastos básicos en función del sueldo de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

Tipo de Gastos	Totalmente	Parcialmente	Nada	Total
Educación	6	39	0	45
Salud	6	39	0	45
Vivienda	6	39	0	45
Alimentación	6	39	0	45
Recreación	6			
	13%	87%	0%	100%

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N° 13** Tipo de gastos básicos en función del sueldo de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango

**Análisis:**

El 87% de las personas encuestadas afirman que satisfacen parcialmente sus necesidades básicas, mientras tanto que un 13% de los encuestados manifiestan que satisfacen totalmente sus necesidades.

**Interpretación:**

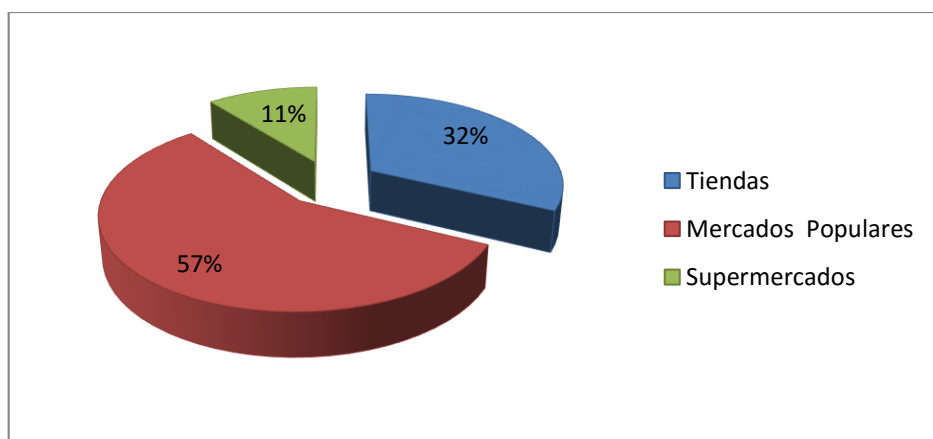
Se observa que la mayoría de los encuestados con el sueldo que perciben pueden satisfacer sus necesidades básicas.

**9. ¿En qué lugar realiza sus compras habitualmente?**

**Tabla N° 13** Lugar en que realiza las compras de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

	Tiendas	Mercados Populares	Supermercados	TOTAL
Socios	18	32	6	56
Total	32%	57%	11%	100%

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N° 14** Lugar en que realiza las compras de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango

**Análisis:**

Del 100% de los encuestados un 57% realizan sus compras en mercados populares y un 32% en tiendas y un 11% en supermercados.

**Interpretación:**

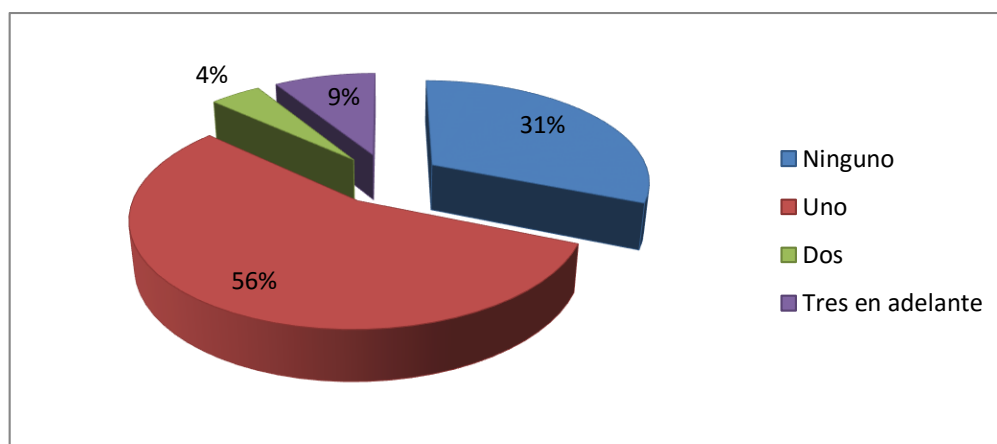
Debido a los datos obtenidos se puede manifestar que un gran porcentaje los artesanos acuden a realizar sus compra habituales en mercados populares y tiendas debido a la cercanía de los lugares y a los precios.

**10. ¿Cuántos vehículos Usted tiene?**

**Tabla N° 14** Cantidad de vehículos por socio del Centro Artesanal Huambaló

	<b>Ninguno</b>	<b>Uno</b>	<b>Dos</b>	<b>Tres en adelante</b>	<b>Total</b>
<b>Socios</b>	14	25	2	4	45
<b>Total</b>	31%	56%	4%	9%	100%

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N° 15** Cantidad de vehículos por socio del Centro Artesanal Huambaló

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango

**Análisis:**

El 56% de los encuestados cuentan tener un vehículo, un 31% lo no tienen, un 9% cuentan tener 3 vehículos y un 4% cuentan tener solo dos vehículos.

**Interpretación:**

Se aprecia que en un gran porcentaje solo cuentan tener un solo vehículo el cual le sirve para el transporte de materia prima y mercadería a sus lugares de destino.

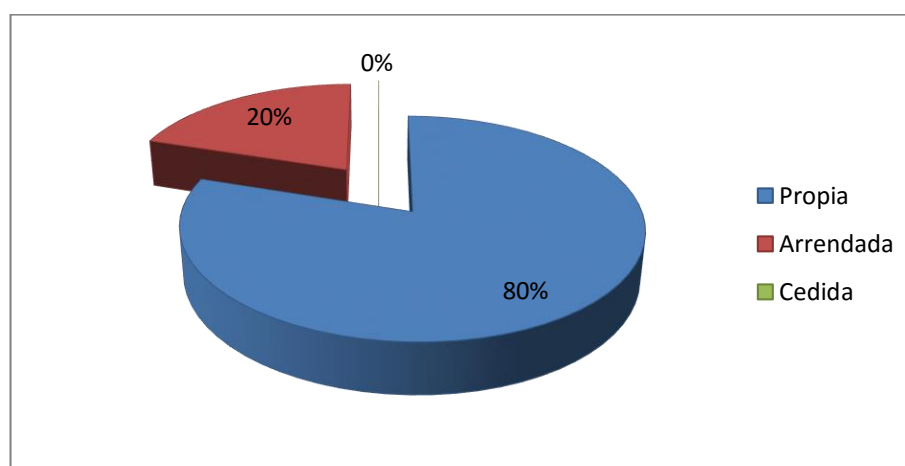


## 11. ¿Con qué tipo de vivienda cuenta usted?

**Tabla N° 15** Tipo de vivienda con el que cuentan los Socios del Centro Artesanal Huambaló

	Propia	Arrendada	Cedida	Total
Socios	36	9	0	45
Total	80%	20%	0%	100%

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N° 16** Tipo de vivienda con el que cuentan los Socios del Centro Artesanal Huambaló

**Fuente:** Encuesta al CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango

### **Análisis:**

El 80% de las personas encuestadas cuentan con vivienda propia y un 20% con arrendada.

### **Interpretación:**

Se observa que la mayoría de los encuestados cuentan con vivienda propia debido a que existe proyectos que el gobierno impulsa para la creación o el mejoramiento de su casa y en el mejor de los caso pueden realizar con fondos propios.

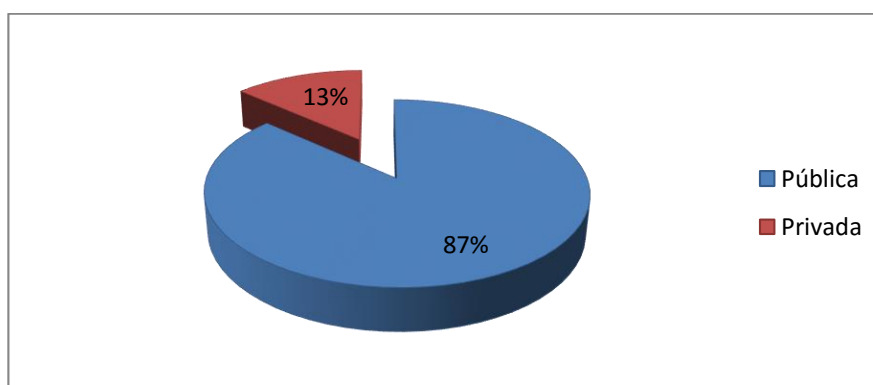
## 12. ¿En qué tipo de institución educativa estudian sus hijos?

**Tabla N° 16** Tipo de institución educativa a la que asisten los hijos de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

	<b>Pública</b>	<b>Privada</b>	<b>Total</b>
<b>Socios</b>	39	6	45
<b>Total</b>	87%	13%	100%

**Fuente:** Encuesta al CENARHU

**Elaborado por:** Omar Chango



**Gráfico N° 17** Tipo de institución educativa a la que asisten los hijos de los Socios del Centro Artesanal Huambaló

**Fuente:** Encuesta al CENARHU

**Elaborado por:** Omar Chango

### **Análisis:**

El 87% de las personas encuestadas los hijos de los socios realizan sus estudios en instituciones públicas y un 13% en instituciones privadas.

### **Interpretación:**

En función a los datos obtenidos se determina que la mayoría de los hijos de los asociados cuentan estudiar en instituciones públicas, debido que sus ingresos no le alcanza para estudiar en privadas.

### 13. ¿En qué situación socio económica se encuentra usted?

Tabla N° 17 Nivel socioeconómica de los integrantes del Centro Artesanal Huambaló

	Alta	Baja	Total
Socios	15	30	45
Total	22%	78%	100%

Fuente: Encuesta al CENARHU  
Elaborado por: Omar Chango

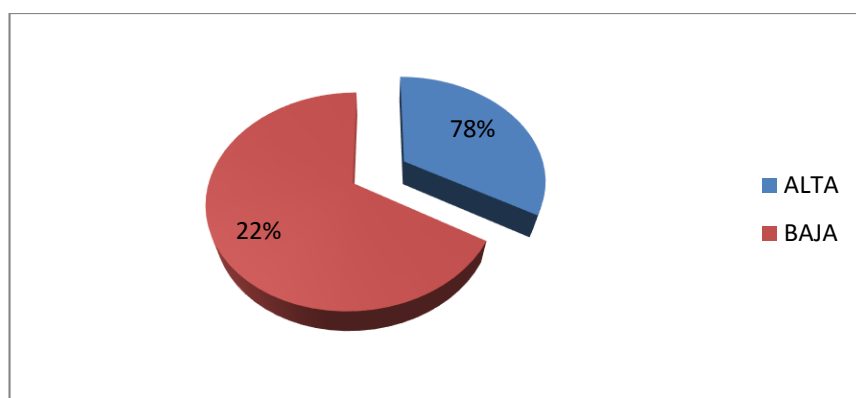


Gráfico N° 18 Nivel socioeconómica de los integrantes del Centro Artesanal Huambaló

Fuente: Encuesta al CENARHU  
Elaborado por: Omar Chango

#### Análisis:

En la investigación de campo se determina que un 78% de los socios se encuentran en una situación económica alta, y 22% está en una económica baja.

#### Interpretación:

Se determina que dentro del CENARHU la situación económica es moderada debido a que pueden alcanzar bienes y servicios de primera necesidad lo cual satisface sus necesidades.

### 4.3. Verificación de Hipótesis

Para la verificación de la hipótesis se ha establecido el método “T Student”, mismas que se manejarán como un estadígrafo de distribución libre que permite establecer la correspondiente de valores de frecuencias de valores observados y esperados, permitiendo la comparación global del grupo de frecuencias a partir de la hipótesis que se requiere verificar.

Una vez establecido el problema e identificado las variables que componen la hipótesis planteada, materia de la presente investigación, se procederá a verificarla con la utilización de una herramienta estadística para probar hipótesis.

La hipótesis a verificar es la siguiente:

**El estancamiento en el nivel de los ingresos personales afecta negativamente en la situación socioeconómica de los Artesano del CENARHU.**

Las variables que intervienen en la hipótesis son:

- **Variable Independiente:** Ingresos personales
- **Variable Dependiente:** Situación socioeconómica

#### 4.3.1 Simbología

**H<sub>0</sub>**= Hipótesis Nula

**H<sub>a</sub>**= Hipótesis alternativa o de investigación.-

**IP**=Ingresos Personales

**SS**=Situación Socioeconómica

**p**= Nivel de Confianza

**α** = Margen de Error

#### ***4.3.2 Modelo Lógico***

##### **Hipótesis alterna Ha**

**Ha:** El estancamiento en el nivel de los ingresos personales afecta negativamente en la situación socioeconómica de los Artesano del CENARHU.

##### **Hipótesis Nula Ho**

**Ho:** El estancamiento en el nivel de los ingresos personales no afecta en la situación socioeconómica de los Artesano del CENARHU.

#### ***4.3.3 Modelo Matemático***

**Ha=**  $p1 = p2$

**Ho=**  $p1 \neq p2$

#### ***4.3.4 Determinación del Nivel de Significancia***

En el presente trabajo de investigación, se está aplicando un nivel de confianza del 95% es decir 1,6624 de la tabla "T", y dividido a 0,8312 a cada lado dentro de la curva normal con un error del 5% que equivale a 0,05: razón por la cual se divide el margen de error en 2.5 de la curva a cada lado, lo que corresponde como sector crítico 0.025 a cada lado.

#### ***4.3.5 Nivel de Significancia***

$\alpha / 2 = 0,05 / 2 = 0,025$

#### ***4.3.6 Grados de Libertad***

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente fórmula:

**gl =  $n1+n2-2$**

**Donde:**

**n:** Es la población de Estudio = 45

**Entonces**

$$gl = n_1 + n_2 - 2$$

$$gl = 45 + 45 - 2$$

$gl = 88$  según la tabla de Distribución "T" Student

**Por lo expuesto en ("T" Student)**, obtenido en igual a la suma del nivel de significancia y los grados de libertad.

#### ***4.3.7 Nivel de significancia y Grados de Libertad***

$$\alpha / 2 = 0,025 \text{ y}$$

$$gl = 88$$

"T" tabulado = **1,6624** (dentro de la curva normal)

#### ***4.3.8 Preguntas seleccionadas para la verificación de la hipótesis***

**Pregunta N° : Ingresos Personales**

- En que rango se encuentra sus ingresos mensuales?

**Pregunta N° : Situación Socioeconómica**

- En qué situación socioeconómica se encuentra usted?

#### ***4.3.9 Fórmulas***

Para la comprobación de la hipótesis se realiza los cálculos respectivos de la fórmula, que permita la aceptación o rechazo de la hipótesis.

#### ***4.3.10 Modelo estadístico***

**De donde:**

$t$  = estimador "t"

$p_1$  = probabilidad de aciertos de la VI

$p_2$ = probabilidad de aciertos de la VD

$p$ = probabilidad de éxito conjunta

$q$ =probabilidad de fracaso conjunta (1-p)

$n_1$ =número de casos de la VI

$n_2$ = número de casos de la VD

**Fórmula :**

$$t = \frac{p^1 - p^2}{\sqrt{(\hat{p} * \hat{q}) \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

#### 4.3.11 Regla de decisión

$1 - 0,05 = 0,95$ ;  $\alpha$  de 0,05

"t "al 95% y con un  $\alpha$  de 0,05 es igual a 1,6624

#### 4.3.12 Cálculo de Tstudent

**Tabla N° 18:** Datos de la lista chequeo

<b>Variable Independiente</b>	ALTA	35
	BAJA	10
	<b>TOTAL</b>	<b>45</b>
<b>Variable Dependiente</b>	ALTA	15
	BAJA	30
	<b>TOTAL</b>	<b>45</b>

**Fuente:** Lista de verificación o Check List

**Elaborado por:** Omar Chango

#### 4.3.13. Cálculo Estadístico

Después de haber realizado los cálculos para el reemplazo en la fórmula se procede a obtener al ("**T**" **student**), calculado, para el efecto se aplicó la siguiente fórmula estadística.

**Desarrollo:**

$$t = \frac{\frac{35}{45} - \frac{15}{45}}{\sqrt{(p * q) \left[ \frac{1}{45} + \frac{1}{45} \right]}}$$

$$t = \frac{0,7777 - 0,3333}{\sqrt{(0,55 * 0,45)[0,022 + 0,022]}}$$

$$p = \frac{50}{90}$$

$$p = 0,55$$

$$q = (1 - p)$$

$$q = (1 - 0,55)$$

$$q = 0,45$$

$$t = \frac{0,4444}{\sqrt{(0,2475)[0,044]}}$$

$$t = \frac{0,4444}{0,2475 * [0,044]}$$

$$t = \frac{0,4444}{0,011}$$

$$t = 40.36$$

#### 4.3.14. Condición

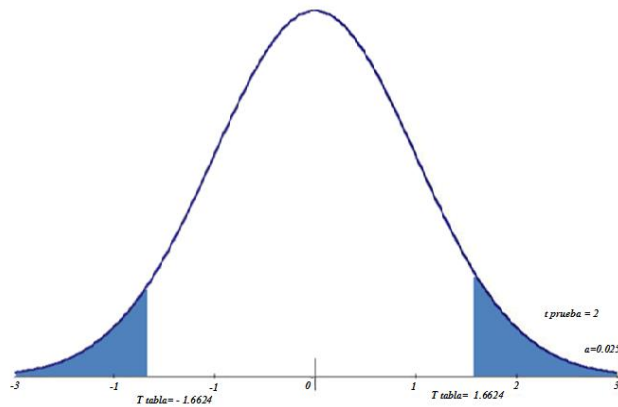
“t” de student calculado > “t” de student tabulado

**40.36 > 1,6624** ( dentro de la curva normal)

Si es < “t” de Student  $\alpha$ , se rechaza la Hipótesis nula

Si “t” de Student calculado es < “t” de Student tabulado, Se rechaza la hipotesis nula (Ho) y se acepta la Hipótesis alternativa (Ha) con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, el 2,5% a cada lado de la curva normal.





**Gráfico N° 19** Determinación “t” Student

**Elaborado por:** Omar Chango

#### **4.3.15. Conclusión**

Una vez realizado el cálculo “**T**” de Student se puede observar que:

La T Student calculada  $40.36 > 1,6624$  T Student Tabulada, así pues se acepta la hipótesis alternativa ( $H_a$ ) y se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ), es decir el criterio de las personas entrevistadas del Centro Artesanal Huambaló “CENARHU”, afirman que la hipótesis planteada en la presente investigación indica que: “El estancamiento en el nivel de los ingresos personales afecta negativamente en la situación socioeconómica de los Artesano del CENARHU durante el año 2013”

# CAPÍTULO V

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

Una vez concluido el trabajo de investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ Se identificó que el impacto de la reducción de los ingresos en el desarrollo socioeconómico se da por nuevos talleres que innovan totalmente la producción de los Muebles, los mismos que llaman la atención de muchas personas.
- ✓ Se concluyó que el nivel de ingresos personales que perciben los artesanos por la producción muebles es la principal fuente de salarios para que exista un desarrollo socioeconómico, a más de eso ellos se dedican a funciones extras para obtener mejores ingresos.
- ✓ Al realizar el análisis de la situación socioeconómico de los artesanos y familias integrantes del “CENARHU” se puede identificar que la calidad de vida es moderada.
- ✓ Conforme a los resultados de la investigación se comprueba estadísticamente que: La mayoría de personas cuentan con un empleo debido a que la producción de muebles es la principal actividad dentro de la parroquia Huambaló.

- ✓ Se concluye a la vez que todos los asociados poseen talleres dedicados a la producción de muebles acoplado a los nuevos conocimientos y tecnologías que ofrece el mercado para obtener productos de calidad.
  
- ✓ No existe un plan de producción, en base a un análisis de demanda este generara que no se mejore el desarrollo socioeconómico de los artesanos y sus familias integrantes del CENARHU.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

De las situaciones reflejadas anteriormente se establece a continuación las siguientes:

- ✓ Se realice un estudio de mercado, para identificar que tan optimo y confiable puede ser la producción de muebles para de esta manera aplicar estrategias que permitan ofertar los productos que sean de mayor acogida y despierten el interés de nuevos clientes.
  
- ✓ Es necesario que la producción sea renovada constantemente para llamar la atención del público que diariamente visitan la parroquia Huambaló, ya que es la actividad principal para obtener un desarrollo económicamente activo.
  
- ✓ Por otro lado es necesario poseer alianzas con instituciones involucradas con la actividad artesanal, para propiciar estudios relacionados con la producción y situación socioeconómica de los artesanos en toda la parroquia para conocer realmente cual es el nivel de producción de todos.
  
- ✓ Se recomienda a los productores asociados al CENARHU que incorporen nueva tecnología, tendencias de mercado, técnicas de comercialización para que sean más competitivos que les permita ser más competitivos en el mercado.

- ✓ Finalmente se recomienda que se implante un plan de producción, en base al estudio demanda obteniendo así resultados positivos que permitan fortalecer a la institución y por ende a los socios de manera oportuna.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 Datos Informativos**

##### **6.1.1. Título:**

“PLAN DE PRODUCCIÓN FORMULADO PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ”.

##### **6.1.2. Institución Ejecutora:**

Centro Artesanal Huambaló “CENARHU”

##### **6.1.3. Beneficiarios:**

45 socios del Centro Artesanal Huambaló “CENARHU”

##### **6.1.4. Ubicación**

Provincia : Tungurahua

Cantón : Pelileo

Parroquia : Huambaló

##### **6.1.5. Tiempo Estimado para la Ejecución:**

Una vez aprobado el proceso por los socios del Centro Artesanal Huambaló tendrá una duración de un año.

### **6.1.6. Equipo Técnico Responsable**

Presidente : Luis Llerena  
Técnico : Omar Chango

### **6.2 Antecedentes de la Propuesta**

Según los resultados de la investigación se ha podido evidenciar un inadecuado control en la producción de muebles, lo cual ha generado desperdicios de materia prima e insumos, atrasos de entrega del producto, todo lo cual incide directamente en la reducción de los ingresos, para evitar esta condición se está recomendando realizar un plan de producción, que permita incrementar las ventas y por ende los ingresos lo que posibilitará el mejoramiento de la situación socioeconómica de los artesanos, de las familias y del Centro Artesanal Huambaló.

La realización de esta propuesta está basada en una investigación de campo que permitió identificar el problema del gremio, analizando las variables que influyen sobre los niveles de vida de acuerdo a argumentaciones científicas plasmadas en el marco teórico.

El plan de producción ayuda a incrementar los niveles de ingresos y cumplir con las metas y objetivos propuestos por parte de los socios, las principales razones por las cuales se busca implantar el plan de producción en el Centro Artesanal Huambaló se detallan a continuación:

El CENARHU no cuenta con un Plan de Producción y, por ello, sea diseñado uno para que apliquen todos los integrantes del gremio, el mismo que le permita establecer pronósticos, metas económicas y financieras, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo.

Al aplicar el plan de producción obtendremos un gremio mejor organizado creando un ambiente de trabajo armónico y cómodo, para los socios, motivando al personal

ha involucrarse en cada procedimiento a realizarse, concentrando su atención en el producto y en el proceso.

### **6.3 Justificación**

El plan de producción permite visualizar un horizonte más amplio, con su aplicación se puede contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de los productores, que permitirá mejorar la situación económica de los socios del Centro Artesanal Huambaló, se buscará siempre la excelencia y la innovación que llevará a los artesanos del “CENARHU” a aumentar su productividad, orientando los esfuerzos a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. La base del éxito del proceso de mejoramiento es el establecimiento adecuado de un plan de producción, que pueda definir con precisión lo esperado por los socios; así como también de los productos que se han brindado a los clientes, dicho plan requiere del compromiso de todos los socios del gremio.

La investigación que se propone se justifica por el impacto que ésta representa, debido a la idea de determinar un plan de producción óptimo que deberá tener el “CENARHU” para operar de manera eficiente y eficaz para mejorar la situación socioeconómica.

### **6.4 Objetivos**

#### ***6.4.1 Objetivo general***

Elaborar un plan de producción en base al análisis de la demanda para la mejora de los ingresos y el desarrollo socioeconómico sustentable de los artesanos miembros del CENARHU y sus familias.

#### ***6.4.2 Objetivo Especifico***

- Ejecutar el análisis interno de la entidad, para la determinación de las fortalezas y oportunidades que posee frente a las debilidades y amenazas.

- Elaborar el estudio de demanda para la identificación de las preferencias de los consumidores.
- Calcular la producción de muebles que responda al estudio de demanda y de esta manera se propenda a la mejora del nivel socioeconómico del Centro Artesanal Huambaló.

## **6.5 Análisis de Factibilidad**

El desarrollo de la presente propuesta es altamente factible de realizarla en el Centro Artesanal Huambaló debido a que cumple con todos los aspectos y recursos necesarios para su desarrollo y ejecución.

### ***6.5.1 Factibilidad organizacional***

La participación de cada uno de los socios involucrados, ayudan a la implementación de políticas y procedimientos de un plan de producción ya que con esto se mejorará el nivel de ingresos de cada uno de los socios y por lo tanto de la organización.

### ***6.5.2 Factibilidad recursos humanos***

Es el recurso considerado como el más importante porque son aquellas personas que intervienen directamente para que la propuesta; podemos recalcar que está constituido por personas idóneas, preparadas y capaces para poder dirigir de la mejor manera la producción pues conocen del oficio del trabajo de muebles.

### ***6.5.3 Factibilidad económico – financiero***

La presente propuesta es factible debido a que la inversión está justificada porque al implementar este plan de producción aumentara el nivel de ingresos y por ende se verá reflejado en el nivel socio económico de los socios del CENARHU.



#### **6.5.4 Factibilidad legal**

Las leyes que rigen en nuestro país amparan a la producción nacional, han impulsado favorablemente al crecimiento de las organizaciones, es por este motivo que el Centro Artesanal Huambaló realiza sus actividades cumpliendo las disposiciones que rigen en la ley del Artesano.

### **6.6 Fundamentación Científica- Técnica**

#### **Plan de Producción**

Según (Gracia Ramos, 2007, pág. 119). El Plan de Producción (PP) permite establecer la planificación de la producción de la gama de productos finales de un sistema productivo, para un horizonte temporal al largo plazo, en clase, cantidad y momento para cada uno. En definitiva, determina las cantidades y fechas en que deben estar dispuestos los inventarios de distribución de la empresa. En este sentido, al plan de producción sólo le concierne los productos y componentes sujetos a la demanda externa a la unidad productiva. Una vez definido nos permitirá:

#### **Programar:**

- Las necesidades de producción.
- Las necesidades de los componentes.
- La capacidad productiva necesaria: determinar el número de horas por máquina así como el personal.

#### **Determinar:**

- Las fechas de entrega a los clientes: gracias a un conocimiento de aquello que vamos a fabricar y cuándo lo vamos a fabricar nos permitirá informar a los clientes.

- Financiación de los stocks: dado que se establece una previsión de la evolución de los stocks, esto nos permitirá conocer las necesidades de financiación.
- La rentabilidad: podremos conocer con cierta facilidad los flujos financieros de entrada, salida así como las inmovilizaciones financieras, lo que permitirá establecer una medida de la rentabilidad.

### **Programa de Producción**

En palabras de (Echevarría García, 1994, pág. 363), el programa de producción esto es, los productos y servicios que presta la empresa, constituye el elemento clave del diseño empresarial.

Las características básicas de los programas de producción son las siguientes:

- El programa de producción es la conexión entre el entorno, el mercado y la capacidad productiva de la empresa. De su sincronización va a depender el éxito, ya que definen sus costes de estructura y la eficiencia en la asignación de los recursos.
- El programa de producción refleja la eficiencia técnica y económica de la estructura productiva en función de las oportunidades en el mercado.
- El programa de producción constituye el campo directivo más importante que tiene que resolverse para relacionar el entorno con el proceso productivo.
- El programa de producción es, asimismo, el instrumento que varía en cuanto a su orientación según cuál sea el orden económico en el que actúa la empresa:

- Si se trata de un orden económico administrado o planificado, el programa de producción se orienta a las capacidades productivas de la empresa, hacia dentro.
- Cuando el entorno lo constituye un mercado dinámico, competitivo, el programa de producción se orienta primariamente al mercado.
- Cuando se tiene una situación de alta competitividad la orientación del programa de producción es a solucionar los problemas del cliente.
- El programa de producción debe hacer converger los potenciales del mercado con los potenciales empresariales.
- Los programas de producción son los que deciden la utilización eficiente de las capacidades y de las calidades de todo el sistema de una empresa.

### **¿Qué es un plan de producción?**

Para Herrera (2014) El plan de producción es la sección del plan de negocios a mediano plazo que el departamento de fabricación / operaciones es responsable de desarrollar. El plan señala en términos generales la cantidad total de producto cuya responsabilidad de producción es del departamento de fabricación durante cada período del horizonte de planificación.

La producción se expresa generalmente en términos de peso u otras unidades de medida (ej., toneladas, litros, kilogramos) o unidades de producto agregado (que se refieren al promedio ponderado de todos los productos en su empresa). El plan de producción es la autorización del departamento de la fabricación para producir los artículos a una tasa consistente con el plan corporativo general de la empresa.

El plan debe convertirse en un calendario maestro de producción para programar el acabado de artículos sin demora, según fechas de entrega acordadas; para evitar sobrecargar o tener muy poca carga; y para utilizar la capacidad ser eficientemente y obtener bajos costos de producción.

¿Por qué es importante tener un plan de producción cuidadosamente desarrollado?

La planeación de la producción es una de las funciones que las empresas deben realizar para satisfacer las necesidades de los clientes. Es una actividad de planificación de mediano plazo que sigue a largo plazo en P/OM tal como la planeación de procesos y la planeación estratégica de capacidad. Las empresas necesitan tener una estrategia de planeación agregada o de planeación de producción para asegurarse que hay suficiente capacidad para satisfacer el pronóstico de demanda y determinar el mejor plan para satisfacer dicha demanda.

Un plan de producción cuidadosamente desarrollado le permitirá que su compañía lograr los siguientes objetivos:

- Minimizar costos / maximizar ganancias
- Maximizar el servicio al cliente
- Minimizar la inversión en inventarios
- Minimizar los cambios en las tasas de producción
- Minimizar los cambios en los niveles de personal
- Maximizar la utilización de planta y equipos

### **Modelo de Mejoramiento Continuo de Deming**

En palabras de Valdez (2005) el en el círculo de mejora continua, las fases o procedimientos que se emplearán son: planificar, hacer, verificar y actuar (PHVA) Deming introdujo el Ciclo Deming, una de las herramientas vitales para asegurar el mejoramiento continuo.

Él destacó la importancia de la constante interacción entre investigación, diseño, producción y ventas en la conducción de los negocios de la compañía. Para llegar a una mejor calidad que satisfaga a los clientes, deben recorrerse constantemente las cuatro etapas, con la calidad como criterio máximo. Después, este concepto de

hacer girar siempre la rueda de Deming se extendió a todas las fases de la administración, en esta forma, los ejecutivos japoneses reconstruyen la rueda de Deming y la llaman ciclo PHVA, para aplicarla a todas las fases y situaciones.

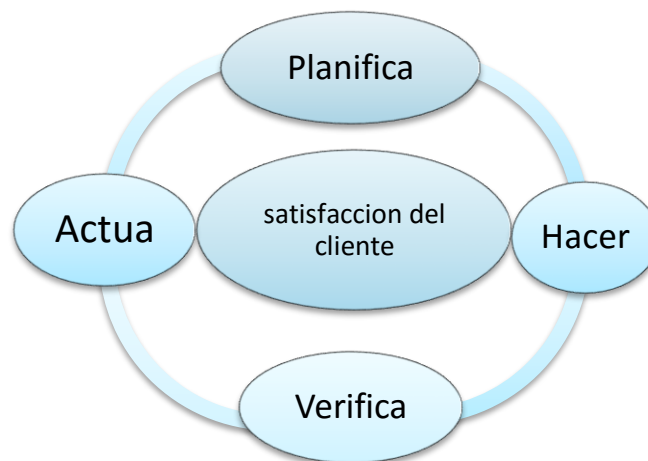
El ciclo PHVA es una serie de actividades para el mejoramiento:

**1. Planificar:** Significa estudiar la situación actual, definir el problema, analizarlo, determinar sus causas y formular el plan para el mejoramiento, lo que se pretende alcanzar, incluyendo con ello la incorporación de las observaciones a lo que se viene realizando.

**2. Hacer:** Significa ejecutar el plan.

**3. Verificar:** Significa ver o confirmar si se ha producido la mejoría deseada.

**4. Actuar:** Significa institucionalizar el mejoramiento como una nueva práctica para mejorarse, o sea, estandarizar. No puede haber mejoramientos en donde no hay estándares, tan pronto como se hace un mejoramiento se convierte en un estándar que será refutado con nuevos planes para más mejoramientos.



**Gráfico N° 20**Modelo de Deming

## 6.7. Metodología del Modelo Operativo

Tabla N° 19 Modelo Operativo

<b>Fase</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>	<b>Fecha</b>
<b>I</b> Análisis interno del centro Artesanal Huambaló	Direccionamiento Estratégico Base Legal Análisis Externo e Interno	Socios Investigador	20-11-2015
<b>II</b> Estudio de Mercado	Preferencia de los consumidores	Socios Investigador	25-11-2015
<b>III</b> Plan de Producción	Actividades a Ejecutar	Socios Investigador	01-12-2015

**Fuente:** CENARHU  
**Elaborado por:** Omar Chango

*CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ*



*PLAN DE PRODUCCIÓN*

## **6.7. FASE I: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

### ***6.7.1 Planificación Estratégica***

#### ***6.7.1.1 Reseña Histórica***

El Centro Artesanal Huambaló es una organización gremial, con RUC N° 1891704468001, se constituyó legalmente el 14 de noviembre de 1996, se encuentra bajo la responsabilidad y como representante legal la Sr. Morales Altamirano Wilson Klever.

Cuya actividad económica es la producción y venta al por menor de mables de madera y actividades de asociaciones gremiales. Hoy en la actualidad cuenta con una amplia sala de exposiciones donde todos los socios fabricantes pueden exhibir y vender una gran variedad de muebles de madera.

“CENARHU” es una organización constituida por 45 socios fabricantes que se dedica a la producción de muebles de madera en nuestro país, sus directivos consideran que la comunicación es muy importante para alcanzar los objetivos de la empresa como son: ventas, producción, desarrollo y el buen desempeño laboral

#### ***A. MISIÓN***

Fomentar la producción mobiliaria en la Parroquia Huambaló, proporcionando productos de madera con alto valor agregado, que cumplan normativas nacionales e internacionales; trabajados de forma eficiente y sustentable, sobre una base de valores éticos, sociales y ambientales, para satisfacer las necesidades del mercado nacional e internacional.

#### ***B. VISIÓN***

Ser una organización líder en la producción de muebles de madera en el centro del país, mejorando la calidad de vida de los artesanos huambaleños.



### *C. VALORES*

- ✓ Liderazgo
- ✓ Honestidad
- ✓ Compromiso
- ✓ Pro actividad.
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Trabajo en Equipo
- ✓ Mejoramiento continuo

#### *6.7.1.2 Base Legal*

Las leyes que rigen en nuestro país amparan a la producción nacional, han impulsado favorablemente al crecimiento de las organizaciones, es por este motivo que el Centro Artesanal Huambaló realiza sus actividades cumpliendo las disposiciones que rigen en la ley del Artesano.

#### *6.7.1.3 Análisis Interno Externo*

Es la razón por el cual se planifica, implementa y controla todas las actividades de una empresa u organización.

##### *A. Diagnóstico de la situación actual del Centro Artesanal Huambaló*

Las principales Oportunidades, Amenazas, Fortalezas y Debilidades identificadas son las siguientes

##### *B. MATRIZ FODA*

**Tabla N° 20** Matriz Foda

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<p>Experiencia en el ámbito de la industria del mueble.</p> <p>Reconocimiento a nivel local y nacional</p> <p>Sólida imagen en el mercado.</p> <p>Servicio de ferretería</p> <p>Seguridad en garantía de muebles</p> <p>Cuenta con calificación artesanal</p> <p>Cuentan con propio local para exhibir el producto</p>	<p>Certificación de la producción y sus productos</p> <p>Disponibilidad de tecnología en el mercado.</p> <p>Política gubernamental a favor del recurso humano.</p> <p>Alianzas estratégicas</p> <p>Mayor producción</p>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<p>Sistemas de producción que presentan muchos riesgos</p> <p>Conflictos internos</p> <p>Falta de comunicación entre los socios</p> <p>Bajo nivel de confianza.</p> <p>Escasa utilización de tecnología.</p>	<p>Condiciones de pobreza genera sobreendeudamiento de los socios.</p> <p>Inestabilidad socioeconómica del país.</p> <p>Falta de políticas de estado que respalden las actividades del sector.</p> <p>Competencia desleal</p> <p>Resistencia al cambio</p>

**Elaborado por:** Omar Chango

## **6.7.2 FASE II: ESTUDIO DE MERCADO**

### ***6.7.2.1 Preferencia de los consumidores***

#### *6.7.2.1. Estudio de oferta*

En Huambaló, 9 600 de los 16 000 habitantes de la zona está vinculado con los 180 talleres y 60 almacenes donde se fabrican y se venden muebles de todo tipo.

Hace 19 años, los artesanos del mueble de la parroquia Huambaló, cantón Pelileo, comenzaron a realizar su feria en el colegio del sector para promocionar los productos y aprovechar la época navideña. Hoy en día el Centro Artesanal Huambaló trabaja de la mano con el comité proferías Huambaló,

Ellos participarán en las ferias que se llevara a cabo en junio- diciembre de cada año, estos evento feriales se realizan con el objetivo de reactivar el aparato productivo de Huambaló y de promocionar los atractivos de toda la parroquia, entre la mueblería, la gastronomía.

#### *6.7.2.2 Identificación del bien*

Para adelantar el estudio de mercado del bien que se pretende entregar a los consumidores, es requisito indispensable especificar rigurosa e inequívocamente sus características. En el siguiente cuadro se resume los rasgos característicos de un bien, que complementan su identificación

### 6.7.2.3. Descripción del bien

**Tabla N° 21** Descripción del bien

<b>Tipo de bienes</b>	<b>Materiales</b>		<b>Segmento del mercado según sus ingresos</b>
<b>Muebles de Sala</b>	Madera	Ceique	Alto- Medio Alto
		Canelo	Medio Alto
		Laurel	Medio Alto
	Tela	Cuero	Alto
		Micro cuero	Medio Alto
		Microfibra	Medio Alto
	Esponja	Látex amarilla	Alto
		Látex Azul	Medio Alto
		Látex negra	Medio Alto
<b>Muebles de Comedor</b>	Madera	Ceique	Alto- Medio Alto
		Canelo	Medio Alto
		Laurel	Medio Alto
	Laca	Poliuretano	Alto
		Catalizado	Medio Alto
		Mitro celulosa	Medio
<b>Muebles de Dormitorio</b>	Madera	Ceique	Alto- Medio Alto
		Canelo	Medio Alto
		Laurel	Medio Alto
	Laca	Poliuretano	Alto
		Catalizado	Medio Alto
		Mitro celulosa	Medio

**Elaborado por:** Omar Chango

### 6.7.2.4. Estudio de demanda

#### A. Análisis de Demanda

Cuantificar el volumen de bienes que el consumidor podría adquirir, pues es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan al consumo de bienes. El estudio cubre no solamente la demanda actual sino también los pronósticos ventas que se puedan estimar. Encontramos los siguientes:

**Objetivos.-** se estudia el comportamiento actual y futuro, en el área de influencia determinada y en ciertos niveles de precios, consultando naturalmente, la capacidad de pago de los consumidores.

**Variabes.-** la demanda depende del comportamiento del nivel de ingresos de los consumidores, el patrón de gasto de los mismos la tasa de crecimiento de la población, el comportamiento de los precios tanto de los bienes.

**Área de mercado.-** es la determinación del área geográfica en donde se ubica los potenciales demandantes: población, Ingresos, zona de influencia.

**Características.- teorías** de la demanda

*B. Análisis del consumidor*

Tiene como objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificado sus preferencias, como hábitos compra, motivaciones, etc. Para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial.

Realizado un análisis preciso de los clientes que visitan la parroquia Huambaló con el objetivo de adquirir algún tipo de mobiliario, los productos más solicitados son los siguientes: Sala Comedor Dormitorio

Con datos obtenidos de años anteriores podemos darnos cuenta que se incrementó la visita de clientes de todo el país.

**Tabla N° 22**Análisis del consumidor

<b>Años estudiados</b>	<b>Cientes potenciales</b>
2013	14000 visitantes
2014	15000 visitantes
2015	17000 visitantes

**Elaborado por:** Omar Chango

Analizando en el cuadro podemos darnos cuenta que en año 2013 tuvimos la visita de 14000 personas teniendo en cuenta que el 35% de los potenciales compradores acudieron el cuarto trimestre debido por fin de año se realiza la tradicional feria del mueble. Lo cual permite concretar excelentes acuerdos de negocios que beneficiaron a todos los expositores”, manifestó Marco Paredes, dirigente del Centro Artesanal Huambaló (CENARHU).

Mientras tanto en un porcentaje superior en el año 2014 se incrementó el número de visitantes a la parroquia con el objetivo de adquirir algún bien mobiliario. Haciendo relación de estos tres años apreciamos que existe un aumento considerable en el año 2015 debido a que existió el apoyo por parte del municipio de Pelileo y el GAD parroquial.

Mario Cisneros (2014) señaló que la gente llega de todo el país, atraída por la calidad de los muebles que se fabrican en Huambaló. “Es así que dueños de grandes almacenes de Quito y Guayaquil cerraron transacciones comerciales para que se les provea en especial de artículos de sala, comedor y dormitorio”.

Uno de los visitantes de la expo feria, Leonardo Almeida, quien llegó desde Quito, manifestó que siempre escuchó hablar de los muebles de Huambaló, pero que ahora que tuvo la oportunidad de apreciar el trabajo, se convenció de que los artesanos hacen una buena labor. “Este producto no tiene que envidiar a cualquiera del exterior”, expresó.

## PRODUCCIÓN DE MUEBLES

**Tabla N° 23** Producción de muebles

<b>PRODUCCION ANUAL DEL CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ</b>				
	sala	comedor	dormitorio	total de juegos de muebles vendidos
Año 2013				
primer trimestre	120	140	160	420
segundo trimestre	140	130	210	480
tercer trimestre	110	105	130	345
cuarto trimestre	160	210	260	630
juegos total anual				1875

**Elaborado por:** Omar Chango

En el año 2013 el Centro Artesanal Huambaló vendió alrededor de 1875 juegos de muebles con un precio promedio de 830 dólares lo cual al obtener un cálculo de la venta total anual tenemos el resultado de \$1.556.250 lo cual dividiendo las ventas anuales del gremios para cada uno de los socios tenemos una cifra de \$34.583.33, lo cual obtenemos una venta mensual de \$ 2.881.94 por ende para calcular la utilidad mensual trabajamos con el 25%, obteniendo un resultado final es de \$720.49 de ganancia.

<b>CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ</b>			
<b>MATRIZ: Pelileo / Huambaló</b>			
032574153-0969358836			
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>			
<b>DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013</b>			
VENTAS			1,556,250.00
(-) COSTO DE VENTAS			1,542,412.00
<b>=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>			<b>13,838.00</b>
(-) GASTOS DE OPERACIÓN			2,550.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,000.00		
GASTOS DE VENTA	1,000.00		
GASTOS FINANCIEROS	550.00		
<b>=UTILIDAD OPERACIONAL</b>			<b>11,288.00</b>
15% PARTICIPACION TRABAJADORES			1,693.20
25% IMPUESTO A LA RENTA			950.00
<b>=UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>			<b><u>8,644.80</u></b>



CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ  
MATRIZ: Pelileo / Huambaló  
032574153-0969358836

**ESTADO DE SITUACIONFIANCIERA**

**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013**

<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>	
<b>ACT. CORRIENTE</b>			<b>Pasivo Corriente</b>	14,050.00
Caja	500.00		Proveedores	5,200.00
Bancos	8,500.00		Créditos a Corto Plazo	8,000.00
Ctas por Cobrar	7,000.00		Sueldos por pagar	850.00
Inventario	72,500.00		<b>PASIVO ALARGO PLAZO</b>	15,000.00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		88,500.00	Créditos a Largo Plazo	15,000.00
<b>ACT. FIJOS</b>			<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>	29,050.00
Edificios	50,000.00			
Dep. Acum. Edificios	2500		<b>PATRIMONIO</b>	
Equipos de Oficina	1,000.00			
Dep. Acum. Equipos de Oficina	30.00		Capital	123,025.20
Vehículo	25,000.00		utilidad del Ejercicio	8,644.80
Dep. Acum. Vehículo	1,250.00		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	131,670.00
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>		72,220.00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>160,720.00</b>	<b>TOTAL PASIVO CAPITAL</b>	<b>160,720.00</b>
<b>GERENTE</b>			<b>CONTADOR</b>	

**Tabla N° 24** Producción de muebles 2014

<b>PRODUCCION ANUAL DEL CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ</b>				
	sala	comedor	dormitorio	total de juegos de muebles vendidos
Año 2014				
primer trimestre	130	145	150	425
segundo trimestre	160	150	205	515
tercer trimestre	120	110	135	365
cuarto trimestre	180	235	280	695
juegos total anual				2000

**Elaborado por:** Omar Chango

En el año 2014 el Centro Artesanal Huambaló vendió alrededor de 2000 juegos de muebles con un precio promedio de 850 dólares lo cual al obtener un cálculo de la venta total anual tenemos el resultado de \$1.700.000 lo cual dividiendo las ventas anuales del gremios para cada uno de los socios tenemos una cifra de \$37.777,18 lo cual obtenemos una venta mensual de \$ 3.148,15 por ende para calcular la utilidad mensual trabajamos con el 25% de las vetas. Obteniendo un resultado final es de \$787,04 de ganancia.

CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ  
 MATRIZ: Pelileo / Huambaló  
 032574153-0969358836

**ESTADO DE RESULTADOS**

**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014**

VENTAS		1,700,000.00	
(-) COSTO DE VENTAS		1,684,424.14	
<b>=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>15,575.86</b>	
(-) GASTOS DE OPERACIÓN		2,700.00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,050.00		
GASTOS DE VENTA	1,050.00		
GASTOS FINANCIEROS	600.00		
<b>=UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>12,875.86</b>	
15% PARTICIPACION TRABAJADORES		1,931.38	
25% IMPUESTO A LA RENTA		1,500.00	
<b>=UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b><u>9,444.48</u></b>	

CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ  
 MATRIZ: Pelileo / Huambaló  
 032574153-0969358836

**ESTADO DE SITUACION INICIAL**

**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014**

<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>	
<b>ACT. CORRIENTE</b>			<b>Pasivo Corriente</b>	17,450.00
Caja	750.00		Proveedores	8,500.00
Bancos	9,150.00		Créditos a Corto Plazo	8,000.00
Ctas. por Cobrar	7,000.00		Sueldos por pagar	950.00
Inventario	78,950.00		<b>PASIVO ALARGO PLAZO</b>	20,000.00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		95,850.00	Créditos a Largo Plazo	20,000.00
<b>ACT. FIJOS</b>			<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>	37,450.00
Edificios	80,000.00			
Dep. Acum. Edificios	4000		<b>PATRIMONIO</b>	
Equipos de Oficina	950.00			
Dep. Acum. Equipos de Oficina	28.50		Capital	159,127.02
Vehículo	35,000.00		utilidad del Ejercicio	9,444.48
Dep. Acum. Vehículo	1,750.00		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	168,571.50
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>		110,171.50		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>206,021.50</b>	<b>TOTAL PASIVO CAPITAL</b>	<b>206,021.50</b>
<b>GERENTE</b>			<b>CONTADOR</b>	

**Tabla N° 25** Producción de muebles 2015

<b>PRODUCCION ANUAL DEL CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ</b>				
	sala	comedor	dormitorio	total de juegos de muebles vendidos
Año 2015				
primer trimestre	140	155	180	475
segundo trimestre	160	170	225	555
tercer trimestre	130	120	180	430
cuarto trimestre	210	280	320	810
juegos total anual				2270

**Elaborado por:** Omar Chango

En el año 2015 el Centro Artesanal Huambaló vendió alrededor de 2270 juegos de muebles con un precio promedio de 830 dólares lo cual al obtener un cálculo de la venta total anual tenemos el resultado de 1.929.500 lo cual dividiendo las ventas anuales del gremios para cada uno de los socios tenemos una cifra de \$42.877,78 lo cual obtenemos una venta mensual de \$3.573,75 por ende para calcular la utilidad mensual trabajamos con el 25%, obteniendo un resultado final es de \$893,29 de ganancia.

CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ  
 MATRIZ: Pelileo / Huambaló  
 032574153-0969358836

**ESTADO DE RESULTADOS**

**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

VENTAS		1,929,500.00	
(-) COSTO DE VENTAS		1,910,854.14	
<b>=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>18,645.86</b>	
(-) GASTOS DE OPERACIÓN		4,270.00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,800.00		
GASTOS DE VENTA	1,750.00		
GASTOS FINANCIEROS	720.00		
<b>=UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>14,375.86</b>	
15% PARTICIPACION TRABAJADORES		2,156.38	
25% IMPUESTO A LA RENTA		1,500.00	
<b>=UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>10,719.48</b>	

CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ  
MATRIZ: Pelileo / Huambaló  
032574153-0969358836

**ESTADO DE SITUACION INICIAL**

**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>		
<b>ACT. CORRIENTE</b>			<b>Pasivo Corriente</b>		27,730.00
Caja	1,000.00		Proveedores	9,750.00	
Bancos	20,000.00		Créditos a Corto Plazo	17,000.00	
Ctas por Cobrar	15,000.00		Sueldos por pagar	980.00	
Inventario	95,550.00		<b>PASIVO ALARGO PLAZO</b>		28,500.00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		131,550.00	Créditos a Largo Plazo	28,500.00	
<b>ACT. FIJOS</b>			<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>		56,230.00
Edificios	100,000.00				
Dep. Acum. Edificios	5000		<b>PATRIMONIO</b>		
Equipos de Oficina	1,000.00				
Dep. Acum. Equipos de Oficina	30.00		Capital	193,820.52	
Vehículo	35,000.00		utilidad del Ejercicio	10,719.48	
Dep. Acum. Vehículo	1,750.00		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		204,540.00
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>		129,220.00			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>260,770.00</b>	<b>TOTAL PASIVO CAPITAL</b>		<b>260,770.00</b>
<b>GERENTE</b>			<b>CONTADOR</b>		

### **6.7.3 FASE III: PLAN DE PRODUCCIÓN**

#### **6.7.3.1 Planear**

##### **Definición del problema**

El problema se da en el centro artesanal Huambaló, es el bajo nivel de producción de muebles.

##### **Identificación de causas**

En el centro artesanal Huambaló las causas por lo que se da el bajo nivel de producción de muebles son:

- Producción empírica
- Estudio de mercado inadecuado
- Tecnología obsoleta

Por lo tanto se incrementaron contramedidas para así poder dar solución al problema

#### **6.7.3.2 Planeación de estrategias para la mejora de la producción**

El factor más importante para el mejoramiento de producción de muebles, es enfocarnos en producir tres tipos de productos esenciales para el consumidor como son Sala, Comedor, Dormitorio por ende no tendremos productos que sean difíciles de venderlos.

También se requiere el compromiso de todos y cada uno de los agremiados.

- Fabricación de muebles en corto tiempo
- Fabricación de muebles a escala



- Entrega del producto final a tiempo
- Garantía del producto
- Estrategia de fortalecimiento del gremio

Los procedimientos para implementar un mejoramiento en el producto deberían ser establecidos por el gremio artesanal.

### ***6.7.3.3 Implementación de las estrategias***

Se entiende por las contramedidas, las acciones las acciones particulares que se realizan sobre el sistema.

#### **Fabricación de muebles en corto tiempo**

- ✓ El primer paso en la fabricación de nuestros muebles consistirá en el manejo adecuado de la materia prima que es el paso fundamental para la elaboración de un excelente mueble. Para esto la madera debe ser curada y secada al horno, evitando de esta manera las torceduras ocasionadas por la humedad y protección contra polilla.
- ✓ Se realiza las piezas necesarias para armar el mueble.
- ✓ El lijado de las piezas juega un papel importante en la terminación del mueble y debe realizarse antes del ensamble para evitar luego pequeños detalles que puedan dañar la apariencia del mueble.
- ✓ El Proceso de emporado y lacado se utilizara un material poliuretano con las siguientes características: Textura sólida que evita los rayones en las superficies del mueble.

- ✓ Los pasos finales consisten en dar la laca final en un ambiente cerrado el cual nos ayudara a tener un mueble de primera.

### **Fabricación de muebles a escala**

Mediante nuestro plan de producción podemos conseguir una producción a escala debido a que estamos enfocados a solo tres tipos de productos, lo cual nos ayudara a que no produzcamos muebles en menores cantidades lo que ayudara a que los productores tengan mayor rentabilidad.

La producción a escala también llamada en línea que en muchas veces es para inventario y posteriormente se efectuará la comercialización de todos mobiliarios fabricados.

### **Entrega del producto final a tiempo**

Las empresas, los negocios viven de los clientes, se pasan su vida tratando de conseguirlos, y luego incumplir con lo que se les prometió, resulta imperdonable, lo que puede ser un fracaso anunciado de una empresa o un gremio.

El cliente al que se le incumple, es por lo general un cliente que se pierde, al no ser que ese cliente no tenga otras alternativas, lo que es muy improbable en un medio en el que abunda la competencia y en que el consumidor es cada vez más exigente.

Una de las estrategias adecuadas seria tener un gran stock de los productos más solicitados para tener una entrega rápida al consumidor final. Esta estrategia tiene la flexibilidad de poder reaccionar de manera inmediata a los cambios de demanda cuando estos llegan a ocurrir, debido al inventario de productos, que poseerá nuestro gremio.

### **Garantía del producto**

La garantía es un derecho que la ley concede a los consumidores y que les permite reclamar al vendedor si no están conformes con el producto adquirido.

La ley permite al consumidor reclamar siempre que el producto "no sea conforme al contrato de compraventa". Por tanto, la garantía cubre cualquier falta de conformidad del producto.

El prestigio y la reputación de CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ se verá reflejado en los productos garantizados que ofrece nuestra institución nuestra marca representara un factor de seguridad para el consumidor.

La garantía se revolera cuando el producto se vende con una Garantía de 3 años. Luego pasado dicho plazo la garantía se anula. Si en ese periodo el mueble falla o presenta problemas nuestros fabricantes tendrán la obligación de reemplazar o reparar.

### **Estrategia de fortalecimiento del gremio**

Para tener una mejora continua del gremio la principal estrategia será que el asociado esté involucrado y comprometido con la institución. Para poder ejecutar dicha estrategia tendrán que los agremiados estar más unido con la asociación para que pueda existir un apoyo mutuo entre todos.

Los socios sabrán lo que el consumidor necesita y lo que tienen que hacer, por ende los clientes estarán satisfechos y serán el motor que permita la mejora continua de los asociados.

Un asociado está realmente involucrado cuando aprovecha y valora los servicios que le está proporcionando la asociación y es consciente del valor que recibe. Estas personas dedican parte de su tiempo y dinero en actividades relacionadas con la asociación porque piensan que son parte importante de su negocio.

Lo que dentro de este plan se busca es no solamente que exista una mejora económica de los socios, sino que dentro de la institución se genere un bienestar, esto se logrará mediante el incremento de la aportación obligatoria del 2% por la venta del mueble, lo que ayudará a que en caso de emergencia o por cuestiones de mejoramiento o mantenimiento de la sede o del centro de exposiciones; de tal manera que la organización cuente con el presupuesto suficiente para resolver de manera inmediata los inconvenientes que se presenten.

### Objetivo del plan de producción

Mediante el análisis de los tres años anteriores estudiados; se quiere llegar a una producción con la que los socios se sientan satisfechos y que sus ingresos mejoren, por ende la situación socioeconómica de los agremiados y de sus familias mejoren considerablemente.

**Tabla N° 26** Producción de muebles 2016

PRODUCCION ANUAL DEL CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ				
	sala	comedor	Dormitorio	total de juegos de muebles vendidos
Año 2016				
primer trimestre	180	180	190	550
segundo trimestre	240	260	235	735
tercer trimestre	150	180	170	500
cuarto trimestre	400	380	450	1230
juegos total anual				3015

**Elaborado por:** Omar Chango

En el año 2016 el Centro Artesanal Huambaló se estima que venderá alrededor de 3015 juegos de muebles con un precio promedio de 930 dólares, lo cual al obtener un cálculo de la venta total anual tenemos el resultado de \$2.803.950 lo cual dividiendo las ventas anuales del gremios para cada uno de los socios tenemos una

cifra de \$62.310, lo cual obtenemos una venta mensual de \$ 5.192.5 por ende para calcular la utilidad mensual trabajamos con el 25%, obteniendo un resultado final es de \$1.298.13 de ganancia.

<p style="text-align: center;">CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ MATRIZ: Pelileo / Huambaló 032574153-0969358836</p>		
<b>PROYECCIÓN ESTADO DE RESULTADOS</b>		
<b>DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016</b>		
VENTAS		2,803,950.00
(-) COSTO DE VENTAS		2,780,300.00
<b>=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>23,650.00</b>
(-) GASTOS DE OPERACIÓN		3,558.75
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,500.00	
GASTOS DE VENTA	1,308.75	
GASTOS FINANCIEROS	750.00	
<b>=UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>20,091.25</b>
15% PARTICIPACION TRABAJADORES		3,013.69
25% IMPUESTO A LA RENTA		1,500.00
<b>=UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>15,577.56</b>

CENTRO ARTESANAL HUAMBALÓ  
MATRIZ: Pelileo / Huambaló  
032574153-0969358836

**ESTADO DE SITUACION FINANCIERA**

**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016**

<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>		
<b>ACT. CORRIENTE</b>			<b>Pasivo Corriente</b>		30,000.00
Caja	1,000.00		Proveedores	8,500.00	
Bancos	20,000.00		Créditos a Corto Plazo	20,000.00	
Ctas por Cobrar	15,000.00		Sueldos por pagar	1,500.00	
Inventario	105,600.00		<b>PASIVO ALARGO PLAZO</b>		30,000.00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		141,600.00	Créditos a Largo Plazo	30,000.00	
<b>ACT. FIJOS</b>			<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>		60,000.00
Edificios	200,000.00				
Dep. Acum. Edificios	10000		<b>PATRIMONIO</b>		
Equipos de Oficina	1,000.00				
Dep. Acum. Equipos de Oficina	30.00		Capital	285,492.44	
Vehículo	30,000.00		utilidad del Ejercicio	15,577.56	
Dep. Acum. Vehículo	1,500.00		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		301,070.00
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>		219,470.00			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>361,070.00</b>	<b>TOTAL PASIVO CAPITAL</b>		<b>361,070.00</b>
<b>GERENTE</b>			<b>CONTADOR</b>		

**UTILIDADES ANUALES POR VENTAS DE LOS ARTESANOS  
ASOCIADOS AL CENARHU**

<b>AÑOS</b>	<b>UTILIDAD Dólares</b>
2013	8,644.80
2014	9,444.48
2015	10,719.48
2016	15,577.56

**Análisis**

Podemos verificar que en los años 2013-2014-2015 existieron utilidades por concepto de las ventas de muebles, esto ocasionó a que el Centro Artesanal Huambalo vaya mejorando de una manera moderada; con el plan de producción se ha estimado las utilidades las cuales comparadas con el año 2015 se incrementarán en un 45%, esto se tiene previsto por cuanto al contar con una producción en función de las preferencias del consumidor se optimiza las ventas y por lo tanto las utilidades, mejorando de esta manera las condiciones de vida de los asociados de las familias y de la organización CENARHU.

**6.7.3.4 Administración**

La administración de la presente propuesta, está administrada de la siguiente manera.

La investigación estará a cargo del

---

**Centro Artesanal**                      45 socios

**Huambaló:**

---

**Investigador**                              Omar Chango

---

**Elaborado por:** Omar Chango

## 6.8 FASES DEL MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

Tabla N° 27 Modelo Operativo

FASES	OBJETIVOS	ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLES	TIEMPO
1	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	Análisis Interno Análisis Externo	Humanos	Investigador	15 días
2	ESTUDIO DE MERCADO	Estudio de Oferta Estudio de Demanda	Humanos y Tecnológicos	Investigador	20 días
3	PLAN DE PRODUCCIÓN	Fabricación de muebles en corto tiempo  Fabricación de muebles a escala  Entrega del producto final a tiempo  Garantía del producto  Mejoramiento del gremio	Humanos Económicos Tecnológicos	Investigador	45 días

Elaborado por: Omar Chango

## 6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Con el propósito de tomar decisiones oportunas en cuanto al desempeño y eficacia de la propuesta planteada es importante disponer de un plan de evaluación, el mismo que se detalla a continuación:



## Previsión de la evaluación

Tabla N° 28 Previsión de la evaluación

<b>Preguntas básicas</b>	<b>Explicación</b>
<b>¿Quiénes solicitan evaluar?</b>	Socios del Centro Artesanal Huambaló “CENARHU”
<b>¿Por qué evaluar?</b>	Mantener un control en todas las operaciones de los socios
<b>¿Para qué evaluar?</b>	Para medir y aprovechar los beneficios obtenidos.
<b>¿Qué evaluar?</b>	El proceso productivo de todos los socios
<b>¿Quién evalúa?</b>	Los dirigentes del Centro Artesanal Huambaló
<b>¿Cuándo evaluar?</b>	Evaluación trimestral
<b>¿Cómo evaluar?</b>	Monitoreando los procesos de producción. A través de una entrevistas
<b>¿Con que evaluar?</b>	Entrevistas periódicas a los clientes

**Elaborado por:** Omar Chango

## BIBLIOGRAFÍA

- Bello, G. (2007). Operncrias acciones B. Venezuela: Sengunda Edision.
- Benitez Cesar. (2007). Economías domésticas (familias) y empresas . MÉxico: Norma S.A.
- Campbell, R. (2003). McConnell Stanley 2003. primera edicion.
- Chaparro, J. (2010). Tipos de Investigacion. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Investigacion-De-Campo/923298.html>
- Díaz, G. V. (2010). "Proceso de apertura y globalización de la economía". Argentina : Milanesa.
- Escribano Ruiz. (2010). Incremento progresivo de la riqueza. Perú: JS.
- González, A. (s/f). Curso de Economía Social. Madrid: Avrial.
- Helpman, E. (2004). El misterio del creciomiento economico. Barcelona.
- Hernández Julio. (2006). "Metodologia de la Investigación". España: Edimca.
- Hywel, J. (1975). Instroduccion a las teorias modernas del crecimiento moderno. Barcelona: Antoni Boch.
- Kenwood, A., & Lougheed, A. (2011). HISTORIA DEL DESARROLLO ECONOMICO. Madrid: Ediciones Itsmo.
- Kiyosaki, R. (11 de septiembre de 2011). Comunidad de Emprendedores. Obtenido de <http://www.emprendices.co/los-3-tipos-de-ingresos-que-existen/>
- LEROY, R. (2005). MICROECONOMIA MODERNA. VERONICA GUERRERO.
- Martinez Kiyosaki. (2011). Los Ingresos Personales Americanos . México: Copiryng.
- Medrano, R. (2010). Economia Politica. Mexico: 2da edicion .
- Perez, J. (2010). Socioeconomia. Obtenido de <http://www.uv.es/sasece/socioeconomia.htm>
- Ruiz Escribano, G. (2010). Gestion Financiera. 2da edicion.

- Sánchez, A. (15 de 09 de 2010). BUENAS TAREAS. Recuperado el 30 de 11 de 2013, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Proceso-De-Otorgamiento-De-Credito/776046.html>
- Santos María. (2009). Produccion y Comercializacion de Artesanias . España: Copiryng.
- Sociedad Corporativa de Ahorro y Crédito financiera Rural. (10 de 03 de 2010). [financierarural.gob.mx](http://www.financierarural.gob.mx). Recuperado el 10 de 09 de 2013, de <http://www.financierarural.gob.mx/ApoyosProductoresIntermediarios/Documents/Manual%20de%20Credito%20SCAP%20Mar%202010.pdf>
- Werner, D. (31 de marzo de 2008). National Center for Educational Statistics.Obtenido de <http://nces.ed.gov/programs/coe/glossary/s.asp>
- Zermeno, F. (2004). Leciiones del Desarrollo Economico. Mexico: Primera Edicion.
- Zúñiga, L. (1987). Crédito Cooperativo. Costa Rica: EUNED.