



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**CARRERA DE ECONOMÍA**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE ECONOMISTA**

**TEMA: “EL PODER DE NEGOCIACIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL  
COSTO DE PRODUCCIÓN DE MUEBLES EN LA PARROQUIA  
HUAMBALÓ, CANTÓN PELILEO”**

**AUTOR: MIGUEL ANGEL FREIRE FIALLOS**

**TUTOR: ECO. MARÍA ELENA JERÉZ CALERO**

**AMBATO-ECUADOR**

**2014**

## APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, ECON. MARÍA ELENA JERÉZ CALERO, con C.I. # 180353837-8 en mi calidad de Tutora del Trabajo de Investigación sobre el Tema: "EL PODER DE NEGOCIACIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL COSTO DE PRODUCCIÓN DE MUEBLES EN LA PARROQUIA HUAMBALÓ, CANTÓN PELILEO" desarrollado por MIGUEL ANGEL FREIRE FIALLOS, estudiante de la Carrera de Economía, considero que dicho Trabajo de Investigación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, modalidad Tesis 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 la Comisión de Calificador designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 28 de Febrero del 2014

**EL TUTOR**



---

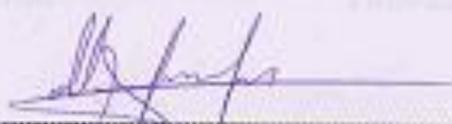
ECON. MARÍA ELENA JERÉZ CALERO

## AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo, MIGUEL ANGEL FREIRE FIALLOS, con C.I. # 180457204-6, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Trabajo de Investigación: "EL PODER DE NEGOCIACIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL COSTO DE PRODUCCIÓN DE MUEBLES EN LA PARROQUIA HUAMBALÓ, CANTÓN PELILEO", como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Técnica de Ambato; por lo que autorizo a la Biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura y publicación según las Normas de la Universidad.

Ambato, 28 de Febrero del 2014

**EL AUTOR**



MIGUEL ANGEL FREIRE FIALLOS

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal de grado, aprueba el trabajo de Investigación, sobre el Tema: "EL PODER DE NEGOCIACIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL COSTO DE PRODUCCIÓN DE MUEBLES EN LA PARROQUIA HUAMBALÓ, CANTÓN PELILEO", desarrollado por MIGUEL ANGEL FREIRE FIALLOS, 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, 28 de febrero del 2014

Para constancia firman



Dr. Lenyn Vásconez

PROFESOR CALIFICADOR



Dr. Remigio Medina

PROFESOR CALIFICADOR



Econ. Diego Proaño

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la vida, a mis padres quienes me alentaron en los momentos más difíciles, confiaron en mí e hicieron todo para que yo pudiera lograr mis metas.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres quienes me inculcaron a seguir siempre por el camino del bien, a la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría, por abrirme las puertas, a mis maestros que en este andar de la vida, influyeron con todos sus conocimientos y experiencias en formarme como una persona preparada para los retos de la vida, y a todos mis amigos y personas que siempre me brindaron su apoyo.

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
EXECUTIVE SUMMARY.....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema.....	2
1.2. Planteamiento Del Problema .....	2
1.2.1. Contextualización .....	2
1.2.2. Análisis Crítico .....	6
1.2.3. Prognosis.....	7
1.2.4. Formulación del problema .....	8
1.2.5. Preguntas directrices .....	8
1.2.6. Delimitación Del Objeto De Investigación.....	8
1.3. Justificación.....	9
1.4 Objetivos .....	10
1.4.1 Objetivo General.....	10
1.4.2. Objetivos Específicos .....	10

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

2.1. Antecedentes Investigativos .....	11
2.2. Fundamentación Filosófica .....	13
2.3. Fundamentación Legal .....	15
2.4. Categorías Fundamentales.....	19
2.4.1. Marco Conceptual De La Variable Independiente .....	21
2.4.2. Marco Conceptual De La Variable Dependiente .....	27
2.5. Hipótesis.....	37
2.5.1. Hipótesis declarativa.....	37
2.6. Señalamiento de las variables.....	37

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1. Enfoque de la Investigación .....	38
3.2. Modalidad Básica de la Investigación.....	38
3.2.1. Investigación de Campo.....	38
3.2.2. Investigación Bibliográfica Documental .....	39
3.3. Nivel o tipo de Investigación.....	39
3.3.1. Investigación Exploratoria.....	39
3.3.2. Investigación Descriptiva .....	40
3.3.3. Investigación Explicativa.....	40
3.3.4. Investigación Correlacional .....	41
3.4. Población y Muestra.....	41
3.4.1. Población .....	41
3.4.2. Muestra .....	42
3.5. Operacionalización De Las Variables.....	43

3.6. Recolección De La Información.....	46
3.6.1. Plan Para La Recolección De La Información.....	46
3.7. Procesamiento De La Información.....	47
3.7.1. Plan De Procesamiento De La Información.....	47
3.7.2. Plan De Análisis e Interpretación De Resultados.....	48

## **CAPÍTULO IV**

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

4.1/4.2. Análisis de los Resultados.....	50
4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	77

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1. CONCLUSIONES.....	81
5.2. RECOMENDACIONES.....	82

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

6.1. Datos Informativos.....	83
6.2. Antecedentes de la Propuesta.....	84
6.3. Justificación.....	85
6.4. Objetivos.....	85
6.4.1. Objetivo General.....	85
6.4.2. Objetivos Específicos:.....	86
6.5. Análisis de Factibilidad.....	86
6.5.1. Factibilidad Política.....	86
6.5.2. Factibilidad Organizacional.....	86
6.5.3. Factibilidad Ambiental.....	86
6.5.4. Factibilidad Económico-Financiero.....	87

6.5.5. Factibilidad Socio-Cultural.....	87
6.5.6. Factibilidad Legal .....	87
6.6. Fundamentación Científica-Técnica.....	88
6.7. Metodología Modelo Operativo .....	95
6.7.1. Flujograma del modelo operativo .....	101
6.7.2. Objetivos y Beneficios de la asociación .....	134
6.8. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA.....	142
6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN .....	142

### **MATERIALES DE REFERENCIA**

BIBLIOGRAFÍA .....	144
Anexo 1: Encuesta.....	151
Anexo 2: Juego de Dormitorio .....	155
Anexo 3: Juego de Comedor .....	156

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1 Operacionalización de la Variable Independiente.....	44
Tabla # 2 Operacionalización de la Variable Dependiente.....	45
Tabla # 3 Número de Proveedores.....	51
Tabla # 4 Principal Proveedor.....	52
Tabla # 5 Suficientes Proveedores.....	53
Tabla # 6 Cantidad Necesaria de Materiales.....	54
Tabla # 7 Materiales de calidad.....	55
Tabla # 8 Adquisición de materiales.....	56
Tabla # 9 Pago compra de materiales.....	57
Tabla # 10 Descuento al Momento de Adquisición.....	58
Tabla # 11 Porcentaje de Descuento.....	59
Tabla # 12 Atención del Pedido.....	60
Tabla # 13 Despachado del Pedido.....	61
Tabla # 14 Atención recibida en la compra.....	62
Tabla # 15 Tipo de Producción.....	63
Tabla # 16 Mano de Obra Calificada.....	64
Tabla # 17 Costo Mano de Obra.....	65
Tabla # 18 Tiempo de Fabricación.....	66
Tabla # 19 Costo Materiales Directos.....	67
Tabla # 20 Control del Costo de Producción.....	68
Tabla # 21 Variación de Precios.....	69
Tabla # 22 Pago Energía Eléctrica.....	70
Tabla # 23 Valor de Infraestructura.....	71

Tabla # 24 Valor Maquinaria.....	72
Tabla # 25 Costos elevados.....	73
Tabla # 26 Mercado Principal.....	74
Tabla # 27 Formar Parte de una Asociación.....	75
Tabla # 28 Beneficios Siendo Parte de la Asociación.....	76
Tabla # 29 Frecuencias Observadas.....	78
Tabla # 30 Frecuencias Esperadas.....	79
Tabla # 31 Cálculo Chi-cuadrado.....	79
Tabla # 32 Materiales Directos.....	105
Tabla # 33 Materiales Directos Dormitorios.....	105
Tabla # 34 Costo de producción dormitorios.....	106
Tabla # 35 Materiales Directos Comedores.....	106
Tabla # 36 Costo de producción comedores.....	107
Tabla # 37 Materiales Directos Siendo Parte de la Asociación.....	136
Tabla # 38 Materiales Directos Dormitorios Siendo Parte de la Asociación.....	136
Tabla # 39 Costo de Producción dormitorios siendo parte de la asociación.....	136
Tabla # 40 Materiales Directos Comedores Siendo Parte de la Asociación.....	137
Tabla # 41 Costo de Producción comedores siendo parte de la asociación.....	137

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1 Árbol de Problemas.....	6
Gráfico # 2 Categoría Fundamental Variable Dependiente e Independiente.....	19
Gráfico # 3 Constelación de Ideas.....	20
Gráfico # 4 Número de Proveedores.....	51
Gráfico # 5 Principal Proveedor.....	52
Gráfico # 6 Suficientes proveedores.....	53
Gráfico # 7 Cantidad Necesaria de Materiales.....	54
Gráfico # 8 Materiales de Calidad.....	55
Gráfico # 9 Adquisición de Materiales.....	56
Gráfico # 10 Pago Compra de Materiales.....	57
Gráfico # 11 Descuento al Momento de Adquisición.....	58
Gráfico # 12 Porcentaje de Descuento.....	59
Gráfico # 13 Atención del Pedido.....	60
Gráfico # 14 Despachado del pedido.....	61
Gráfico # 15 Atención Recibida en la Compra.....	62
Gráfico # 16 Tipo de Producción.....	63
Gráfico # 17 Mano de Obra Calificada.....	64
Gráfico # 18 Costo Mano de Obra.....	65
Gráfico # 19 Tiempo de Fabricación.....	66
Gráfico # 20 Costo Materiales Directos.....	67
Gráfico # 21 Control del Costo de Producción.....	68

Gráfico # 22 Variación de Precios.....	69
Gráfico # 23 Pago Energía Eléctrica.....	70
Gráfico # 24 Valor de Infraestructura.....	71
Gráfico # 25 Valor Maquinaria.....	72
Gráfico # 26 Costos Elevados.....	73
Gráfico # 27 Mercado Principal.....	74
Gráfico # 28 Formar Parte de una Asociación.....	75
Gráfico # 29 Beneficios Siendo Parte de la Asociación.....	76
Gráfico # 30 Distribución Geográfica del Sector Asociativo.....	93
Gráfico # 31 Flujograma Modelo Operativo.....	101
Gráfico # 32 Organigrama de la Asociación.....	109
Gráfico # 33 Costo de producción del juego de dormitorio antes y después de la asociación.....	138
Gráfico # 34 Costo de producción del juego de comedor antes y después de la asociación.....	139
Gráfico # 35 Ahorro Anual Proyectado en Juegos de Dormitorios.....	140
Gráfico # 36 Ahorro Anual Proyectado en Juegos de Comedores.....	140

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Las pequeñas y medianas empresas son consideradas como el motor de la economía de un país, sin embargo los precios de los materiales para la producción de sus bienes cada vez tienden a un aumento para las mismas, el adquirir estos insumos de manera individual permite que sus proveedores mantengan un poder de Negociación al momento de la compra.

En la investigación realizada se pudo constatar que el individualismo que existe entre productores y una falta de organización por parte de los mismos no permite que el sector mueblístico mantenga un auge positivo, a esto se suma el limitado acceso al crédito, capacitación a los trabajadores, entre otros.

El presente trabajo investigativo busca contribuir al fortalecimiento de la Fabricación de muebles en la Parroquia Huambaló del Cantón Pelileo, con el objeto de disminuir los costos de elaboración en las diferentes microempresas, la Propuesta planteada sugiere formar una asociación como manera de contrarrestar todos estos problemas, se logrará mayores beneficios, permitiendo producir más a un menor costo, alcanzando ser más competitivos y accediendo a nuevos mercados consiguiendo un crecimiento económico para todo el sector y sus habitantes.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

Small and medium-sized enterprises are regarded as the engine of the economy of a country, however, the prices of materials for the production of their goods increasingly inclined to an increase for the same, the acquire these inputs individually allows its suppliers maintain a bargaining power at the time of purchase.

In the research was able to observe that the individualism that exists between producers and a lack of organization on the part of the same does not allow the sector mueblístico hold a positive boom, this is compounded by the limited access to credit, training workers, among others.

This research work aims to contribute to the strengthening of the manufacture of furniture in the Parish of Canton Huambalo Pelileo, with a view to reducing the costs of development in the different micro, The proposal raised suggested forming an association as a way to counteract all of these problems, achieve greater benefits, allowing produce more at a lower cost, reaching be more competitive and accessing new markets achieving economic growth for the entire sector and its inhabitants.

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación trata sobre El Poder de Negociación y su Incidencia en el Costo de Producción de Muebles en la Parroquia Huambaló, Cantón Pelileo, la misma que se encuentra estructurada de la siguiente manera:

**Capítulo I.-** Se encuentra estructurado por el planteamiento del problema, con su contextualización en sus diferentes niveles macro, meso y micro; un análisis crítico fundamentado en sus causas y efectos; la justificación del porque se realiza el estudio y finalmente los objetivos que se persigue dentro de la investigación.

**Capítulo II.-** Sustenta un marco teórico bien definido, con su respectiva fundamentación filosófica, legal, y las respectivas categorizaciones de la variable dependiente e independiente.

**Capítulo III.-** Está enfocado a la metodología empleada dentro de la investigación, tipos de investigación, su población y muestra de estudio, la operacionalización de las variables, y finalmente la recolección y procesamiento de la información.

**Capítulo IV.-** Se realiza el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en mediante las encuestas, verificando la hipótesis del problema de estudio.

**Capítulo V.-** Sujeta las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

**Capítulo VI.-** Contiene la propuesta planteada para dar solución al problema, mediante la conformación de una asociación con su respectivo título, antecedentes, justificación, objetivos, factibilidad, modelo operativo y por último la previsión y evaluación.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. Tema

El Poder de Negociación y su Incidencia en el Costo de Producción de Muebles en la Parroquia Huambaló, Cantón Pelileo

### 1.2. Planteamiento Del Problema

#### *1.2.1. Contextualización*

##### Macrocontextualización

La industria maderera ecuatoriana a lo largo de su historia ha tenido un crecimiento exuberante especialmente dentro de la fabricación de muebles de madera, desde sus inicios en los años 60, hasta la actualidad donde en todo el país existen empresas dedicadas a la producción de este tipo de bienes.

Sin embargo la industria forestal se ha desarrollado de manera desigual; Mientras la industria de tableros contrachapados ha alcanzado un nivel tecnológico alto por lo que es considerada como una de las mejores de Latinoamérica; la industria del aserrío en contraposición, ha retrocedido de la producción con sierra circular o de montaña, a la motosierra operada a pulso. Los demás segmentos industriales madereros han alcanzado diversos niveles tecnológicos dependiendo del tamaño de la empresa y el tipo de mercado de sus productos.

Los problemas que afecta al sector dedicado a la producción de muebles para el hogar son los altos costos que incurren al momento de la producción de estos bienes, esto se debe a que existe actualmente en el país acaparamientos de los mercados por parte de los proveedores, no solo a nivel local sino también a nivel

Internacional, a esto se suma que algunos materiales necesarios para su elaboración son importados, por todo esto el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro), busca incentivar el intercambio y la complementación entre los distintos actores económicos nacionales tanto públicos como privados, así como promover el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, el sector artesanal y los emprendedores.

En la actualidad se está buscando la sustitución de las importaciones de algunos insumos importantes para la elaboración de muebles, las mismas que puedan ser suplidas por empresas internas, tratando de disminuir los costos al momento de su compra, pues el sector maderero es crucial en la economía del país, el segmento de muebles está conformado por empresas de todo tamaño, orientadas a satisfacer los requerimientos de consumidores locales e internacionales.

“El monto actual que dejan las ventas es de \$170 millones y se prevé llegar a \$5 000 millones en 2032, además se espera superar los 234 mil empleos que genera la industria, hasta llegar a los 500 mil. La meta de la industria maderera para el 2018 es aportar con el 5% del Producto Interno bruto (PIB). Actualmente, la cifra es del 1,7%” (Palacios, 2013).

### **Mesocontextualización**

Al transcurrir los años las diversas empresas dedicadas a la producción y comercialización de muebles para el hogar, ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país, la Provincia de Tungurahua como todas las demás también aloja muchas de ellas, siendo la más poblada de la Región 3 con alrededor de “504.583 habitantes, cuyas fábricas genera mayor cantidad de empleo en la región antes mencionada, con un 19,4% después de la agricultura, lo que muestra que sus industrias son más intensivas en mano de obra, además es la que cuenta con mayor variedad de ellas en la región.” (INEC, 2010).

Según la **CORPEI (2007)** “El sector forestal, madera y muebles, genera alrededor de 200.000 plazas de trabajo directo y 100.000 puestos adicionales indirectos, principalmente en el sector rural y en la actividad artesanal, cifras que se

distribuyen, para las labores de forestación y reforestación 2.500, para las labores de apeo, troceado, aserrado y extracción manual 20.000, para la gran industria 7.500, para la pequeña y mediana 74.000; y, carpintería y artesanos de la madera 96.000”.

Las pequeñas y medianas empresas son aquellas que mueven con fuerza la economía de la región, la unión de estas les ase fuertes dentro del mercado, sin embargo las mismas deben contar con los materiales adecuados y de óptima calidad, además de estar en constante innovación dentro de sus procesos de producción, logrando ser eficientes y competitivos dentro del mercado.

### **Microcontextualización**

La producción de muebles dentro de la provincia de Tungurahua la desarrollan la mayoría de sus cantones, sin embargo la Parroquia de Huambaló del Cantón Pelileo aporta en mayor proporción dentro de esta actividad, situado a 30 minutos al oriente de Ambato; desde dos décadas atrás la fabricación de muebles es la principal fuente de sustento económico familiar.

La industria mueblista tiene sus inicios en el año de 1972, donde el artesano Hugo Aguirre abrió el primer local para vender muebles; Él marcaba el inicio de la principal actividad económica de esta Parroquia rural del cantón Pelileo.

En la actualidad Huambaló es el principal productor de muebles de la región centro, con una población de 7862 habitantes según él (INEC, 2010), la mayoría de ellos está vinculada con los 105 microempresas donde se producen y se comercializan muebles de todo tipo y valor, de acuerdo con el Sr. Carrasco Mesías socio fundador del Centro Artesanal de Huambaló (Cenarhu), “la mayoría de las personas cambiaron el cultivo de cebolla blanca y manzanas por la producción de los muebles que ofrecen en el mercado nacional con precios competitivos”.

Durante muchos años esta importante actividad económica viene desarrollándose de manera crucial para todos sus habitantes, tanto así que se lo ha llegado a denominar como la capital del mueble; sin embargo los problemas que enfrentan

la mayoría de las pequeñas y medianas empresas actualmente son los elevados costos de producción de sus productos.

El problema radica porque en la Parroquia Huambaló no existen muchos proveedores de estos insumos, y como es de vital importancia contar con materiales de óptima calidad para la producción y debido a que las materias primas, productos semiterminados y los componentes tienden a ser suministrados por grandes compañías a pequeños fabricantes los proveedores normalmente poseen el poder de negociación, disuadiendo que las microempresas crezcan dentro del mercado.

El incremento en los grupos de compra es beneficioso dado que permite conseguir economías de compra, logrando disminuir el costo de producción y el poder de negociación de los proveedores, además permitirá alcanzar las metas propuestas por todos los artesanos dedicados a la producción de muebles de la Parroquia Huambaló.

## 1.2.2. Análisis Crítico

### 1.2.2.1. Árbol de Problemas

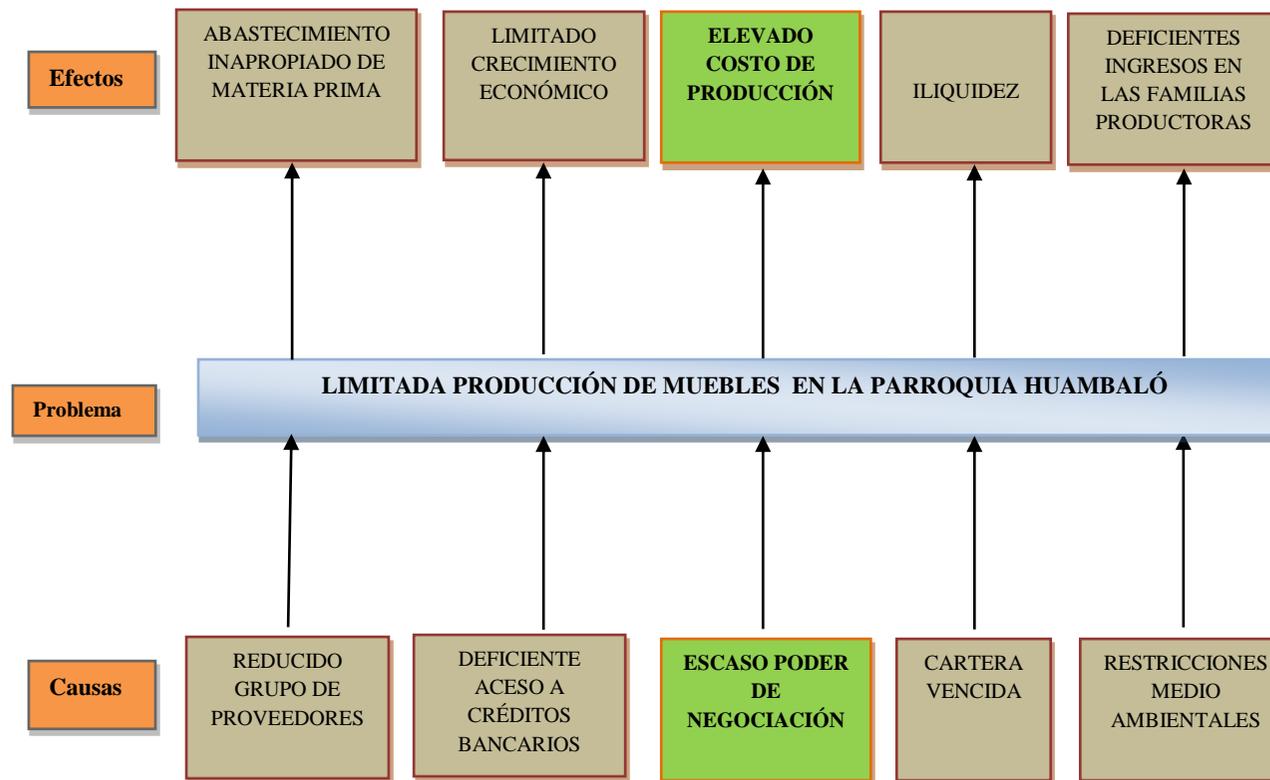


Gráfico1: Árbol de problemas  
Elaborado por: Miguel Angel Freire

### **1.2.2.1. Relación Causa-Efecto**

La ausencia del poder de negociación por parte de los artesanos de la parroquia Huambaló se debe a la escasez de proveedores de los materiales para la elaboración de muebles, esto ha ocasionado un incremento en el costo de producción de sus productos, además como la mayoría son pequeñas empresas muchas de las veces están restringidas a un crédito bancario lo cual hace que la empresa se estanque y no pueda desarrollarse en infraestructura y tecnología, esto provoca retrasos en la fabricación del mueble, debido a que sin maquinaria tecnificada sube los costos de producción limitando a las familias productoras generar mayores ingresos, para que su nivel de vida mejore.

Al verse en esta situación la mayoría de las pequeñas empresas toman la decisión de cerrar o darse en quiebra. Por lo tanto se debe dar una solución tratando de mantener las empresas en marcha, enrumbando a la misma a un mejor desarrollo y cumplir con las metas y objetivos propuestos.

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

Las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la fabricación de muebles de la parroquia Huambaló si no encuentran una solución al problema suscitado, se verán en serios inconvenientes para permanecer en el mercado, disminuirían su producción, esto provocaría la falta de liquidez, pérdida de clientes, tiempo y dinero.

La situación se complicaría en el mercado en cuanto a ofertas, los ingresos serán limitados lo que conllevaría a conflictos internos capaces de ocasionar la quiebra de la empresa e incrementar el índice de desempleo en la parroquia.

Por otro lado si se encontrara la solución de obtener materiales de calidad internamente a precios módicos, las empresas comenzarían a producir mucho más, reducirían sus costos y lograrían ser más competitivas dentro del mercado; captando mayor cantidad de clientes, aumentando sus ingresos económicos y

cumpliendo con los objetivos empresariales, generando mayores ingresos a las empresas y sus trabajadores.

#### ***1.2.4. Formulación del problema***

¿Cómo influye el poder de negociación en el costo de producción de muebles en la parroquia de Huambaló?

#### ***1.2.5. Preguntas directrices***

¿Qué alternativa se daría al limitado acceso de materiales con efecto en la producción?

¿Cómo lograr disminuir el costo de producción de los muebles?

¿Cómo la creación de una asociación en la parroquia disminuiría los costos de producción?

#### ***1.2.6. Delimitación Del Objeto De Investigación***

**Campo:** Microeconomía

**Área:** producción

**Aspecto:** Poder de negociación y su incidencia en el costo de producción

#### **Delimitación espacial:**

La presente investigación se llevó a cabo en las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la fabricación de muebles de la parroquia Huambaló cantón Pelileo, provincia de Tungurahua de la república del Ecuador.

#### **Delimitación temporal:**

La investigación tomó como periodo de estudio el segundo semestre del año 2013

### **Delimitación poblacional:**

La recolección de los datos se lo realizó de fuente primaria mediante la aplicación de la encuesta a los dueños de las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la fabricación de muebles de la parroquia Huambaló cantón Pelileo, provincia de Tungurahua de la república del Ecuador.

### **1.3. Justificación**

La presente investigación tiene su justificación en la necesidad de trabajar con nuevas alternativas y propuestas para el mercado interno de los diferentes productores de muebles, dadas las circunstancias en la que se encuentra la industria maderera en el Ecuador, especialmente en nuestra Provincia, Cantón y Parroquia.

La Parroquia de Huambaló desde hace muchos años se dedica a la fabricación de muebles de toda clase para el hogar mediante procesos artesanales. Con la creación de nuevas fábricas los materiales directos para su elaboración están escaseando, originando que las empresas más grandes del sector acaparen con los mismos, dejando a la mayoría sin estos elementos cruciales para la producción.

Las pequeñas empresas no tienen suficientes capitales lo cual imposibilita un poder de negociación al momento de adquirir los insumos necesarios para la elaboración de los productos, por tal motivo existe incremento en el costo de producción.

Por todos estos antecedentes es importante abordar el tema que nos permita identificar plenamente las causas que dan origen a la baja producción y elevados costos para fortalecer la industria nacional, esto llevaría a que se mejore la calidad del producto, sus niveles de venta y los por ende los ingresos, garantizando un nivel de desarrollo social y económico para toda la población.

Con todo lo manifestado anteriormente se ha notado que el proyecto es de interés importante, factible, además se tiene el tiempo y la dedicación para la investigación, a más de contar con los recursos materiales, económicos y sobre

todo la voluntad que se posee para el cumplimiento de lo antes mencionado, lo cual va a significar una estabilidad económica y financiera para las pequeñas y medianas empresas de fabricación de muebles.

## **1.4 Objetivos**

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

- Establecer si el poder de negociación influye en los costos de producción de muebles de la Parroquia Huambaló, a fin de mejorar la competitividad de las microempresas del sector.

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

- Analizar el poder de negociación de los pequeños y medianos productores de muebles de la parroquia Huambaló con el propósito de conocer la situación en la que se encuentran actualmente.

- Investigar los costos de producción de muebles de la parroquia Huambaló, para determinar los aspectos más relevantes que influyen en el mismo.

- Proponer un modelo de creación de una asociación de productores de muebles de madera en la Parroquia Huambaló que permita un mayor acceso al mercado buscando eficiencia y minimizando costos de producción.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes Investigativos

Todas las empresas, no importa si son pequeñas, medianas o grandes tienen como su prioridad incrementar la producción de los bienes o servicios que comercializan, por este motivo, es imprescindible contar con el abastecimiento de materiales de calidad, produciendo en mayor cantidad y a más bajo costo, esto favorece a ofertar productos acordes a las exigencias del consumidor, y mantener su competitividad en el mercado.

En el trabajo investigativo de **Freire (2011)** sobre: “Producción de artículos de cuero en la Parroquia Picaihua y el nivel de ingresos de sus productores durante el período 2007-2010” se planteó como objetivo general: Analizar los procesos de producción de artículos de cuero, y la incidencia en el nivel de ingresos de los habitantes de Picaihua; y como objetivos específicos; a) Identificar el comportamiento actual de la producción de artículos de cuero realizado por los productores de la parroquia Picaihua ; b) Investigar las razones de la disminución de los ingresos de los productores de artículos de cuero de la parroquia Picaihua ; c) Realizar una propuesta de solución al problema de los procesos de producción de artículos de cuero en la parroquia Picaihua ; este trabajo investigativo se desarrolló utilizando la técnica de la encuesta con una base de 12 preguntas que le permitió obtener los datos de la fuente primaria sobre la variable Producción y Nivel de ingresos. Para el análisis estadístico utilizó el método estadístico Chi-cuadrado con lo que verificó la hipótesis siendo favorable a los objetivos de la investigación. El autor luego de un análisis por menorizado de la investigación llega, entre otros, a las siguientes conclusiones a) En conclusión de acuerdo a la información obtenida en la encuesta encontramos que la mayor parte de los productores dependen de los ingresos de la venta de artículos de cuero para satisfacer sus necesidades, es decir que la industria del cuero en Picaihua está generando ingresos estables a los artesanos por lo que invierten en bienes para el engrandecimiento socio-económico de la parroquia; b) En esta industria están involucradas muchas personas que van desde obreros hasta los dueños de los almacenes por lo que se encuentran generando empleo para los habitantes de la parroquia de

Picaihua y de esta forma al incrementarse la producción de artículos de cuero en Picaihua permitirá que haya un mayor volumen de ingresos para sus productores y comerciantes lo que ayudara que los artesanos establezcan su economía y alcancen una mejor nivel de vida. Impidiendo que ellos emigren hacia otros lugares o se dediquen a otras actividades ; c) Los ingresos promedio de los productores de artículos de cuero son aceptables pero sigue siendo insuficiente para tener una estabilidad económica, limitando de esta forma el desarrollo del sector artesanal generando de esta forma que ellos no tengan un nivel o calidad de vida aceptable pues no se cumplen parámetros como la salud, educación alimentación vitales para el desarrollo de los pueblos, teniendo como opción la de mejorar su producción para incrementar sus ingresos.

En el trabajo investigativo de **Ulloa (2011)** sobre: “ La Producción De Calzado En El Cantón Cevallos, Provincia De Tungurahua Y Su Impacto En El Empleo” se planteó como objetivo general: Determinar el proceso de la producción para mejorar el nivel de empleo y el nivel de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos.; y como objetivos específicos; a) Conceptuar la producción y el empleo; b) Determinar la limitada producción del Cantón Cevallos; c) Analizar el nivel de empleo del Cantón Cevallos; d) Plantear una propuesta de integración de los productores de calzado, buscando una mayor eficiencia y minimizando los costos para la fabricación del mismo; este trabajo investigativo se desarrolló utilizando la técnica de la encuesta con una base de 14 preguntas que le permitió obtener los datos de la fuente primaria sobre la variable Producción y Empleo. Para el análisis estadístico utilizo el método estadístico Chi-cuadrado con lo que verificó la hipótesis siendo favorable a los objetivos de la investigación. El autor luego de un análisis por menorizado de la investigación llega, entre otros, a las siguientes conclusiones a) La gran mayoría de los productores en el Cantón Cevallos fabrican calzado de forma artesanal, con una disminuida tecnología y herramientas necesarias para el obrero, es así que la tecnología que ellos mantienen es escasa y caduca con lo que trabajan a medida que su ingenio les ayuda; b) Los productores de calzado están dispuestos a socializarse para que en su producción se vea reflejado la tendencia a disminuir sus costos e ingresar al mercado a competir; c) Podemos concluir en la investigación estableciendo que los insumos para el calzado en general sus costos son altos en promedio mensual, esto debido a que durante el desarrollo de la producción del calzado se contrae desperdicios propios de la producción o sean debido a los cambios de diseños, por lo que cada semana se debe revisar el modelo a fabricarse y realizar la aplicación de los insumos necesarios para contrarrestar estos desperdicios.

En el trabajo investigativo de **Panoluiza (2012)** sobre: “El control de calidad y su incidencia en los costos de producción en la empresa Muebles Madecor de Latacunga” se planteó como objetivo general: Determinar de qué manera incide un inadecuado control de calidad, con los costos de producción en la empresa Muebles Madecor de Latacunga; y como objetivos específicos; a) Identificar los procesos débiles del área de

producción efectuando un análisis de tiempos y movimientos para diseñar un adecuado control de calidad; b) Analizar qué control de calidad se efectúa en la empresa Muebles Madecor de Latacunga; c) Diseñar un plan de control de calidad utilizando las herramientas estadísticas para disminuir los costos de producción en la empresa Muebles Madecor; este trabajo investigativo se desarrolló utilizando la técnica de la encuesta con una base de 12 preguntas que le permitió obtener los datos de la fuente primaria sobre la variable Control de calidad y Costos de producción. Para el análisis estadístico utilizo el método estadístico Chi-cuadrado con lo que verifiqué la hipótesis siendo favorable a los objetivos de la investigación. El autor luego de un análisis por menorizado de la investigación llega, entre otros, a las siguientes conclusiones a) Se puede apreciar que en la empresa no se efectúa un verdadero control de calidad y consecuentemente incrementa los costos de producción, por lo que se deduce que se debe realizar un control más consecutivo en el proceso de producción que permita optimizar sus productos; b) Se puede evidenciar que la mueblería no utiliza la acción preventiva para el control de calidad y por consecuencia el producto sale de mala calidad; c) El inadecuado control de calidad determina que se obtenga un producto de mala calidad y no pueda ser competitivo en el mercado; esto ocasionará que la empresa no permita garantizar un producto de total calidad a sus clientes y satisfacer sus necesidades.

## **2.2. Fundamentación Filosófica**

Para ejecutar la siguiente investigación él investigador se alinearé con el paradigma crítico – propositivo, debido a que el mundo empresarial y su contexto, están en constantes cambios, al cual la empresa se debe adaptarse.

De acuerdo con **Recalde (2011)** “Es una alternativa para la investigación social debido a que privilegia la interpretación, comprensión y explicación de los fenómenos sociales”.

Según **Lozano (2009)** El paradigma crítico “induce a la crítica reflexiva en los diferentes procesos de conocimiento como construcción social y de igual forma, este paradigma también induce a la crítica teniendo en cuenta la transformación de la realidad pero basándose en la práctica y el sentido”.

Este paradigma me permitirá tener una visión clara del fenómeno de estudio, con el propósito de dar una solución factible al problema.

La realidad de los pequeños y medianos productores dedicados a la producción de los muebles de la Parroquia Huambaló para que sobrevivan en el mundo de los negocios depende principalmente de la demanda de sus productos que tenga en el mercado satisfaciendo de esta manera las necesidades de los clientes. Por tal motivo se estudia lo que ocasiona el incremento de los costos de producción, con el paradigma propuesto se logrará soluciones al problema objeto de estudio.

Para realizar este trabajo de investigación debo aplicar valores como la responsabilidad, puntualidad, dedicación y esfuerzo que me ayuden a entender de mejor manera las causas y poder dar una solución al problema suscitado, buscando contribuir al desarrollo de económico de los productores de muebles de la Parroquia Huambaló.

### **Epistemología**

Según **Tamayo (2005)** define a la epistemología como “la teoría del conocimiento científico, el cual nos lleva a plantearnos problemas científicos y de investigación, a formular hipótesis y mecanismos para su verificación, razón por la cual podemos decir que la epistemología es el método científico”.

Para **Ceberio y Watzlawick (1998)**, "el término epistemología deriva del griego episteme que significa conocimiento, y es una rama de la filosofía que se ocupa de todos los elementos que procuran la adquisición de conocimiento e investiga los fundamentos, límites, métodos y validez del mismo".

Desde el punto de vista Epistemológico la presente investigación busca contribuir el conocimiento a través de la calidad de los materiales y su relación con el costo de producción, a fin de proponer alternativas que permitan mejorar sus procesos, garantizando la calidad del producto y ser muy competitivos dentro del mercado.

### **Antología**

Según **Rojas (2002)** La antología “agrupa lo más relevante de una producción específica, que incluye los comentarios de los artículos presentados por parte del

compilador, que permiten clarificar la intención e ideas centrales del mismo, en relación con el objetivo de estudio”.

De acuerdo con **Elcano (1990)** precisa a la antología como “la rama de la filosofía que se ocupa de la naturaleza y organización de la realidad, es decir de lo que existe es aquellos que puede ser representado”.

Desde el punto de vista Antológico el trabajo de investigación trata de dar soluciones al problema de los costos de producción, de las pequeñas y medianas empresas de la parroquia Huambaló dedicadas a la producción de muebles para el hogar; tomando en cuenta que la ventas son el corazón de cualquier negocio y que la producción es el motor que hace caminar a la empresa.

### **Axiología**

De acuerdo **Magaña (2004)** “Es la teoría filosófica encargada de investigar estos valores en su contexto, el valor, o lo que es valorado por las personas, es una decisión individual, subjetiva y producto de la cultura del individuo”.

Según **Martínez (2010)** “la palabra axiología es de origen reciente, pues su introducción se produce a principios del siglo XX, parte de la reflexión filosófica a los llamados problemas de valor, tratándolos dentro de la llamada (filosofía práctica) o (conciencia práctica)”

Desde el punto de vista axiológico el problema que enfrenta esta investigación posee directa vinculación con la realidad, la misma busca potenciar a las empresas en sus rendimientos de producción, también se enfoca en generar procesos que refieran con actividades que se expresen valores como la responsabilidad, veracidad, entre otros ante los clientes interno y externos de la empresa.

### **2.3. Fundamentación Legal**

La presente investigación se encuentra enmarcada en varios preceptos legales: primeramente en la **Constitución de la República del Ecuador (2008)** en su artículo 283 tácitamente expresa: El sistema económico es social y solidario;

reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Según el **Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones (2010)** “en su artículo 2 considera actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado”.

En el mismo **Título II Del Desarrollo Productivo de la Economía Popular, Solidaria y Comunitaria en su Art. 22.- Medidas específicas.-** El Consejo Sectorial de la Producción establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, así como de acceso democrático a los factores de producción, sin perjuicio de las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de la institucionalidad específica que se cree para el desarrollo integral de este sector, de acuerdo a lo que regule la Ley de esta materia”.

Adicionalmente, para fomentar y fortalecer la economía popular, solidaria y comunitaria, el Consejo Sectorial de la Producción ejecutará las siguientes acciones:

- a) Elaborar programas y proyectos para el desarrollo y avance de la producción nacional, regional, provincial y local, en el marco del Estado Intercultural y Plurinacional, garantizando los derechos de las personas, colectividades y la naturaleza;
- b) Apoyar y consolidar el modelo socio productivo comunitario para lo cual elaborará programas y proyectos con financiamiento público para: recuperación, apoyo y transferencia tecnológica, investigación, capacitación y mecanismos comercialización y de compras públicas, entre otros;

c) Promover la igualdad de oportunidades a través de la concesión de beneficios, incentivos y medios de producción;”.

**Según la Ley Orgánica de Regulación y Control Del Poder De Mercado (2011)** en el art 4.- Lineamientos para la regulación y principios para la aplicación.- En concordancia con la Constitución de la República y el ordenamiento jurídico vigente, los siguientes lineamientos se aplicarán para la regulación y formulación de política pública en la materia de esta Ley:

1. El reconocimiento del ser humano como sujeto y fin del sistema económico.
2. La defensa del interés general de la sociedad, que prevalece sobre el interés particular.
3. El fomento de la desconcentración económica, a efecto de evitar prácticas monopólicas y oligopólicas privadas contrarias al interés general, buscando la eficiencia en los mercados.
4. El derecho a desarrollar actividades económicas y la libre concurrencia de los operadores económicos al mercado.
5. El impulso y fortalecimiento del comercio justo para reducir las distorsiones de la intermediación.
6. La distribución equitativa de los beneficios de desarrollo, incentivar la producción, la productividad, la competitividad, desarrollar el conocimiento científico y tecnológico; y,
7. La necesidad de contar con mercados transparentes y eficientes.

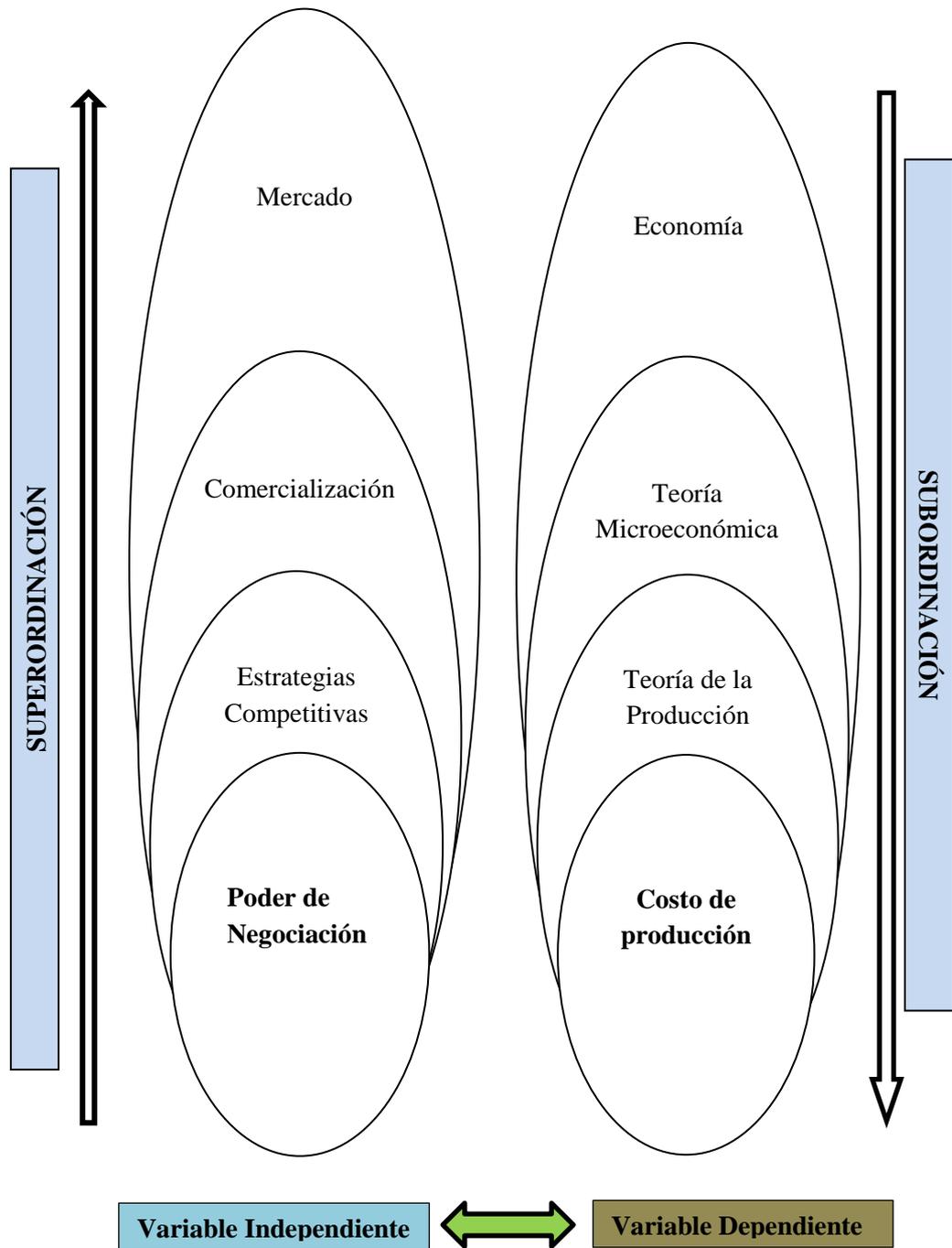
Finalmente la **Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2011)** “en el capítulo II, Derecho y Obligaciones de los consumidores, art 4 menciona lo siguiente:

**Art. 4.- Derechos del Consumidor.-** Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

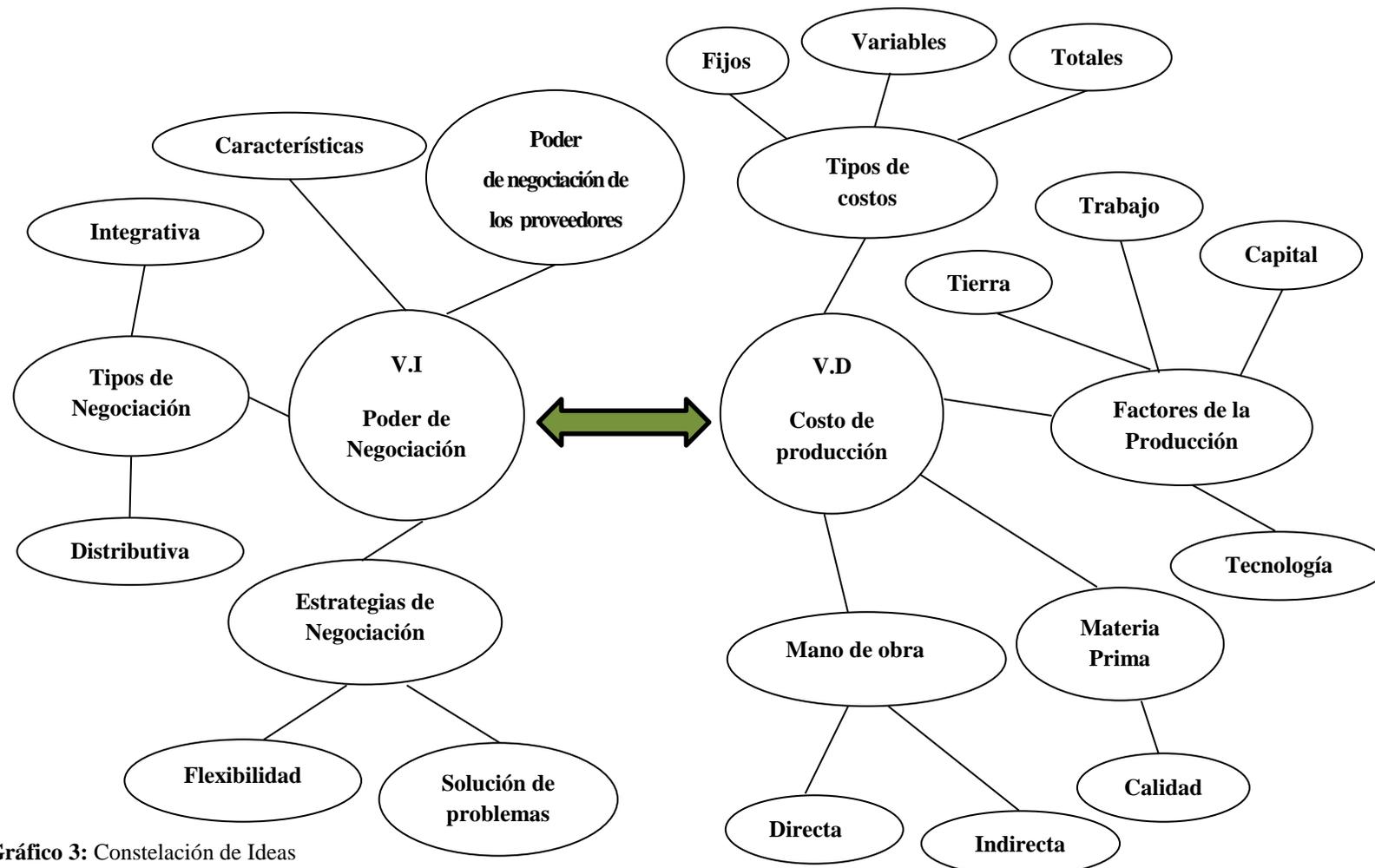
1. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;

2. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
3. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
4. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
5. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
6. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado”.

## 2.4. Categorías Fundamentales



**Gráfico 2:** Categoría Fundamental Variable Dependiente e Independiente  
**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico 3:** Constelación de Ideas  
**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

### ***2.4.1. Marco Conceptual De La Variable Independiente: Poder de Negociación***

#### **2.4.1.1. Mercado**

Según **Fisher (1993)** describe al mercado como “los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio, añade también que existen tres elementos muy importantes”:

1. La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
2. La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
3. La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos.

Según **Scheifler (1973)** “Es el lugar donde los compradores y vendedores entran en contacto, ya sean directamente, ya por medio de intermediarios (comisiones, corredores, agentes, etc.)”.

Podemos denominar mercado zona donde se encuentran la oferta y demanda de bienes y productos, donde el objetivo es satisfacer las necesidades de ambos.

#### **2.4.1.2. Comercialización**

De acuerdo con **Rivadeneira (2012)** Se refiere al “conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios; Estas actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales”.

Según **Kotler (1995)** “es el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto en el mercado”.

La comercialización juega un papel importante dentro de las empresas mediante la misma podemos comprar y vender nuestros bienes y servicios.

### **2.4.1.3. Estrategias competitivas**

Según **Porter (2007)** “la estrategia competitiva es la búsqueda de una posición favorable dentro de una industria, escenario fundamental donde se lleva a cabo la competencia la competencia. Su finalidad es establecer una posición rentable y sustentable frente a las fuerzas que rigen la competencia en la industria.”

**Porter (2007)** “señala tres tipos de estrategias genéricas

**Liderazgo en costos.-** Consiste en que la organización se propone convertirse en el fabricante de costo bajo de su industria. Si una compañía logra el liderazgo en costos y lo mantiene, será un participante por arriba del promedio en su sector industrial a condición de que pueda controlar los precios en el promedio de la industria o cerca de él.

**La diferenciación.-** En ella la compañía intenta distinguirse dentro de su sector industrial en algunos aspectos ampliamente apreciados por los compradores. La empresa que logre obtener y sustentar la diferenciación tendrá un desempeño por arriba del promedio en su industria, la lógica de la estrategia de diferenciación exige que la empresa seleccione los atributos que sean distintos a los de sus rivales.

**Concentración.-** Difiere radicalmente de las dos anteriores porque se basa en la elección de un estrecho ámbito competitivo dentro del sector industrial”.

Según **Hidalgo (2009)** Las estrategias competitivas son “acciones que buscan mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado en el cual se desempeñan, algunas estrategias están enfocadas a mantener en funcionamiento las empresas”.

La competencia determina el éxito o fracaso de las empresas, en el mundo actual de los negocios, las empresas deben ser muy competitivas, solo así logran establecerse en los mercados actuales donde existe gran rivalidad competitiva entre las mismas, la estrategia competitiva es la búsqueda de una posición favorable dentro de una industria, escenario fundamental donde se lleva a cabo la

competencia; Su finalidad es establecer una posición rentable y sustentable frente a las fuerzas que rigen la competencia.

#### **2.4.1.4. Poder de negociación**

La negociación es un medio de resolución de conflictos, de forma que la solución negociada sea satisfactoria para ambas partes,

#### **Poder de negociación de los proveedores**

De acuerdo con **Hernández (2008)** menciona que “esta fuerza hace referencia a la capacidad de negociación con que cuentan los proveedores, quienes definen en parte el posicionamiento de una empresa en el mercado, de acuerdo a su poder de negociación con quienes les suministran los insumos para la producción de sus bienes”.

Según **Porter (2007)** “los proveedores pueden ejercer poder de negociación sobre los participantes de una industria, si amenazan con elevar los precios o disminuir la calidad de los bienes y servicios que estos ofrecen. De ese modo, los más poderosos reducen drásticamente la rentabilidad de una industria incapaz de recuperar los incrementos con sus precios”

Como vemos el conflicto y la negociación están mediatizados por las relaciones de poder, debido que Las personas y organizaciones tienen intereses contrapuestos que es difícil conjugar, la dicotomía entre la satisfacción de los propios intereses y la realización de concesiones hace que la negociación sea una situación social compleja.

Tener capacidad de negociación permite a los proveedores mejores precios, pero también mejores plazos de entrega, compensaciones, formas de pago. En una empresa la capacidad de negociación de los proveedores puede lastimar su competitividad, por lo que es otro factor a tener en consideración.

## **Características**

- Cuando hablamos de poder no lo hacemos en general, sino en relación al poder que algunas personas, grupos o instituciones tienen con respecto a otras y en determinadas situaciones. El poder de cada uno de los elementos en disputa puede crecer o decrecer a lo largo de la interacción negociadora.
- Surge de la dependencia de recursos. A necesita algo de B y viceversa. La dependencia de recursos es la base de la relación social, de forma que la escasez de recursos origina la competición entre aquellos que necesitan dichos recursos y la asignación desigual de los mismos crea la necesidad de intercambio.
- El poder implica libertad para tomar decisiones. Un cierto equilibrio de poder es necesario para que se produzca la negociación

### **2.4.1.5. Tipos de Negociación**

La negociación es algo continuo en la vida de la mayor parte de los seres humanos, la manera de cómo se negocie permitirá que las empresas enrumben hacia sus objetivos propuestos, para lo cual podemos hablar de dos tipos básicos de negociación: distributiva e integrativa.

#### **Negociación Distributiva**

Según **Nocetti (2007)** “En esta clase de negociación, un aparte gana y la otra parte pierde. En esta situación hay recursos fijos a ser divididos; por ello mientras más obtiene una parte, menos obtiene la otra. En este supuesto los intereses de las partes son opuestos. En este tipo de negociaciones cada parte ve a la otra como adversario”.

Según **Arias (2013)** “Es un tipo o estilo de negociación en donde las partes compiten por la distribución de una cantidad fija de valor, esta suele darse en negociaciones basadas en compraventa de productos en donde lo único que importa es el precio”.

En este tipo de negociación las partes se hallan inversamente relacionadas, de forma que si una de las partes gana, la otra pierde, Lógicamente los resultados de esta negociación son negativos, ya que el conflicto de intereses es evidente y los costos son elevados.

### **Negociación Integrativa**

Según **Carrillo (2010)** “El objetivo es la distribución óptima de los recursos, suele dar este tipo de negociación en aspectos no cuantificables, como las relaciones interpersonales.”

Según **Arias (2013)** “La negociación integrativa suele darse en negociaciones en donde existen varias cosas por negociar, de ahí que la meta de la negociación integrativa sea la de crear tanto valor como sea posible para uno mismo y para la otra parte”.

Este tipo de negociación busca que las dos partes salgan satisfechas buscando como objetivo principal llegar a un consenso en el precio de todas las mercancías o materiales que se está negociando.

#### **2.4.1.6. Estrategias de Negociación**

Según **Suarez (2012)** “La estrategia es el conjunto de acciones que se van a llevar a cabo durante la negociación para alcanzar los objetivos fijados. Es el QUÉ se hará, es decir, un plan de acción donde se van a utilizar un conjunto de tácticas durante la negociación”.

De acuerdo con **Carrión (2007)** expone que es “necesario proyectar adecuadamente la estrategia a seguir durante la negociación. Por lo que es importante conocer; ¿En qué momento se dará cierta información?; ¿Qué tipo de información no debe ser desvelada?; ¿Qué argumentos utilizaremos y cómo los presentaremos?; ¿nos interesa proponer nosotros primero o forzar a que sean ellos los que hagan la primera propuesta?”

En la misma línea de pensamiento expone que la estrategia de la negociación define la manera en que cada parte trata de conducir con el fin de alcanzar sus objetivos. Se pueden definir dos estrategias típicas:

- Estrategia de "ganar-ganar", en la que se busca que ambas partes ganen, compartiendo el beneficio.
- Estrategia de "ganar-perder" en la que cada parte trata de alcanzar el máximo beneficio a costa del oponente.

### **Flexibilidad**

Según **Frías (2008)** “puede ser conceptualizada en el contexto de la estrategia como un conjunto de cualidades que se ponen de manifiesto en determinadas condiciones”.

Según **Suarez (2012)** “Consiste en reducir tanto los intereses como las demandas explícitas, llegando a grandes concesiones, el perder-ganar es una estrategia a largo plazo, en ella se pierde o se renuncia en principio a ganar, para obtener con ello mejores ganancias o beneficios”.

La flexibilidad implica la renuncia de una de las partes a todo o casi todo de lo que pretende conseguir, puesto que considera que complacer a la otra parte o evitar la disputa es más importante que vencer.

### **Solución de Problemas**

De acuerdo con **Ramírez (2005)** “Es una estrategia que persigue la colaboración y la conciliación, la misma genera los mayores resultados conjuntos, permite el compromiso con el acuerdo y mejora las relaciones interpersonales”.

Según **Frías (2008)** “esta una estrategia de colaboración en la que los oponentes trabajan juntos para alcanzar una solución que satisfaga los intereses y las necesidades de ambas partes”.

Existen varios momentos claves que posibilitan la aparición de la estrategia de solución de problemas:

- a) al inicio de la interacción mediante la identificación del problema.
- b) a la hora de proponer alternativas y soluciones al conflicto.
- c) en la fase final del proceso negociador.

Todos estos mecanismos son de gran ayuda al momento de encontrar alternativas aceptables y satisfactorias para ambas partes.

#### ***2.4.2. Marco Conceptual De La Variable Dependiente: Costo de Producción***

##### **2.4.2.1. Economía**

Según **Marshall (1890)** “la economía es la ciencia que examina la parte de la actividad individual y social especialmente consagrada a alcanzar y a utilizar las condiciones materiales del bienestar”

Según **Parkin (1998)** “es el mecanismo que asigna los recursos escasos entre los usos que compiten. Este mecanismo logra tres cosas, Qué, Cómo, Para quién.”

1. ¿Qué bienes y servicios se producirán y en qué cantidades?
2. ¿Cómo se producirán los diversos bienes y servicios?
3. ¿Para quién se producirán los diversos bienes y servicios?

De acuerdo con **Samuelson y Nordhaus (2005)** definen la economía como “El estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos”

Según **Mankiw (2002)** “señala que la economía es el estudio del modo en que la sociedad gestiona sus recursos”

**Karl Marx** define la economía como una “disciplina científica que analiza las relaciones de producción que se dan en el seno de la sociedad. Basándose en el materialismo histórico, Marx estudia el concepto del valor-trabajo que postula que el valor tiene su origen objetivo según la cantidad de trabajo necesaria para obtener un bien”.

**Economía de Mercado:** Es un sistema social donde los factores que influyen son la división del empleo, de los bienes y servicios y la interacción entre los entes que componen una sociedad. Se trata de un sistema libre de precios fijados por la demanda y la oferta, donde los que intervienen en el ejercicio de compra-venta pautan las condiciones.

**Economía Empresarial:** Se refiere a la forma en la que una organización, puede manejar sus recursos y servicios, ofreciendo una visión competitiva frente al mercado. Se vale de varias disciplinas científicas que permiten llevar a cabo dicha labor. Es una forma de aplicar economía en el ámbito de una empresa y deben tenerse en cuenta para su buen funcionamiento valores externos como índices de la bolsa, demanda de mercado y otras variables.

**Economía Política:** Ciencia del desarrollo de las relaciones sociales de producción; es decir, de las relaciones económicas entre los hombres. Estudia las leyes que rigen la producción y la distribución de los bienes materiales en la sociedad humana a todo lo largo de las diversas fases de su desarrollo”.

**Economía Libre:** Aquella en que los principales procesos y operaciones económicas los lleva acabo la empresa privada, independientemente del control directo de la actividad gubernamental

**Economía Mixta:** Sistema de intercambio comercial que no es totalmente libre, donde el estado se encarga de pautar ciertas normas que posibiliten una equilibrada distribución de las ganancias entre los diferentes comerciantes de ese sistema económico

**Economía Sostenible:** Trata de cambiar el proceso de productividad en base a una economía basada en el cuidado del medio ambiente y en la mejora de la calidad de vida de una sociedad. Básicamente se busca satisfacer las necesidades de las generaciones que se hallan viviendo en un determinado espacio temporal sin poner en riesgo la subsistencia o las posibilidades económicas de las futuras generaciones.

La palabra economía tiene muchos usos que permiten vincularla con diferentes aspectos de los intercambios comerciales, además está íntimamente ligado con la

producción de bienes y servicios a los cuales se busca satisfacer todas las necesidades de los consumidores.

#### **2.4.2.2. Teoría Microeconómica**

Según **Maddala (1994)** “la microeconomía examina las selecciones individuales-hogares, empresas, aquí los precios relativos son los que desempeñan un papel importante en la producción”.

Según **Mankiw (2002)** La microeconomía “es el estudio del modo en el que toman decisiones los hogares, las empresas y de la forma en que interactúan en cada mercado. Analiza la conducta de los elementos individuales de una economía como la determinación del precio de un único producto o la conducta de un sólo consumidor o empresa”.

La microeconomía estudia el comportamiento económico individual, de los consumidores, las empresas, los trabajadores y los inversores; así como de los mercados; Los elementos básicos en los que se centra el análisis microeconómico son los bienes, los precios, los mercados y los agentes económicos, considerando las decisiones que toma cada uno para cumplir ciertos objetivos propios.

La parte central de la microeconomía es la teoría de los precios, es decir, la manera en que se determinan los precios de productos específicos en condiciones concretas y en los diferentes tipos de mercado, el principal objetivo de un sistema de precios es equilibrar las necesidades y deseos de los consumidores con la escasez de los recursos totales para producir los bienes.

#### **2.4.2.3. Teoría de la Producción**

Según **Maddala (1994)** “Es la exposición de la relación funcional entre los insumos y las producciones. Muestra la producción máxima que se puede obtener de determinados insumos”.

De acuerdo con **Camacho (2009)** “Toda sociedad tiene que organizar de algún modo el proceso productivo para resolver adecuadamente los problemas económicos fundamentales. Pero independientemente de la organización que se adopte, hay ciertos principios económicos universales que rigen el proceso productivo.”

- **Principio de la Escasez.**- se refiere a una determinada relación entre los medios (recursos económicos) y los fines (las necesidades). Dados los medios a nuestra disposición y los fines a conseguirse, habrá un problema de escasez, y por ende un problema económico.

- **Principio de Eficacia Económica.**- un empresario tratará siempre de combinar los factores de producción en aquella forma que le permita producir con el máximo de eficacia económica. La combinación más eficaz de los factores de producción será siempre aquella que le permita producir al más bajo costo posible por unidad:

1. Cuando varía uno de los factores de producción (mientras mantiene fijos los demás) para lograr el nivel de producción que más le convenga.
2. Cuando, estando obligado a un monto fijo en la producción varía todos los factores para lograr ese determinado nivel de producción.

En el primer caso, el nivel de producción de máxima eficacia se conoce como el nivel de producción óptima.

En el segundo caso la combinación más eficaz de los factores se conoce como la combinación de costo mínimo.

En la teoría de la producción los agentes económicos se unen para dar como resultado las diferentes producciones de bienes y servicios que las empresas están en capacidad de ofertar.

#### **2.4.2.4. Costo de producción**

De acuerdo con **Montoya (2011)** “Son los pagos en dinero que una empresa debe hacer para mantener y conseguir los recursos necesarios para la producción de bienes y servicios, o los ingresos que debe proporcionar, a los proveedores de recursos, por el uso de los factores de producción”.

Según **López (2004)** “es el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros fabriles para obtener un producto terminado, en condiciones de ser entregado al sector comercial”.

Los costos de producción son todos los insumos que requieren las unidades económicas durante el proceso productivo para realizar la elaboración de bienes y servicios.

### **Costos Fijos**

Según **Polimeni (1994)** “son aquellos en los que el costo total permanece constante dentro de un rango relevante de producción, mientras el costo fijo por unidad varia con la producción”

De acuerdo con **Soto (2003)** “argumenta que los costos fijos son aquellos que no varían con el volumen de producción, por lo menos de ciertos límites, o también llamados carga se estructuras”

Características de los costos fijos.

1. Son controlables respecto a la duración del servicio que prestan a la empresa.
2. Están relacionados estrechamente con la capacidad instalada.
3. Están relacionados con un nivel relevante. Permanecen constantes en un amplio intervalo.
4. Están relacionados con el factor tiempo.
5. Son variables por unidad y fijos en su totalidad.

Se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

### **Costos variables**

Según **Gómez (2001)** “varían en forma proporcional a la producción o las ventas, tales como los materiales directos, la mano de obra directa cuando se pasa por una unidad producida y algunos costos indirectos de producción, tales como los suministros, el mantenimiento de equipos y máquinas, las comisiones etcétera.”

De acuerdo con **Acosta (2011)** Son “aquellos que varían al variar el volumen de Producción, los Costos Variables se mueven en la misma dirección del nivel de Producción”.

Los costos variables dentro de la empresa se dan siempre y cuando se produzca algo, pues está íntimamente ligado con el nivel de producción.

### **Costos Totales**

De acuerdo con **López (2004)** manifiesta que el costo total “representa el valor final invertido en un pro-ducto o en un servicio; se integra por las erogaciones realizadas en el área de operación y las del área de producción y distribución”

Según **Samuelson (1994)** ostenta que “los principales elementos de los costos de una empresa son sus costos fijos (que no varían cuando cambia su producción) y los variables (que aumentan cuando se eleva el nivel de producción) los costos totales son iguales a los costos fijos y variables:  $CT = CF + CV$ ”

Se puede deducir que los costos totales llegan a ser las sumas de todos los gastos incurridos durante el proceso de producción del bien o servicio incluido los indirectos.

#### **2.4.2.5. Factores de la Producción**

Según **Gallardo (2005)** menciona que los factores de producción son “los elementos que el hombre emplea en la actividad productiva destinada a la elaboración de bienes y servicios”

De acuerdo con **Camacho (2009)** “son los recursos o insumos que utilizan las empresas para llevar a cabo la actividad económica”

Se los considera factores de producción a todos los elementos cruciales que se utiliza para la elaboración de los bienes dentro de la empresa.

### **Tierra**

De acuerdo **Marshall (1890)** “Por tierra se entiende el material y las fuerzas que la naturaleza proporciona libremente para ayudar al hombre, en la tierra, en el agua, en el aire, y la luz.”

Según **Camacho (2009)** Conjunto de recursos naturales, no producidos por el hombre, que son utilizados en el proceso de producción. En general la existencia de recursos impulsa el crecimiento económico. Sin embargo:

1. Estos recursos no son inmutables
2. Fundamental propiedad recursos
3. Muchos recursos no son renovables

El factor Tierra se puede denominar como todo lo que puede extraer el hombre de la naturaleza para el proceso productivo.

### **Trabajo**

De acuerdo con **Gallardo (2005)** alude que el factor trabajo “es el más importante de los factores de producción puesto que combina todos los demás elementos del proceso productivo.”

Según **Ochoa (2009)** “son los el Conjunto de recursos humanos existentes en un territorio. En la actualidad menor importancia de la cantidad frente a otras características, recurso móvil cuando es poco cualificado

Se refiere al esfuerzo desarrollado por el hombre en la sociedad, para proveerse de los bienes que necesita para subsistir. Se incluye tanto el trabajo físico como el intelectual; es necesario mencionar también, que en el trabajo se incluyen otros factores tales como el grado de educación y preparación de las personas dedicadas a realizar actividades productivas.

## **Capital**

Según **Samuelson y Nordhaus (2005)** “el capital está formado por los bienes duraderos producidos que se utilizan, a su vez, como factores productivos en la producción adicional de bienes y servicios.”

De acuerdo con **Gallardo (2005)** “el término capital suele asociarse popularmente al dinero. Sin embargo, desde el punto de vista económico, es necesario distinguir entre el capital financiero y el capital físico.”

- . **Capital financiero** es el formado por el dinero que aportan los socios a la empresa, los préstamos que las empresas reciben de los bancos. En definitiva son los fondos que las empresas o unidades de producción reciben para ser invertidos.

- . **Capital físico** que hace referencia a los elementos físicos, las inversiones necesarias para desarrollar la actividad productiva

El capital suele ser de manera líquida o monetario, físico o social muy importante dentro de la empresa para que el proceso mantenga el rumbo de productividad.

## **Tecnología**

De acuerdo con **Ochoa (2009)** “se refiere al conjunto de conocimientos y métodos incorporados al proceso productivo para mejorar su eficiencia y su rentabilidad, la tecnología puede incorporarse a; los procesos y/o los productos”

Según **Montoya (2011)** “considera como un factor de relevancia en los últimos tiempos mediante la sustitución en un gran porcentaje de la mano de obra, así como los nuevos conocimientos incorporados al proceso productivo”

La tecnología dentro de la empresa puede elevar la capacidad competitiva, para lo cual se debe contar con maquinaria y herramientas renovadas para la producción.

#### **2.4.2.6. Materia prima**

Según **Ochoa (2009)** define a la materia prima como “aquellos materiales extraídos de la naturaleza, sean de origen animal (pieles, lana, cuero, etc.), que se emplean en una industria para transformarlos en los productos que se elaboran, es decir, en bienes de consumo.”

Según **Rojas (2007)** “considera la materia prima como el primer elemento de los costos de producción; se definen como aquellos materiales que se pueden identificar claramente, dentro del producto terminado y cuyo importe es considerable al momento del proceso productivo”.

Según **Sánchez (2009)** “Son los recursos naturales que utiliza la industria en su proceso productivo para ser transformados en producto semielaborado, en bienes de equipo o de consumo.”

En la misma línea de pensamiento del autor argumenta que existe una gran diversidad de materias primas que se clasifican según su origen, así podemos distinguir entre:

- a) **Origen orgánico:** procedentes de las actividades del sector primario (agricultura, ganadería, pesca o sector forestal).
- b) **Origen Inorgánico o mineral:** proceden de la explotación de los recursos mineros, siendo la base de las industrias pesadas y de base (metalurgia, siderurgia, químicas, construcción...). Su distribución es irregular sobre la corteza terrestre, existiendo minerales muy abundantes y otros que son más escasos
- c) **Origen químico:** podemos incluir como tercer tipo de materia prima a un grupo de materiales que no proceden directamente de la naturaleza sino que se obtienen artificialmente por procedimientos químicos, pero que sirven de base para otras muchas industrias, tales como los plásticos, o las fibras sintéticas.

Las materias primas son consideradas como todos los elementos que se transforman durante el proceso de elaboración del producto, las mismas pueden ser provisionadas por la naturaleza y directas para su consumo, mientras otras deberán sufrir cambios.

## **Calidad**

De acuerdo con **Ochoa (2009)** “la calidad de la materia prima a procesar cumple un rol fundamental porque permite obtener un producto y subproducto de mejor calidad a los que se les debe hacer también control de calidad para que lleguen al consumo con los requerimientos que el cliente demanda”

Según **Cuesta (2005)** “La calidad de los materiales que se obtienen para la producción de bienes es de gran importancia para la empresa ya que según la calidad de sus materias primas dará como resultado un producto final de calidad”.

Es de vital importancia contar con materia prima para la elaboración de los diferentes productos, pues son los elementos básicos que se transforman en bienes de consumo a través del uso de la mano de obra y de los costos indirectos de fabricación en el proceso de producción.

### **2.4.2.7. Mano de obra**

#### **Directa**

Según **Barfield (2005)** menciona que la mano de obra directa la constituye los individuos que trabajan específicamente en la fabricación de un producto o en la prestación de un servicio, que genere valor agregado en forma directa al producto o servicio final.

Según **Polimeni (1994)** “Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con este con finalidad y que representa un importe costo de obra en la elaboración del producto.”

Se la considera mano de obra directa, aquella consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio durante el proceso de fabricación del producto.

### **Indirecta**

De acuerdo con **López (2004)** “está constituida por el conjunto de los salarios devengados por los trabajadores cuya actividad se identifica plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos.”

Según **Castaño (2007)** “es el salario que se paga a trabajadores y empleados que ayudan de alguna manera a la elaboración del producto.”

La mano de obra indirecta llega a ser todos los costos indirectos de fabricación que se incurre para llegar al bien o servicio final que oferta la empresa.

## **2.5. Hipótesis**

¿Influye el poder de negociación en el costo de producción en las Pequeñas y Medianas empresas de muebles en la parroquia Huambaló Cantón Pelileo?

### **2.5.1. Hipótesis declarativa**

El Poder de Negociación incide significadamente en el Costo De Producción en las Pequeñas y Medianas empresas de muebles en la parroquia Huambaló Cantón Pelileo

## **2.6. Señalamiento de las variables**

### **Variable independiente**

Poder de Negociación

### **Variable Dependiente**

Costo de producción

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Enfoque de la Investigación

La presente investigación se encuentra enmarcada en el enfoque mixto, es decir cualicuantitativo, Según **Hernández (2006)** “El enfoque cualitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas. Por otro lado, el enfoque cualitativo se basa en un esquema inductivo y su método de investigación es interpretativo, contextual y etnográfico”.

Según **Gómez (2006)** “menciona que el enfoque mixto va más allá de la simple recolección de datos de diferentes modos sobre el mismo fenómeno, pues nos implica que desde el planteamiento del problema se mezclen la lógica inductiva y deductiva, logrando una perspectiva más precisa del problema en estudio”.

Para la realización del proyecto se adoptará el modelo de las dos etapas donde se aplica primero un enfoque y luego el otro de manera independiente. Al usar los dos enfoques, se enriquece la investigación con una perspectiva complementaria.

#### 3.2. Modalidad Básica de la Investigación

La presente investigación se lo va a realizar con fuente primaria, lo cual responde a las siguientes modalidades

##### 3.2.1. Investigación de Campo

Según **Grajales (2001)** esta investigación consiste en la cual “El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados”.

De acuerdo con **Arias (2006)** “es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios)”.

La investigación de campo se refiere al estudio sistemático de los hechos en el lugar en el que se desenvuelven las pequeñas y medianas empresas productoras de muebles de la parroquia Huambaló, de manera que el investigador tenga contacto directo con la realidad para obtener información veraz y precisa para el cumplimiento de la misma.

### ***3.2.2. Investigación Bibliográfica Documental***

Según **Marqueo (2000)** “la investigación documental se basa en conocimientos ciertos y fundamentados, en su mayoría son estudios o proyectos a realizar, con propuestas concretas y soluciones reales, no ficticias, aunque en ocasiones manejemos conocimientos empíricos pero ya comprobados”.

Según **Arias (2006)** “es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas”.

Es una investigación bibliográfica porque tiene apoyo en libros, tesis, proyectos de temas similares al tema en estudio para analizar, comparar y ampliar una nueva teoría que se ajuste a la realidad que se va a investigar.

## **3.3. Nivel o tipo de Investigación**

### ***3.3.1. Investigación Exploratoria***

Según **Hernández (2003)** “la investigación exploratoria se efectúa normalmente cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se ha bordado antes”.

De acuerdo con **Morales (2010)** “La función de la investigación exploratoria es descubrir las bases y recabar información que permita como resultado del estudio, la formulación de una hipótesis, son útiles por cuanto sirve para familiarizar al investigador con un objeto que hasta el momento le era totalmente desconocido”.

La investigación exploratoria es importante para mi investigación porque facilitará a identificar los problemas sobre el objeto de estudio, por lo que el investigador se pondrá en contacto con la realidad tomando en cuenta la opinión de los involucrados identificando el problema en el lugar de los hechos.

### ***3.3.2. Investigación Descriptiva***

Según **Hernández (2003)** “Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

De acuerdo con **Gutiérrez (1982)** “la descripción ayuda a aprehender las características externas que sirven para profundizar en el conocimiento objetivo del problema, sujeto de la investigación”.

Este tipo de investigación descriptiva permitirá realizar un análisis de los datos obtenidos en la investigación de campo logrando llegar a tomar los aspectos fundamentales del problema que se refiere al Poder de Negociación y su Incidencia en el Costo De Producción de Muebles en la Parroquia Huambaló.

### ***3.3.3. Investigación Explicativa***

Según **Guzmán (2012)** menciona esta investigación conocida también como causal “plantea objetivos para estudiar el porqué de las cosas, hechos, fenómenos o situaciones. Se analizan causa-efecto de la relación entre variables”

De acuerdo con **Morales (2010)** “Va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos pues está dirigida a indagar las causas de los problemas o situaciones objeto de estudio.

La investigación explicativa intenta dar cuenta de un aspecto de la realidad, explicando su significatividad dentro de una teoría de referencia, a la luz de leyes o generalizaciones que dan cuenta de hechos o fenómenos que se producen en determinadas condiciones.

#### ***3.3.4. Investigación Correlacional***

Según **Hernández (2006)** expone que la investigación correlacional “tiene como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular”.

Según **Gutiérrez (1982)** “mide dos o más variables, estableciendo su grado de correlación, pero sin pretender dar una explicación completa (de causa y efecto) al fenómeno investigado, sólo investiga grados de correlación, dimensiona las variables”.

La investigación correlacional me ayudará a encontrar las causas reales del fenómeno de estudio, permitiendo determinar la relación que existe entre ellas, permitiendo tener la idea clara y precisa para tomar las debidas correcciones dentro de las empresas en estudio.

### **3.4. Población y Muestra**

#### ***3.4.1. Población***

Según **Hernández (2003)** “Es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones del problema en estudio”.

De acuerdo **Galindo (2011)** “Una población es una colección completa de personas, animales, plantas o cosas de las cuales se desea recolectar datos. es el grupo entero al que deseamos sacar conclusiones”.

Para el siguiente trabajo investigativo se trabajara con una total de 105 empresas dedicadas a la producción de muebles en la Parroquia Huambaló Cantón Pelileo.

### 3.4.2. Muestra

De acuerdo con **Galindo (2011)** “Es un grupo de unidades seleccionadas de la población de acuerdo con un plan o regla, con el objetivo de obtener conclusiones sobre la población de la cual proviene”.

Según **Hernández (2003)** “Subgrupo de la población del cual se recolectan datos y debe ser representativo de dicha población”.

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población.

Fórmula para obtener la muestra

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Z^2 pq + Ne^2}$$

**n** = Tamaño de la muestra.....?

**P** = Probabilidad de ocurrencia.....0,5

**q** = Probabilidad de no ocurrencia.....0,5

**Z** = Nivel de confiabilidad.....1,96

**N** = Tamaño de la Población.....105

**e** = Error de muestreo.....0,05

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5)(0.5) * 105}{(1.96)^2 * (0.5)(0.5) + (105 * 0.05^2)}$$

$$n = 82.46$$

$$n = 82$$

Después de haber aplicado la correspondiente fórmula, como resultado vemos que tenemos que realizar las debidas encuestas a 82 empresas del total de la población, las mismas que se procederá a realizar mediante el método aleatorio simple.

### **3.5. Operacionalización De Las Variables**

Según **Hidalgo (2010)** define como “el procedimiento por medio del cual se pasa del plano abstracto de la investigación a un plano concreto, transformando la variable a categorías, las categorías a indicadores, los indicadores a ítems para facilitar la recolección de información por medio de un proceso de deducción lógica, todo esto para verificar o comprobar la hipótesis”.

De acuerdo con **Hernández (2013)** “Es un procedimiento de deducción lógica que desglosa el evento en indicios para construir ítems (preguntas) que integran cada uno de los instrumentos de recolección de datos, sobre el fenómeno o evento en investigación”.

Este paso es de suma importancia para la investigación, la misma nos permitirá conocer el estado de las empresas en realidad al momento de la comprobación de las hipótesis.

**Tabla 1:** Operacionalización de la Variable Independiente

Variable Independiente: <b>Poder de Negociación</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Categorías dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnica e instrumento</b>
Es la capacidad que tiene la una persona sobre otra con quien se está negociando, imponiendo sus condiciones y términos, los mismos que influyen para obtener mejores resultados durante este proceso.	Concentración de proveedores	Número de proveedores	¿Con cuántos proveedores cuenta usted?  ¿Cree usted que el número de proveedores son suficientes para el sector?	<b>Técnica</b>  Encuesta
	Disponibilidad de materiales	Cantidad  Calidad	¿Cuándo realiza una compra existe en stock lo necesario?  ¿Los materiales ofertados por su proveedor son de calidad?	
	Facilidad de pago	Plazos, créditos  Porcentaje, descuento	¿Cuál es la forma más usual de pago por compra de materiales?  ¿Al momento de adquirir sus productos recibe algún descuento?	<b>Instrumento</b>  Cuestionario
	Beneficios de adquisición	Nivel de satisfacción	¿Sus pedidos son atendidos oportunamente?	
	Atención al cliente	Tiempo de Entrega	¿Cómo califica usted la atención que recibe por parte de sus proveedores?	

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Tabla 2:** Operacionalización de la variable Dependiente

Variable Dependiente: <b>Costo de producción</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Categorías dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnica e instrumento</b>
Los costos de producción son todos los insumos que requieren las unidades económicas durante el proceso productivo para realizar la elaboración de bienes y servicios.	Costos variables	Mano de obra	¿La empresa cuenta con mano de obra calificada?  ¿Cuánto gasta por mano de obra en la producción de un juego de muebles?  ¿Cuál es el tiempo de trabajo que lleva la fabricación de un juego de muebles?	<b>Técnica</b>  Encuesta
		Materia prima	¿Cuánto gasta por materia prima directa en la producción de un juego de muebles?  ¿Existe diferencia significativa de precios entre proveedores?  ¿Considera que los costos en los que incurre la empresa para la fabricación de muebles son altos?	
	Costos fijos	Servicio eléctrico	¿Cuál es el valor mensual promedio que paga por energía eléctrica?	<b>Instrumento</b>  Cuestionario
		Edificios	¿Cuál es el valor de su infraestructura?	
		Maquinaria	¿Cuál es el valor de la maquinaria que posee?	

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

### **3.6. Recolección De La Información**

Según **Gallardo (1999)** menciona que debe “realizarse utilizando un proceso planeado paso a paso, para que de forma coherente se puedan obtener resultados que contribuyan favorablemente al logro de los objetivos propuestos”.

De acuerdo **Pardinas (2001)** “La recolección de información tiene que hacer con el concepto de medición, proceso mediante el cual se obtiene el dato, valor o respuesta para la variable que se investiga”.

La siguiente investigación se realizó mediante la técnica de la encuesta y utilizando un cuestionario como instrumento

#### ***3.6.1. Plan Para La Recolección De La Información***

Comprende el conjunto de elementos y estrategias a emplearse

**a) ¿para qué?** La recolección de información permitirá cumplir con el objetivo de Determinar la influencia el poder de negociación en el costo de producción de las pequeñas y medianas empresas productoras de muebles de la parroquia Huambaló, para generar mecanismos que permitan producir mayor cantidad de bienes a un menor costo.

**b) ¿De qué personas u objetos?** Los elementos que servirán como fuente de recolección de datos serán las diferentes empresas productoras de muebles de la parroquia Huambaló

**c) ¿Sobre qué aspectos?** La recolección de datos estará orientada sobre el poder de negociación y el costo de producción de muebles.

**d) ¿Quién o quiénes?** La obtención de la información será de responsabilidad del investigador y de algunos colaboradores hacia esta investigación

**e) ¿A quiénes?** Los individuos que proporcionaran la información serán los propietarios de las diferentes pequeñas y medianas empresas productoras de muebles de la parroquia Huambaló

f) **¿Cuándo?** El desarrollo del trabajo de campo se lo realizará durante el periodo del año 2013-2014

g) **¿Dónde?** El lugar seleccionado para la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de la información será la parroquia de Huambaló.

h) **¿Cuántas veces?** La técnica de recolección de la información será aplicada por una sola vez

i) **¿Cómo?** La técnica principal utilizada para obtener la información será la encuesta, por cuanto permite estudiar poblaciones mediante el análisis de muestras representativas a fin de explicar las variables de estudio y su frecuencia.

j) **¿Con que?** El instrumento que se utilizara será el cuestionario, el mismo que nos permitirá obtener la información de la fuente primaria.

### **3.7. Procesamiento De La Información**

#### ***3.7.1. Plan De Procesamiento De La Información***

Según **Sabino (1992)** menciona que el procesamiento de la información son “las técnicas eléctricas, electrónicas o mecanismos usados para manipular datos para el empleo humano o de máquinas; por lo tanto se puede concluir que son los elementos de información mediante el empleo de un sistema”.

De acuerdo con **Murria (2001)** “Define como la aplicación sistemática de una serie de operaciones sobre un conjunto de datos, generalmente por medio de máquinas, para explotar la información que estos datos representan”.

Para el caso del presente estudio el procesamiento de datos estará comprendido de la siguiente manera

a) Revisión Crítica de la información recogida; es decir una limpieza de la información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente, etc. además se verificará que todos los cuestionarios estén debidamente contestados

b) Repetición de la recolección

c) Tabulación o cuadro de variables según la hipótesis

**Representación tabla** se empleará si los datos numéricos requieren ser ordenados en filas y columnas, para tener una mejor comprensión

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Posible Respuesta	¿?	%
Posible Respuesta	¿?	%
Posible Respuesta	¿?	%

**Representación gráfica** facilitará la presentación de la información recopilada en una forma comparativa, sencilla y entendible para el lector, las mismas que se representará mediante un pastel.



### ***3.7.2. Plan De Análisis e Interpretación De Resultados***

Esta sección recopila los siguientes aspectos

a) Análisis de los resultados estadísticos; destacando la presencia de tendencias o relaciones de acuerdo con los objetivos e hipótesis planteados en la investigación todos los datos pasarán a ser analizados.

**b)** interpretación de los resultados; contando con el apoyo del marco teórico en los aspectos pertinentes, se describirá los resultados presentados en los cuadros estadísticos con el fin de llegar a una síntesis de los resultados obtenidos.

**c)** comprobante de hipótesis; para ello se aplicará el método estadístico que más se ajuste a la metodología seleccionada, para esta investigación la hipótesis se comprobará mediante la prueba del CHI-CUADRADO

**d)** establecimiento de conclusiones y recomendaciones; las conclusiones se derivan del cumplimiento de los objetivos específicos, mientras que las recomendaciones se derivan a su vez de las conclusiones establecidas.

## **CAPÍTULO IV**

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

#### **4.1/4.2. Análisis de los Resultados**

Para lograr llegar a los resultados se procedió a la recolección de la información en el lugar mismo de los hechos.

Durante la realización del trabajo de campo, el investigador aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario que contó de 26 preguntas cerradas todas referentes al tema de estudio propuesto, el mismo fue contestado por los productores de muebles de la parroquia de Huambaló, que corresponde a 82 personas según lo establecido en la muestra.

Al término del proceso desarrollado, se procedió a la tabulación y análisis de los respectivos resultados obtenidos, los que ayudaron a determinar conclusiones sobre las variables en estudio, además mediante la prueba del Chi-cuadrado se comprobó la hipótesis donde se aceptó la hipótesis alternativa, los resultados son los siguientes datos presentados a continuación:

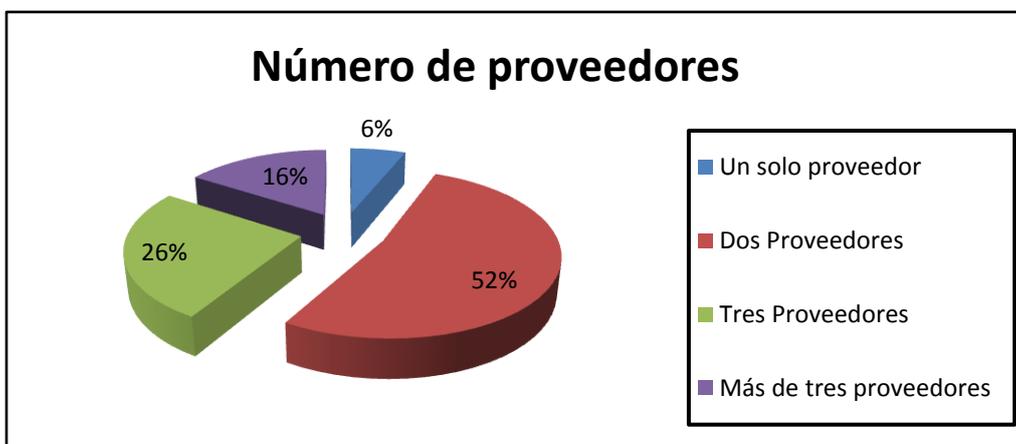
## 1. ¿Con cuántos proveedores cuenta usted?

**Tabla 3:** Número de proveedores

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Un solo proveedor	5	6%
Dos Proveedores	43	52%
Tres Proveedores	21	26%
Más de tres proveedores	13	16%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico 4:** Número de proveedores

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

### **Análisis e Interpretación:**

La grafica refleja que del total de las empresas encuestadas el 52% cuenta con dos proveedores, el 26% con tres proveedores, el 16% con más de tres proveedores, mientras que un 6% menciona que cuenta con un solo proveedor.

Los datos recopilados describen que la demanda de materiales para la fabricación de muebles es alta, la mayoría de empresas trabajan por lo menos con dos proveedores, a fin de no detener la producción de muebles dentro de su pequeña y mediana empresa.

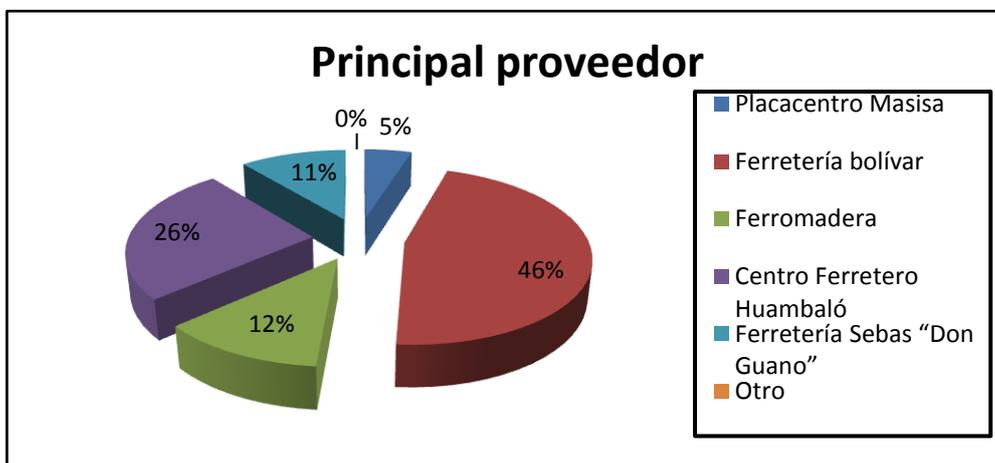
## 2. ¿Cuál es su principal proveedor?

**Tabla 4:** Principal proveedor

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Placacentro Masisa	4	5%
Ferretería Bolívar	38	46%
Ferromadera	10	12%
Centro Ferretero Huambaló	21	26%
Ferretería Sebas "Don Guano"	9	11%
Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico 5:** Principal proveedor

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

### Análisis e Interpretación:

Del total de empresas encuestadas, el 46% adquieren sus materiales en la ferretería bolívar, el 26% lo hace en Centro Ferretero Huambaló, el 12% en Ferromadera, el 11% compra en Ferretería Sebas, y el 5% en Placacentro Masisa.

Los datos demuestran que existen dos proveedores con acaparamiento del mercado, esto nos indica que tienen el mayor poder de negociación al momento de compra de materiales para la producción.

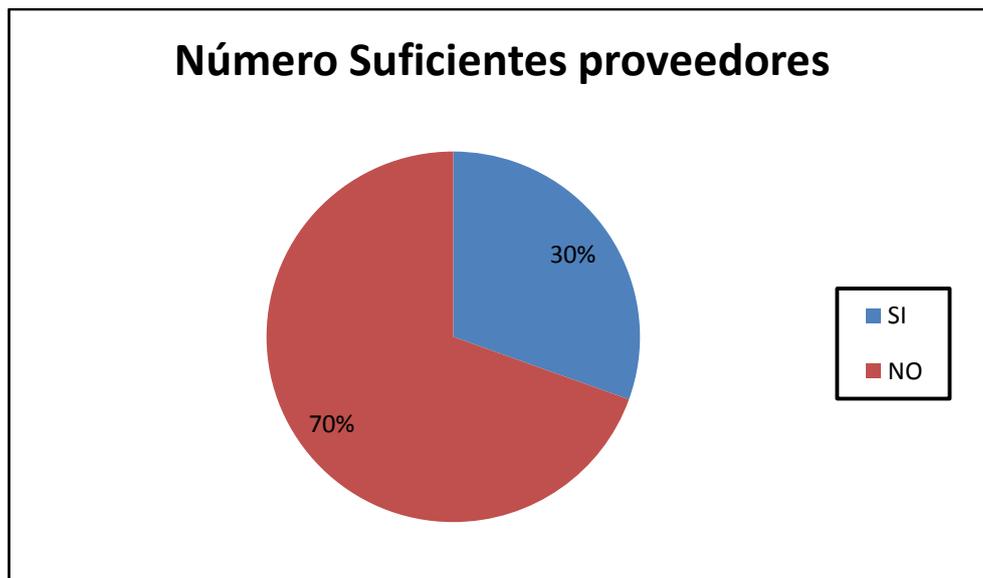
### 3. ¿Cree usted que el número de proveedores son suficientes para el sector

**Tabla 5:** Suficientes proveedores

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	25	30%
NO	57	70%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico 6:** Suficientes proveedores

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

#### **Análisis e Interpretación:**

Del total de las empresas encuestadas el 70% mencionan que el número de proveedores no son suficientes para el sector, mientras un 30% señalan lo contrario.

Los datos reflejan que la gran mayoría sugiere que si hacen falta más proveedores de materiales para la elaboración de los muebles, debido que al no tener muchos proveedores están sujetos a la conveniencia del vendedor ocasionando que se incremente el costo del producto final.

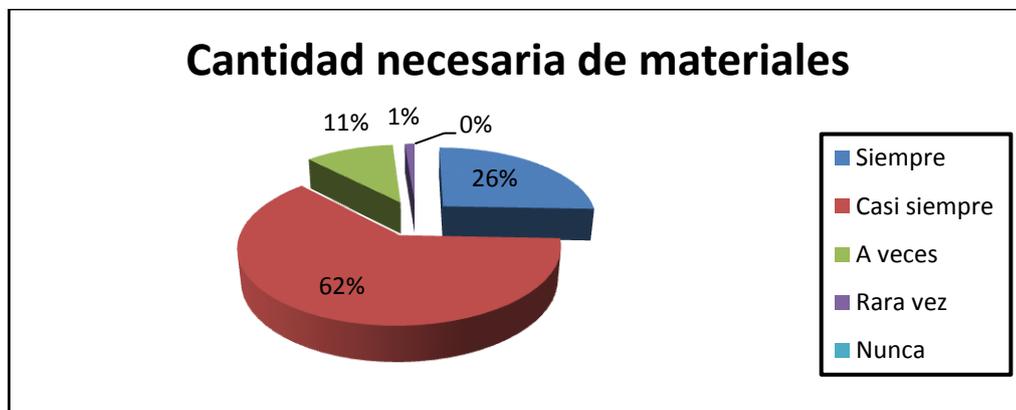
#### 4. ¿Existe la cantidad necesaria de materiales e insumos para lo que se produce?

**Tabla 6:** Cantidad necesaria de materiales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	21	26%
Casi siempre	51	62%
A veces	9	11%
Rara vez	1	1%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico 7:** Cantidad necesaria de materiales

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

#### **Análisis e Interpretación:**

Después de haber realizado las encuestas a las diferentes empresas, el 62% menciona que casi siempre existe la cantidad necesaria de materiales e insumos para la producción, el 26% afirma que siempre, el 11% dice que a veces, y el 1% alude que rara vez existe lo necesario.

Observamos que por lo general se debe acudir hacia otro lugar fuera del sector para adquirir todos los materiales para la fabricación de los muebles, por el hecho que no cuentan los proveedores internos con lo necesario para la producción de estos bienes.

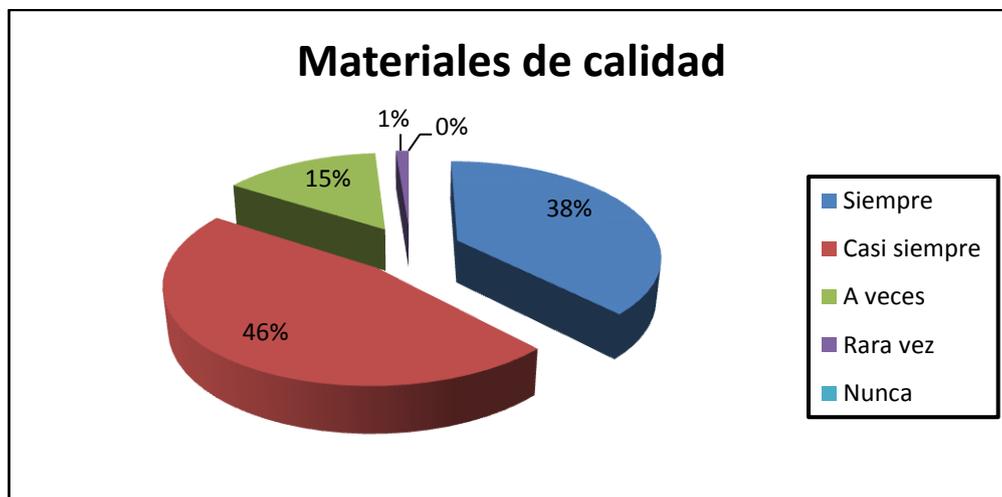
## 5. ¿Los materiales ofertados por su proveedor son de calidad?

**Tabla 7:** Materiales de calidad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	31	38%
Casi siempre	38	46%
A veces	12	15%
Rara vez	1	1%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico 8:** Materiales de calidad

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

### **Análisis e Interpretación:**

Del total de empresas encuestadas el 46% manifiesta que casi siempre los materiales ofertados por su proveedor son de calidad, el 38% afirma que siempre lo son, el 15% menciona que a veces, y el 1% que rara vez estos materiales son de calidad.

Los datos demuestran que los materiales ofertados por los proveedores no son completamente de calidad, lo cual implica salir hacia otros lugares a adquirir estos materiales de calidad, provocando un gasto adicional al producto final.

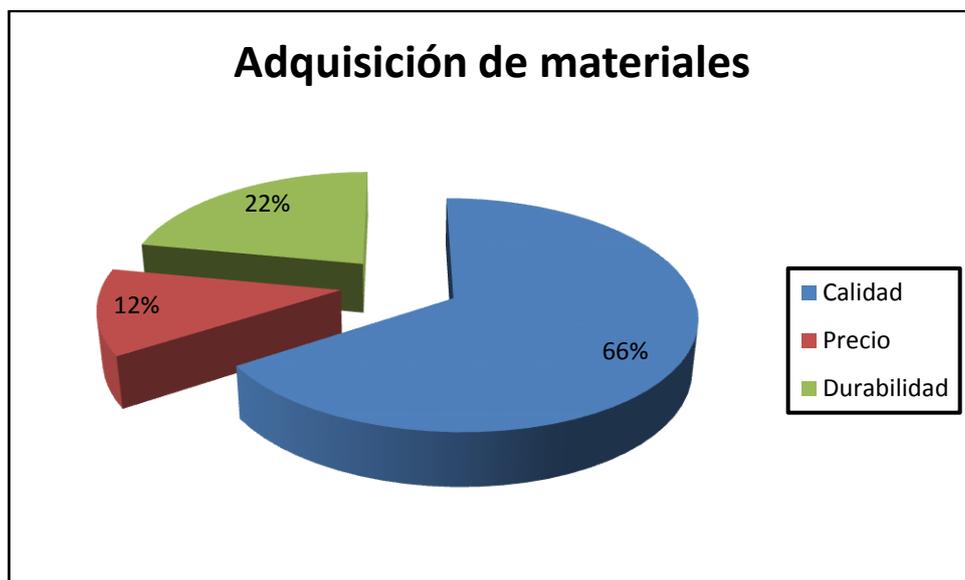
## 6. ¿De acuerdo a qué factor adquiere usted los materiales?

**Tabla 8:** Adquisición de materiales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	54	66%
Precio	10	12%
Durabilidad	18	22%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico 9:** Adquisición de materiales

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

### **Análisis e Interpretación:**

La grafica muestra que del total de empresas encuestadas el 66% adquiere los materiales por la calidad de los mismos, el 22% lo hace por su durabilidad, y el 12% se fija en el precio al momento de la compra.

La mayoría de empresas compran materiales de calidad con el propósito de ofertar un producto de óptimas condiciones, brindando garantía y seguridad hacia el cliente.

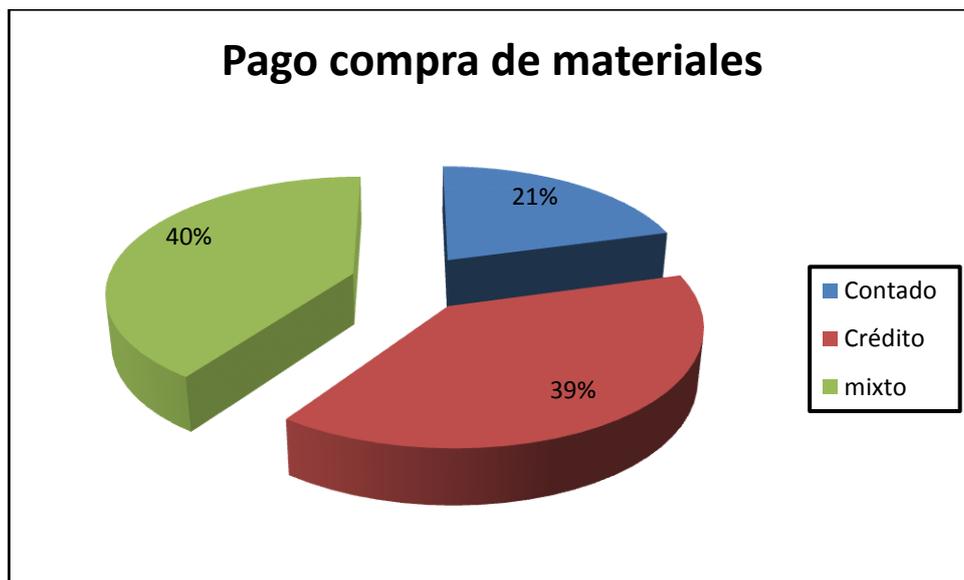
## 7. ¿Cuál es la forma más usual de pago por compra de materiales?

**Tabla 9:** Pago compra de materiales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Contado	17	21%
Crédito	32	39%
mixto	33	40%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico 10:** Pago compra de materiales

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

### **Análisis e Interpretación:**

Del total de empresas encuestadas el 40% realiza el pago de los materiales de forma mixta, el 39% tiene crédito, y el 21% cancela sus pedidos de contado.

Se puede identificar que las empresas no obtienen mucho acceso a crédito por parte de sus proveedores, al no contar con liquidez delimita el abastecimiento de materiales, que dificulta el proceso productivo de la empresa.

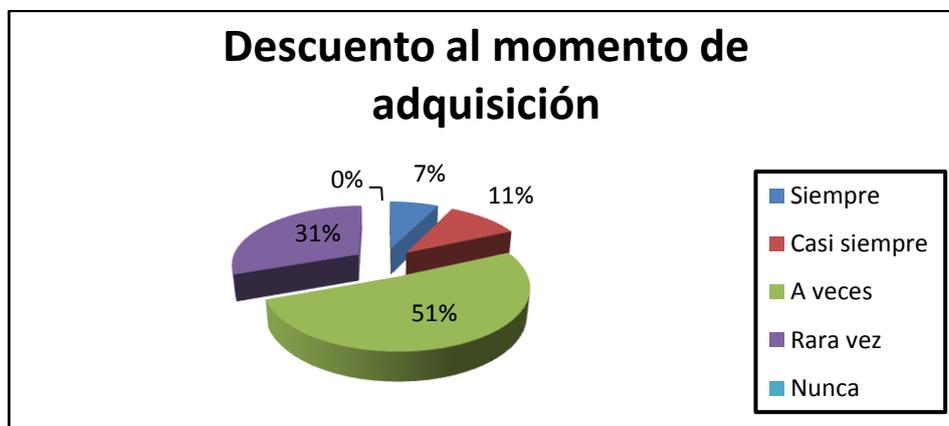
## 8. ¿Al momento de adquirir sus productos recibe algún descuento?

**Tabla 10:** Descuento al momento de adquisición

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	6	7%
Casi siempre	9	11%
A veces	42	51%
Rara vez	25	30%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico 11:** Descuento al momento de adquisición

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

### Análisis e Interpretación:

Después de haber realizado las encuestas a las empresas, el 51% menciona que a veces recibe algún descuento por la compra de materiales, el 31% rara vez, el 11% obtiene casi siempre, y el 7% afirma que siempre adquiere descuentos.

Como nos muestra los datos son muy pocas empresas que tienen siempre descuentos al momento de la compra de materiales, lo cual no beneficia de ninguna manera al costo de producción.

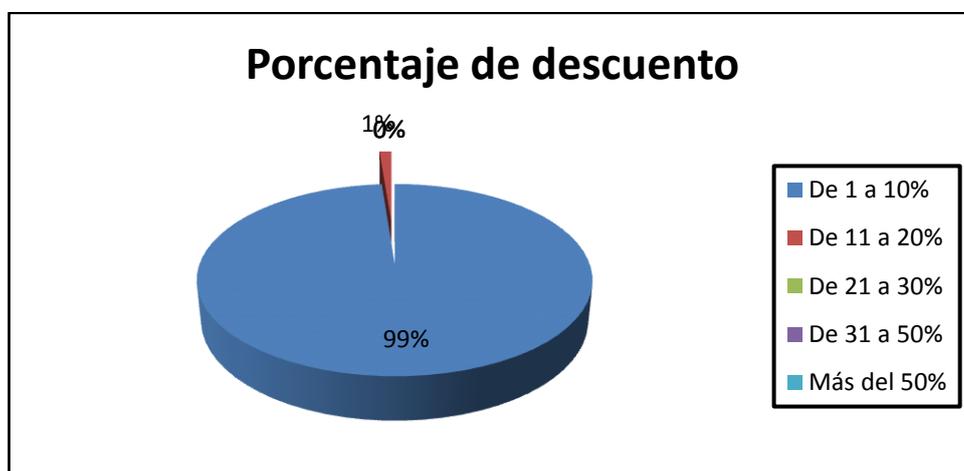
## 9. ¿Si recibe algún tipo de descuento en qué porcentaje obtiene el mismo?

**Tabla 11:** Porcentaje de descuento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 10%	81	99%
De 11 a 20%	1	1%
De 21 a 30%	0	0%
De 31 a 50%	0	0%
Más del 50%	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico 12:** Porcentaje de descuento

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

### Análisis e Interpretación:

Del total de las empresas encuestadas el 99% señalan que si reciben algún tipo de descuento al momento de sus compras, está entre 1y10%, mientras que el 1% manifiesta que recibe de 11 a 20%.

En realidad el descuento al que acceden los pequeños productores es mínimo, debido al poder que tienen los proveedores al momento de la compra de los materiales para la producción de muebles.

## 10. ¿Sus pedidos son atendidos oportunamente?

**Tabla 12:** Atención del pedido

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	31	38%
Casi siempre	49	60%
A veces	2	2%
Rara vez	0	0%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico 13:** Atención del pedido

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

### **Análisis e Interpretación:**

Según las encuestas realizadas el 60% de las empresas mencionan que sus pedidos casi siempre son atendidos, el 38% señala que siempre, y el 2% manifiesta que rara vez.

La mayoría de pedidos son atendidos oportunamente, lo cual demuestra cumplimiento por parte de los proveedores, más debemos tomar en cuenta que no todos los pedidos cumplen con los materiales requeridos por la empresa.

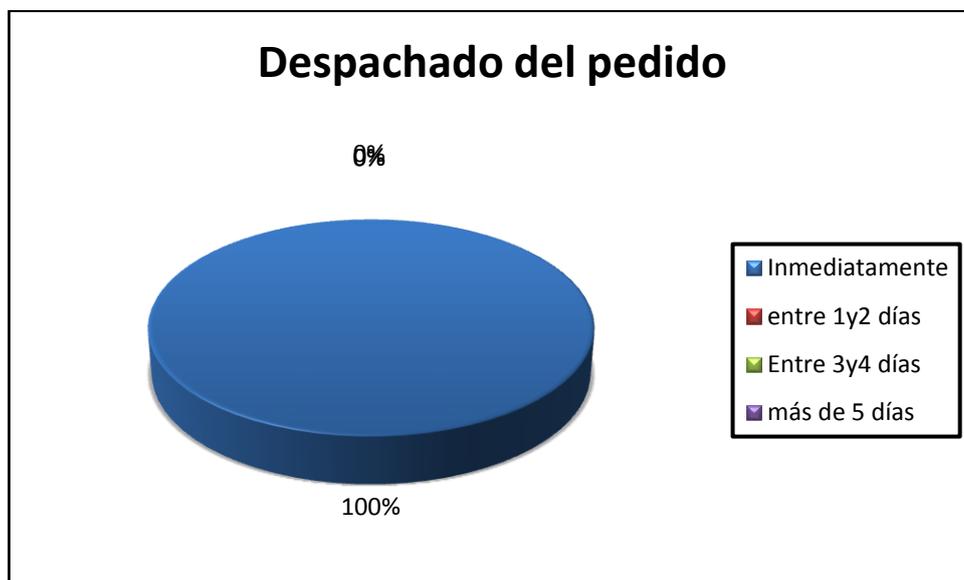
## 11. ¿En qué tiempo es despachado su pedido?

**Tabla 13:** Despachado del pedido

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Inmediatamente	82	100%
entre 1y2 días	0	0%
Entre 3y4 días	0	0%
más de 5 días	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico 14:** Despachado del pedido

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

### Análisis e Interpretación:

Del total de empresas encuestadas el 100% manifiesta que sus pedidos son despachados inmediatamente, lo cual significa ganancia para el proveedor.

Sin embargo se debe recalcar que lo que se despacha es las existencias que se tiene en stock, más no con todo lo que demanda el productor, lo cual implica pérdida para la empresa.

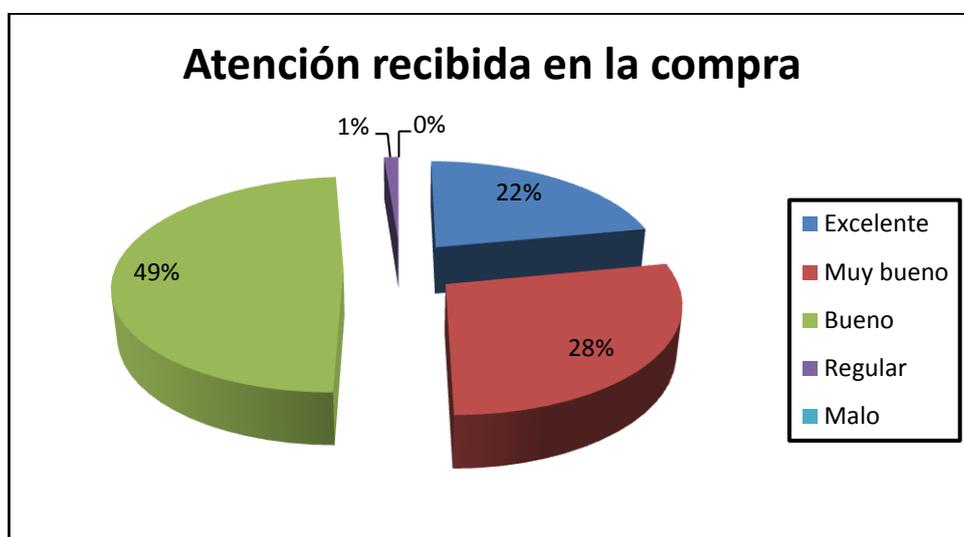
## 12. ¿Cómo califica usted la atención que recibe por parte de su proveedor?

**Tabla14:** Atención recibida en la compra

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	18	22%
Muy bueno	23	28%
Bueno	40	49%
Regular	1	1%
Malo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico15:** Atención recibida en la compra

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

### Análisis e Interpretación:

Del total de las empresas encuestadas podemos observar que el 49% califica de bueno la atención que recibe por parte de su proveedor, el 28% manifiesta que es muy bueno, el 22% menciona que es excelente, y el 1% lo califica de regular.

Podemos notar que no se tiene muchos inconvenientes y es muy aceptable la atención que brinda el proveedor al comprador.

### 13. ¿El proceso de producción de su empresa es?

**Tabla15:** Tipo de producción

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Artesanal	82	100%
Tecnificado	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico16:** Tipo de producción

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

#### **Análisis e Interpretación:**

La grafica refleja que el 100% de las empresas encuestadas realizan sus procesos productivos de fabricación de los muebles de manera artesanal.

Claramente observamos que las pequeñas y medianas empresas son de producción artesanal porque no cuentan con maquinaria tecnificada, esto provoca retrasos en el tiempo de fabricación del bien, y contribuye al incremento del costo de producción del mismo.

#### 14. ¿La empresa cuenta con mano de obra calificada?

**Tabla16:** Mano de obra calificada

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	82	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico17:** Mano de obra calificada

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

#### **Análisis e Interpretación:**

Después de haber realizado las encuestas a las diferentes empresas de muebles, el 100% manifiesta que cuenta con mano de obra calificada para la fabricación de estos productos.

Según los datos obtenidos reflejan que las empresas tienen una fortaleza interna al contar con mano de obra calificada, siendo este un factor importante en el cumplimiento de los objetivos de las mismas.

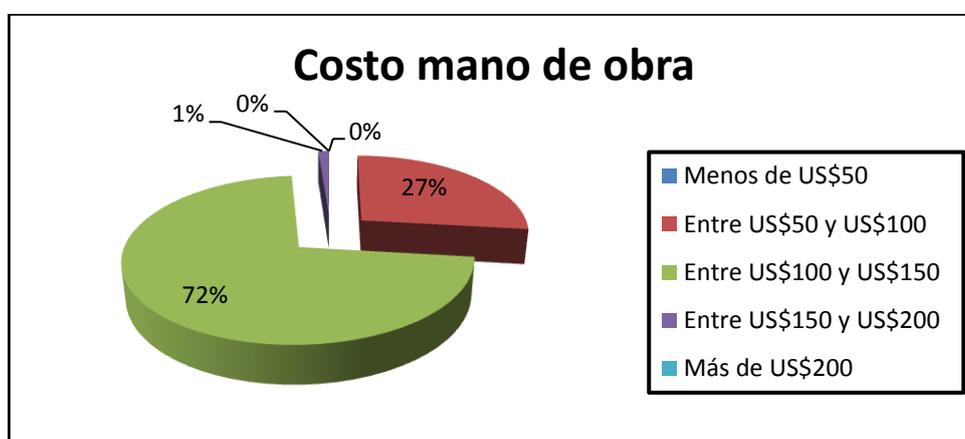
**15. ¿Cuánto emplea en mano de obra para la fabricación de un juego de dormitorio de dos plazas lineal?**

**Tabla17:** Costo mano de obra

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Menos de US\$50	0	0%
Entre US\$50 y US\$100	22	27%
Entre US\$100 y US\$150	59	72%
Entre US\$150 y US\$200	1	1%
Más de US\$200	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico18:** Costo mano de obra

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Análisis e Interpretación:**

Del total de empresas encuestadas el 72% mencionan que el gasto en mano de obra para la fabricación de un juego de dormitorio de dos plazas lineal esta entre los 100 y 150 dólares, el 27% está entre 50 y 100 dólares, y el 1% menciona que su gasto por mano de obra es de 150 a 200 dólares.

Según los datos la mano de obra directa es costosa, esto implica que las empresas cuentan con mano de obra calificada, por lo tanto se podría aprovechar de ella para poder crecer dentro del mercado el cual es muy competitivo.

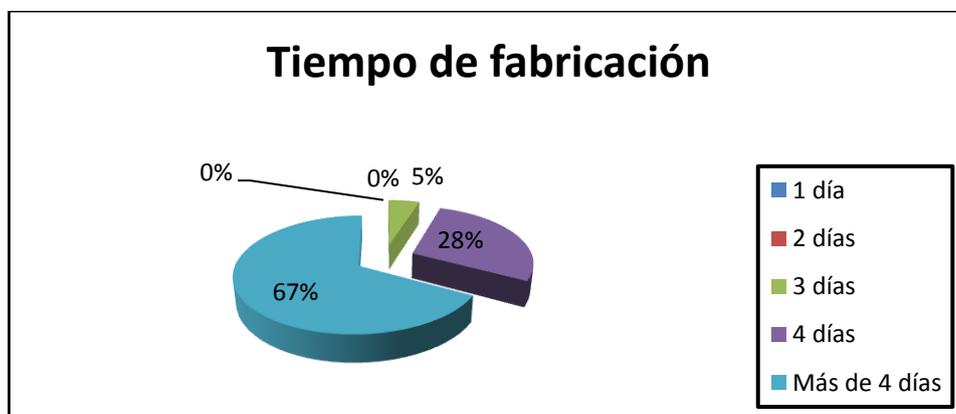
**16. ¿Cuál es el tiempo que lleva la fabricación del juego de dormitorio de dos plazas lineal?**

**Tabla18:** Tiempo de fabricación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 día	0	0%
2 días	0	0%
3 días	4	5%
4 días	23	28%
Más de 4 días	55	67%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico19:** Tiempo de fabricación

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Análisis e Interpretación:**

Según las encuestas realizadas a las empresas productoras de muebles, el 67% mencionan el tiempo que lleva la fabricación del juego de dormitorio de dos plazas lineal son más de 4 días, el 28% manifiesta que se demora 4 días, y el 5% señalan que es de 3 días.

La mayoría de empresas se demora más de 4 días en fabricar un juego de dormitorio, muchos insinúan que se debe al no contar con maquinaria adecuada o ineficiente, lo que incurre en costos más altos al proceso productivo de las empresas.

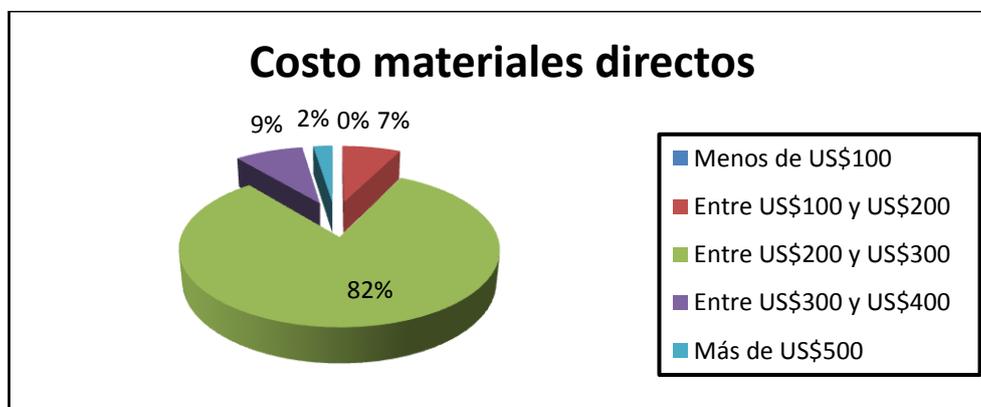
**17. ¿Cuánto emplea en materia prima directa en la producción de un juego de dormitorio de dos plazas lineal?**

**Tabla19:** Costo materiales directos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Menos de US\$100	0	0%
Entre US\$100 y US\$200	6	7%
Entre US\$200 y US\$300	67	82%
Entre US\$300 y US\$400	7	9%
Más de US\$500	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico20:** Costo materiales directos

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Análisis e Interpretación:**

Del total de empresas encuestadas el 82% mencionan que el gasto en materia prima directa para la fabricación de un juego de dormitorio de dos plazas lineal esta entre los 200 y 300 dólares, el 9% está entre 300 y 400 dólares, el 7% está entre 100 y 200 dólares y el 2% menciona que el gasto por materia prima directa es más de 500 dólares.

Los datos reflejan que al no existir un poder de negociación por parte de los productores, los diferentes proveedores de materiales imponen el precio de los mismos, provocando un aumento considerable en el costo de producción.

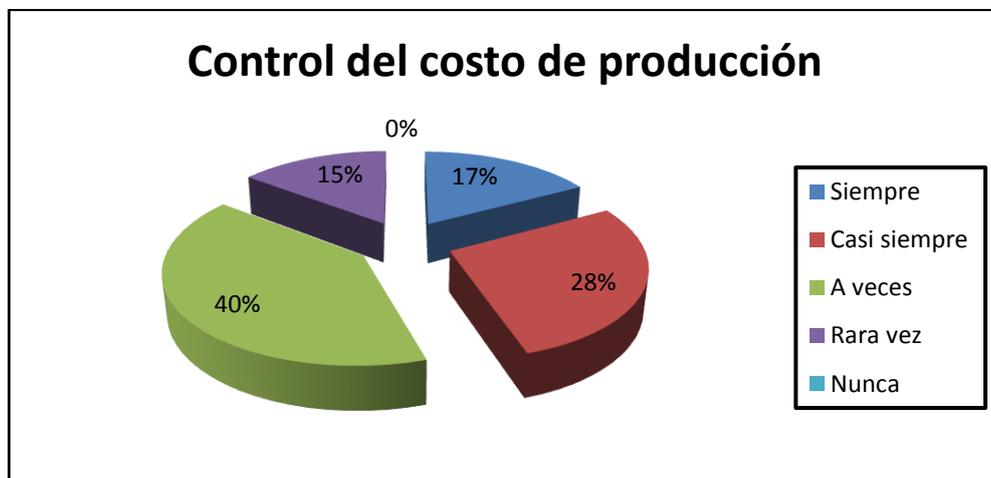
**18. ¿Se controla mensualmente los elementos del costo de producción de los muebles?**

**Tabla20:** Control del costo de producción

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	14	17%
Casi siempre	23	28%
A veces	33	40%
Rara vez	12	15%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico21:** Control del costo de producción

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Análisis e Interpretación:**

Del total de empresas encuestadas el 40% menciona que a veces controla los elementos del costo de producción de los muebles, el 28% lo hace casi siempre, el 17% lo controla siempre, y el 15% alude que rara vez realiza este control.

Los datos muestran que no se realiza un adecuado control en los elementos del costo de producción, lo cual podría tener repercusiones al momento de identificar el verdadero valor del costo de los muebles.

**19. ¿Cree usted que el costo de los materiales difieren significativamente entre proveedores?**

**Tabla21:** Variación de precios

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	82	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico22:** Variación de precios

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Análisis e Interpretación:**

Después de haber realizado las encuestas a las diferentes empresas, el 100% manifestaron que el costo de los materiales difiere significativamente entre proveedores.

Podemos observar que los proveedores tienen el poder de negociación en sus manos, lo cual le facilita subir o bajar el costo de los materiales para la producción del mueble.

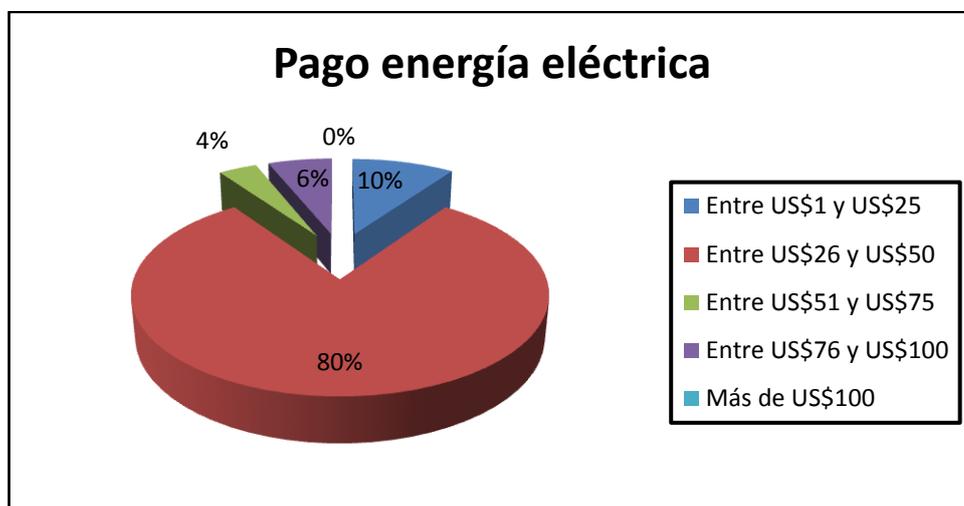
## 20. ¿Cuál es el valor mensual promedio que paga por energía eléctrica?

**Tabla22:** Pago energía eléctrica

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre US\$1 y US\$25	8	10%
Entre US\$26 y US\$50	66	80%
Entre US\$51 y US\$75	3	4%
Entre US\$76 y US\$100	5	6%
Más de US\$100	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico23:** Pago energía eléctrica

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

### **Análisis e Interpretación:**

Del total de empresas encuestadas el 80% menciona que el gasto mensual por energía eléctrica está entre los 26 y 50 dólares, el 10% está entre 1 y 25 dólares, el 6% está entre 76 y 100 dólares y el 4% alude que el gasto esta entre 51 y 75 dólares.

El costo de energía eléctrica puede variar de acuerdo a la magnitud de la empresa y nivel de producción.

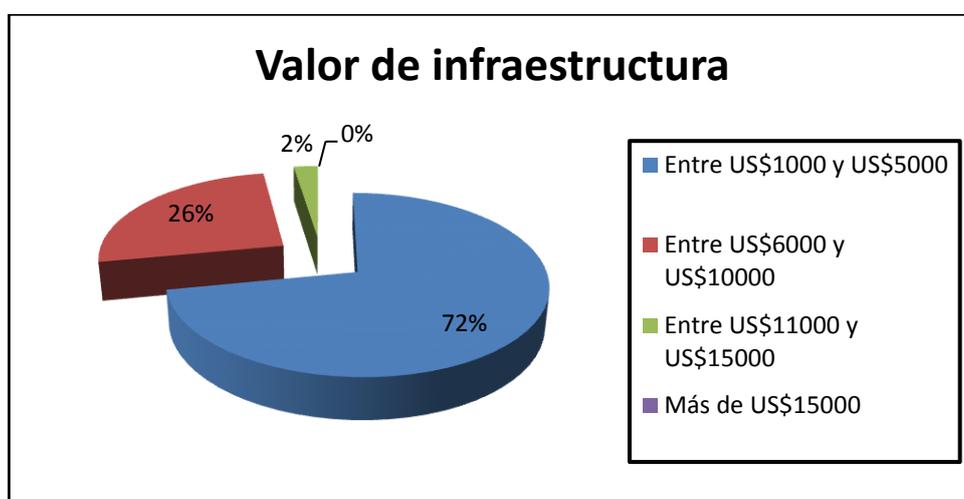
## 21. ¿Cuál es el valor de su infraestructura?

**Tabla23:** Valor de infraestructura

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre US\$1000 y US\$5000	59	72%
Entre US\$6000 y US\$10000	21	26%
Entre US\$11000 y US\$15000	2	2%
Más de US\$15000	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico24:** Valor de infraestructura

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

### Análisis e Interpretación:

Si observamos la gráfica nos muestra que el 72% de las empresas encuestadas cuentan con un valor de su infraestructura entre los 1000 y 5000 dólares, el 26% está entre los 6000 y 10000 dólares, y tan solo un 2% se encuentra entre los 11000 y los 15000 dólares.

Según los datos recopilados nos damos cuenta que la gran mayoría de las empresas no poseen la infraestructura adecuada para la producción de los muebles.

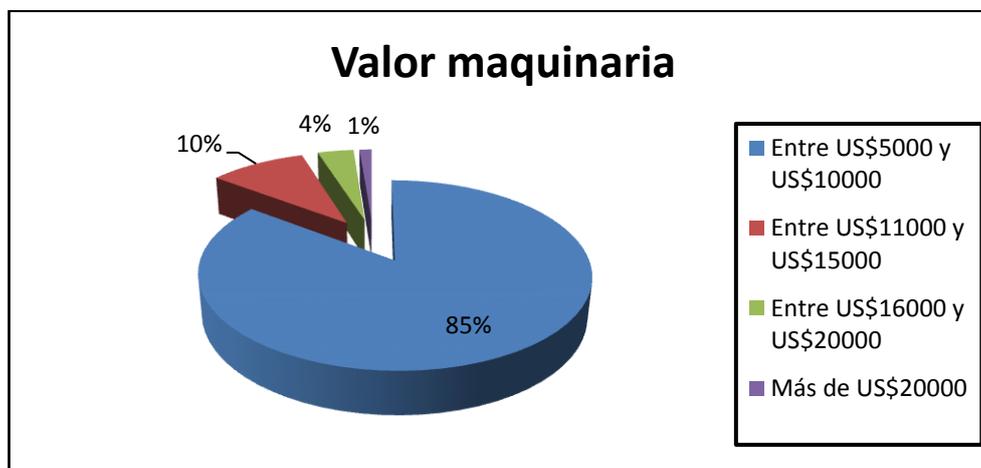
## 22. ¿Cuál es el valor de la maquinaria que posee?

**Tabla24:** Valor maquinaria

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre US\$5000 y US\$10000	70	85%
Entre US\$11000 y US\$15000	8	10%
Entre US\$16000 y US\$20000	3	4%
Más de US\$20000	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico25:** Valor maquinaria

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

### **Análisis e Interpretación:**

Del total de las empresas encuestadas el 85% mencionan que el valor de la maquinaria que posee esta entre 5000 y 10000 dólares, el 10% se encuentra entre los 11000 y 15000 dólares, el 4% está entre los 16000 y 20000 dólares, y tan solo el 1% tiene más de 20000 dólares en maquinaria.

La mayoría de empresas cuenta con la maquinaria principal para la producción, mas no con la necesaria y tecnológica que deberían tener para lograr ser más eficientes dentro del proceso productivo.

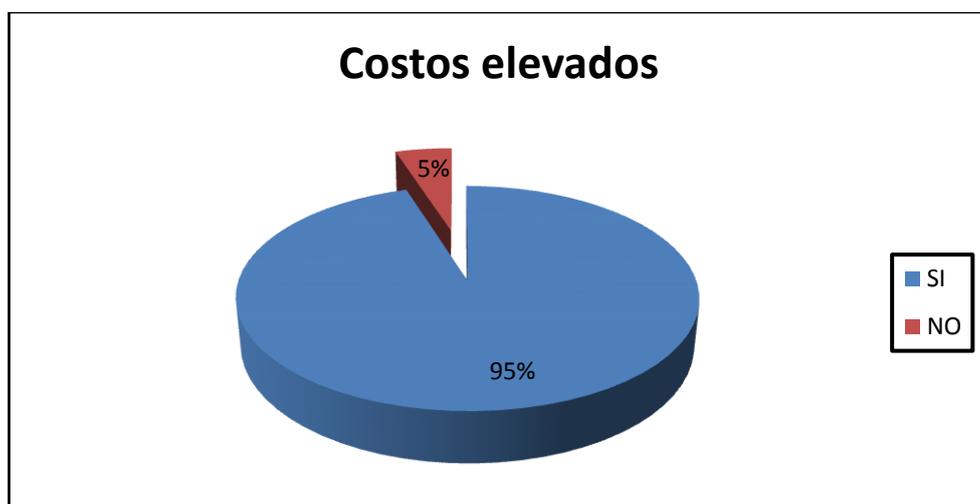
**23. ¿Considera usted que los costos en los que incurre la empresa para la fabricación de muebles son altos?**

**Tabla25:** Costos elevados

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	78	95%
NO	4	5%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico26:** Costos elevados

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

### **Análisis e Interpretación:**

Del total de las empresas encuestadas el 95% consideran que los costos en los que incurre la empresa para la fabricación de muebles son altos, y el 5% piensa lo contrario.

Si observamos los datos en la gráfica, nos damos cuenta que casi todas las empresas tiene costos altos, esto se da por los elevados precios de los materiales directos para su fabricación que ofertan los proveedores.

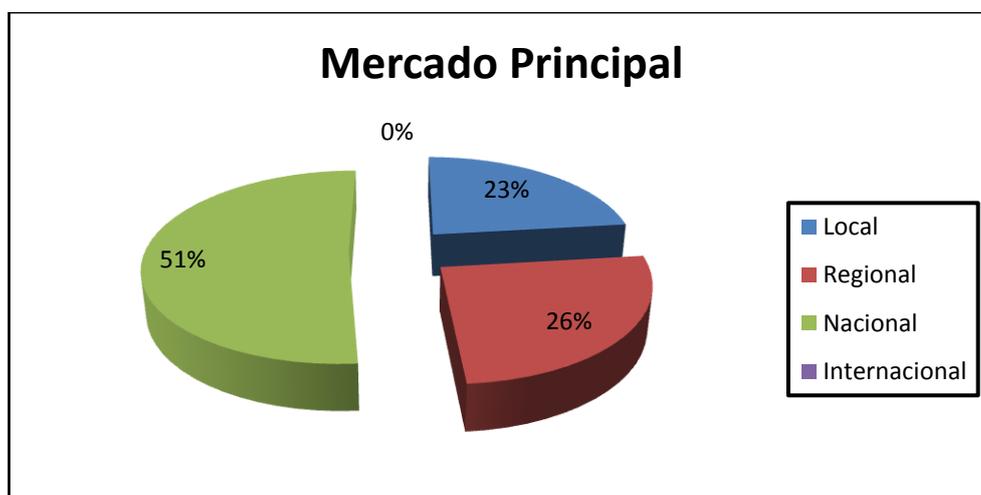
## 24. ¿Cuál es el principal mercado que adquiere sus productos?

**Tabla26:** Mercado Principal

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Local	19	23%
Regional	21	26%
Nacional	42	51%
Internacional	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico27:** Mercado Principal

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

### **Análisis e Interpretación:**

Después de la realización de las encuestas a las diferentes empresas, el 51% menciona que sus productos son adquiridos por el mercado nacional, el 26% se comercializa localmente y el 23% restante es vendido internamente.

Se puede concluir que el mueble Huambaleño es muy aceptado a nivel nacional, sin embargo los elevados costos de producción están limitando el crecimiento de las empresas y evitando la expansión hacia otros mercados incluso a los del exterior.

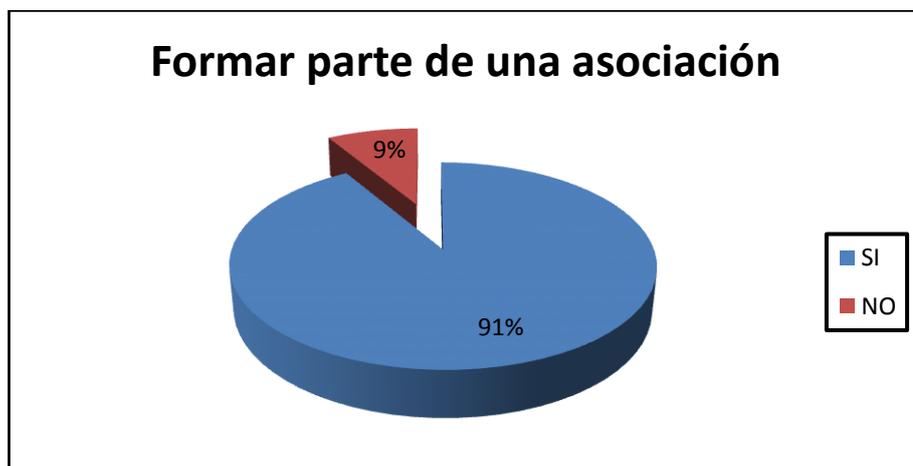
**25. ¿Estaría usted de acuerdo a formar parte de una asociación de productores de muebles con el objeto de disminuir los costos de producción?**

**Tabla27:** Formar parte de una asociación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	75	91%
NO	7	9%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico28:** Formar parte de una asociación

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

**Análisis e Interpretación:**

Del total de las empresas encuestadas el 91% está de acuerdo a formar parte de una asociación de productores de muebles con el objeto de disminuir los costos de producción, y tan solo el 9% menciona que no está de acuerdo en ser parte de la asociación.

Los datos que se observa en los grafica muestran claramente el interés que tienen las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción de muebles, en formar parte de una asociación con el objetivo de reducir el costo, al mismo tiempo de ser más competitivos dentro del mercado.

**26. ¿Considera usted que al formar parte de una asociación puede incrementar los beneficios en la producción?**

**Tabla28:** Beneficios siendo parte de la asociación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	76	93%
NO	6	7%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire



**Gráfico29:** Beneficios siendo parte de la asociación

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a la encuesta realizada a las diferentes empresas, el 93% considera que al formar parte de una asociación puede incrementar los beneficios en la producción, y el 7% menciona lo contrario.

La mayoría de empresas sugiere que al ser parte de una asociación, podrían tener mayores ventajas y más beneficios al momento del proceso productivo de muebles, además de crecer internamente como empresa.

### 4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Para apoyar este estudio se procede a realizar la verificación de las hipótesis, la misma que toma como referencia las preguntas N.- 3 y la N.- 23 de la encuesta realizada hacia los productores de muebles de la Parroquia Huambaló.

#### 4.3.1. Planteamiento de Hipótesis

**H0:** El Poder de Negociación no incide en el Costo de Producción de Muebles de Las Pequeñas y Medianas Empresas de la Parroquia Huambaló.

**H1:** El Poder de Negociación incide en el Costo de Producción de Muebles de Las Pequeñas y Medianas Empresas de la Parroquia Huambaló.

#### 4.3.2. Elección de la prueba estadística

La información recogida se someterá a un análisis estadístico conocido como la del Chi-Cuadrado, el cual permitirá aceptar o rechazar la hipótesis.

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Dónde:

$\chi^2$  = Chi-Cuadrado

$\sum$  = Sumatoria

**O** = Datos Observados

**E** = Datos Esperados

### 4.3.3. Combinación de Frecuencias

#### 3. ¿Cree usted que el número de proveedores son suficientes para el sector

**Tabla5:** Suficientes proveedores

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	25	30%
NO	57	70%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

#### 23. ¿Considera usted que los costos en los que incurre la empresa para la fabricación de muebles son altos?

**Tabla25:** Costos elevados

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	78	95%
NO	4	5%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

### 4.3.3.1. Frecuencias Observadas

**Tabla29:** Frecuencias Observadas

<b>Preguntas/ Respuestas</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>TOTAL</b>
¿Cree usted que el número de proveedores son suficientes para el sector?	25	57	82
¿Considera usted que los costos en los que incurre la empresa para la fabricación de muebles son altos?	78	4	82
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>61</b>	<b>164</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Miguel Angel Freire

### 4.3.3.2. Frecuencias Esperadas

**Tabla30:** Frecuencias Esperadas

<b>Preguntas/ Respuestas</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>TOTAL</b>
¿Cree usted que el número de proveedores son suficientes para el sector	51,5	30,5	82
¿Considera usted que los costos en los que incurre la empresa para la fabricación de muebles son altos?	51,5	30,5	82
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>61</b>	<b>164</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

### 4.3.3.3. Tabla de cálculo para el Chi-Cuadrado

**Tabla31:** Cálculo Chi-cuadrado

<b>FO</b>	<b>FE</b>	<b>FO-FE</b>	<b>(FO-FE)^2</b>	<b>(FO-FE)^2/FE</b>
25	51,5	-26,5	702,25	13,64
57	30,5	26,5	702,25	23,02
78	51,5	26,5	702,25	13,64
4	30,5	-26,5	702,25	23,02
<b>164</b>	<b>164</b>	<b>0</b>	<b>2809</b>	<b>73,32</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

### 4.3.4. Nivel de significancia

El nivel de significancia con el cual se trabajo es de 5%; es decir del 0.05%, se procede a calcular los grados de libertad.

**Dónde:**

**gl:** grados de libertad

**n:** número de filas

**m:** número de columnas

Por lo tanto tenemos:

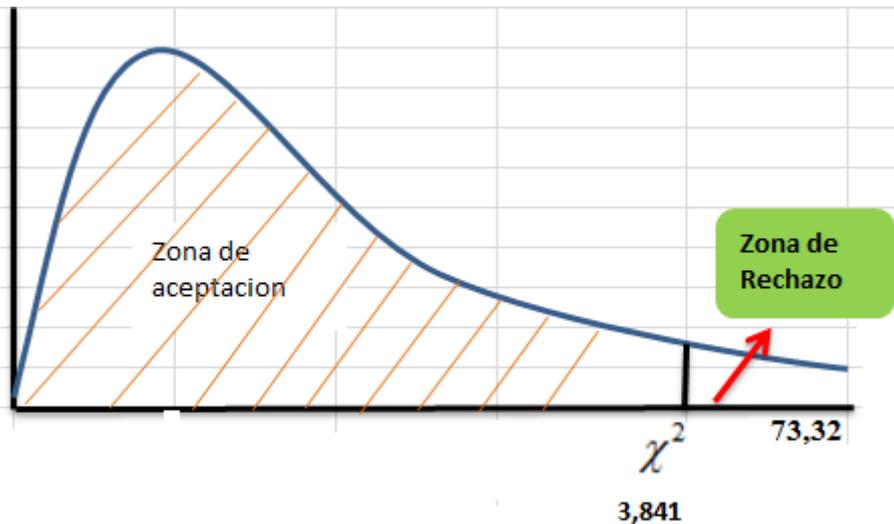
gl: (F-1) (C-1)

gl: (2-1) (2-1)

gl: (1) (1)

gl: 1

Entonces tenemos que  $G1 = 1$ ; y el nivel de significación  $\alpha = 0,05$



En la tabla de distribución se encontró el valor de  $X^2$ , el mismo que equivale a 3,841

#### 4.3.5. Regla de Decisión

Después de haber realizado el análisis respectivo, se llegó a determinar que el valor de  $X^2_c = 73,32 > X^2_t = 3,841$  con un nivel de confianza del 95% y un alfa de error del 0.05, determinando que se rechazó la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ , lo cual indica que el Poder de Negociación incide significativamente en el Costo de Producción de Muebles de Las Pequeñas y Medianas Empresas de la Parroquia Huambaló.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES**

Después de haber recopilado y tabulado las encuestas se llegó a determinar las siguientes conclusiones:

- El número de proveedores que existen actualmente en el mercado no es lo suficiente para el sector, determinando la existencia de únicamente 5, esto acarrea muchos problemas debido a que las empresas productoras son en un número significado bordeando las 105, que demandan una gran cantidad de insumos para la producción de estos bienes.
- Los costos de los materiales directos para la elaboración de los muebles son altos y algunos de estos son escasos en el mercado local, muchas de las veces ocasiona una para del proceso productivo de las empresas, impidiendo que los pedidos sean entregados dentro del tiempo establecido, elevando el costo de producción e incidiendo negativamente en el servicio al cliente.
- Existe acaparamiento del mercado local por parte de los proveedores de los diferentes insumos utilizados en la fabricación de los muebles, limitando el poder de negociación a las empresas al momento de las respectivas compras.
- La mayoría de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la fabricación de muebles de la parroquia Huambaló no cuentan con maquinaria

tecnificada, razón por la cual se continúa fabricando de manera artesanal, propiciando a su vez mayor tiempo y dinero en la elaboración del mueble.

- Las empresas productoras en su gran mayoría están de acuerdo en formar y ser parte de una asociación, con el objetivo de disminuir los costos de producción, cumplir sus objetivos y llegar a ser más competitivos dentro del mercado.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

Se recomienda a las pequeñas y medianas empresas de fabricación de muebles de la parroquia Huambaló:

- Comprar los materiales directos a diferentes proveedores inclusive foráneos y si la capacidad de pago lo permite en mayores proporciones, logrando obtener descuentos en la mayoría de materiales adquiridos.
- Establecer convenios entre los proveedores de los materiales directos usados para la producción y las empresas productoras, para lograr estabilizar los precios y controlar en parte a los intermediarios.
- Elaborar un sistema de control para los diferentes procesos de producción, los mismos que ayuden a determinar el costo real de los muebles.
- La adquisición de maquinaria tecnificada, tratando de disminuir el desperdicio de los materiales, como también el tiempo que lleva la elaboración del mueble.
- Formar parte de una asociación, la cual permitirá a los productores mejorar y ampliar el acceso a materiales directos e incrementar los canales de comunicación entre ellos, impulsando al desarrollo de la producción y reduciendo sus costos, con lo cual se logrará mayores beneficios hasta gozar una mejor calidad de vida familiar.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1. Datos Informativos**

##### **Tema de la Propuesta:**

Modelo de creación de una asociación de productores de muebles de madera en la Parroquia Huambaló que permita un mayor acceso al mercado buscando eficiencia y minimizando costos de producción.

##### **Institución Ejecutora:**

Pequeñas y Medianas Empresas dedicadas a la Elaboración de muebles de madera de la parroquia Huambaló

##### **Beneficiarios:**

Los dueños de las pequeñas y medianas empresas, sus trabajadores, y por su puesto el cliente final.

##### **Ubicación:**

Parroquia: Huambaló

Cantón: Pelileo

Provincia: Tungurahua

##### **Tiempo estimado para la ejecución:**

**Fecha de Inicio:** del 01 de diciembre del 2013

**Fecha Final:** 28 de febrero del 2014

**Equipo técnico responsable:**

El investigador, los propietarios de las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción de muebles de madera de la parroquia de Huambaló, además de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) como ente regulador de las asociaciones.

**6.2. Antecedentes de la Propuesta**

En un mundo tan globalizado donde las empresas deben estar en constante innovación para que la competencia no le despoje del mercado, la aplicación de estrategias serán las que decidan si se mantiene o no en él; para las pequeñas y medianas empresas este reto es muy grande, por lo que en los últimos tiempos se ha visto la agremiación de ellas, dando excelentes resultados de cuando producían de manera individual.

La creación de asociaciones en diferentes lugares de nuestra provincia y país, ha significado mejoras en la producción de los bienes, todo esto debido que se produce de una forma más organizada y tecnificada, brindando mayores beneficios a todas las personas relacionadas con algún tipo de bien que se dedican a producir.

Los datos recolectados y analizados mediante la encuesta realizada a los propietarios de las pequeñas y medianas empresas, permitieron identificar con mayor veracidad el problema que afecta al momento de la producción de muebles en el sector; el factor fundamental radica en un acaparamiento de mercado por parte de los proveedores, dando como resultado precios altos en los materiales, repercutiendo directamente al costo de producción del mueble.

Al mismo tiempo las conclusiones y recomendaciones demuestran que la mayoría de empresas están de acuerdo en ser parte de una asociación, para disminuir los costos de producción, cumplir sus objetivos, expandir el mercado, y llegar a ser más competitivos.

### **6.3. Justificación**

A nivel empresarial los costos de producción siempre han sido un problema fundamental para las diferentes empresas en desarrollo, peor aun cuando existe un acaparamiento de mercado por parte de los proveedores de las materias primas y demás materiales para la elaboración de estos bienes, esta es la realidad que actualmente tienen las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la fabricación de muebles de la Parroquia Huambaló.

Con el objetivo de dar solución al problema encontrado dentro de esta investigación se propone la creación de una asociación de productores de muebles, la misma que contribuirá a que las empresas estén organizadas de mejor manera, reduzcan la cadena de intermediarios adquiriendo materiales de óptima calidad a un precio más bajo, tendrían acceso a créditos asociativos entre otros.

Los productores de muebles de la Parroquia Huambaló al formar parte de un gremio de productores lograrían complementarse como un buen equipo de trabajo, con ideas, conocimientos, experiencia e iniciativa claras y contundentes que permita tener un semillero de alternativas de mejora o de corrección de fallas en el cual se estaba errando, permitiendo el crecimiento económico y productivo del sector.

Además la creación de la asociación ayudará que adopten medidas que le permitirá producir muebles de óptima calidad a un menor costo logrando ser más competitivos dentro del mercado.

### **6.4. Objetivos**

#### ***6.4.1. Objetivo General***

- Determinar un modelo de creación de una asociación de productores de muebles de la parroquia Huambaló, la misma que permita la disminución de los costos de producción y acceso a materias primas a las pequeñas y medianas empresas dedicadas a este tipo de actividad.

#### ***6.4.2. Objetivos Específicos:***

- Diagnosticar el problema situacional de las pequeñas y medianas empresas de muebles de la Parroquia Huambaló.
- Diseñar el modelo de creación de una asociación de productores de muebles.
- Socialización de la creación de la asociación de productores de muebles a la Parroquia.

### **6.5. Análisis de Factibilidad**

#### ***6.5.1. Factibilidad Política***

Los productores de muebles de la parroquia Huambaló se encuentran de acuerdo en formar parte de la asociación, además estará regulado bajo la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) porque es esta institución la que promueve la creación de asociaciones, todo esto a fin de lograr llevar a cabalidad la propuesta planteada.

#### ***6.5.2. Factibilidad Organizacional***

Existen muchas maneras de competir dentro del mercado, al ser parte de una asociación todos los productores se apoyaran e intercambiaran conocimientos y estrategias de producción, que permitan condiciones organizativas necesarias para el cumplimiento de las metas planteadas, siendo muy beneficiosas para todos los asociados.

#### ***6.5.3. Factibilidad Ambiental***

El habitar con armonía con el medio ambiente es compromiso de todos, por lo que se impulsará a que trabajen con materias primas prefabricadas, a la reutilización en su gran mayoría de los materiales, compra de insumos con sello verde; tratando de disminuir en menor proporción el daño al ecosistema.

#### ***6.5.4. Factibilidad Económico-Financiero***

La propuesta planteada es factible debido a que se dispone los recursos económicos y financieros necesarios para realizar todas las actividades que se propone alcanzar, para lo cual se elaborara un presupuesto donde se detalle todas las actividades, estos valores estarán cubiertos por los asociados, pues se cuenta con el total apoyo de los involucrados.

#### ***6.5.5. Factibilidad Socio-Cultural***

La Parroquia Huambaló es considerado durante los últimos como la capital del mueble, los productores muestran gran interés en formar parte de esta asociación para seguir manteniendo prestigio y reconocimiento de la parroquia en lo referente a la fabricación del mueble, por todos estos acontecimientos la propuesta se considera muy factible además generará mayor crecimiento y bienestar a las empresas como a su población.

#### ***6.5.6. Factibilidad Legal***

La asociación está basada de acuerdo a lo que dispone en primera instancia la Constitución de la República del Ecuador, los parámetros y requisitos por parte de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), los estatutos internos y todas la reglas que se encuentren vigentes para que su funcionamiento no tenga ningún inconveniente; pues el único objetivo de la asociación es buscar el mayor de los beneficios para todos los productores de muebles de la parroquia Huambaló.

En la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011) “Art. 3.- La presente Ley tiene por objeto:

- a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado;
- b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay;

c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario;

d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y,

e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento”.

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

### **Economía Solidaria**

Según **Dinamia (2010)** “La Economía Social es el ejercicio de actividad económica y empresarial en el ámbito privado mediante la asociación de personas que, conforme a unos principios participativos y sociales, encaminan su acción al interés colectivo de sus miembros; pero también, en su caso, al interés general, tanto económico como social”.

De acuerdo con **Zúñiga (2012)** “es una forma distinta de hacer economía, de vender, ganar y repartir las ganancias, expone que existen varios principios que hay q tomar muy en cuenta”:

- . Respeto por la dignidad de la persona humana Este principio consiste en reconocer las necesidades y valores de la persona.
- . Autorrealización de los actores económicos Hay que promover el desarrollo integral, a escala humana, sustentable, sostenida y autodependiente de todos los que trabajan en la ESS.
- . Participación organizada y solidaria de las y los asociados La participación en la ESS debe ser democrática para construir una sociedad justa, dinámica y auto determinante. Tal participación debe ser activa, libre y voluntaria, consciente y deliberada, intensa y productiva.
- . Cooperación de todos en el trabajo asociado Este es el principio de la unión hace la fuerza”. La cooperación exige que practiquemos el valor de la solidaridad.
- . Democratización de la propiedad sobre los medios de producción Este principio exige e implica reconocer que el trabajo humano es la fuente originaria de la propiedad.

. **Preservación y defensa del medio ambiente** Las personas sin naturaleza pierden su sustento. Por eso hay que revisar nuestra actitud y comportamiento con la tierra; de cómo nos relacionamos con ella y así asegurar la sobrevivencia de nuestra especie.

. **Distribución equitativa de los beneficios** Las ganancias deben ser repartidas con equidad, es decir, de acuerdo a lo que cada quien necesita. Para lograr esto debemos tener bien fuertes los valores de la libertad individual y la justicia social”.

Se puede estipular que la economía solidaria en los últimos años está considerada como un patrón económico alternativo para la mejorar de la situación económica social de un determinado sector, en el caso de nuestro estudio será la parroquia de Huambaló.

### **Solidaridad Empresarial**

De acuerdo con **Carpi (2008)** “Consistente en la transformación de la economía y la misma sociedad, tanto a nivel de los medios (componente instrumental) como de los fines (valores y objetivos), sustentada en el despliegue de capacidades estratégicas, de naturaleza tanto económica como extraeconómica”.

“Empresas y sociedad deben unir sus esfuerzos para obtener un beneficio común; es lo que han denominado valor compartido. No es la responsabilidad social, la filantropía o incluso la sostenibilidad, sino una nueva manera de lograr el éxito económico” (**Michael E Porter, Mark R. Kramer, 2011**).

**Michael E. Porter, Mark R. Kramer (2011)** “Exponen que las empresas tienen varias formas para generar valor compartido:

1. Reinención de productos y mercados.
2. Redefinición de la productividad en la cadena de valor.
3. Desarrollo de clústeres de empresas locales”.

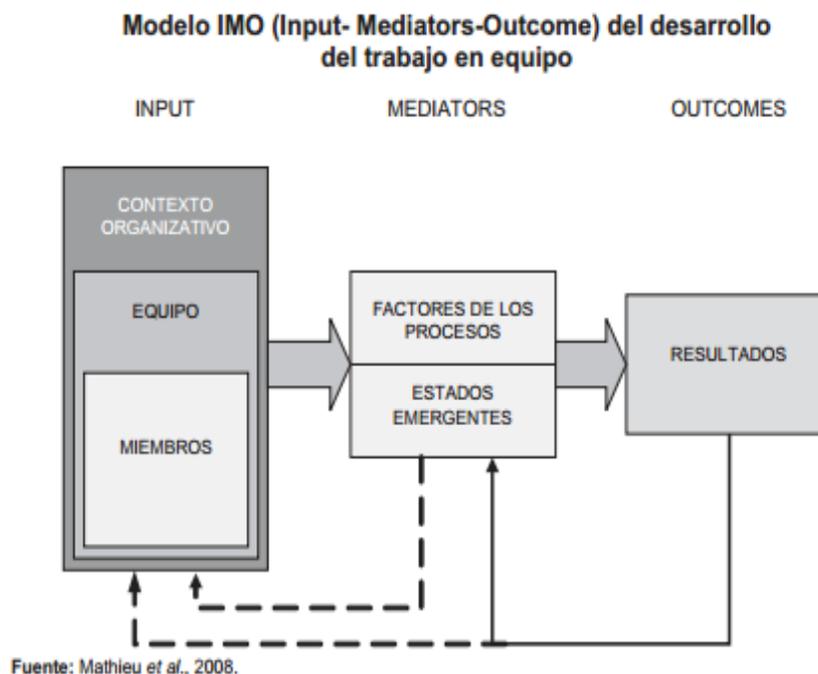
La solidaridad empresarial orienta su sentido y finalidad hacia el beneficio social y desarrollo de las personas inmersas dentro de ella, además priorizan en su

gestión aspectos como el fomento a la igualdad participación, cooperación, la transparencia y la sostenibilidad medioambiental y social

### Trabajo en equipo

Según **Torrelles (2011)** “El trabajo en equipo es considerado un punto clave y una ventaja competitiva. En la actualidad, debido a su gran importancia ha generado un cambio en la manera de trabajar, dando lugar a un incremento de los equipos de trabajo. Esta competencia participativa permite aumentar la productividad, la innovación y la satisfacción en el trabajo”

De acuerdo con **Viles (2011)** “Considera a los equipos de trabajo como un sistema multinivel orientado a los procesos relevantes para el objetivo, y que evoluciona en el tiempo, de manera que tanto los procesos como la eficiencia del equipo influyen en el desarrollo del equipo y trabajo”



En el ámbito asociativo empresarial los trabajos en equipos permiten que todos los participantes halen en el mismo sentido la organización, logrando que todos objetivos empresariales se cumplan.

## **La Asociatividad**

Según **Grueso (2009)** “Es un componente mediante el cual las organizaciones unen voluntades, iniciativas y recursos, alrededor de objetivos comunes, con el propósito de ser más competitivas en el mercado global”.

De acuerdo con **Narváez (2008)** “Es un mecanismo de cooperación empresarial en el que cada una de las empresas que participan mantienen su independencia jurídica y autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su participación en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común”.

**Narváez (2008)** menciona algunas estrategias de asociatividad empresarial:

- Conducta de integración y cooperación.- Como resultado de las acciones tendencias (apertura de mercados y globalización), esta manera de integración busca que muchas empresas se adapten al nuevo cosmopolitismo de la economía global
- La integración horizontal.- Entre varias empresas genera como resultado las economías de escala, se disminuyen los costos de producción, ya sea por la obtención de materia prima o por el ahorro de compartir algunos procesos tecnológicos o servicios técnicos semejantes
- Compartir conocimientos y reforzar competencias.- Lo que se busca es generar procesos de aprendizaje colectivo e incrementar el conocimiento mediante el compartir experiencias y su análisis permanente
- Identificación de escenarios factibles.- Se hace necesario que los empresarios reconozcan los escenarios posibles, los recursos disponibles y las capacidades locales. Todo esto con el fin de desplegar acciones que permitan el fortalecimiento de un sector determinado
- Impacto social y cooperación con la comunidad.- Los sectores empresariales deben atender las necesidades más importantes con productos accesibles a la mayoría y dando prioridad al uso de recursos de carácter local. Además deben cuidar potenciar el impacto positivo y reducir o eliminar el impacto negativo de sus actividades sobre el entorno humano y ambiental.

La asociatividad hace referencia a que las empresas se fortalezcan y adquieran ventajas competitivas dentro del mercado, como también que todas ellas remen hacia un solo objetivo.

### **La asociatividad como alternativa de la economía**

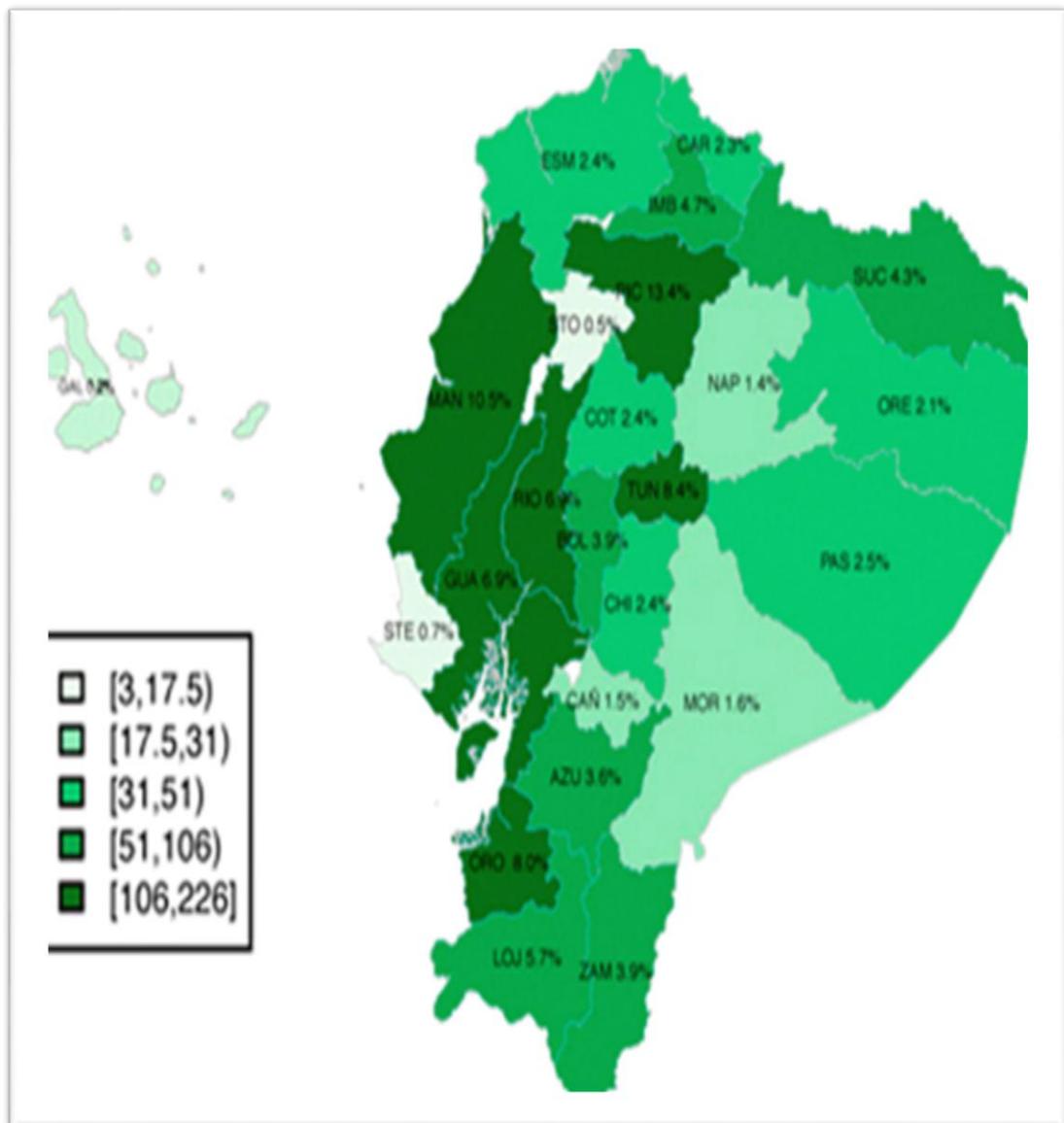
En un contexto tan globalizado, donde los países más industrializados tienen ventajas competitivas frente aquellos que están en desarrollo; las pequeñas y medianas empresas se han visto en la necesidad de aplicar nuevas estrategias para seguir manteniéndose dentro de los mercados, la más acertada sin duda es la asociatividad entre ellas, lo cual permite que su productividad mantenga su ritmo, como también les hace más fuertes frente a sus competidores.

En nuestro país el ministerio de industrias, conjuntamente con la superintendencia de Economía Popular y solidaria apoya a la asociatividad de las pequeñas empresas.

“El objetivo de la conformación de este tipo de consorcios es promover y comercializar sus productos, principalmente, en el mercado extranjero, pero también cubrir las necesidades locales, así como lograr la sustitución estratégica de importaciones, aumentar la oferta exportable, impulsar el desarrollo económico territorial y fortalecer las capacidades colectivas de grupos asociativos, como parte de la política industrial ecuatoriana” (**Ministerio de Industrias y Productividad, 2012**).

Esta perspectiva convierte a la economía solidaria en una práctica fundamentalmente transformadora, a la vez que reivindica un modelo socioeconómico más redistributivo y equitativo.

En los últimos años en el Ecuador se ha visto un incremento muy significativo en lo que respecta a la creación de asociaciones productivas según reportes otorgados por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), lo cual indica que la mejor manera de obtener mayores beneficios y llegar a expandir el mercado es a través de la asociatividad.



**Gráfico30:** Distribución Geográfica del Sector Asociativo  
**Fuente:** SRI; <http://www.seps.gob.ec/web/guest/sector-asociativo>  
**Elaboración:** SEPS

# Modelo de Creación de Asociación de Productores de Muebles “San José de Huambaló”

6.7. Metodología Modelo Operativo

<b>FASE I</b>	Diagnóstico empresarial de las pequeñas y medianas empresas productoras de muebles de la Parroquia Huambaló							
<b>META</b>	105 empresas que representan la totalidad de Fabricantes de muebles en la Parroquia						<b>2013</b>	
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>		<b>PRESUPUESTO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>DICCIEMBRE</b>			
	<b>HUMANOS</b>	<b>MATERIALES</b>			<b>Semanas</b>			
Recolección de información sobre las pequeñas y medianas empresas productoras de muebles de la parroquia Huambaló	Coordinador del Proyecto	Impresiones, copias, carpetas, esferos, Combustible vehículo	48,82	Miguel A, Freire	1	2	3	4
		<b>TOTAL FASE I</b>	<b>48,82</b>					

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES “SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ”**

<b>FASE II</b>	Diseñar el modelo de conformación de la asociación de productores de muebles de la Parroquia de Huambaló											
<b>META</b>	75 pequeñas y medianas empresas que representan el 71% del total están dispuestos a contribuir para que la asociación se llegue a formar en la Parroquia Huambaló						<b>2013-2014</b>					
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>		<b>PRESUPUESTO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>DICCIEMBRE-ENERO</b>							
	<b>HUMANOS</b>	<b>MATERIALES</b>			<b>Semanas</b>							
Reunión con los interesados en formar la asociación	Coordinador del Proyecto	Hojas, esferos, volantes	30	Miguel A, Freire	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Exposición sobre los beneficios que se dan al ser parte de una asociación	Coordinador del Proyecto	computadora, infocus, Hojas, esferos	1200	Miguel A, Freire								
Diseño de la estructura organizativa de la asociación	Coordinador del Proyecto	computadora, infocus, pizarra, Hojas, esferos, folletos	370	Miguel A, Freire								

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES “SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ”**

Elegir la directiva provisional de la asociación	Coordinador del Proyecto	pizarra, marcadores, micrófono, borrador	42	Miguel A, Freire					
Diseño de las actas constitutivas de la conformación de la asociación	Directiva provisional, Coordinador del Proyecto	computadora, Hojas, esferos, capetas	24	Miguel A, Freire					
Elaboración de los estatutos para la funcionalidad de la asociación	Directiva provisional, Coordinador del Proyecto	computadora, Hojas, esferos, capetas, impresiones	35,40	Miguel A, Freire					
<b>TOTAL FASE II</b>			<b>1701,4</b>						

<b>FASE II</b>	Esquema a seguir en la aprobación y Legalización de la asociación ante la Superintendencia de Economía Popular y solidaria											
<b>META</b>	Cumplir con el 100% de los requisitos solicitados por la (SEPS) para el inicio de operaciones						<b>2014</b>					
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>		<b>PRESUPUESTO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ENERO-FEBRERO</b>							
	<b>HUMANOS</b>	<b>MATERIALES</b>			<b>Semanas</b>							
solicitud de	Directiva	hojas, esferos,	4	Miguel A, Freire	1	2	3	4	1	2	3	4

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES “SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ”**

constitución de asociaciones	provisional, Coordinador del Proyecto	impresiones, tramites respectivos, carpetas							
Presentación de los respectivos estatutos de la asociación a la Superintendencia de economía popular y solidaria (SEPS)	Directiva provisional, Coordinador del Proyecto, secretaria de la SEPS	hojas, esferos, impresiones, copias, carpetas, cds	5	Junta Directiva Provisional, Miguel A, Freire					
Aprobación de los estatutos por parte de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS)	Superintendente De Economía Popular Y Solidaria, secretaria de la SEPS	hojas, impresiones, copias, carpetas, cds	6,95	Junta Directiva Provisional, Miguel A, Freire					
Legalización de la asociación	Superintendente De Economía Popular Y Solidaria	hojas, esferos, tramites respectivos, carpetas, cds, copias	8	Junta Directiva Provisional, Miguel A, Freire					
<b>TOTAL FASE II</b>			<b>23,95</b>						

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES “SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ”**

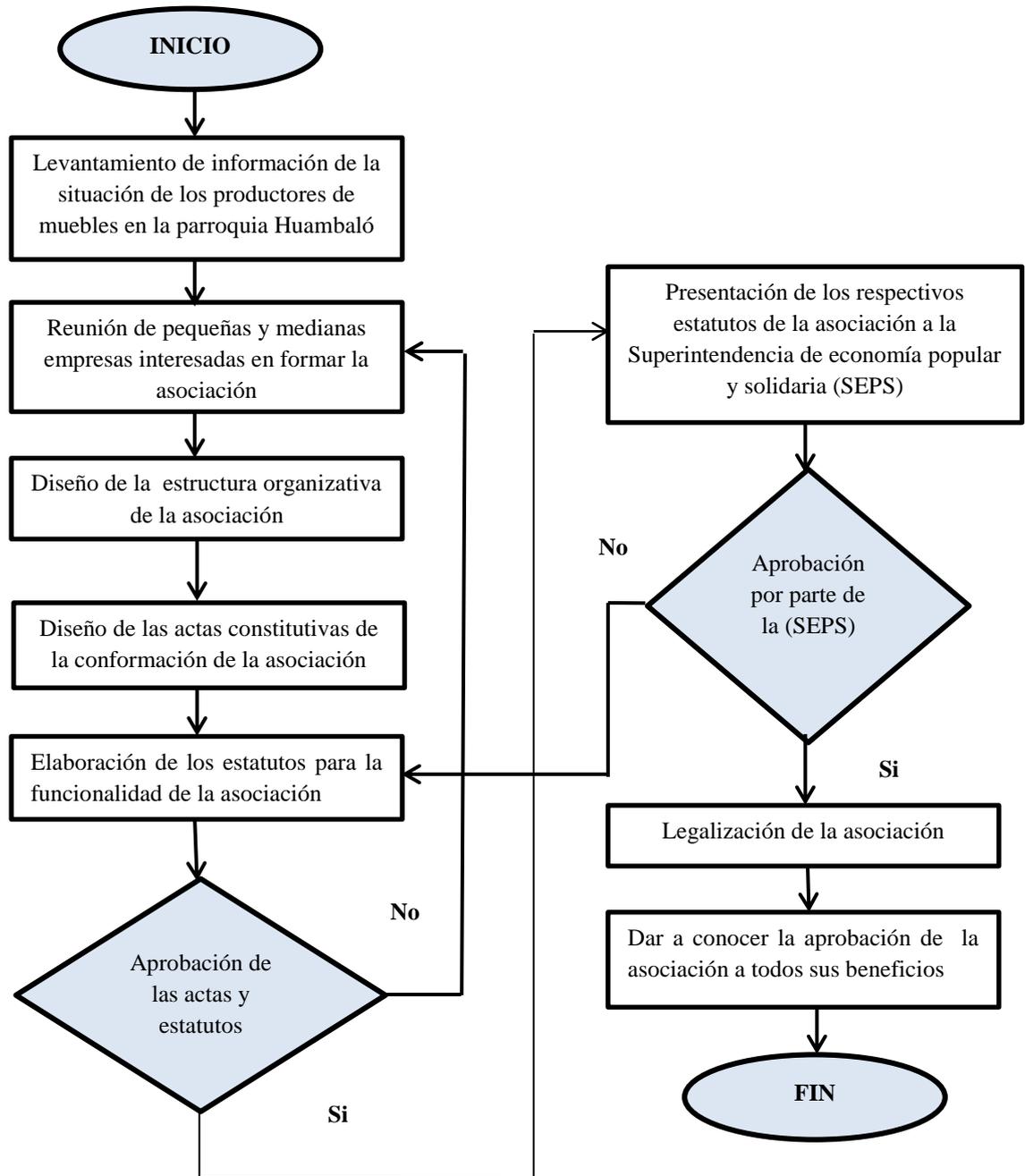
<b>FASE III</b>	Modelo para la Socialización de la creación de la asociación de productores de muebles a la Parroquia.							
<b>META</b>	Contar con el 90% de aceptación y participación de los productores de muebles de la parroquia Huambaló en la asociación					<b>2014</b>		
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>		<b>PRESUPUESTO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>FEBRERO</b>			
	<b>HUMANOS</b>	<b>MATERIALES</b>			<b>Semanas</b>			
Reunión con los miembros de la asociación y público en general	Coordinador del Proyecto	Hojas, carpetas , esferos, calculadora, vehículo	3	Junta Directiva Provisional, Miguel A, Freire	1	2	3	4
Capacitación por parte de la SEPS sobre el manejo y administración de la asociación	técnicos de la SEPS, Coordinador del Proyecto	computadora, infocus, pizarra, Hojas, esferos, folletos, refrigerios	395	Junta Directiva Provisional, Miguel A, Freire				
<b>TOTAL FASE III</b>			<b>398</b>					

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES “SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ”**

La siguiente propuesta se considera necesario contar con recursos económicos para la adquisición de los diferentes insumos durante la implementación de la asociación de productores de muebles en la Parroquia de Huambaló, los mismos que serán asumidos por los interesados y que se detallan a continuación:

<b>PRESUPUESTO PARA LA FORMACIÓN DE LA ASOCIACIÓN</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
400	Hojas papel bond	0,02	8,00
102	Carpetas de manila	0,50	51,00
113	Esferos	0,30	33,90
150	Impresiones	0,10	15,00
306	Copias	0,02	6,12
2	Calculadoras	11,00	22,00
200	Volantes	0,10	20,00
1	Computadora	700,00	700,00
1	Infocus	500,00	500,00
1	Pizarra	100,00	100,00
12	Marcadores	0,70	8,40
1	Borrador	5,00	5,00
1	Micrófono	12,00	12,00
180	Folletos	3,00	540,00
15	Cds	0,45	6,75
100	Refrigerios	1,25	125,00
10	Combustible Vehículo Galones	1,90	19,00
<b>TOTAL</b>			<b>2172,17</b>

**6.7.1. Flujograma del modelo operativo**

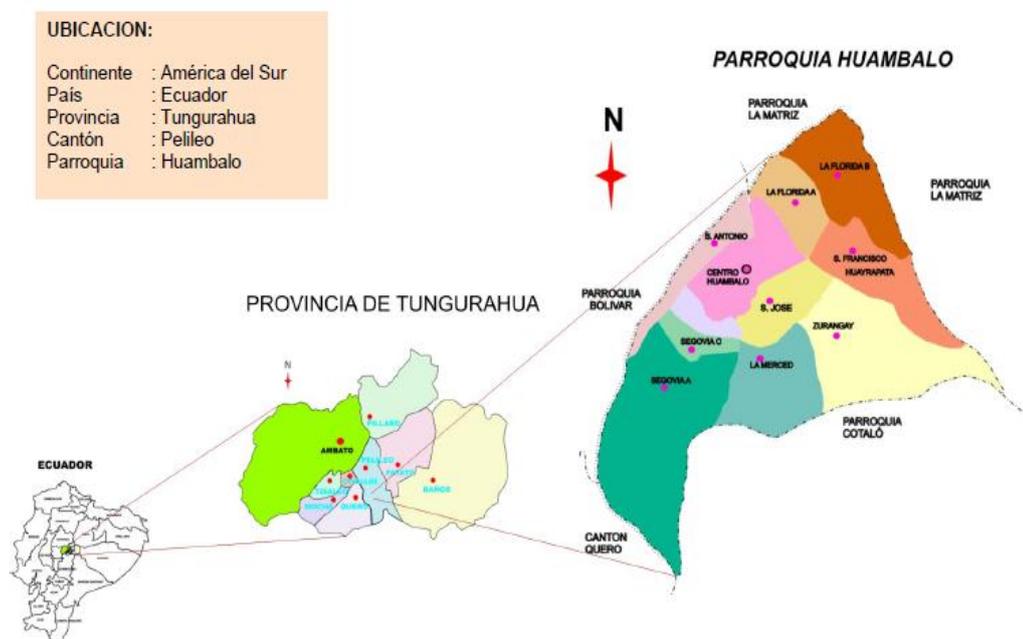


**Gráfico31:** Flujograma modelo operativo  
**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

## **FASE I**

Análisis Situacional Empresarial sobre las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción de muebles de madera.

Huambaló situado a 30 minutos al oriente de Ambato y con una población de 7862 habitantes según el último censo realizado en el año 2010. Considerado actualmente como la capital del mueble, debido al gran crecimiento de esta actividad productiva.



**Fuente:** I. Municipalidad de Pelileo

**Elaborado Por:** Carlos Proaño y Hernán Toala

La fabricación de muebles tiene sus inicios por la década de los 70, y la producción de los mismos representa en un 75% la economía de la Parroquia.

Sin embargo este importante sector económico en los últimos tiempos, ha venido teniendo algunos problemas que dificultan el funcionamiento normal de las pequeñas y medianas empresas dedicadas a esta actividad.

## ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES “SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ”

Mediante la utilización de una ficha de observación se pudo constatar los problemas que las microempresas tienen al momento de la elaboración de los muebles.

FICHA DE OBSERVACIÓN		
<b>Observador:</b> Miguel Angel Freire		
<b>Observados:</b> productores de muebles de la Parroquia Huambaló		
<b>Tema:</b> El Poder de Negociación y su Incidencia en el Costo de Producción de Muebles en la Parroquia Huambaló Cantón Pelileo		
Aspectos a Observar	SI	NO
¿La maquinaria es de última tecnología?		X
¿La infraestructura es adecuada para el trabajo?		X
¿La planta opera todos los días de la semana?	X	
¿Facilidad de acceso a materias primas de calidad?		X
¿Facilidad a servicios básicos?	X	
¿Crédito por parte de proveedores?		X
¿Personal Capacitado?	X	
¿Facilidad a fuentes de financiamiento?		X
¿Mantiene estrategias para el desempeño dentro del proceso productivo		X
¿Usos de servicios de asesoría externa por parte de la empresa?		X
¿Realiza planeaciones de la producción?		X
¿Existe cooperación de otros artesanos para realizar la producción?		X
¿ Existe soporte del gobierno local para la microempresa? ( Junta Parroquial, Municipio cantonal y provincial)		X
¿No existen o no hacen actividades grupales?		X
¿Crecimiento económico del sector?	X	
¿Control de los costos de producción?		X
¿Cartera de clientes morosos?	X	
¿Muestra Responsabilidad empresarial a momento de producir?	X	
¿Se han conseguido los objetivos empresariales propuestos?		X

La información recolectada con la ayuda de las fichas, y también de las encuestas desarrolladas por los propietarios de las pequeñas y medianas empresas, permitió arrojar las siguientes conclusiones sobre el objeto en estudio

- ❖ Los propietarios de las microempresas aluden que sus problemas comienzan al momento de la adquisición de materiales debido que los precios se han elevado de manera considerable,
- ❖ No existe la cantidad necesaria de los insumos necesarios por lo cual se debe trasladar hacia otros lugares de la provincia para abastecerse lo cual implica gastos adicionales.
- ❖ Existe acaparamiento del mercado por parte de los proveedores, esto se da porque no hay muchos ofertantes de materias primas en la Parroquia; y como cada microempresa adquiere sus materiales de manera individual ayuda para que los productores no tengan poder de negociación al momento de la compra.
- ❖ La maquinaria es otro factor fundamental que incide al momento de la producción de los muebles como todas las empresas aún siguen produciendo de manera artesanal su producción no tiene un ritmo apropiado impidiendo que la empresa crezca de manera que pueda competir dentro del mercado.
- ❖ No todos los productores tienen acceso a un crédito bancario

El secado de la madera también es un problema dentro del proceso productivo, como coincide el Sr. Chiliquinga productor de la zona quien manifiesta que entre las necesidades primordiales está la de contar con un horno de secado de la madera, materiales de calidad entre otros.

Todos estos problemas antes mencionados se han visto reflejados al momento del costo de producción del mueble Huambaleño, razón por las cuales algunos artesanos se han visto en la necesidad de recortar su personal y otros en el peor de los casos de cerrar las puertas y dedicarse a otra actividad que les permita subsistir.

A continuación se presentan los Costos de Producción de un juego de dormitorio y comedor en blanco fabricado por cada microempresa de manera individual, tomado como referencia para este estudio investigativo.

**Tabla 32:** Materiales directos

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor \$</b>
Madera seca	1 pieza	19,00
Plywood	1 Plancha 4mm	16,00
Plywood	1 Plancha Decorativo 4mm	20,00
Mdf	1 Plancha 9mm	28,00
Mdf	1 Plancha 15mm	52,00
clavos	1 caja de 25 Kilos	80,00
cola	1 caneca de 20 litros	36,00

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Fuente:** Productores de la zona

**Materiales directos usados para la fabricación de juegos de dormitorios lineales y semilineales**

**Tabla 33:** Materiales directos dormitorios

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio X unidad</b>	<b>Valor Total</b>
Madera seca	12 piezas	19,00	228,00
Plywood 4mm	3 planchas	16,00	48,00
Mdf 9mm	1 plancha	28,00	28,00
Clavos libras	3 libras	1,50	4,50
Cola litros	3 litros	1,80	5,40
			<b>314,00</b>

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Fuente:** Productores de la zona

**Tabla 34:** Costo de producción dormitorios

Materiales	314,00
Mano de Obra	150,00
<b>Costo primo</b>	<b>464,00</b>
C.I.F	7,00
<b>Costo de Producción</b>	<b>471,00</b>

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Fuente:** Productores de la zona, Encuesta

El costo de los materiales asciende a 314,00 dólares + la mano de obra por juego es de 150,00 dólares y los costos indirectos de fabricación son de 7,00 dólares, por lo tanto el costo de producción del juego de dormitorio es de 471,00 dólares, al producir individualmente.

**Materiales para la elaboración de juegos de comedores lineales y semilineales**

**Tabla 35:** Materiales directos comedores

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio X unidad</b>	<b>Valor Total</b>
Madera seca	10 piezas	19,00	190,00
Plywood decorativo 4mm	1 plancha	20,00	20,00
Mdf 15mm	1 plancha	52,00	52,00
clavos libras	1 libra	1,50	1,50
cola litros	2 litros	1,80	3,60
			<b>267,00</b>

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Fuente:** Productores de la zona

**Tabla 36:** Costo de producción comedores

Materiales	267,00
Mano de Obra	150,00
<b>Costo primo</b>	<b>417,00</b>
C.I.F	7,00
<b>Costo de Producción</b>	<b>424,00</b>

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Fuente:** Productores de la zona, Encuesta

Mientras tanto para el caso de los juegos de dormitorios, el costo de los materiales es de 267,00 dólares; + la mano de obra = 150,00 dólares; + los Cif =7; lo cual nos da un costo de producción de 424,00 dólares.

Como observamos en los cuadros los costos de producir estos juegos son altos, debido que las pequeñas y medianas empresas lo realizan de manera separada.

Mediante la creación de una asociación en la Parroquia Huambaló se logrará que las pequeñas y medianas empresas desarrollen estrategias defensivas que les permita seguir manteniendo el prestigio de ofrecer los mejores muebles del centro del país dentro de un mercado muy exigente, como también que logren sus objetivos empresariales.

## **FASE II**

Diseño del modelo de conformación de la asociación de productores de muebles de la Parroquia de Huambaló

### **Asociación de productores de muebles San José de Huambaló**

#### **MISIÓN**

Somos una asociación de pequeños productores de muebles, cooperando estrategias destinadas al mejoramiento de la producción de los asociados y ofertando al mercado productos de calidad.



## **VISIÓN**

Ser una asociación referente en el mercado, trabajando amigablemente con el medio ambiente e impulsando el desarrollo integral de sus asociados en la búsqueda de excelencia e innovación de los productos que ofrece.

## **VALORES**

**Solidaridad** con nuestros asociados, uniendo esfuerzos para buscar condiciones que les permitan satisfacer sus necesidades y cumplir sus aspiraciones.

**Lealtad** entre compañeros, pues nos identificamos con los objetivos que persigue, y en todo momento el interés de la organización antes que el individual.

**Participación** en todos los actos y eventos de nuestra asociación.

**Transparencia** al trabajar en apego absoluto a los principios éticos y morales, manteniendo coherencia entre estos y el accionar de las personas que integran nuestra organización

**Respeto** dentro del trabajo y nuestras labores cumpliendo con los compromisos realizados con nuestros clientes, consumidores, colaboradores, proveedores, competidores, accionistas y familias.

**Igualdad** entre todas las personas que comprometen sus recursos para el bien común, y desde el día en que se convierten en socios adquieren los mismos derechos y obligaciones.

**Honestidad** permite tener un ambiente de confianza y armonía, pues garantiza respaldo, seguridad y credibilidad en las personas dentro de la asociación.

**Responsabilidad Ambiental.-** Compromiso con nuestro medio ambiente al momento de extraer los recursos utilizados en la producción.

Organigrama Estructural

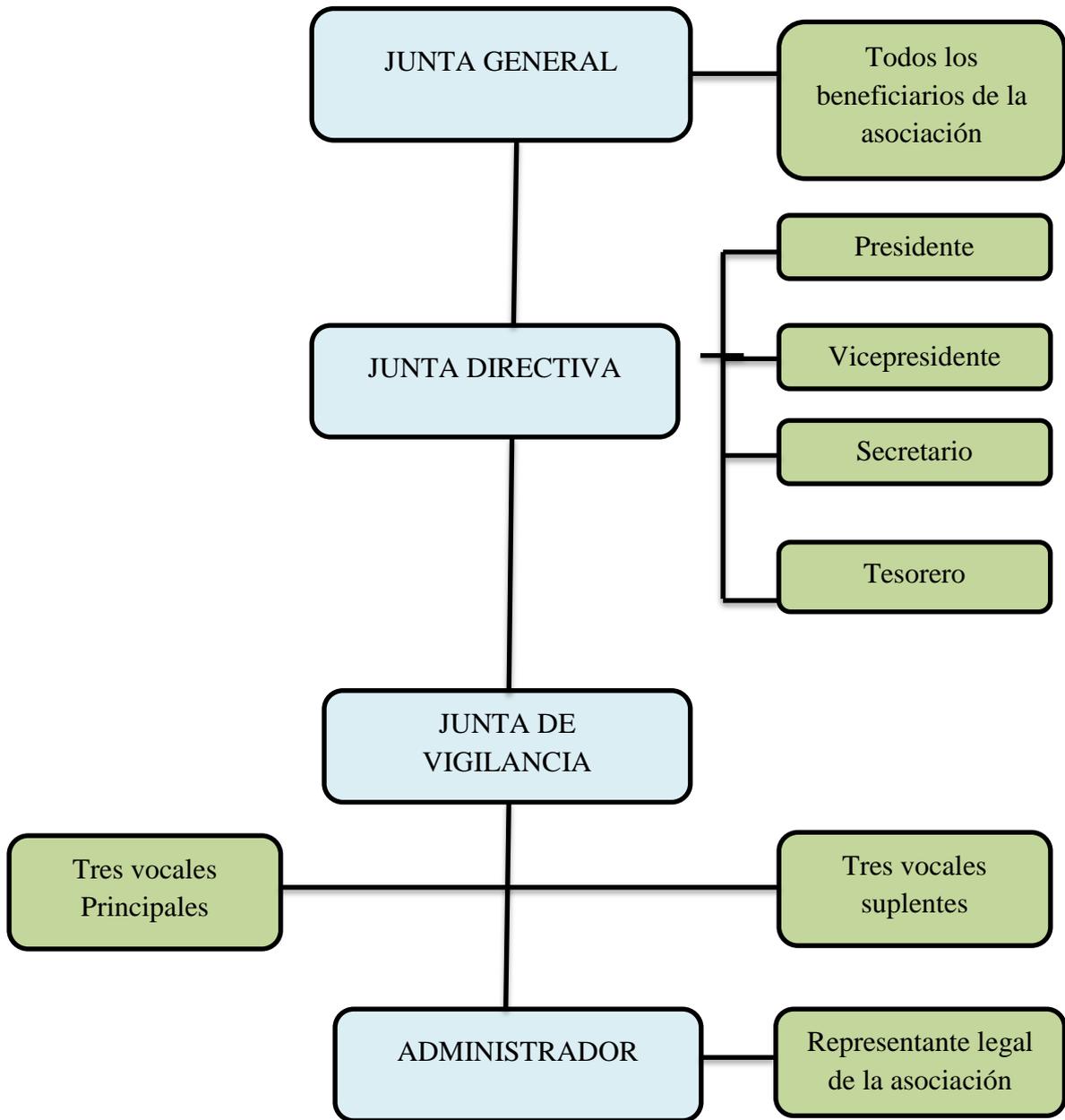


Gráfico32: Organigrama de la asociación  
Elaborado por: Miguel Angel Freire

**ACTA CONSTITUTIVA**

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ**

A los..... Días del mes de..... Del año.....en la Parroquia Huambaló, del Cantón Pelileo, de la Provincia Tungurahua, de la República del Ecuador, nos reunimos un grupo de.....personas que voluntariamente deseamos constituir y administrar el funcionamiento de la Asociación denominada “ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ” cuyo domicilio será el cantón Pelileo, ubicado en la provincia de Tungurahua, la misma que tendrá una duración de.....El objeto social principal de la asociación de productores de muebles San José de Huambaló es la adquisición de materiales e insumos para la producción y comercialización de muebles de madera.

Una vez que se han establecido la estructura y fines de la “Asociación de Productores de Muebles San José de Huambaló”, lo constituimos con un Capital Social Inicial total de USD.....dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Con el objetivo de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica para nuestra asociación en formación, ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, se eligió un directorio provisional el cual queda integrado por las siguientes personas:

\_\_\_\_\_  
**PRESIDENTE PROVISIONAL:**

\_\_\_\_\_  
**CÉDULA**

\_\_\_\_\_  
**SECRETARIO PROVISIONAL:**

\_\_\_\_\_  
**CÉDULA**

\_\_\_\_\_  
**TESORERO PROVISIONAL:**

\_\_\_\_\_  
**CÉDULA**



## **ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN**

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ

### **TÍTULO PRIMERO**

#### **GENERALIDADES Y PRINCIPIOS**

**Artículo 1.- Constitución:** Se constituye la asociación de Productores de Muebles San José de Huambaló, que se regirá por la ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector financiero popular y solidario, su Reglamento General, las Resoluciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y del ente regulador, el presente Estatuto, los Reglamentos Internos y Las normas Jurídicas que le fueren aplicables, en razón de su actividad.

**Artículo 2.- Domicilio, Responsabilidad y Duración:** El domicilio principal de la Asociación será el Cantón Pelileo Provincia de Tungurahua; pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio Nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

La Asociación será de duración indefinida, y responsabilidad limitada a su capital social, por tanto, la responsabilidad de sus asociados estará limitada al capital que aporten a la entidad.

**Artículo 3.- Objeto Social:** La asociación tendrá como objeto principal la adquisición de materiales e insumos para la producción y comercialización de muebles de madera.

Para su cumplimiento podrá efectuar especialmente las siguientes actividades:

1. Adquirir, arrendar, enajenar, administrar, preñar o hipotecar bienes inmuebles;
2. Importar maquinaria, vehículos, equipos, materia prima, insumos y similares destinados al cumplimiento de su objeto social;
3. Exportar la producción de sus asociados preservando la soberanía alimentaria;
4. Propender al mejoramiento social de sus miembros, mediante la comercialización de los productos o servicios desarrollados por ellos;
5. Propender a la eficiencia de las actividades económicas de sus asociados, fomentando el uso de técnicas y tecnologías innovadoras y amigables con el medio ambiente;

6. Suscribir convenios de cooperación técnica y capacitación con organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales y/o extranjeros, para el fortalecimiento de las capacidades de sus asociados; y,
7. Promover la integración con organizaciones afines o complementarias, procurando el beneficio colectivo.

## **TÍTULO SEGUNDO DE LOS ASOCIADOS**

**Artículo 4.- Asociados:** Son miembros de la asociación , las personas naturales legalmente capaces, con actividades relacionadas con el objeto social establecido en el artículo 3 del presente Estatuto, aceptadas por la Junta Directiva, previo cumplimiento de los requisitos y procedimientos específicos que constarán en el Reglamento Interno.

**Artículo 5.- Obligaciones y Derechos de los Asociados:** Son obligaciones y derechos de los asociados, además de los establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular y solidario y su Reglamento General, los siguientes:

1. Intervenir en las Juntas Generales con voz y voto, pudiendo elegir y ser elegidos para cargos directivos, previo el cumplimiento de los requisitos en el presente estatuto en su reglamento interno;
2. Ser beneficiarios de los programas de capacitación, asistencia técnica y de los servicios que ofrezca la Asociación;
3. Utilizar responsablemente los bienes y servicios comunes;
4. Cumplir las disposiciones legales, reglamentarias, los estatutos sociales y la normativa interna que rige a la Asociación;
5. Cancelar los aportes de capital no reembolsable y las cuotas ordinarias y extraordinarias que sean fijadas por la Junta General o la Junta Directiva;
6. Desempeñar las obligaciones inherentes al cargo para que hayan sido designados;
7. Contribuir con su comportamiento al buen nombre y prestigio de la asociación;

8. No incurrir en competencia desleal en los términos dispuestos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y su Reglamento General;

9. No utilizar a la organización para evadir o eludir obligaciones tributarias propias o de terceros, o para realizar actividades ilícitas;

10. Los demás que consten en su Reglamento Interno

**Artículo 6.- Pérdida de la Calidad de Asociado:** la calidad de asociado se pierde por retiro voluntario, exclusión o fallecimiento.

**Artículo 7.- Retiro Voluntario:** El asociado podrá solicitar a la Junta Directiva, en cualquier tiempo, su retiro voluntario. En caso de falta de pronunciamiento por parte de la Junta Directiva, la solicitud de retiro voluntario surtirá efecto transcurrido 30 días desde su presentación.

**Artículo 8.- Exclusión:** La exclusión del asociado será resuelta por la Junta Directiva de conformidad con las causas y el procedimiento establecido en el reglamento interno. La exclusión será susceptible de apelación ante la Junta General en última y definitiva instancia.

### **TÍTULO TERCERO**

#### **ORGANIZACIÓN Y GOBIERNO**

**Artículo 9.- Estructura Interna:** El gobierno, dirección, administración y control interno de la asociación, se ejercerá por medio de los siguientes organismos:

1. Junta General;
2. Junta Directiva;
3. Junta de Vigilancia y;
4. Administrador

#### **DE LA JUNTA GENERAL**

**Artículo 10.-** La Junta General es la máxima autoridad de la Asociación, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derecho a un solo voto. Sus decisiones serán obligatorias para los órganos internos y sus asociados, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley, al reglamento o su estatuto social.

**Artículo 11.- Atribuciones y Deberes de la Junta General:**

1. Aprobar y reformar el estatuto Social y el Reglamento Interno;

2. Elegir y remover a los miembros de las Juntas Directiva y de Vigilancia y al Administrador, con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
3. Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables;
4. Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la junta Directiva;
5. Aprobar los estatutos financieros y el balance social de la Asociación;
6. Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y Administrador;
7. Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva;
8. Resolver la transformación, fusión, disolución, y liquidación, de las Asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados.

**Artículo 12.- Clases y Procedimientos de la Juntas Generales:** Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias y su convocatoria, quórum y normas de procedimiento parlamentario, constarán en el Reglamento Interno de la Asociación.

En la convocatoria constarán por lo menos: lugar, fecha, hora d la junta y el orden del día.

#### **DE LA JUNTA DIRECTIVA**

**Artículo 13.-** la Junta Directiva estará integrada por el Presidente, el Secretario y tres vocales principales, con sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento Interno de la Asociación.

Los miembros de la Junta Directiva Durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo periodo inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

**Artículo 14.- Atribuciones y Deberes de la Junta directiva:** son atribuciones y deberes de la Junta Directiva:

1. Dictar las normas de funcionamiento y operación de la Asociación;

2. Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de asociados;
3. Autorizar la celebración de contratos en los que intervengan la Asociación, hasta por el 30% del presupuesto anual;
4. Sancionar a los asociados de acuerdo con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno;
5. Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la Asociación, con sus respectivos presupuestos;
6. Presentar, para aprobación de la Junta General, los estados financieros, balance social y su informe de labores;
7. Elaborar el proyecto de reformas al Estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la Junta General.

#### **DE LA JUNTA DE VIGILANCIA**

**Artículo 15.-** La Junta de vigilancia supervisará las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones de la Junta General y la Junta Directiva. Estará integrada por tres vocales principales con sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos constantes en el Reglamento Interno.

Los miembros de la Junta de Vigilancia durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo periodo inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

**Artículo 16.- Atribuciones y Deberes de la Junta de Vigilancia:** son atribuciones y deberes de la Junta de Vigilancia:

1. Supervisar los gastos económicos que realice la Asociación;
2. Vigilar que la contabilidad se encuentre al día y debidamente sustentada;
3. Conocer el informe administrativo, los estados financieros y el balance social presentados por el Administrador;
4. Presentar su informe anual d elaboros a la Junta General.

### **DEL PRESIDENTE**

**Artículo 17.- atribuciones:** El Presidente de la Junta Directiva presidirá también la Asociación y la Junta General, 2 años en sus funciones, pudiendo ser reelegidos por una sola vez, mientras mantenga la calidad de vocal de la Junta Directiva; y , además de las atribuciones propias de la naturaleza se du cargo, tendrá las siguientes:

1. Convocar y presidir las Juntas Generales y sesiones de la Junta Directiva;
2. Firmar, conjuntamente con el secretario, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
3. Presidir todos los actos oficiales y protocolarios de la Asociación;
4. Cumplir y hacer cumplir el estatuto, reglamento interno y demás disposiciones emitidas por la Junta General y la Junta Directiva.

### **DEL SECRETARIO**

**Artículo 18.- Funciones y Responsabilidades:** El secretario de la Asociación, además de las funciones y responsabilidades propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Elaborar las actas de las sesiones de la Junta General y la Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación;
2. Firmar, conjuntamente con el Presidente, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
3. Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del Presidente;
4. Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la Asociación;
5. Custodiar y conservar ordenadamente el archivo;
6. Entregar a los asociados, previa autorización del Presidente, la información que este a su cargo y que le sea requerida;
7. Notificar las resoluciones;
8. Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.

## **DEL ADMINISTRADOR**

**Artículo 19.- Funciones y Responsabilidades:** El Administrador será elegido por la Junta General, por un periodo de 2 años y además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes.

1. Representar legalmente a la Asociación;
2. Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las Juntas General y Directiva;
3. Administrar la Asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados;
4. Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General;

## **TÍTULO CUARTO**

### **REGÍMEN ECONÓMICO**

**Artículo 20.- Capital Social:** El capital social de la asociación estará constituido por:

1. Las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables;
2. La totalidad de las utilidades y excedentes del ejercicio económico una vez cumplidas las obligaciones legales; y,
3. Las donaciones efectuadas a su favor que, en caso de disolución, no podrán ser objeto de reparto entre los asociados. La Junta general determinará, la organización pública o privada, sin fin de lucro, que será beneficiaria de esos bienes y que tendrá como objeto social una actividad relacionada con el sector de la economía popular y solidaria.

**Artículo 21.- Contabilidad y Balances:** La asociación aplicará las normas contables establecidas en el catalogo único de cuentas emitido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Los estados financieros y balance social anuales serán aprobados dentro de los primeros noventa días de cada año por la Junta General.

## **TÍTULO QUINTO**

### **DE LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN**

**Artículo 22.- Transformación:** La asociación podrá transformarse en cooperativa por decisión de las tercera partes de los asociados, tomada en Junta General convocada para ese efecto y con aprobación de la superintendencia de Economía Popular y Solidaria; o, por disposición de esta Superintendencia, cuando haya superado los niveles de activos, ventas y número de asociados para mantener la condición de asociación.

**Artículo 23.- Fusión:** La asociación podrá fusionarse con otra u otras de actividad similar, por decisión tomada por las dos terceras partes de los asociados en la Junta General convocada especialmente para este efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

**Artículo 24.- Disolución y Liquidación:** La asociación se disolverá y liquidará por voluntad de sus integrantes, expresada con el voto secreto de las dos terceras partes de los asociados, en Junta General convocada especialmente para el efecto; y, por resolución de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, de acuerdo con las causales establecidas en la ley y su reglamento general.

### **DISPOSICIONES GENERALES**

**Primera.-** Se entienden incorporadas al presente estatuto y formado parte del mismo, las disposiciones de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las dictadas por el ente regulador y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

**Segunda.-** Los conflictos que surgieren al interior de la asociación serán resueltos según los mecanismos establecidos en el reglamento interno que deberá incluir como instancia de resolución, la presentación ante un centro de mediación debidamente autorizado y calificado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, antes del ejercicio de las acciones administrativas y judiciales que sean pertinentes.

**Tercera.-** Los directivos, asociados y administrador de la asociación, brindarán, obligatoriamente, las facilidades necesarias para la realización de inspecciones, supervisiones, exámenes especiales, auditorías y entregarán la información que

fuere requerida por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; caso contrario, serán de su responsabilidad, las sanciones que pudieran imponerse a la asociación.

**CERTIFICACIÓN DEL SECRETARIO**

.....**SECRETARIO**



**SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE ASOCIACIONES**

(Lugar),

(Fecha).....

**Señor**

**Superintendente de Economía Popular y Solidaria**

Presente.-

De mi consideración:

Yo,.....,portador de la cedula de identidad NO....., en mi calidad de Presidente Provisional, comparezco ante usted y solicito iniciar el trámite de constitución de la ASOCIACION:

“ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ” que operará en la Parroquia Huambaló, del Cantón Pelileo, de la Provincia Tungurahua, según consta en el Acta de Constitución y demás documentos que se adjuntan.

Para futuras notificaciones registro como domicilio la siguiente dirección:

.....

**Atentamente,**

\_\_\_\_\_

**Firma**

**Nombres y Apellidos completos:.....**

**C.I.....**



**RESERVA DE DENOMINACIÓN**

Ambato.....de.....del.....

Señor Doctor

Hugo Jácome Estrella

**SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

Presente.-

De mi consideración:

Yo,..... con cédula de ciudadanía No ..... en mi calidad de Presidente Provisional dentro del proceso de obtención de personalidad jurídica de asociaciones y de cooperativas de la EPS y en representación de un grupo de personas dedicadas a la adquisición de materiales e insumos para la producción y comercialización de muebles de madera, de conformidad a lo establecido en el Art. 4 del Reglamento a la LOEPS, solicito se efectúe la reserva de una de las siguientes denominaciones, conforme al siguiente orden de preferencia:

<b>Denominación</b>	<b>Traduzca al castellano en caso de denominaciones en idioma kichwa y/o shuar y/o idiomas ancestrales:</b>

**Datos del Solicitante:**

**Dirección:**

**Número de Teléfono:**

**Número de Celular:**

**Correo Electrónico:**

**FIRMA**.....

**PRESIDENTE PROVISIONAL**

**DECLARACIÓN Y CERTIFICACIÓN DEL SECRETARIO DE LA ASOCIACIÓN SOBRE LA ELECCIÓN DE VOCALES DE LAS JUNTAS DIRECTIVA Y DE VIGILANCIA, PRESIDENTE, ADMINISTRADOR Y SECRETARIO**

Yo,.....  
 en mi calidad de SECRETARIO de la Asocia....., con Registro Único de Contribuyentes (RUC) No....., domiciliada en la ciudad de....., en forma libre y voluntaria, en cumplimiento de mis funciones de acreditar la veracidad de los actos y documentos que reposan en el archivo de la asociación, que se encuentra a mi cargo, DECLARO Y CERTIFICO:

1.- Que la convocatoria para la Junta General realizada el (fecha)....., incluyó en el orden del día, un punto específico relacionado con la elección de los vocales de la Junta Directiva y de la junta de vigilancia, y que dicha convocatoria, se efectuó con..... días de anticipación.

2.- Que la Junta General reunida el (fecha)....., contó con la asistencia de..... asociados. En dicha sesión de la Junta General, luego de las elecciones y el conteo de votos correspondiente, fueron elegidos, por un período de..... años, en calidad de vocales, los siguientes asociados:

**JUNTA DIRECTIVA**

CARGO	NOMBRE	VOTOS	
		A favor	En contra
<b>Abstenciones</b>			
Primer Vocal Principal.....		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Segundo Vocal Principal.....		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Tercer Vocal Principal.....		<input type="text"/>	<input type="text"/>

Cuarto Vocal Principal.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quito Vocal Principal.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Primer Vocal Suplente.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segundo Vocal Suplente.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tercer Vocal Suplente.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuarto Vocal Suplente.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quinto Vocal Suplente.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**JUNTA DE VIGILANCIA**

<b>CARGO</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>VOTOS</b>	
		<b>A favor</b>	<b>En contra</b>
<b>Abstenciones</b>			
Primer Vocal Principal.....		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segundo Vocal Principal.....		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tercer Vocal Principal.....		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Primer Vocal Suplente.....		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segundo Vocal suplente.....		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tercer Vocal Suplente.....		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.- Que en sesión de la Junta General, efectuada el (fecha)..... y con la asistencia de..... asociados, fue nombrado (nombre)..... en calidad de ADMINISTRADOR, con..... votos a favor,..... votos en contra y .....abstenciones, por un período de .....año(s).

4.- Que en sesión de la Junta General, efectuada el (fecha)..... Y con la asistencia de..... vocales, fue elegido (nombre)....., en calidad de PRESIDENTE, con..... votos a favor,..... votos en contra y..... abstenciones, por un período de..... año(s).

5.- Que en sesión de la Junta General, efectuada el (fecha)..... y con la asistencia de..... vocales, fue elegido (nombre),..... en calidad de SECRETARIO, con..... Votos a favor,..... votos en contra y..... abstenciones, por un período de año(s).

6.- Que todos quienes hemos sido elegidos o designados, cumplimos con los requisitos previstos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General y el estatuto social de la asociación y no nos encontramos inmersos en ninguna prohibición.

7.- Que, en las actas de las sesiones correspondientes, en las que consta la designación de la Directiva respecto de la cual se certifica, se establece el resultado del proceso eleccionario, nombres, apellidos, números de cédula y firmas de los asociados, y la aceptación de los cargos por parte de las dignidades elegidas.

8.- Que el listado de asociados remitido en medio magnético a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, dentro del proceso de adecuación de estatutos, así toda la información consignada en dicho documento, corresponden a la

información y respaldos documentales que reposan en los archivos de la organización.

9.- Que el listado de oficinas y locales remitido a través del portal de servicios electrónicos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, dentro del proceso de adecuación de estatutos, así como toda la información consignada en dicho documento, corresponden a la información y respaldos documentales que reposan en los archivos de la organización, a mi cargo.

10.- Que conozco que la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, en cualquier tiempo, verificará el cumplimiento de los requisitos legales, reglamentarios y estatutarios, y en caso de incumplimiento, aplicará las sanciones previstas en la Ley.

11.- Que tengo pleno conocimiento de la responsabilidad civil y penal en que puedo incurrir en caso de comprobarse falsedad en mis declaraciones, por inconsistencias con los documentos que reposan en el archivo a mi cargo, o por inexistencia de dichos documentos.

LO DECLARO Y CERTIFICO, en la ciudad de.....a los..... días del mes de..... del año.....

\_\_\_\_\_  
(Nombres y apellidos)

CC:

FIRMA DEL SECRETARIO Y SELLO DE LA ASOCIACIÓN



**SOLICITUD DE REGISTRO DE DIRECTIVA**

Ciudad y fecha:

Ingeniero

Hugo Jácome Estrella

**SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

Presente.-

De mis consideraciones

Yo, (NOMBRE DEL SOLICITANTE)....., con cédula de ciudadanía No. ...., mayor de edad, en mi calidad de PRESIDENTE de la ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ , con domicilio principal en (DETALLAR LA DIRECCIÓN)....., respetuosamente solicito:

Que, previa revisión de la certificación requerida por la Superintendencia, que adjunto a la presente, se digna REGISTRAR en los archivos que tiene a su cargo a la Directiva elegida.

---

**Firma y sello**

**PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN**



**SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN DE EXISTENCIA LEGAL**

Ciudad y Fecha:.....

Ingeniero

Hugo Jácome Estrella

**SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

Presente.-

De mi consideración:

Yo, (NOMBRE DEL SOLICITANTE).....,

portador de la cédula de ciudadanía No.....,

en mi calidad de asociado, por medio de la presente solicito comedidamente a

Usted se me extienda un **CERTIFICADO DE EXISTENCIA LEGAL DE LA**

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MUEBLES SAN JOSÉ DE**

**HUAMBALÓ**

, con RUC No....., cuyo domicilio principal

es (Ciudad y

Dirección).....

El referido certificado es un **REQUISITO EXIGIDO POR**.....,

Para realizar el trámite.....

Por la atención que brinde a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

\_\_\_\_\_

**Nombre:**.....

**No. Cédula Ciudadanía:**.....

**Teléfono:**.....

**Dirección:**.....

**Correo electrónico:**.....

**Adjuntos:** Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación del peticionario.

**REGLAMENTO INTERNO DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES  
DE MUEBLES “SAN JOSÉ DE HUAMBALÓ”**

**CAPÍTULO I**

**DE LA ASOCIACIÓN EN GENERAL, OBJETIVOS Y PRINCIPIOS**

**Artículo 1.-** La Asociación de productores de Muebles San José de Huambaló, de unión voluntaria de artesanos de la parroquia antes mencionada y constituida bajo las leyes vigentes se regirá por los Estatutos, Reglamento Interno y todas aquellas normas que establezcan dentro del territorio Ecuatoriano para su correcta funcionalidad.

**Artículo 2.-** Con la denominación Asociación de productores de Muebles San José de Huambaló y mediante las leyes que ampara, la misma tiene la capacidad jurídica para administrar y disponer de todos sus bienes para cumplir con los objetivos propuestos.

**Artículo 3.-** Todos los miembros asociados están en pleno derecho de conocer los Estatutos y Reglamentos, pues el desconocimiento de sus contenidos no es razón, ni excusa de las sanciones a que se haga merecedor.

**Artículo 4.-** La Asociación tiene como objetivo incrementar la productividad y rentabilidad de todas las microempresas, además de velar por la calidad de vida de todos sus miembros.

**Artículo 5.-** El Domicilio principal de la Asociación de productores de Muebles San José de Huambaló será la Parroquia de Huambaló del Cantón Pelileo, provincia de Tungurahua, sin embargo tiene la potestad de ejercer sus actividades dentro del territorio de la República del Ecuador.

**Artículo 6.-** La duración de la Asociación es indefinida y el número de miembros será ilimitado.

**CAPÍTULO II**

**DE LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN**

**Artículo 7.-** Podrán ingresar en la asociación todas aquellas personas mayores de edad de acuerdo a la ley vigente, que así lo soliciten expresamente y según lo que estipulen los estatutos y el presente Reglamento.

**Artículo 8.-** La solicitud de ingreso deberá ser tratada en reunión de la Comisión Directiva que corresponderá verificar la solicitud dando necesariamente un informe positivo o negativo. En caso de dar un informe negativo deberá de especificar las causas y dar un plazo de diez días al solicitante para reparar las causas del rechazo de su ingreso.

**Artículo 9.-** Una vez admitido el nuevo socio, el miembro de la Comisión Directiva designado a tal fin, procederá a darlo de alta en el libro de registro de socios de la asociación y a facilitar el carné de afiliado al socio, en su caso.

**Artículo 10.- Derechos y Obligaciones de los Socios.-** Los socios fundadores y aquellos que sigan integrando mediante pasa el tiempo a la Asociación tienen los mismos derechos y obligaciones.

**Artículo 11.-** Los Integrantes tendrán los siguientes derechos y obligaciones, más los estipulados en sus Estatutos:

**Derechos:**

- a) Participar en las actividades y actos sociales de la asociación.
- b) Asistir con voz y voto a las Asambleas generales, pudiendo delegar su voto, conforme a las normas establecidas al efecto por la Comisión Directiva.
- c) Elegir y ser elegido de acuerdo con las normas del presente reglamento y del estatuto.
- d) Tener el conocimiento oportuno de los acuerdos adoptados por los órganos de la asociación.
- e) Solicitar, mediante petición razonada, el acceso a la documentación interna de la asociación.

**Obligaciones:**

- a) Cumplir los preceptos que marcan los estatutos y el presente reglamento, así como los acuerdos adoptados por los órganos de la asociación.
- b) Abonar las cuotas que se determinen en tiempo y forma.
- c) Cooperar en el desarrollo del trabajo de la asociación y en la buena ejecución de las actividades que se determinen.
- d) Desempeñar las funciones que les sean encomendadas por la Comisión Directiva para la buena marcha de la asociación.

**Artículo 12.-** El incumplimiento de las obligaciones, prohibiciones o las faltas a los estatutos o a los reglamentos, dará lugar a que la Comisión Directiva, previa información sumaria, aplique alguna de las sanciones de acuerdo con la gravedad del hecho:

1. Llamada de atención en forma verbal.
2. Llamada de atención por escrito.
3. Suspensión temporal
4. Exclusión de la Asociación.

**Artículo 13.-** La calidad de socio de la asociación se pierde cuando ha incumplido las obligaciones que se encuentran dentro vigentes dentro de los Estatutos o Reglamento Interno.

1. Cuando exista incumplimiento grave de los estatutos y del presente reglamento.
2. Cuando el socio impida deliberadamente el cumplimiento de los fines de la asociación.
3. Cuando su conducta vaya contra los principios sociales o dañen gravemente la imagen de la asociación.
4. Cuando deje de asistir injustificadamente a más de 5 Asambleas Generales.

**Artículo 14.-** Se considera incumplimiento y caerá en mora en sus obligaciones económicas cuando este adeude más de 60 días en los pagos de sus cuotas mensuales.

### **CAPÍTULO III**

#### **DE LA ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y PROCESO ELECTORAL**

##### **PARA ELEGIR A LOS RESPECTIVOS REPRESENTANTES**

**Artículo 15.-** La Administración de la Asociación estará integrada como lo estipulan los Estatutos; La Junta General, La Junta Directiva, La Junta de Vigilancia y el Administrador

**Artículo 16.-** Las elecciones para conformar las dignidades correspondientes se las realizará con 30 días antes de que las autoridades que estén vigentes abandonen sus cargos.

**Artículo 17.-** Se constituirá una Mesa Electoral conformada por Socios Activos, que deseen integrar de manera voluntaria. En caso de no haber voluntarios el sorteo se realizará entre todos los socios integrantes del padrón.

**Artículo 18.-** No podrán conformar la mesa electoral quienes se postulan a cargos electivos ni los miembros de la Administración en ejercicio.

**Artículo 19.-** La Mesa Electoral realizará el recuento y levantará acta del proceso, incorporándose ésta al acta de la Asamblea.

**Artículo 20.-** La votación se lo realizara mediante voto secreto.

#### **CAPÍTULO IV DE LAS ASAMBLEAS**

**Artículo 21.-** Existirán dos clases de asambleas generales: ordinarias y extraordinarias.

Las reuniones ordinarias tendrán lugar tres veces por año, en las cuales se tratará asuntos tales como:

1. Aprobar o modificar balances generales, inventario, cuentas de gastos y recursos, e informe del órgano de fiscalización.
2. Elegir, en su caso, los miembros de los órganos sociales, titulares y suplentes
3. Fijar la cuota social y determinar las pautas para su actualización, las que serán instrumentadas por la comisión directiva.
4. Tratar cualquier otro asunto incluido en el orden del día.

**Artículo 22.-** Las reuniones extraordinarias serán convocadas siempre que la comisión directiva lo estime necesario, o cuando soliciten el órgano de fiscalización.

**Artículo 23.-** Las asambleas se convocarán por circulares remitidas al domicilio de los socios con 15 días de anticipación.

**Artículo 24.-** En el caso de no existir el quórum necesario para la instalación de la sesión, se esperará el lapso de una hora, pasado ese tiempo se instalará cual fuere el número de socios concurrentes.

## **CAPÍTULO V**

### **DE LA REFORMA DE LOS ESTATUTOS Y REGLAMENTO INTERNO**

**Artículo 25.-** La modificación de estatutos o del presente reglamento será de exclusiva responsabilidad de la Junta General, y podrá realizarse siempre y cuando exista un respaldo de la mitad más uno de los socios.

**Artículo 26.-** La Junta General procederá a realizar los correctivos necesarios ya sean en los Estatutos o Reglamento General en un periodo no mayor a 30 días, para luego difundida a todos los socios.

**Artículo 27.-** Una vez reformados los estatutos o el presente reglamento, en su caso, La junta Directiva deberá enviar la información hacia el ente rector para su aprobación.

## **CAPÍTULO VI**

### **DE LA DISOLUCIÓN**

**Artículo 28.-** La Asociación no podrá decretar la disolución de la asociación mientras haya una cantidad de asociados dispuestos a sostenerla, que posibilite el funcionamiento regular de la misma.

**Artículo 29.-** En caso de disolución de la Asociación, la Comisión Liquidadora estará compuesta por La Junta Directiva y tres socios elegidos de la Junta General.

**Artículo 30.-** Una vez pagadas todas obligaciones que mantuviese la asociación, el remanente de bienes se destinara a una entidad de bien común sin fines de lucro domiciliada dentro la Jurisdicción Ecuatoriana

### ***6.7.2. Objetivos y Beneficios de la asociación***

Las pequeñas y medianas empresas productoras de la parroquia Huambaló al formar parte de la asociación podrán tener mayores beneficios que al seguir produciendo de manera individual todo esto porque la misma persigue metas y objetivos en bien común de todos los asociados.

Entre algunos objetivos que la asociación busca es:

1. Impulsar al sector productivo de la parroquia promoviendo la profesionalización del sector
2. Organizar Seminarios, conferencias, cursos y charlas para sus asociados que faciliten mejoras en las condiciones de trabajo de las empresas, optimizando los materiales de la manera más correcta.
3. trabajar de manera coordinada con las autoridades así como con organismos privados nacionales o internacionales en el estudio de las actividades relacionadas con el desarrollo de la industria maderera.
4. incrementar los beneficios mediante la aplicación de mejores y nuevas tecnologías, para disminuir los tiempos y desperdicios durante el proceso productivo.
5. Identificar oportunidades para aumentar la eficiencia dentro de la producción.
6. Acceder a información relevante sobre las operaciones de concentración empresarial en el sector para mejores beneficios.
7. Promover la información entre productores, técnicos de las cámaras de industrias y la sociedad en general sobre técnicas que hagan posible la producción de muebles de manera sostenible para toda la parroquia.

**Beneficios:**

1. Una asociación tiene más fuerza que la suma de las personas físicas individuales al mismo tiempo permite mayor poder de negociación con proveedores.
2. Al ser parte de la asociación posibilita conseguir financiación más fácilmente y en mejores condiciones para las empresas que forman parte de ella.
3. Recibe apoyo por parte de organizaciones gubernamentales para la superación de todos los socios en materia de producción y ventas de sus productos.
4. Permite Intercambiar información y experiencias acerca de buenas prácticas que faciliten identificar soluciones factibles dentro del mercado.
5. El asociado está en mejor capacidad para las adaptaciones que la industria deberá incorporar ante los cambios en normas, reglamentos, y otras situaciones que amenacen el comportamiento normal de la productividad.
6. Cooperación con otras entidades del sector mediante alianzas estratégicas, que impulsen prácticas empresariales con el objetivo de generar sinergias, que contribuyan al desarrollo y fortalecimiento de las empresas en busca del bienestar común.
7. La asociación trabaja por y para el sector: En cada convenio laboral, en cada reunión con las autoridades de las cámaras de industria, se abren vías de solución, cooperación que benefician a todos los productores.

Las ventajas al formar una asociación son muchas y de gran ayuda para que las pequeñas y medianas empresas crezcan dentro del mercado.

A continuación se presenta los valores de los materiales cuando son adquiridos al por mayor y siendo parte de la asociación

**Tabla 37:** Materiales directos siendo parte de la asociación

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor \$</b>
Madera seca	1 pieza	14,00
Plywood	1 Plancha 4mm	13,00
Plywood	1 Plancha Decorativo 4mm	17,00
Mdf	1 Plancha 9mm	24,00
Mdf	1 Plancha 15mm	48,00
calvos	1 caja de 25 Kilos	73,00
cola	1 caneca de 20 litros	34,00

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Fuente:** Proveedores Externos

Precios de materiales para la elaboración de un juego de dormitorio lineales y semilineales con precios al por mayor, se detalla en el siguiente cuadro:

**Tabla 38:** Materiales directos dormitorios siendo parte de la asociación

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio X unidad</b>	<b>Valor Total</b>
Madera seca	12 piezas	14,00	168,00
Plywood 4mm	3 planchas	13,00	39,00
Mdf 9mm	1 plancha	24,00	24,00
clavos libras	3 libras	1,30	4,00
cola litros	3 litros	1,70	5,10
			<b>240,00</b>

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Fuente:** Productores de la zona

**Tabla 39:** Costo de Producción dormitorios siendo parte de la asociación

Materiales	240,00
Mano de Obra	150,00
<b>Costo primo</b>	<b>390,00</b>
C.I.F	7,00
<b>Costo de Producción</b>	<b>397,00</b>

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Fuente:** Productores de la zona

El nuevo costo de producción del juego de dormitorio en blanco es de 397,00 dólares siendo parte de la asociación

Materiales directos para la fabricación del juego de comedores

**Tabla 40:** Materiales directos comedores siendo parte de la asociación

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio X unidad</b>	<b>Valor Total</b>
Madera seca	10 piezas	14,00	140,00
Plywood decorativo 4mm	1 plancha	17,00	17,00
Mdf 15mm	1 plancha	48,00	48,00
clavos libras	1 libra	1,30	1,30
cola litros	2 litros	1,70	3,40
			<b>210,00</b>

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Fuente:** Productores de la zona

**Tabla 41:** Costo de Producción comedores siendo parte de la asociación

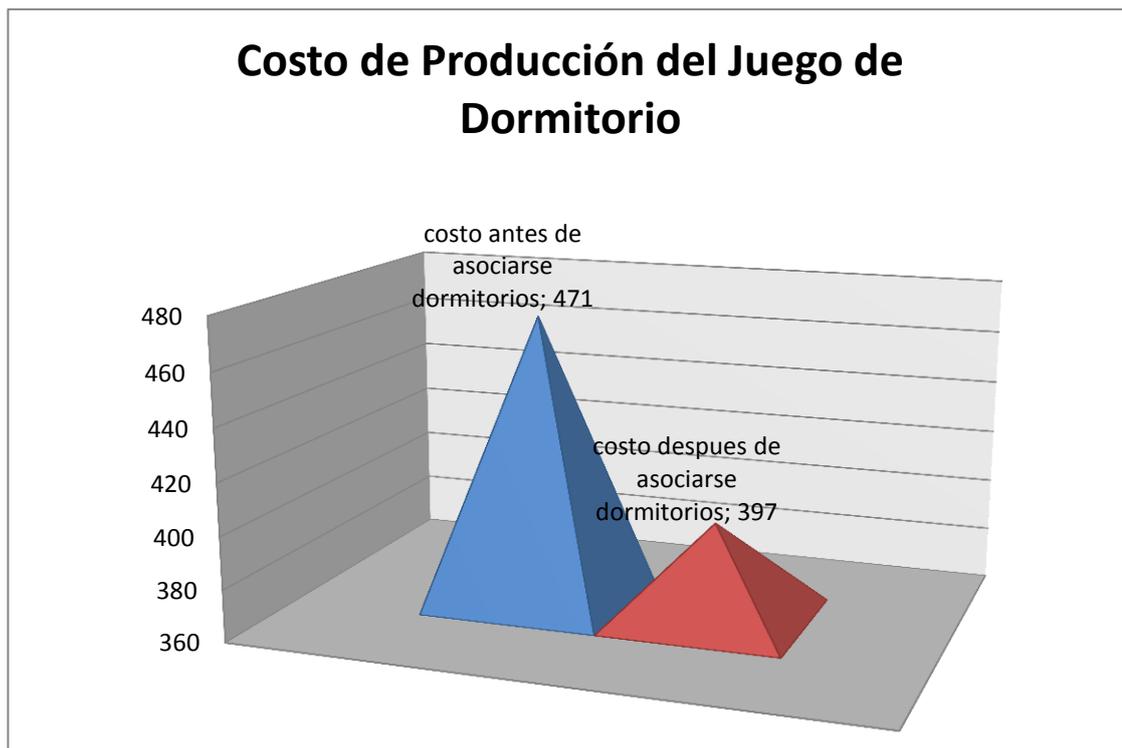
Materiales	210,00
Mano de Obra	150,00
<b>Costo primo</b>	<b>360,00</b>
C.I.F	7,00
<b>Costo de Producción</b>	<b>367,00</b>

**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

**Fuente:** Productores de la zona

El costo de producción del juego de comedor en el cual incurrirán las microempresas al ser parte de la asociación será de 367,00 dólares.

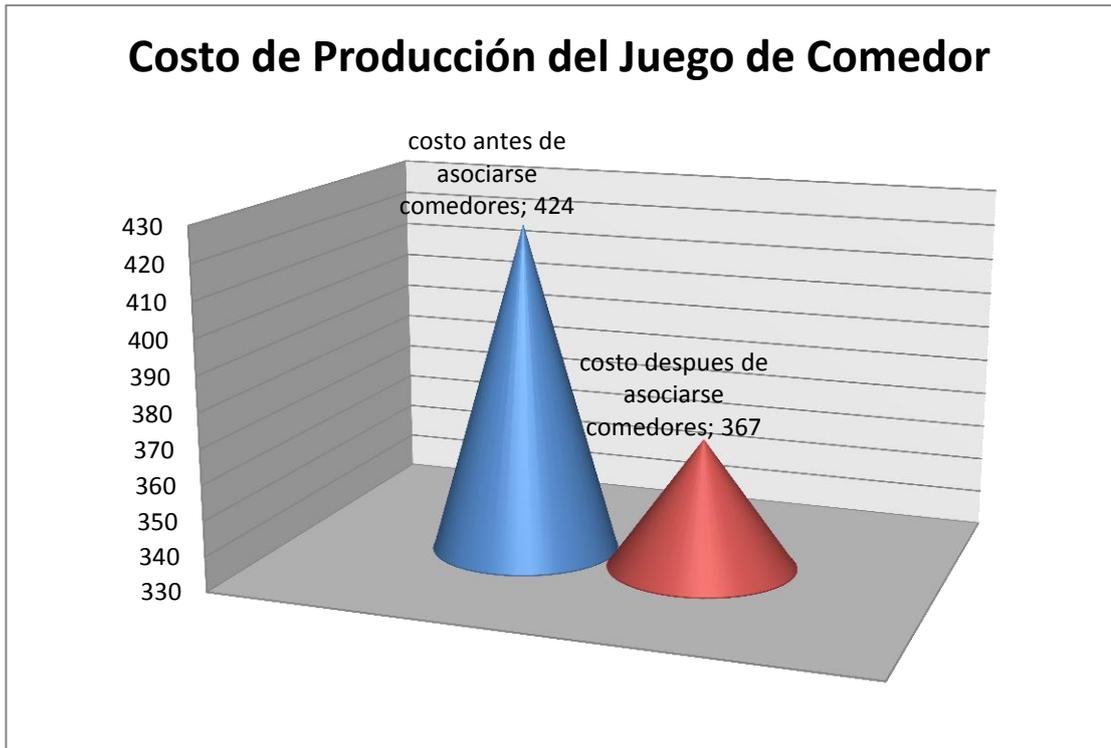
Las pequeñas y medianas empresas de la parroquia de Huambaló cuentan con al menos 5 trabajadores, cada trabajador elabora 1 juego semanal por lo tanto se fabrica 20 juegos cada mes.



**Gráfico 33:** Costo de producción del juego de dormitorio antes y después de la asociación  
**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

<b>Cantidad producida</b>	<b>Ahorro Unitario</b>	<b>Ahorro Total cada mes</b>
20	74,00	1.480,00

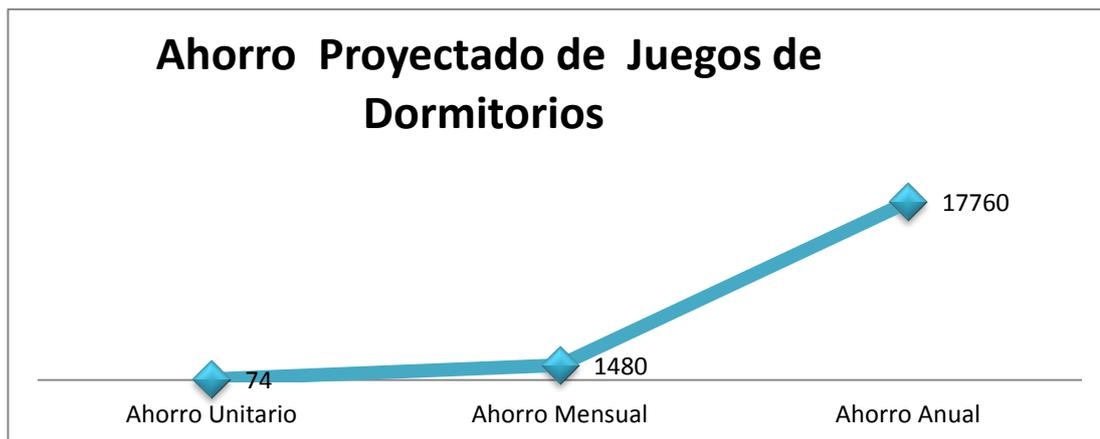
La grafica nos muestra que mediante la conformación de la asociación, los productores de muebles reducirán el costo de producción en un gran porcentaje tanto así que el mismo juego de dormitorio que antes el costo de producción era de 471,00 dólares ahora será de 397,00 dólares, logrando un ahorro mensual estimado de 1.480,00 dólares.



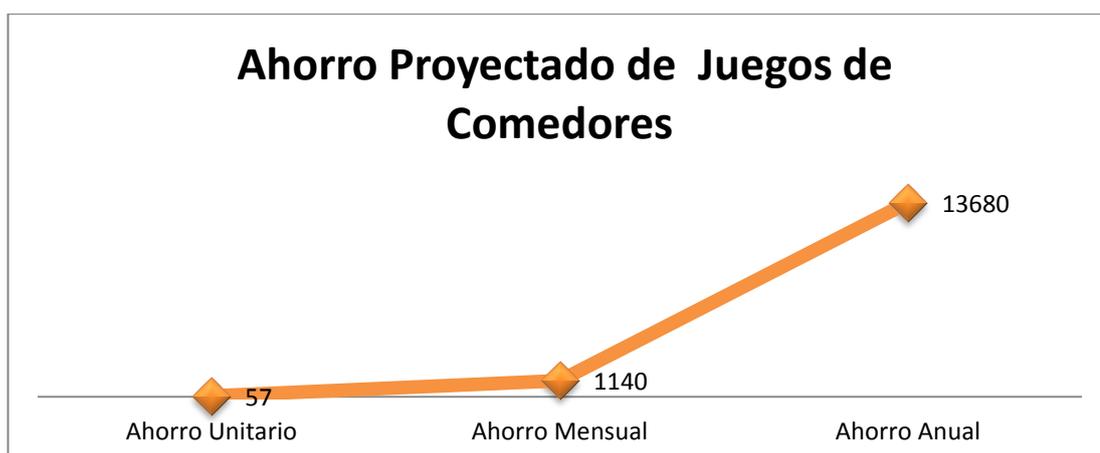
**Gráfico 34:** Costo de producción del juego de comedor antes y después de la asociación  
**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

<b>Cantidad Producida</b>	<b>Ahorro Unitario</b>	<b>Ahorro Total cada mes</b>
20	57,00	1.140,00

En el caso de los juegos de comedores, podemos observar que el costo de producción paso de 424,00 dólares a 367,00 dólares, obteniendo un ahorro mensual de 1.140,00\$. Siendo muy beneficioso para las microempresas del sector.



**Gráfico 35:** Ahorro Proyectado en Juegos de Dormitorios  
**Elaborado por:** Miguel Angel Freire



**Gráfico 36:** Ahorro anual proyectado en juegos de comedores  
**Elaborado por:** Miguel Angel Freire

Los productores de muebles, al formar parte de la asociación reducirán de manera considerable el costo de producción; de acuerdo a los datos en los cuadros, el ahorro proyectado anual para los juegos de dormitorios es de 17.760,00 dólares y para los comedores es de 13.680,00 dólares, además se lograría tener precios muy competitivos dentro del mercado, alcanzando mayores utilidades para las pequeñas y medianas empresas productoras de muebles del sector

### **FASE III**

Socialización de la creación de la asociación de productores de muebles a todos los interesados y la Parroquia en general.

Después de haberse realizado todos los trámites correspondientes para la creación y legalización de la asociación de productores de muebles de la Parroquia Huambaló, es necesario dar a conocer a todos los involucrados y pueblo en general, los resultados de todas las acciones que se ejecutaron durante este proceso, para que de esta manera se pueda empezar a planificar todas las actividades que se van a desarrollar dentro de este organismo, donde todos los productores sean los beneficiarios directos y puedan cumplir con los objetivos que se planteen durante este nuevo periodo dentro de la asociatividad.

Para sus capacitaciones del manejo y administración de la asociación se contará con la ayuda de técnicos expertos en la materia por parte de la Superintendencia de Economía y Solidaria, quienes mediante conferencias informaran todo lo relacionado con el movimiento del organismo.

## 6.8. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

La administración y ejecución de la propuesta planteada estará a cargo de los productores de muebles de la Parroquia Huambaló, la misma que estará integrada conforme lo establece su organigrama estructural:

Junta General.- Es la máxima autoridad de la asociación, estará integrada por todos sus socios.

Junta Directiva.- La conformarán el Presidente, Secretario y los Vocales Principales con sus respectivos suplentes, quienes dictarán las normas de funcionamiento y operación de la asociación.

Junta de Vigilancia.- estará integrada por tres Vocales Principales con sus respectivos suplentes, su función es supervisar las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones tomadas por la Junta General y la Junta Directiva.

Administrador.- Es elegido por la Junta General y será el representante legal de la asociación ante otros organismos competentes, permitiendo que se cumpla de acuerdo al reglamento.

## 6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

<b>N.</b>	<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
<b>1</b>	¿Qué evaluar?	El cumplimiento de cada una de las fases y tiempos señalados en la conformación de la Asociación de productores de muebles de la parroquia Huambaló
<b>2</b>	¿Por qué evaluar?	Por qué permitirá conocer si se está llevando a cabalidad con lo presupuestado o hay que realizar algún tipo de ajuste ya sea en lo económico o administrativo
<b>3</b>	¿Para qué evaluar?	Para determinar si los objetivos se están

		cumpliendo en su totalidad, como se planteó en la propuesta al formar la asociación
<b>4</b>	¿Con qué criterios?	Criterios de eficiencia tratando de producir en mayor proporción a un menor costo
<b>5</b>	¿Qué Indicadores?	<b>Cuantitativos:</b> a través de encuestas a las fábricas productoras de muebles para conocer en qué porcentaje se redujo el costo de producción <b>Cualitativos:</b> mediante la técnica de la observación a las diferentes empresas considerar los beneficios obtenidos con la formación de la asociación.
<b>6</b>	¿Quién evalúa?	Este trabajo está a cargo del investigador y el representante de la asociación
<b>7</b>	¿Cuándo evaluar?	El tiempo estimado para la ejecución de la propuesta es del periodo comprendido entre diciembre 2013 a febrero del 2014
<b>8</b>	¿Cómo evaluar?	Mediante la técnica de la encuesta
<b>9</b>	¿Cuáles son las fuentes de Información?	La información será proporcionada por productores de muebles de la parroquia Huambaló
<b>10</b>	¿Con qué evaluar?	Con la ayuda de un cuestionario o mediante entrevistas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. G. (2006). Manual de trabajo de Investigación. Caracas: Epistem.
- Arias, L. (2013). Tipos de Negociación Empresarial.
- ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR. (2011). LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO. Quito.
- Barfield, J. (2005). Contabilidad de Costos. México: Thomson.
- Camacho, D. (2009). Teoría de producción y costos. Mérida: INSTITUTO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGIA " Dr. CRISTOBAL MENDOZA ".
- Carpi, J. A. (2008). El desarrollo local sostenible en clave estratégica. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 77.
- Carrión, J. A. (2007). TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN. Valencia: Universidad de Alicante.
- CASTAÑO, H. (2007). CONTABILIDAD DE COSTOS . Quibdó: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL CHOCO "DIEGO LUIS CORDOBA" .
- Ceberio, Marcelo y Paul Watzlawick. 1998. La Construcción del Universo. Herder. Barcelona.
- Código Orgánico de la producción, Comercio e Inver. (2010). Quito: Asamblea Nacional Constituyente.
- Constitucion del Ecuador. (2008). *Sistema Económico y Política Económica*. Quito: Asamblea Nacional Constituyente.
- CORPEI. (2007). Planificación Estartegica Transformación y Comercialización de madera en el Ecuador. Quito: ALA.
- Dinamia. Consultoría Social. (2010). *Guía sobre La economía social y solidaria*. Madrid: Agpograf.
- Elcano, S. (1990). Tratado de educación personalizada. España: Rogar.
- Fisher, L. (1993). Mecadotecnia. México: Interamericana.

- Freire Ortiz, A. O. (2011). "Producción de artículos de cuero en la Parroquia Picaihua y el Nivel de ingresos de sus productores durante el período 2007-2010". Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Galindo, E. (2011). *Estadística Métodos y Aplicaciones*. Quito: Prociencia.
- Gallardo, y. (1999). *Aprender a investigar*. Bogotá: ISBN.
- Gómez Bravo, O. (2001). *Contabilidad de Costos*. Bogotá: Nomos.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Cordova: ISBN Brujas.
- Grajales, T. (2001). *Tipos de investigación*. Costa Rica: Universidad Latina.
- Grueso, P. (2009). *Procesos de asociatividad empresarial: Aproximaciones conceptuales e impacto económico, social y organizacional*. Rosario: Universidad del Rosario Facultad de Administración.
- Gutiérrez, A. (1982). *Lecciones de Investigación*. Quito: Instituto Nacional Mejía.
- Gúzman, P. (2012). *Tipos más usuales de Investigación*. Pachuca: Universidad Autónoma de Hidalgo.
- Hernández, M. (2013). *Operacionalización y Categorización de las Variables*. Caracas: Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Bolivariana.
- Hernández, S. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: interamericana.
- Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Ayalon.
- Hidalgo, M. (2009). *PENSAMIENTO ESTRATEGICO Y COMPETITIVO*. Lara: UNIVERSIDAD YACAMBÚ.
- Hidalgo, T. (2010). *guía de la investigación*. Lima: San martin de porres.
- Kotler, P. (1995). *Los 80 conceptos esenciales del Marketing*. Pearson.
- LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR. (2011). *DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES*. Quito: Asamblea Nacional Constituyente.

- Ley Orgánica de Regulación y Control Del Poder De Mercado (2011). Quito: Asamblea Nacional Constituyente
- López, R. (2004). Costos I. Guadalajara: UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA.
- Lozano, J. (2009). *Paradigmas y Diseños de la Investigación*. Bogotá: Universidad de la Salle.
- Maddala, G. (1994). *Microeconomía*. México: McGraw-Hill.
- Magaña, A. (2004). Ciencias de *Filosofía*.
- Mankiw, G. (2002). Principios de Economía. México: Latinoamericana.
- Martínez, J. (2010). *EN TORNO A LA AXIOLOGÍA Y LOS VALORES*. Cuba: Universidad “José Martí Pérez” de Sancti Spíritus, Cuba. .
- Marshall, A. (1890). Principios de Economía. Madrid: SINTESIS, S. A.
- Marqueo, A. M. (2000). La redaccion empresarial. México: Trillas.
- Michael E Porter, Mark R. Kramer. (2011). Creacion del valor compartido. *Compromiso Empresarial*, 1.
- Montoya, C. (2011). *Los costos de Producción*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia Sede manizales.
- Morales, F. (2010). Tipos de investigacion. Caracas: Sipal.
- Narváez, M. (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial. *revista de negocios una propuesta estratégica*, pp. 74-92,.
- Nocetti, V. (2007). *Fundamentos de negociacion*. Talca: Universidad Talca.
- Ochoa, J. (2009). Composicion de las materias primas. Santiago: UDP.
- Palacios, J. (17 de Junio de 2013). La Industria Maderera Crecerá 5% en cinco años. *Diario Hoy*, pág. 2.

Panoluisa Almachi, L. E. (2012). "El control de calidad y su incidencia en los costos de producción en la empresa Muebles Madecor de Latacunga". Latacunga: Universidad Técnica de Ambato.

Pardinas, F. (2001). metodología y técnicas de investigación. Caracas: epistem.

Parkin, M. (1998). Microeconomía. Juárez: Addison Wesley.

Polimeni, R. (1994). Contabilidad de Costos. Bogotá: Quebecor Wold.

Porter, M. (2007). *Ventaja Competitiva*. México: patria.

Ramírez, A. (2005). *ESTRATEGIAS DE GESTIÓN: La Negociación*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Rojas (2002). Técnicas de investigación documental: Manual para la elaboración de tesis, ensayos e informes académicos. Thompson. México)

Rojas, R. (2007). Sistema de Costos. Manizales: Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.

Sabino, C. (1992). El proceso de investigación. Buenos Aires: Lumen.

Samuelson y Nordhaus, P. (2005). Economía. México: McGraw-Hill Interamericana.

Samuelson, P. (1994). Economía. Madrid: Impresa.

Scheifler, X. (1973). *Teoría Económica*. México: Trillas, S.A.

Soto, J. L. (2003). TIPOS DE COSTOS EN LAS EMPRESAS. Buenos Aires: Universidad Nacional del Nordeste.

Suarez, A. (2012). Estrategia-de-Negociacion-Cual-prefiere-Distributiva-o-Integrativa.

Tamayo, M. (2005). El progreso de la Investigación Científica. México: Limusa S.A.

Torrelles, C. (2011). COMPETENCIA DE TRABAJO EN EQUIPO. *Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, pp. 329-344.

Ulloa Lara, E. R. (2011). LA PRODUCCIÓN DE CALZADO EN EL CANTON CEVALLOS, PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU IMPACTO EN EL EMPLEO. Cevallos: Universidad Técnica de Ambato.

Viles, E. (2011). Desarrollo metodológico para medir el trabajo en equipo. Revista Venezolana de Gerencia, v, pp. 375-389,.

Zúñiga, D. (2012). *Economía Social y Solidaria*. Honduras: Publigráficas Honduras.

## LINCOGRAFÍA

Carrillo, J. (23 de Mayo de 2010). Obtenido de Negociaciones: <http://carrillojaimesvelandia.blogspot.com/2010/05/negociacion-integrativa-y-distributiva.html>

Cuesta, M. (15 de Diciembre de 2005). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/canales5/ger/lamporcompras.htm>

Frías, J. A. (15 de Julio de 2008). Obtenido de <http://www.cyta.com.ar/ta0703/v7n3a3.htm>

Gallardo, P. (2 de Septiembre de 2005). Obtenido de La Economía: <http://www.ecobachillerato.com/temaseco/temas/1laeconomia.pdf>

Hernandez Pérez, J. A. (16 de Junio de 2008). Obtenido de Administración y Finanzas: [www.modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter.modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter2.shtml](http://www.modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter.modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter2.shtml)

INEC. (28 de Noviembre de 2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>

Ministerio de Industrias y Productividad. (9 de Noviembre de 2012). Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/ministerio-de-industrias-apoya-la-asociatividad-de-las-mipymes/>

Murria, S. (9 de Mayo de 2001). Obtenido de Técnicas de Investigación Social:  
[http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/940/page\\_07.htm](http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/940/page_07.htm)

Recalde , H. (13 de Mayo de 2011). *slideshare*. Obtenido de  
[http://www.slideshare.net/hector\\_recalde/mtodologa-de-la-investigac](http://www.slideshare.net/hector_recalde/mtodologa-de-la-investigac)

Rivadeneira, D. (28 de Marzo de 2012). Obtenido de Empresa y Actualidad:  
<http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>

Sanchez, P. (4 de Enero de 2009). Obtenido de Las materias Primas:  
[http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/industria/materias\\_primas.html](http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/industria/materias_primas.html)

# **ANEXOS**

**Anexo 1: Encuesta**

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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE MUEBLES DE MADERA DE LA PARROQUIA HUAMBALÓ

**OBJETIVO:**

Identificar como el poder de negociación incide en el costo de producción de muebles de las pequeñas y medianas empresas de la parroquia Huambaló.

**INSTRUCCIONES:**

- . Lea detenidamente cada una de las preguntas antes de contestar
- . Marque con una X la respuesta que estime conveniente
- . Favor marcar una sola respuesta por pregunta

<b>1. ¿Con cuántos proveedores cuenta usted?</b>	<b>Respuesta</b>
Un solo proveedor	
Dos Proveedores	
Tres Proveedores	
Más de tres proveedores	

<b>2. ¿Cuál es su principal proveedor?</b>	<b>Respuesta</b>
Placacento Masisa	
Ferretería bolívar	
Ferromadera	
Centro Ferretero Huambaló	
Ferretería Sebas “ Don Guano”	
Otro.....	

<b>3. ¿Cree usted que el número de proveedores son suficientes para el sector</b>	<b>Respuesta</b>
SI	
NO	

<b>4. ¿Existe la cantidad necesaria de materiales e insumos para lo que se produce?</b>	<b>Respuesta</b>
Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Rara vez	
Nunca	

<b>5. ¿Los materiales ofertados por su proveedor son de calidad?</b>	<b>Respuesta</b>
Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Rara vez	
Nunca	

<b>6. ¿De acuerdo a que factor adquiere usted los materiales?</b>	<b>Respuesta</b>
Calidad	
Precio	
Durabilidad	

<b>7. ¿Cuál es la forma más usual de pago por compra de materiales?</b>	<b>Respuesta</b>
Contado	
Crédito	
mixto	

<b>8. ¿Al momento de adquirir sus productos recibe algún descuento?</b>	<b>Respuesta</b>
Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Rara vez	
Nunca	

<b>9. ¿si recibe algún tipo de descuento en qué porcentaje obtiene el mismo?</b>	<b>Respuesta</b>
De 1 a 10%	
De 11 a 20%	
De 21 a 30%	
De 31 a 50%	
Más del 50%	

<b>10. ¿Sus pedidos son atendidos oportunamente?</b>	<b>Respuesta</b>
Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Rara vez	
Nunca	

<b>11. ¿En qué tiempo es despachado su pedido?</b>	<b>Respuesta</b>
Inmediatamente	
entre 1y2 días	
Entre 3y4 días	
más de 5 días	

<b>12. ¿Cómo califica usted la atención que recibe por parte de su proveedor?</b>	<b>Respuesta</b>
Excelente	
Muy bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

<b>13. ¿El proceso de producción de su empresa es?</b>	<b>Respuesta</b>
Artesanal	
Tecnificado	

<b>14. ¿La empresa cuenta con mano de obra calificada?</b>	<b>Respuesta</b>
SI	
NO	

<b>15. ¿Cuánto emplea en mano de obra para la fabricación de un juego de dormitorio de dos plazas lineal?</b>	<b>Respuesta</b>
Menos de US\$50	
Entre US\$50 y US\$100	
Entre US\$100 y US\$150	
Entre US\$150 y US\$200	
Más de US\$200	

<b>16. ¿Cuál es el tiempo que lleva la fabricación del juego de dormitorio de dos plazas lineal?</b>	<b>Respuesta</b>
1 día	
2 días	
3 días	
4 días	
Más de 4 días	

<b>17. ¿Cuánto emplea en materia prima directa en la producción de un juego de dormitorio de dos plazas lineal?</b>	<b>Respuesta</b>
Menos de US\$100	
Entre US\$100 y US\$200	
Entre US\$200 y US\$300	
Entre US\$300 y US\$400	
Más de US\$500	

<b>18. ¿se controla mensualmente los elementos del costo de producción de los muebles?</b>	<b>Respuesta</b>
Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Rara vez	
Nunca	

<b>19. ¿Cree usted que el costo de los materiales difieren significativamente entre proveedores?</b>	<b>Respuesta</b>
SI	
NO	

<b>20. ¿Cuál es el valor mensual promedio que paga por energía eléctrica?</b>	<b>Respuesta</b>
.....	

<b>21. ¿Cuál es el valor de su infraestructura?</b>	<b>Respuesta</b>
.....	

<b>22. ¿Cuál es el valor de la maquinaria que posee?</b>	<b>Respuesta</b>
.....	

<b>23. ¿considera usted que los costos en los que incurre la empresa para la fabricación de muebles son altos?</b>	<b>Respuesta</b>
SI	
NO	

<b>24. ¿Cuál es el principal mercado que adquiere sus productos?</b>	<b>Respuesta</b>
Local	
Regional	
Nacional	
Internacional	

<b>25. ¿Estaría usted de acuerdo a formar parte de una asociación de productores de muebles con el objeto de disminuir los costos de producción?</b>	<b>Respuesta</b>
SI	
NO	

<b>26. ¿Considera usted que al formar parte de una asociación puede incrementar los beneficios en la producción?</b>	<b>Respuesta</b>
SI	
NO	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 2: Juego de Dormitorio



**Anexo 3: Juego de Comedor**

