



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TEMA:**

ESTUDIO DE MERCADO PARA EL DESARROLLO DE UN EMPRENDIMIENTO  
DE DISEÑO Y FABRICACIÓN DE PÉRGOLAS DE MADERA EN LA CIUDAD DE  
IBARRA

**AUTORA:**

MARÍA ELENA CUARAN URBINA

**TUTOR:**

SIXTO RAÚL MANOSALVAS SANCHEZ

**IBARRA – ECUADOR**

**Julio, 2025**

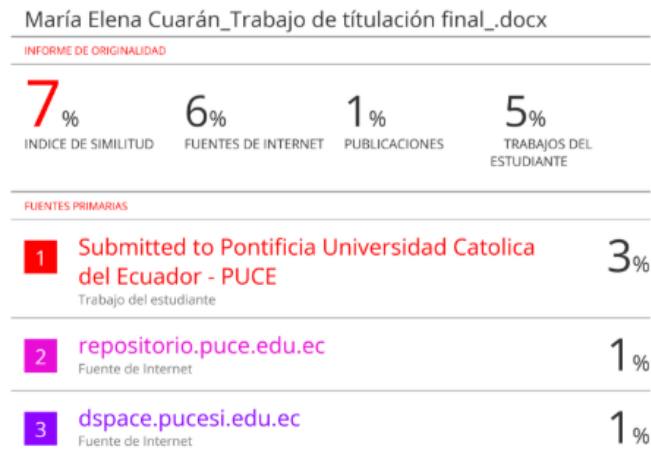
Ibarra, 17 de julio del 2025

## CERTIFICACIÓN TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de integración curricular titulado: “ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO DE DISEÑO Y FABRICACIÓN DE PÉRGOLAS DE MADERA EN LA CIUDAD DE IBARRA”, presentado por el estudiante María Elena Cuarán Urbina con cédula de ciudadanía N° 1317252953, para obtener el Título de Licenciada en Negocios Internacionales.

Certifico que el trabajo cumple con todos los parámetros establecidos, mediante el cual el estudiante demuestra el desarrollo de competencias en el campo de conocimiento de su profesión con un nivel de argumentación coherente, para ser sometido a la evaluación por parte de los lectores.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de originalidad de TURNITIN.



(f): \_\_\_\_\_  
Mgs. Sixto Raúl Manosalvas Sánchez  
**TUTOR DE TRABAJO**  
C.C.: 1002629291

## PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

(f): .....

Mgs. Sixto Raúl Manosalvas Sánchez

C.C.: 1002629291

(f):.....

Mgs. Patricio Roberto Tadeo Tadeo

C.C.: 1001709045

(f):.....

Mgs. David Alexander Bolaños Sarauz

C.C.: 1002080024

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, *María Elena Cuarán Urbina*, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 17 de julio del 2025

(f):

*María Elena Cuarán Urbina*

C.C.: 1317252953

## AUTORIA

Yo, *María Elena Cuarán Urbina*, portadora de la cedula de ciudadanía N° 1317252953, declaro que el presente trabajo de investigación es de total responsabilidad de la autora, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

(f):.....

*María Elena Cuarán Urbina*

C.C.: 1317252953

## **DEDICATORIA**

A mi querida madre y a mi hijo Carlitos,

Por ser ese pilar fundamental, mi ejemplo de fortaleza y amor incondicional, gracias por acompañarme en cada paso de este camino, han sido mi fortaleza más grande, me han dado la fuerza para continuar y nunca rendirme. Este logro más que mío es suyo, a ti madre querida por tus ganas de verme triunfar e impulsarme cada día a la superación, gracias por apoyarme sin recibir nada a cambio, a la adoración de mi vida, mi hijo Carlitos el cual ha sido el motor de mi vida y el que me motiva a despertarme cada día y ser mejor persona.

No existen palabras para expresar el agradecimiento y amor infinito que han depositado en mí, ahora permítanme dedicarles este logro, a ti querida madre y a mi hijo adorado.

Este trabajo de investigación está dedicado a mi madre y a mi querido hijo.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a Dios por haberme guiado en cada paso de este camino.

A mi madre, quien ha sido mi mayor fortaleza, mi ejemplo de esfuerzo, amor incondicional y perseverancia. Gracias por su apoyo incondicional, sus palabras de aliento y por nunca dejarme sola, incluso en los momentos más difíciles.

A mi hijo, mi motor, mi inspiración diaria, y la razón más poderosa para seguir adelante. Gracias por enseñarme a no rendirme, por darme motivos para luchar cada día y por llenar mi vida de amor y esperanza.

A mi familia, por estar presente durante esta trayectoria, por su comprensión y palabras de aliento. Cada gesto y cada muestra de apoyo y solidaridad ha sido fundamental para llegar hasta aquí.

A mis amigas de la universidad, compañeras de caminos, desvelos y risas, gracias por estar presentes y ser un pilar fundamental para mi vida.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a cada uno de mis profesores, quienes han sido pilares fundamentales en mi formación académica y personal. Gracias por compartir sus conocimientos con pasión, por su dedicación incansable, y por motivarnos a superar desafíos con esfuerzo y compromiso. Cada clase, cada consejo y cada palabra de aliento han dejado una huella valiosa en mi camino.

Este logro lo comparto con cada uno de ustedes. Gracias por caminar a mi lado en este proceso.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CERTIFICACIÓN TUTOR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....</b>	<b>iii</b>
<b>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS .....</b>	<b>iv</b>
<b>AUTORIA.....</b>	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>xiv</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Objetivos generales .....	2
1.1.1. Objetivos .....	2
1.1.2. Objetivos específicos .....	2
<b>2. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....</b>	<b>3</b>
2.1. Antecedentes .....	3
2.2 Marco teórico.....	6
2.1.1. Teorías del comercio internacional .....	6
2.1.2. Teoría de la ventaja comparativa .....	7
2.1.3. Teoría la ventaja absoluta.....	8
2.1.4. Emprendimiento .....	8
2.1.5. Estudio de mercado .....	9
2.1.6. Estudio de mercado internacional.....	10
2.1.7. Estudio de mercado nacional.....	11
2.1.8. Análisis del consumidor .....	12
2.1.9. La encuesta .....	13
2.1.10. La entrevista.....	13
2.1.11. La población .....	14

2.1.12.	La muestra.....	14
2.1.13.	Pérgolas.....	15
2.1.14.	Historia de las pérgolas.....	15
2.1.15.	Tipos de pérgolas.....	16
2.2.16.	Materiales de construcción.....	19
2.2.17.	Madera.....	19
2.2.18.	Silvicultura y sostenibilidad forestal.....	20
2.2.19.	Normativa legal ley forestal y de conservación de áreas naturales y vida Silvestre	21
2.2.20.	Acuerdo ministerial No. 037. ....	21
2.2.21.	Acuerdo ministerial No. borrador norma de manejo forestal sostenible (2018)	22
2.2.22.	Acuerdo ministerial No. 095 (sistema de producción forestal – registro forestal obligatorio).....	22
2.2.23.	Acuerdo interministerial MAATE-MAG-2022-003 – certificado de procedencia legal y buenas prácticas forestales.....	22
<b>3.</b>	<b>MATERIALES Y METODOS .....</b>	<b>24</b>
3.1.	Enfoque.....	25
3.2.	Variables, indicadores y técnicas.....	25
3.3.	Población.....	28
3.4.	Muestra.....	28
3.5.	Tipo de muestreo.....	29
3.6.	Instrumentos.....	29
3.6.1.	Entrevista.....	29
2.1.16.	Encuesta.....	30
3.7.	Procedimiento de la aplicación.....	30
3.8.	Análisis de datos y resultados.....	31
<b>4.</b>	<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>32</b>
4.1.	Resultados.....	32
4.1.1.	Entrevista a socio potencial.....	32
4.1.2.	Entrevista a un experto en el área de la construcción.....	36
4.1.3.	Encuesta.....	39

<b>Figura 10. Resultados de la encuesta aplicada .....</b>	<b>54</b>
<b>4.2. Discusión.....</b>	<b>56</b>
<b>5. PROPUESTA .....</b>	<b>57</b>
5.1. Propuesta legal .....	57
5.2. Minuta de constitución de la empresa .....	57
5.3. Propuesta administrativa.....	57
5.3.1. Nombre de la empresa .....	57
5.3.2. Logo.....	58
5.3.3. Misión.....	58
5.3.4. Visión.....	58
5.3.5. Valores .....	58
5.3.6. Organigrama estructural .....	59
5.3.7. Manual de funciones .....	59
5.4. Propuesta de comercialización .....	60
5.4.1. Producto.....	60
5.4.2. Ficha técnica.....	60
5.4.3. Precio .....	61
5.4.4. Plaza .....	61
5.4.5. Promoción.....	62
Figura 14. <i>Publicación para redes sociales</i> .....	65
5.5. Estudio Económico.....	66
5.5.1 Datos de entrada .....	66
5.5.2. Inversión Fija .....	67
5.5.3. Inversión Variable .....	67
5.5.4. Resumen de la inversión Inicial.....	68
5.5.5. Detalle de Inversión Fija.....	69
5.5.6. Detalle de Inversión Variable.....	71
5.5.7. Detalle de Gastos Administrativos.....	73
5.5.8. Determinación del Precio Unitario .....	74
5.6. Financiamiento del Proyecto .....	75
<b>5.6.1. Amortización de la Deuda.....</b>	<b>76</b>

5.7.	Determinación de la tasa de redescuento o costo de oportunidad .....	78
5.8.	Cálculo de depreciación y amortización .....	79
5.8.1.	Depreciación .....	79
5.8.2.	Amortización .....	80
5.9.	Determinación de los presupuestos .....	80
5.9.1.	Determinación de ingresos (Ventas) .....	80
5.9.2.	Determinación de costos .....	81
5.10.	Estados Financieros.....	82
5.10.1.	Estado de Resultados .....	82
5.11.	Flujo de Caja.....	83
5.12.	Balance Inicial .....	84
5.13	Evaluación Económica Financiera del Proyecto .....	85
5.13.	Valor Presente Neto.....	85
5.13.2.	Costo Beneficio.....	86
5.14	Periodo de recuperación de la inversión .....	86
5.14.1.	Tasa de interna de retorno .....	87
5.15.	Evaluación económica del proyecto .....	88
5.16.	Determinación del punto de equilibrio .....	89
<b>6.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>90</b>
6.1.	Conclusiones .....	90
6.2.	Recomendaciones.....	91
<b>7.</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>92</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>97</b>
	Anexo 1: Minuta de constitución de la empresa .....	97
	Anexo 2: Manual de funciones .....	100
	Anexo 3: Entrevista con el Arquitecto Michael Luna.....	102
	Anexo 4: Entrevista con la Sr. Elisa Guerrero .....	103
	Anexo 5: Encuesta realizada a pobladores de la ciudad de Ibarra .....	104
	Anexo 6: Preguntas realizadas a la Sr. Eliza Urbina.....	105
	Anexo 7: Preguntas realizadas al Arquitecto Michael Luna .....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Matriz de variables.....	25
<b>Tabla 2</b> Resultados de la entrevista a la Sra. Eliza Guerrero, socio potencial para la creación del emprendimiento de pérgolas de madera. ....	32
<b>Tabla 3</b> Resultados de la entrevista realiza a un experto en construcción, Arquitecto Michael Luna. ....	36
<b>Tabla 4</b> Resultados de la encuesta aplicada .....	40
<b>Tabla 5</b> Resultados de la encuesta aplicada .....	44
<b>Tabla 6</b> Resultados de la encuesta aplicada .....	46
<b>Tabla 7</b> Resultados de la encuesta aplicada .....	47
<b>Tabla 8</b> Resultados de la encuesta aplicada .....	49
<b>Tabla 9</b> Resultados de la encuesta aplicada .....	50
<b>Tabla 10</b> Resultados de la encuesta aplicada .....	51
<b>Tabla 11</b> Resultados de la encuesta aplicada .....	52
<b>Tabla 12</b> Resultados de la encuesta aplicada .....	53
<b>Tabla 13</b> Ficha técnica pérgola de madera.....	60
<b>Tabla 14</b> Plan de contenido para redes sociales.....	63
<b>Tabla 15</b> Inversión fija.....	67
<b>Tabla 16</b> Inversión variable.....	67
<b>Tabla 17</b> Resumen de inversión inicial.....	68
<b>Tabla 18</b> Detalle de la inversión fija .....	69
<b>Tabla 19</b> Costos de producción.....	71
<b>Tabla 20</b> Resumen de producción.....	72

<b>Tabla 21</b> Gastos Administrativos.....	73
<b>Tabla 22</b> Sueldo de personal .....	73
<b>Tabla 23</b> Resumen de producción.....	74
<b>Tabla 24</b> Financiamiento.....	75
<b>Tabla 25</b> Amortización de la deuda .....	76
<b>Tabla 26</b> Costo de Capital.....	78
<b>Tabla 27</b> Depreciación .....	79
<b>Tabla 28</b> Amortización.....	80
<b>Tabla 29</b> Determinación de ingresos.....	80
<b>Tabla 30</b> Determinación de costos.....	81
<b>Tabla 31</b> Estado de resultados.....	82
<b>Tabla 32</b> Flujo de caja.....	83
<b>Tabla 33</b> Balance inicial.....	84
<b>Tabla 34</b> Valor presente neto .....	85
<b>Tabla 35</b> Costo beneficio .....	86
<b>Tabla 36</b> Periodo de recuperación de la inversión .....	86
<b>Tabla 37</b> Tasa interna de retorno.....	87
<b>Tabla 38</b> Evaluación económica del proyecto .....	88
<b>Tabla 39</b> Punto de equilibrio unidades físicas .....	89
<b>Tabla 40.</b> Manual de funciones de Maderesa Desing .....	100

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Pérgola adosada.....	16
<b>Figura 2</b> Pérgola independiente .....	17
<b>Figura 3</b> Pérgola de estilo clásico .....	17
<b>Figura 4</b> Pérgola moderna.....	18
<b>Figura 5</b> Pérgolas bioclimáticas.....	19
<b>Figura 6</b> Resultados de la encuesta aplicada.....	40
<b>Figura 7</b> Resultados de la encuesta aplicada.....	42
<b>Figura 8</b> Resultados de la encuesta aplicada.....	43
<b>Figura 9</b> Resultados de la encuesta aplicada.....	45
<b>Figura 10.</b> Resultados de la encuesta aplicada.....	54
<b>Figura 11</b> Resultados de la encuesta aplicada.....	55
<b>Figura 12</b> Logotipo de la empresa Maderesa Desing .....	58
<b>Figura 13</b> Organigrama estructural .....	59
<b>Figura 14.</b> <i>Publicación para redes sociales</i> .....	65

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo evaluar la factibilidad de un emprendimiento dedicado al diseño y fabricación de pérgolas de madera personalizadas en Ibarra, respondiendo a la problemática del crecimiento poblacional y la demanda de estructuras exteriores funcionales y estéticas, ante la falta de información sobre las preferencias de los consumidores locales. Se aplicó un enfoque mixto con métodos inductiva-deductiva, utilizando como técnicas la encuesta y la entrevista. La encuesta fue dirigida a 352 personas, cabezas de hogar o potenciales compradores interesados en pérgolas de madera, mientras que las entrevistas se realizaron a 2 personas relacionadas con el negocio con diez años de experiencia en el sector de la construcción, para obtener criterios técnicos y emprendedores. Los resultados evidenciaron que existe una alta aceptación hacia las pérgolas de madera, especialmente aquellas personalizadas y adaptadas a las necesidades del cliente, valoradas por su estética, funcionalidad, durabilidad y capacidad de aportar calidez y confort a jardines, patios y terrazas. Los hallazgos confirman la viabilidad del emprendimiento, destacando su potencial para diversificar la oferta local de productos de madera, aprovechar de manera sostenible los recursos forestales disponibles y responder a las tendencias actuales de diseño y construcción de espacios exteriores en la ciudad. En conclusión, el estudio aporta información estratégica para el desarrollo de un negocio competitivo y diferenciado en el mercado ibarreño, con proyecciones de crecimiento sostenido y contribución a la dinamización económica local mediante productos innovadores y responsables ambientalmente.

**Palabras clave:** Estudio de mercado, emprendimiento, pérgolas de madera, Ibarra.

## ABSTRACT

This study aimed to evaluate the feasibility of a business dedicated to the design and manufacture of custom wooden pergolas in Ibarra, responding to the challenges of population growth and the demand for functional and aesthetic outdoor structures, given the lack of information on local consumer preferences. A mixed approach with inductive and deductive methods was applied, using survey and interview techniques. The survey was directed at 352 individuals, heads of households or potential buyers interested in wooden pergolas, while interviews were conducted with two people associated with the business with ten years of experience in the construction sector, to obtain technical and entrepreneurial criteria. The results showed a high acceptance of wooden pergolas, especially those customized and adapted to the client's needs, valued for their aesthetics, functionality, durability, and ability to provide warmth and comfort to gardens, patios, and terraces. The findings confirm the viability of the project, highlighting its potential to diversify the local supply of wood products, sustainably utilize available forest resources, and respond to current trends in the design and construction of outdoor spaces in the city. In conclusion, the study provides strategic information for the development of a competitive and differentiated business in the Ibarra market, with projections for sustained growth and a contribution to local economic revitalization through innovative and environmentally responsible products.

**Keywords:** Market study, entrepreneurship, wooden pergolas, Ibarra.

## 1. INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Ibarra se ha visualizado un constante crecimiento poblacional que se ha tenido los últimos años, la población ibarreña ha tenido un significativo incremento de habitantes y a su vez en el sector de la construcción. El siguiente proyecto se enfoca en la estética, funcionalidad y armonía con el entorno natural, el interés por embellecer espacios y conectarlos con la naturaleza, la implementación de pérgolas de madera en espacios exteriores ha despertado utilidad en realizar este proyecto.

El creciente interés de la población Ibarreña ha desatado un reto personal, ya que no existen datos referentes a los gustos, preferencias y demanda que abarcan las pérgolas de madera. Las pérgolas, son estructuras que aportan funcionalidad, representando una oportunidad de negocio en el mercado de la construcción y diseño en la ciudad de Ibarra.

El presente proyecto de investigación se destaca debido al incremento de preferencias por renovar espacios exteriores en viviendas y negocios, permitirá evaluar la factibilidad de un emprendimiento orientado en el diseño y fabricación de pérgolas de madera, además de proporcionar información favorable para diversificar su oferta y despertar el interés en los consumidores y comprender el entorno comercial, cliente potencial, gustos y preferencias. Se diseñará una propuesta comercial ajustada a la realidad del mercado ibarreño.

## **1.1.Objetivos generales**

### ***1.1.1. Objetivos***

Realizar un estudio de mercado en la ciudad de Ibarra para evaluar la factibilidad de un emprendimiento dedicado al diseño y fabricación de pérgolas de madera.

### ***1.1.2. Objetivos específicos***

- Identificar las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores ibarreños respecto a la implementación de pérgolas de madera en espacios exteriores.
- Analizar el crecimiento poblacional y del sector de la construcción en Ibarra como factores clave para determinar el potencial de mercado para pérgolas de madera.
- Realizar un estudio de mercado y comercialización que permita introducir eficazmente el emprendimiento en el mercado Ibarreño, considerando los resultados del estudio de mercado.
- Desarrollar un estudio económico financiero para medir la viabilidad del proyecto de investigación.

## 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

Con el paso del tiempo, el diseño de espacios al aire libre ha cobrado cada vez mayor relevancia tanto en proyectos habitacionales como en entornos empresariales. La tendencia responde a la necesidad de integrar la funcionalidad con la estética y el confort, promoviendo así la creciente demanda de estructuras como las pérgolas de madera. La madera, por su naturaleza accesible, su valor estético y su versatilidad, se ha posicionado como una opción preferida para quienes buscan calidez y armonía en sus espacios exteriores.

El instituto nacional de estadísticas y censos, (INEC, 2025) nos indica el “crecimiento poblacional que ha tenido la ciudad de Ibarra en los últimos años, determinado que en el año 2012 la población ibarreña es de 180.845 habitantes, mientras que para el año 2022 cuenta con una población de 217.469 habitantes”.

Haciendo referencia a estos datos se puede representar el crecimiento poblacional que se ha tenido los últimos años, la población del cantón Ibarra ha tenido una significativa ampliación de habitantes y a su vez en el sector de la construcción.

Según datos porcentuales obtenidos del Instituto Nacional Estadístico y Censos sobre viviendas y edificaciones a construir en los dos últimos años, podemos observar un crecimiento en la significativo en la construcción, teniendo como referencia el cantón Ibarra que en el tercer trimestre del año 2023 las edificaciones a construir fueron del 4,79% mientras que para el tercer trimestre del 2024 estas incrementaron a 7,50% , las viviendas a construir en el año 2023 fueron de 3,87% y para el tercer trimestre del 2024 fue del 6,75%. (INEC, 2024)

En este contexto, se presenta una oportunidad significativa de emprendimiento, especialmente en sectores donde el desarrollo urbano y habitacional mantiene un ritmo constante. No obstante, para que una iniciativa en el ámbito de la construcción logre ser sustentable y competitiva, resulta imprescindible contar con información actualizada sobre el comportamiento del mercado, así como del crecimiento poblacional y constructivo. Diversos estudios han abordado aspectos clave relacionados con la producción, comercialización y diseño de estructuras de madera, por lo cual en este apartado se analizarán casos relacionados al tema de estudio.

El estudio de Arevalo (2022) titulado “Diseño de uniones metálicas estandarizadas para estructuras en madera: pérgolas”, realizado tuvo como objetivo principal desarrollar un sistema de uniones metálicas estandarizadas para pérgolas de madera, buscando mejorar la eficiencia constructiva y la estética de estas estructuras. La metodología empleada fue de carácter analítico y descriptivo, incluyendo un análisis estructural detallado de las uniones, así como la aplicación de encuestas para validar la propuesta con usuarios y expertos en el área. La población estudiada comprendió tanto profesionales del diseño y la construcción como usuarios potenciales de pérgolas, utilizando instrumentos como entrevistas y cuestionarios para recopilar información relevante. El resultado más destacado del estudio fue la creación de un sistema modular de uniones metálicas que facilita el ensamblaje y desmontaje de pérgolas, mejorando su funcionalidad y adaptabilidad a diferentes entornos. El caso complementa el estudio de mercado para el desarrollo de un emprendimiento de diseño y fabricación de pérgolas de madera en Ibarra, ya que proporciona soluciones prácticas y estandarizadas que pueden ser incorporadas en la oferta de productos, aumentando su competitividad y atractivo para los consumidores.

En el estudio de Soto (2024) analiza el diseño y simulación de una pérgola bioclimática con un mecanismo de apertura y ventilación utilizando perfiles de tol galvanizado. En este caso aplicó una metodología analítica y experimental, evaluando componentes estructurales y mecánicos, y se determinó una velocidad óptima de 15°/s para el movimiento de las lamas, operadas con un motor paso a paso. El diseño final permite posicionar las lamas en cuatro ángulos (0°, 45°, 90°, 135°), garantizando control climático, impermeabilidad y bajo costo. El proyecto guarda relación directa con el estudio de pérgolas de madera en Ibarra, al aportar criterios técnicos que pueden integrarse para mejorar la funcionalidad y valor agregado de las pérgolas ofertadas en dicho emprendimiento.

Por otro lado, el estudio realizado por Ramirez (2023) menciona la importancia de la evaluación de la factibilidad de fabricar pérgolas de ciprés y pino en un aserradero en Chimaltenango, con el objetivo de diversificar su producción y agregar valor a sus recursos forestales. La metodología aplicada fue mixta en el que incluyó análisis de mercado, técnico y financiero. El resultado principal fue la identificación de una oportunidad rentable para introducir pérgolas como nuevo producto. De esta manera se evidencia la relación directa e importancia de analizar el mercado aplicado a indicadores del contexto, en este caso de la ciudad de Ibarra al evidenciar cómo aprovechar recursos naturales locales y demanda del mercado para fortalecer la competitividad del emprendimiento.

Finalmente, el estudio de Gomez (2020) analiza la importancia del estudio de mercado ante un producto de madera e identificó oportunidades para productos forestales en fincas de Nicaragua, Honduras y Guatemala, evidenciando una alta demanda de madera aserrada y postes, junto con limitaciones en infraestructura y comercialización. Por lo cual, propone sistemas agroforestales y silvopastoriles como estrategias sostenibles para mejorar la productividad y

acceso a mercados. El estudio se relaciona con el emprendimiento de pérgolas de madera ya que destaca la importancia de aprovechar recursos forestales locales bajo prácticas sostenibles, fortaleciendo la cadena de valor y generando beneficios económicos y ambientales.

En este contexto, resulta indispensable considerar la figura jurídica adecuada para formalizar el emprendimiento propuesto. La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) se presenta como la opción más conveniente, dado que es un modelo societario flexible, creado en Ecuador mediante la Ley de Emprendimiento e Innovación en 2020, con el objetivo de simplificar la constitución de empresas y promover el desarrollo económico local (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020).

Por tanto, la SAS permite que el negocio de diseño y fabricación de pérgolas de madera pueda constituirse de manera ágil, segura y con menor carga burocrática, facilitando su registro y operación formal en el mercado ibarreño. Además, brinda ventajas como la posibilidad de constituirse por una o varias personas, emitir acciones para atraer inversionistas y establecer una estructura administrativa adaptada a las necesidades del proyecto. Así, su aplicación garantiza un marco legal sólido que respalde la comercialización de pérgolas, fortalezca la confianza con proveedores y clientes, y contribuya al desarrollo sostenible del emprendimiento propuesto.

## **2.2 Marco teórico**

### ***2.1.1. Teorías del comercio internacional***

Según Guayasamin (2018) las teorías del comercio internacional hacen énfasis en la relación comercial entre países y la manera de entender cómo se benefician entre sí, con las importaciones y exportaciones. Diferentes autores mencionan teorías basadas en perspectivas desiguales, en el presente proyecto de investigación tendremos realce a las siguientes teorías:

### **2.1.2. Teoría de la ventaja comparativa**

A inicios la teoría de la ventaja comparativa fue formulada por David Ricardo a inicios del siglo XIX y ha sido desde entonces una de las bases fundamentales para comprender el comercio internacional. Esta teoría sostiene que los países deben especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes en los que poseen una mayor eficiencia relativa, es decir, donde los costos de oportunidad son más bajos en comparación con otras naciones (Lopez.2020). En otras palabras, incluso si un país no es el más eficiente en términos absolutos, puede beneficiarse del comercio internacional si se enfoca en producir lo que hace mejor en relación con otras actividades.

En este contexto, Ecuador presenta condiciones muy favorables pues su privilegiada ubicación geográfica y su diversidad ecológica convierten al país en un territorio propicio para el desarrollo del sector forestal, especialmente en lo que respecta a la producción de madera. Al poseer un recurso natural y ser abundante y de fácil acceso en varias regiones del país, permite reducir costos de producción, lo cual se traduce en una ventaja comparativa clara frente a otros países (Merizalde, La silvicultura y su aporte al crecimiento económico del Ecuador, 2021).

Según datos de Trade Map (2025) Ecuador ha logrado superar las cifras de exportación de madera en relación con años anteriores, consolidando su presencia en mercados clave como China, Colombia y Estados Unidos. Este comportamiento comercial refleja la aplicación práctica de la teoría ricardiana, ya que el país está aprovechando sus condiciones naturales y su capacidad productiva para posicionarse como un proveedor competitivo en el mercado internacional de productos maderables.

Por tanto, en el marco del presente estudio, resulta esencial destacar que la ventaja comparativa de Ecuador en la producción de madera no solo respalda las posibilidades de

exportación, sino que también fortalece iniciativas locales, como el desarrollo de emprendimientos enfocados en la fabricación de pérgolas de madera. La conexión entre teoría y realidad permite comprender de forma más profunda cómo los recursos propios del país pueden ser aprovechados estratégicamente para generar valor económico, social y comercial, tanto a nivel interno como en los mercados externos.

### ***2.1.3. Teoría la ventaja absoluta***

Desde la perspectiva de la teoría de la ventaja absoluta, propuesta por Adam Smith (1790), un país se posiciona favorablemente en el comercio internacional cuando posee una mayor productividad o acceso eficiente a ciertos recursos, lo que le permite producir bienes con mejor calidad y a menor costo. En este sentido, Ecuador cuenta con una ventaja significativa gracias a su vasta disponibilidad de recursos forestales, especialmente en lo que respecta a la producción de madera.

La madera es un recurso natural, además de ser abundante, es accesible y sostenible en varias regiones del país, lo que permite abastecer tanto la demanda nacional como internacional con eficiencia. La presencia de condiciones geográficas y climáticas óptimas, sumadas al conocimiento técnico local, refuerzan el potencial del país para destacarse en la fabricación de productos maderables como las pérgolas, consolidando su participación en mercados cada vez más exigentes y fortaleciendo su economía desde un enfoque de aprovechamiento racional de sus ventajas naturales (Gómez, 2020).

### ***2.1.4. Emprendimiento***

Un emprendimiento es un proyecto de cinco años o menos de existencia con la finalidad de obtener recursos económicos, empleo y desarrollo. Para desarrollar un emprendimiento

sustentable mediante un proceso creativo que permita el ingreso de productos y/o servicios innovadores o que den un valor agregado a los ya existentes. (LOEI, 2020)

De acuerdo con (Bóveda et. al, 2015), el emprendedor es un indispensable generador de crecimiento económico y social de un país, tratando de determinar las oportunidades y explotaras al máximo, procurando encontrar los recursos para que los negocios generen beneficios. (Salgado Monar, 2023)

### ***2.1.5. Estudio de mercado***

Un estudio de mercado es un proceso sistemático que implica la recopilación, análisis e interpretación de información relevante sobre un mercado específico, con el objetivo de comprender sus características, necesidades, preferencias y comportamientos de compra, así como las condiciones del entorno competitivo (Kotler & Keller, 2016). Es una herramienta permite identificar oportunidades comerciales, evaluar la viabilidad de un producto o servicio y tomar decisiones estratégicas fundamentadas para su posicionamiento, desarrollo y sostenibilidad en el tiempo.

En términos metodológicos, el estudio de mercado se estructura en varias etapas esenciales. Primero, la definición del problema y los objetivos de investigación, para delimitar con precisión lo que se busca conocer. Luego, la planificación del estudio y selección de técnicas de recolección de información, que pueden ser cualitativas (entrevistas, focus group) o cuantitativas (encuestas estructuradas). Posteriormente, se ejecuta la recolección de datos en campo, se procede al análisis e interpretación de los resultados y, finalmente, se elabora un informe con conclusiones y recomendaciones estratégicas (Malhotra, 2010). Cada una de estas fases garantiza la rigurosidad del proceso y la validez de la información obtenida.

En relación con el presente estudio, la aplicación de un análisis de mercado resulta fundamental para evaluar la factibilidad de un emprendimiento dedicado al diseño y fabricación de pérgolas de madera en la ciudad de Ibarra. A través de este proceso se busca conocer de manera directa los gustos, motivaciones, necesidades y tendencias del consumidor ibarreño, así como el comportamiento del sector de la construcción y la demanda de estructuras exteriores funcionales y estéticas. Por tanto, el estudio de mercado constituye la base para diseñar una propuesta comercial ajustada a la realidad local, disminuyendo los riesgos operativos y financieros y aumentando las probabilidades de éxito, diferenciación y sostenibilidad del emprendimiento en el tiempo.

#### ***2.1.6. Estudio de mercado internacional***

A nivel global, el mercado de las estructuras para exteriores ha crecido de forma significativa, impulsado por la tendencia de revalorizar los espacios abiertos como áreas de convivencia, descanso o extensión funcional del hogar. En este escenario, las pérgolas se han convertido en uno de los productos más demandados, debido a su versatilidad, aporte estético y posibilidad de adaptación climática. Según datos de Market Research Future (2024) el mercado internacional de pérgolas fue valorado en aproximadamente 1.900 millones de dólares en 2023 y se estima que alcanzará los 4.600 millones de dólares en 2031, con un crecimiento anual del 10,9 %. Por lo tanto, este comportamiento demuestra que las preferencias del consumidor global se orientan hacia soluciones arquitectónicas sostenibles, confortables y personalizadas.

Además, el auge de las pérgolas bioclimáticas construidas con una estructura que permite controlar el paso de luz, ventilación y temperatura representa una de las innovaciones más destacadas en el sector (Gallegos, 2024). El mercado de estas estructuras se estimó en 480 millones de dólares en 2023, con proyecciones de triplicar su valor hacia el año 2034, creciendo

a un ritmo anual del 7,1 % (Global Newswire, 2024). Las cifras reflejan un cambio en la demanda internacional, en donde los consumidores no solo buscan diseño, sino también funcionalidad tecnológica, eficiencia energética y respeto al medioambiente.

Este contexto internacional resulta clave para el presente estudio, ya que permite visualizar tendencias aplicables al desarrollo de un emprendimiento en Ibarra. Ecuador, al contar con recursos forestales de calidad y ser un exportador consolidado de madera, superando los 650 millones de dólares en exportaciones forestales en 2024. Por lo tanto, tiene el potencial de adaptarse a esta demanda global mediante propuestas innovadoras que integren diseño, sostenibilidad y competitividad (El Comercio, 2025). Así, comprender el comportamiento del mercado internacional no solo permite proyectar una visión de crecimiento a largo plazo, sino también alinear la oferta local a estándares globales que hoy definen la industria de la construcción exterior.

#### ***2.1.7. Estudio de mercado nacional***

En el contexto del estudio de mercado nacional, Ecuador ha experimentado un notable dinamismo en su sector forestal, destacándose como uno de los principales exportadores de productos de madera en América Latina. En 2024, las exportaciones del sector forestal superaron los USD 650 millones, lo que representa un crecimiento del 9,3 % frente al año anterior, con tableros, balsa y teca concentrando más del 87 % del volumen exportado (El Comercio, 2025). Además, se proyecta que las ventas del rubro alcancen los USD 700 millones en 2025, consolidando una parte significativa del PIB manufacturero y generando miles de empleos.

En paralelo, la industria de la construcción en Ecuador muestra señales de recuperación, aunque con una ligera reducción en proyectos nuevos. Según el INEC (2023), el número de permisos de edificación disminuyó un 12,9 % respecto al año anterior, pero ciudades como Ibarra

mostraron incrementos del 8,2 % en su actividad constructiva (INEC, 2024). En análisis con las tendencias evidencian un entorno donde hay madera disponible localmente, pero también una demanda creciente por materiales y estructuras, lo cual presenta una oportunidad estratégica para productos especializados como pérgolas de madera.

La combinación de una oferta forestal y un mercado de construcción en expansión crea una posibilidad de éxito, para el emprendimiento en diseño y fabricación de pérgolas en Ibarra. El estudio de mercado nacional revela que existe una clara oportunidad si se incorporan criterios de sostenibilidad, aprovechamiento de recursos locales y adaptación a las preferencias regionales. En efecto, el desarrollo de pérgolas no solo apoya la diversificación del uso de madera nacional, sino que también se alinea con las tendencias de construcción sostenible y el gusto por espacios exteriores funcionales y estéticos.

#### ***2.1.8. Análisis del consumidor***

El análisis del consumidor es una herramienta clave dentro de todo estudio de mercado, ya que permite identificar quiénes son los compradores potenciales, cuáles son sus necesidades, preferencias, hábitos de consumo y factores que influyen en su decisión de compra. El análisis permite segmentar correctamente el mercado, sino también diseñar estrategias adecuadas para atraer y fidelizar a los clientes (Kotler & Keller, 2016).

En el caso del presente proyecto, el consumidor interesado en pérgolas de madera representa un perfil específico dentro del mercado de la construcción y el diseño de exteriores. En este caso el consumidor serían propietarios de viviendas, arquitectos o empresarios que valoran la funcionalidad, estética y durabilidad en sus espacios exteriores. La creciente tendencia a personalizar áreas como patios, jardines o terrazas ha generado una nueva demanda de

soluciones arquitectónicas sostenibles y de calidad, como las pérgolas de madera (Castillo, 2017).

Por tanto, analizar las preferencias del consumidor local en cuanto a estilos, materiales, precios y motivaciones de compra es esencial para orientar correctamente el diseño de productos, la estrategia de precios y los canales de comercialización. Este conocimiento también permite diferenciar la oferta frente a la competencia y consolidar una propuesta de valor sólida, contextualizada a la realidad de Ibarra.

### ***2.1.9. La encuesta***

La encuesta es un instrumento de recolección de datos que permite obtener información directa y cuantificable sobre las opiniones, hábitos y preferencias de una muestra representativa de la población. A través de preguntas estructuradas, se busca conocer variables específicas que faciliten el análisis del comportamiento del consumidor y las características del mercado objetivo (Avila, 2020)

En esta investigación, la encuesta puede aplicarse a hogares de la ciudad de Ibarra con el fin de identificar el interés por las pérgolas de madera, los estilos preferidos, la disposición de compra y otros aspectos clave que permitirán evaluar la factibilidad comercial del emprendimiento. La información obtenida mediante este instrumento servirá como base para sustentar las estrategias de diseño, producción y comercialización del producto.

### ***2.1.10. La entrevista***

La entrevista es una técnica cualitativa de recopilación de información que permite obtener datos profundos y contextuales a partir del diálogo directo con personas clave, su valor radica en la posibilidad de explorar percepciones, conocimientos y experiencias de los

entrevistados en relación con el objeto de estudio, permitiendo enriquecer la comprensión de la realidad investigada (Avila, 2020).

En el marco del presente estudio, las entrevistas pueden estar dirigidas a actores estratégicos del sector de la construcción y del diseño arquitectónico en Ibarra, como arquitectos, constructores y comerciantes de madera. Estos aportes cualitativos complementan los resultados de las encuestas y permiten comprender con mayor profundidad las dinámicas del mercado, las barreras existentes y las oportunidades de innovación en el diseño de pérgolas de madera.

#### ***2.1.11. La población***

La población, en el contexto de una investigación de mercado, se refiere al conjunto total de personas u hogares que comparten características relevantes para el estudio y que pueden llegar a ser consumidores del producto o servicio analizado. Por lo cual, definir con claridad la población permite delimitar el alcance del estudio y garantizar que los resultados sean pertinentes (Toledo, 2020).

#### ***2.1.12. La muestra***

La muestra es un subconjunto representativo de una población, seleccionado para participar en una investigación, con el fin de obtener información relevante sin necesidad de estudiar a toda la población. El tamaño y tipo de muestra se determina en función del objetivo del estudio, el nivel de confianza deseado y el margen de error aceptable (Toledo, 2020)

### ***2.1.13. Pérgolas***

Las pérgolas son estructuras versátiles que constan de columnas que sostiene vigas y sobre estas un techo abierto, su principal característica es su diseño abierto y aireado utilizadas en patios, jardines, parques, terrazas o entornos exteriores, sus principales funciones son aportar sombra agradable, mejoran visualmente un área aportando calidez y confort. (Durmi, 2025)

### ***2.1.14. Historia de las pérgolas***

Las pérgolas son estructuras arquitectónicas compuestas por columnas y vigas, utilizadas a lo largo del tiempo por sus múltiples funcionalidades como aportar sombra, adornar espacios exteriores. Las pérgolas dan sus inicios en la antigua civilización egipcia, se ha encontrado pérgolas en los jardines del antiguo Egipto para brindar sombra y área de descanso, elaboradas de madera y adornadas con plantas para crear un ambiente acogedor. (Dimalux, 2025)

La Etimología de la palabra pérgola viene del latín, derivado “pérgola” haciendo referencia a cubierta. Después de la civilización egipcia también Grecia y Roma crearon estos espacios ambientales en sus jardines, en la edad media se visualizaron en Italia creados de preferencia en espacios interiores de las iglesias, villas o palacios. (Gallegos Soto & Tejada Moreno, 2024)

Los diseños de las pérgolas han evolucionado más allá de su estética y confort han tenido adaptaciones modernas combinando las funcionalidad y estética, implementando diversos materiales. Actualmente se han adaptado para realzar espacios exteriores de los hogares y maximizar el uso del espacio para disfrutar del aire libre. (MG Construction & Decks, 2023)

### 2.1.15. Tipos de pérgolas

Las pérgolas están diseñadas para adaptarse a diferentes gustos y preferencias, sobre todo funcionalidad, a continuación, te mostrare los tipos de pérgolas:

- **Pérgolas adosadas.** Este tipo de pérgolas esta conectadas a una estructura ya existente, como la pared de una casa o un edificio, se encargan de proporcionar extensión en un espacio al aire libre. (Durmi, 2025)

#### Figura 1

*Pérgola adosada*



*Nota.* Referencia de cómo es una pérgola adosada. Tomado de Archiexpo,2025.

- **Pérgolas independientes.** Al contrario de las pérgolas adosadas, las pérgolas independientes se mantienen por si mismas y se las ubica de manera autónoma en el área exterior. Son ideales para zonas específicas en un espacio, brindando funcionalidad y elegancia en el lugar donde la pérgola sea ubicada. (Durmi, 2025)

## Figura 2

### *Pérgola independiente*



*Nota:* Referencia de cómo es una pérgola independiente, estas suelen estar aisladas en un área determinada. Tomado de Inmobiliaria Barbier, 2024.

- **Pérgolas de estilo clásico.** Las pérgolas de estilo clásico se caracterizan por presentar columnas robustas, detalles ornamentales y líneas delgadas, son ideales para quienes buscan sofisticación y elegancia en sus espacios exteriores. (Durmi, 2025)

## Figura 3

### *Pérgola de estilo clásico*

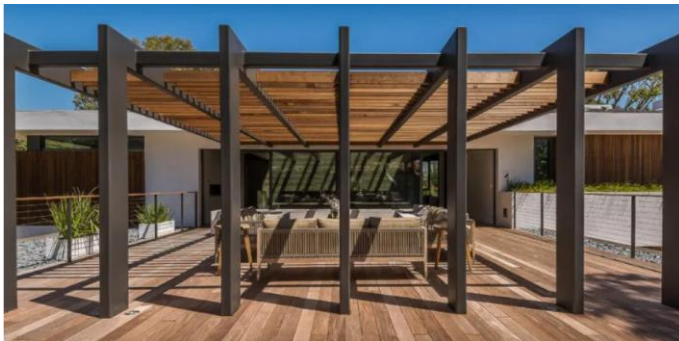


*Nota:* Referencia de las pérgolas clásicas que suelen ser de madera y estilo rustica. Recuperado de Pérgolas blog, 2025.

- **Pérgolas modernas.** Las pérgolas modernas se han adoptado a las nuevas tendencias como el estilo moderno y elegancia funcional en espacios al aire libre, se distingue por contener líneas elegantes destacando el minimalismo. Sus materiales de poco mantenimiento las hacen versátiles y simples de mantener, estos modelos son diseñados para tolerar condiciones climáticas cambiantes.

#### **Figura 4**

*Pérgola moderna*



*Nota:* Las pérgolas modernas hacen realce en mezcla de diversos materiales aportando elegancia y funcionalidad. Tomado de Moderame, 2025.

- **Pérgolas bioclimáticas.** Las pérgolas bioclimáticas se destacan por tener un diseño innovador que permite control total en cuanto a entradas de luz, ventilación o protección, mediante la aplicación a la estructura de láminas rígidas que serán controladas por un mando o interruptor. (Leroy Merlin, 2025)

## Figura 5

### Pérgolas bioclimáticas



*Nota:* Referencia de las pérgolas bioclimáticas que se caracterizan por ser controladas en cuanto a las entradas de luz. Recuperado de Cerraplus, 2025.

#### ***2.2.16. Materiales de construcción***

En el diseño y fabricación de pérgolas, la selección adecuada de los materiales de construcción desempeña un papel fundamental, ya que determina no solo la durabilidad y resistencia de la estructura, sino también su estética, funcionalidad y adaptación al entorno. En contextos donde se prioriza la sostenibilidad y el aprovechamiento de recursos locales, el uso de materiales como la madera adquiere una relevancia particular. A continuación, se presenta el siguiente apartado que tiene como propósito analizar los principales materiales utilizados en la construcción de pérgolas, destacando sus propiedades, ventajas y aplicaciones específicas, con énfasis en aquellos que se alinean con las tendencias actuales de diseño y construcción responsable.

#### ***2.2.17. Madera***

La madera es un producto no tradicional del Ecuador, cuenta con un estimado de 12 millones de hectáreas de bosques nativos, los bosques remanentes cuentan con el 74% en la

región Amazónica ecuatoriana, el 15% en la Costa y el 11% en la Sierra. (Giles Álvarez & Gutiérrez Juárez, 2023)

Ecuador cuenta con una excelente posición geográfica por su clima y suelo enriquecido, dispone con una extensa cifra de árboles maderables y una amplia variedad de especies, para la creación de pérgolas lo idóneo es utilizar madera de alta durabilidad como son de Amarillo de Guayaquil, Seike, Colorado Manzano, Cucharillo, entre otros.

### ***2.2.18. Silvicultura y sostenibilidad forestal***

La silvicultura es la ciencia y el arte de cultivar, manejar y conservar los bosques para garantizar la producción sostenible de bienes y servicios derivados de los recursos forestales. Este enfoque busca equilibrar el aprovechamiento económico de la madera con la conservación del ecosistema, promoviendo prácticas responsables que aseguren la regeneración natural, la biodiversidad y la estabilidad del suelo y del clima (Merizalde, 2021).

En relación con el presente estudio, la silvicultura sostenible permite valorar el uso de la madera favoreciendo emprendimientos locales que aprovechen materias primas renovables sin comprometer los recursos de futuras generaciones. La construcción de pérgolas, al estar estrechamente ligada al uso de madera, demanda una visión que integre criterios ecológicos en la selección, tratamiento y comercialización del producto final. Por lo cual, implica que el diseño y fabricación de pérgolas de madera debe basarse en principios de trazabilidad, certificación forestal y uso eficiente del recurso.

Aplicar un enfoque de sostenibilidad forestal en el desarrollo del emprendimiento no solo aporta valor agregado ante un consumidor cada vez más consciente, sino que también permite cumplir con normativas ambientales y abrir oportunidades en mercados que exigen prácticas

responsables. Así, el emprendimiento no solo se alinea con los objetivos de crecimiento económico local, sino también con las metas globales de desarrollo sostenible.

#### ***2.2.19. Normativa legal ley forestal y de conservación de áreas naturales y vida Silvestre***

La Ley Forestal (2004) constituye el marco legal esencial para proteger, gestionar y aprovechar los recursos forestales del país. En particular, el artículo 64 establece que "los establecimientos de transformación primaria e industrias forestales [...] solo podrán adquirir y utilizar materia prima cuyo aprovechamiento se halle autorizado", garantizando así la trazabilidad y legalidad en la cadena productiva. Asimismo, el artículo 63 regula el funcionamiento de aserraderos, obligándolos a operar bajo criterios sostenibles y tecnológicos.

En el contexto del emprendimiento, esto significa que cualquier madera utilizada para fabricar pérgolas debe provenir de fuentes legítimas y contar con la documentación necesaria, lo cual fortalece la reputación del negocio y cumple con estándares nacionales de calidad y legalidad.

#### ***2.2.20. Acuerdo ministerial No. 037.***

El acuerdo establecido por Ministerio de Inclusión Económica y Social (2022) establece los requisitos para legalizar el uso de madera, mediante la presentación de planes de manejo integral, licencias de aprovechamiento y guías de movilización, tal como lo dispone su artículo 1 sobre el propósito del instrumento.

El instrumento impone como obligatorio el registro del beneficiario en el Sistema de Administración Forestal (SAF) y la aprobación formal del plan de manejo. Aplicar esta normativa en el emprendimiento implica asegurar que toda la madera utilizada esté respaldada por un plan aprobado, lo que no solo facilita el cumplimiento legal, sino que también añade valor al producto final, al demostrar un compromiso responsable con el medioambiente.

### ***2.2.21. Acuerdo ministerial No. borrador norma de manejo forestal sostenible (2018)***

Aunque inicialmente en borrador, este acuerdo sienta las bases técnicas para el manejo sostenible de los bosques naturales, definiendo en su artículo 1 el ámbito de aplicación y los criterios mínimos. Establece, además, la obligatoriedad de elaborar un Plan de Manejo Integral del Predio (PMIP), incluyendo zonificación y evaluación técnica previa (art. 5) En el estudio, esta normativa aporta una guía valiosa para trabajar en coordinación con los proveedores y garantizar que la madera provenga de fuentes gestionadas bajo principios de sostenibilidad, fortaleciendo así la imagen ambiental del emprendimiento y abriendo la posibilidad de certificaciones forestales (Ministerio del Ambiente, 2018).

### ***2.2.22. Acuerdo ministerial No. 095 (sistema de producción forestal – registro forestal obligatorio).***

Este acuerdo regula el registro de productores forestales comerciales y sistemas agroforestales. A través de la inscripción en el Sistema de Producción Forestal, los productores pueden tramitar los programas de corta aprobados y obtener las licencias necesarias, para el emprendimiento en Ibarra, esto significa tener acceso a fuentes de madera legalizadas, con un seguimiento claro de especies, volúmenes y ubicación de las plantaciones (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2022). Por lo tanto, trabajar con proveedores registrados garantiza el cumplimiento de requisitos ambientales y da acceso a incentivos y mercados que demandan legalidad y sostenibilidad.

### ***2.2.23. Acuerdo interministerial MAATE-MAG-2022-003 – certificado de procedencia legal y buenas prácticas forestales***

Publicada en octubre de 2022, esta norma establece el protocolo para emitir el Certificado de Procedencia Legal (CPL) y el Certificado de Buenas Prácticas Forestales para

productos maderables y no maderables. Los certificados son denominadores comunes para exportaciones y mercado interno que exigen garantía legal y de buenas prácticas forestales. En el caso del emprendimiento de pérgolas, contar con estos certificados permite posicionar el producto como ambientalmente responsable, incrementando su atractivo frente a consumidores conscientes y generando oportunidades de acceso a mercados premium (Ministerio del Ambiente, 2022).

### **3. MATERIALES Y METODOS**

La presente investigación se fundamenta con una metodología de alcance mixto para adquirir una mejor comprensión del estudio de mercado para el desarrollo de un emprendimiento de diseño y fabricación de pérgolas en madera en la ciudad de Ibarra. Este enfoque permitirá explorar las percepciones, necesidades y comportamientos de los actores clave, además de determinar datos claves para la toma de decisiones estratégicamente.

Se utilizará una metodología inductiva-deductiva, lo que facilitará realizar una investigación que combinará análisis de datos cualitativos con teorías existentes. A través de la metodología inductiva se realizará recopilación de información a partir de entrevistas y encuestas en grupos focales que son los actores claves como, empresas constructoras, propietarios de viviendas, arquitectos, entre otros.

Se centrará en recolectar datos concretos y específicos obtenidos a través de la recopilación de información de la realidad comercial, gustos y preferencias desde el punto de vista de cada hogar y constructores de la ciudad de Ibarra.

La metodología deductiva se implementará mediante teorías y conceptos ya existentes para contrastar los resultados obtenidos durante la fase inductiva. De esta forma, se comprobará si la información previamente realizada coincide con las tendencias o problemática identificada.

Como resultado de la investigación se busca obtener información estratégica del mercado objetivo identificando sus necesidades, gustos y preferencias, analizando el crecimiento poblacional y del sector de la construcción, además de implementar estrategias de comercialización.

### 3.1. Enfoque

Los métodos para utilizar para mi proyecto de investigación son: Método mixto (Cualitativo y Cuantitativo)

### 3.2. Variables, indicadores y técnicas

**Tabla 1**  
*Matriz de variables*

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE
Identificar las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores ibarreños respecto a la implementación de pérgolas de madera en espacios exteriores.	-Necesidades de los consumidores - Gustos y preferencias en diseño y materiales - Uso de espacios exteriores	- Porcentaje de encuestados que desean pérgolas - Tipos de diseños preferidos (rústico, moderno, etc.) - Frecuencia de uso de espacios exteriores en el hogar	-Encuestas estructuradas a consumidor es residenciales	- Consumidores ibarreños (hogares)

<b>Analizar el crecimiento poblacional y del sector de la construcción en Ibarra como factores clave para determinar el potencial de mercado para pérgolas de madera.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento poblacional</li> <li>- Crecimiento del sector construcción</li> <li>- Proyectos de urbanización/residenciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tasa de crecimiento anual de la población</li> <li>- Número de nuevas construcciones anuales</li> <li>- Licencias de construcción emitidas</li> <li>- Proyectos inmobiliarios en ejecución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis documental y entrevistas a expertos del sector construcción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)</li> </ul>
<b>Realizar un estudio de mercado y comercialización que permita introducir eficazmente el emprendimiento en el</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Demanda del producto</li> <li>- Canales de comercialización</li> <li>- Estrategias de promoción y precio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel de aceptación del producto</li> <li>- Canales preferidos de compra (redes sociales, ventas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuestas y entrevistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consumidores locales</li> <li>- Empresarios del sector madera y construcción</li> </ul>

<b>mercado</b>		directas)		Emprendedor
<b>Ibarreño,</b>		- Disposición a		es similares
<b>considerando</b>		pagar		- Bases de
<b>los resultados</b>		- Medios más		datos de
<b>del estudio de</b>		efectivos de		comercio
<b>mercado.</b>		publicidad		local (SRI, Cámara de Comercio)
				-
				Cotizaciones
<b>Desarrollar un</b>		- Flujo de caja		de materiales
<b>estudio</b>	- Costos de inversión	proyectado	Proyeccion	y proveedores
<b>económico</b>	inicial	- TIR (Tasa	es	- Estudios de
<b>financiero</b>	- Costos operativos	Interna de	financieras	mercado
<b>para medir la</b>	- Ingresos proyectados	Retorno)	Análisis de	realizados
<b>viabilidad del</b>	- Rentabilidad	- VAN (Valor	sensibilidad	previamente
<b>proyecto de</b>		Actual Neto)	Análisis de	- Modelos
<b>investigación.</b>		- Punto de	costos	financieros
		equilibrio		

Nota. Elaboración propia

### 3.3. Población

La población del presente estudio se ha determinado con el total de las viviendas ubicadas en la ciudad de Ibarra, determinando a quienes están interesados en la construcción o remodelación de pérgolas de madera como elemento decorativo y funcional en sus hogares. Según datos oficiales del Instituto nacional de estadísticas y censos se estima que en la ciudad de Ibarra existen 67.741 hogares.

### 3.4. Muestra

Con base a la población determinada de hogares en la ciudad de Ibarra, utilizando la fórmula para poblaciones finitas, se determinará la muestra con un nivel de confianza del 94% y un margen de error del 6%, no se obtuvo datos previos para la obtención de la población interesada en pérgolas de madera, se utilizó una probabilidad de éxito de 0.5, buscando maximizar el tamaño de la muestra para obtener mejores resultados.

En base a los cálculos realizados nos da como resultado un tamaño de muestra de 352 hogares a realizarse la encuesta.

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

$$n = \frac{67741 * (1,88)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (67741 - 1) + (1,88)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 352$$

### **3.5. Tipo de muestreo**

El presente estudio de mercado implementa un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo).

Para la fase cualitativa se empleará un muestreo que conlleva entrevistas utilizando un muestreo intencional o deliberado, se ha elegido a un profesional del área de la construcción y a una experta en madera con una trayectoria de más de 10 años. El objetivo es adquirir información puntual acerca de las tendencias del mercado, gustos y preferencias de clientes potenciales en la fabricación de pérgolas de madera.

En la fase cuantitativa se empleará encuestas a potenciales clientes o interesados de la ciudad de Ibarra, se utilizará un muestreo no probabilístico por conveniencia, gracias al acceso de participantes. la encuesta se realizará a personas mayores de 26 años que tengan vivienda propia o estén interesados en mejorar sus espacios exteriores. A través de este muestreo recopilaremos información necesaria para conocer gustos, preferencias, necesidades y disposición de compra del público objetivo.

### **3.6. Instrumentos**

#### **3.6.1. Entrevista**

Para este estudio se realizaron dos entrevistas con el propósito de obtener información cualitativa que complemente el análisis de mercado. La primera entrevista estuvo dirigida a la señora Elisa Guerrero, socia potencial en la creación del emprendimiento de diseño y fabricación de pérgolas de madera, quien proporcionó información relevante sobre la viabilidad, motivación y proyección del negocio desde la perspectiva emprendedora. La segunda entrevista se realizó con el señor Michael Luna, arquitecto con 10 años de trayectoria profesional en la ciudad de Ibarra, con el fin de conocer su criterio técnico y profesional respecto al diseño, funcionalidad y

demanda de pérgolas de madera en proyectos habitacionales y comerciales, aportando así una visión experta en el sector de la construcción y el diseño arquitectónico.

#### ***2.1.16. Encuesta***

Se realizaron 352 encuestas dirigidas a personas que son cabezas de hogar o que tienen la proyección de adquirir una pérgola de madera en la ciudad de Ibarra. El fin de esta encuesta fue obtener información cuantitativa directa sobre los gustos, necesidades, preferencias y nivel de interés de los consumidores potenciales respecto a la implementación de pérgolas en sus espacios exteriores, permitiendo así evaluar la demanda real del mercado y sustentar la viabilidad del emprendimiento con base en datos confiables y actualizados.

### **3.7. Procedimiento de la aplicación**

Para la presente investigación se realizó encuestas en un periodo de 4 semanas, en vista al tiempo y número de encuestados, dirigido a la muestra establecida que son los hogares ibarreños.

La modalidad para emplear las encuestas fue de forma virtual, obteniendo mayor acceso al número de encuestados logrando recolectar información importante permitiéndome continuar con el presente proyecto.

Se aplicará entrevistas semiestructuradas a la propietaria del depósito de madera “Maderesa”, socio potencial para la creación del emprendimiento de pérgolas de madera, y el siguiente entrevistado será un experto en el área de la construcción en la ciudad de Ibarra.

### **3.8. Análisis de datos y resultados**

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de datos, se procedió al análisis de la información obtenida. Para las encuestas, se realizó un análisis cuantitativo y descriptivo, organizando los resultados en tablas y gráficos estadísticos que permitieron interpretar de manera clara la frecuencia y porcentajes de las respuestas. El análisis facilitó la identificación de las principales preferencias, necesidades y percepciones de los consumidores ibarreños respecto a la implementación de pérgolas de madera en espacios exteriores, determinando además el nivel de aceptación del producto en el mercado local.

En el caso de las entrevistas, se aplicó un análisis cualitativo de contenido, organizando las respuestas en categorías temáticas como percepción del producto, viabilidad comercial, aspectos técnicos y recomendaciones estratégicas. El procedimiento permitió extraer conclusiones profundas basadas en la experiencia y criterio de los entrevistados, quienes aportaron información valiosa sobre la demanda, diseño y fabricación de pérgolas, así como sugerencias para su correcta comercialización.

Gracias a ambos análisis, se obtuvo información relevante y confiable que permitió sustentar la factibilidad del emprendimiento, brindando una visión integral del mercado y asegurando que las estrategias planteadas respondan a las necesidades reales de los consumidores y al contexto actual de la ciudad de Ibarra.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Resultados

#### 4.1.1. *Entrevista a socio potencial*

La entrevista realizada a un socio potencial para la creación del emprendimiento de desarrollo y construcción de pérgolas de madera en la ciudad de Ibarra.

Los resultados obtenidos a realizar la entrevista a la Sra. Eliza Guerrero propietaria de Maderesa, un depósito de madera ubicado en la ciudad de Ibarra, se detallan a continuación:

#### **Tabla 2**

*Resultados de la entrevista a la Sra. Eliza Guerrero, socio potencial para la creación del emprendimiento de pérgolas de madera.*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
<b>1. ¿Qué percepción tiene del mercado de pérgolas en madera en Ibarra?</b>	Menciona que la implementación de pérgolas ha crecido en los últimos años, independientemente del material a utilizar para su instalación, ya que estas estructuras aportan calidez y crean un espacio acogedor y considera que le ve potencial en la idea de negocio planteada.
<b>2. ¿Conoces empresas que actualmente se dediquen al diseño o fabricación de pérgolas en la ciudad? ¿Cómo evalúas su oferta?</b>	Menciona que no conoce empresas que se dediquen específicamente a la creación de pérgolas, sin embargo, en Ibarra hay varios estudios de arquitectos que realizan todo tipo

---

	<p>de construcciones tanto de viviendas como comerciales. Su oferta es variada en cuanto a estilos y materiales y no se especializan únicamente a este tipo de estructuras en madera.</p>
<p><b>3. ¿Qué tan atractivo te parece un emprendimiento dedicado a pérgolas de madera?</b></p>	<p>Menciona que le parece un emprendimiento atractivo, sobre todo si se cuenta con la materia prima, en este caso la madera haciendo más rentable en cuanto a su producción, sin contar que las pérgolas de madera son más cotizadas debido a su estilo natural creando funcionalidad a los espacios exteriores.</p>
<p><b>4. ¿Qué oportunidades crees que existen actualmente para este tipo de negocio en Ibarra?</b></p>	<p>Menciona que en la actualidad a notado una creciente demanda en cuanto a la construcción de pérgolas de madera por su tendencia en materiales naturales y que las personas se interesan mucho más en te tipo de material que suele ser un poco más costoso</p>
<p><b>5. ¿Qué factores considerarías claves para el éxito de este emprendimiento?</b></p>	<p>Menciona que para que un negocio sea exitoso debemos entregar productos de alta calidad y que sean garantizados para ganar la confianza del cliente, además menciona que</p>

---

	<p>es importante dar un servicio personalizado que se adapten a las necesidades del cliente y su espacio, también ofrecer precios competitivos teniendo en cuenta que se dispone de la materia prima.</p>
<p><b>6. ¿Qué tipo de aporte podrías ofrecer al emprendimiento? (ej. capital, maquinaria, conocimientos técnicos, red de contactos, marketing, etc.)</b></p>	<p>Menciona que al ingresar al negocio como socia principal ofrecería lo que es el capital para poner en marcha al negocio, además de que ya cuenta con una amplia red de contactos podría ser fructífero para hacer conocer al emprendimiento.</p>
<p><b>7. ¿Qué aspectos innovadores podríamos incorporar para diferenciarnos de la competencia?</b></p>	<p>El valor agregado principal del emprendimiento es entregar productos de alta calidad con acabados de primera y diseñar modelos 3D para que el cliente pueda visualizar el resultado final.</p>
<p><b>8. ¿Qué tipo de cliente crees que estaría más interesado en comprar pérgolas de madera en Ibarra?</b></p>	<p>Generalmente se ha visto mayor interés en este tipo de estructuras a personas de la tercera edad o con altos ingresos económicos, que buscan un lugar confortable y acogedor para sus días de descanso o fuera del trabajo.</p>

<p><b>9. ¿Estarías dispuesto a invertir tiempo y recursos en el desarrollo de este proyecto?</b></p>	<p>Menciona que está dispuesta a ser parte del emprendimiento especialmente porque considera que tiene potencial en el mercado local. Al contar con la materia prima como ventaja inicial, aumentando la rentabilidad. Además, le motiva la idea de ofrecer un producto funcional, estético y con posibilidades de personalización, lo cual puede generar oportunidades de crecimiento.</p>
<p><b>10. ¿Qué riesgos identificas en este tipo de emprendimiento y cómo los enfrentarías?</b></p>	<p>Menciona que el principal riesgo puede ser que la adquisición de pérgolas puede llegar a ser por temporadas y depender del poder adquisitivo de los clientes para solucionarlo se podría implementar otro tipo de estructuras o muebles.</p> <p>Además, tendríamos gran competencia con arquitectos y diseñadores, para solucionarlo nos enfocaríamos en darle un valor agregado del diseño personalizado y un servicio post venta.</p>

---

Nota. Entrevista a Aura Elisa Guerrero

#### 4.1.2. Entrevista a un experto en el área de la construcción

**Tabla 3**

*Resultados de la entrevista realiza a un experto en construcción, Arquitecto Michael Luna.*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
<b>1. ¿Ha notado un crecimiento o tendencia reciente en el uso de pérgolas en proyectos residenciales o comerciales?</b>	El arquitecto Luna menciona que en la actualidad se a observado un crecimiento en las estructuras o pérgolas en diferentes sistemas constructivos o espacios, además ha notado la tendencia sobre todo en pérgolas de madera y que no prefieren otros materiales como hormigón, metal entre otros materiales que encarecen los precios en comparación con la madera.
<b>2. ¿Qué ventajas y desventajas tiene la madera frente a otros materiales (como aluminio o hierro) en este tipo de estructuras?</b>	Menciona que las ventajas que tienen las pérgolas de madera es su durabilidad y estética que resalta frente a otros materiales como el aluminio o hierro. Considera como desventajas que la madera al ser un material natural necesita un tratamiento previo para que esta esté apta para su instalación y a su vez asegurar un material de primera calidad al cliente.

<p>3. <b>¿Qué tan importante considera que es la personalización del diseño para este tipo de producto?</b></p>	<p>Luna menciona que el diseño previo y personalización es la base de todo proyecto ya que señala que cada persona tiene requerimientos o necesidades diferentes tanto en diseño como en calidad de los materiales.</p>
<p>4. <b>¿Qué perfil de cliente suele solicitar pérgolas de madera? (Ej. familias, comercios, arquitectos, hoteles, etc.)</b></p>	<p>Señala que los clientes que más solicitan este tipo de servicio son personas que buscan restaurar bienes patrimoniales menciona, que en su trayectoria como arquitecto a tenido mas acogida este tipo de proyectos a personas con un nivel económico alto que prefieren este tipo de material ante otro por su funcionalidad y armonía con el espacio.</p>
<p>5. <b>¿En qué tipo de proyectos considera usted que una pérgola de madera agrega mayor valor?</b></p>	<p>El arquitecto Luna menciona que es muy importante el acabado y tratamiento que se le dé a este tipo de material que es la madera, con eso garantizaremos un trabajo de primera calidad, sin embargo, todo tipo de clientes buscan este servicio independientemente del presupuesto siempre buscaran ajustarse a su nivel económico.</p>
<p>6. <b>¿Qué canales considera más efectivos para llegar a potenciales</b></p>	<p>Menciona que en un mundo globalizado como el actual las mejores maneras de llegar a un</p>

<p><b>clientes de pérgolas de madera (redes sociales, ferias, alianzas con arquitectos, etc.)?</b></p>	<p>público específico son las redes sociales debido a su gran alcance, sin embargo, menciona que también existen ferias o exposiciones en donde acuden varios emprendedores y/o empresarios donde ayudara a tener mayor red de contactos y futuros clientes.</p>
<p><b>7. ¿Estaría dispuesto a recomendar este tipo de productos a sus clientes si cumple con estándares de calidad y diseño?</b></p>	<p>El arquitecto Luna hace énfasis en que ya a tenido la oportunidad de conocer a otros profesionales que se dedican exclusivamente a dar este tipo de servicios como son: cubiertas de piscina o zonas de barbacoa, empresas dedicadas a los eventos al aire libre también optan bastante en este tipo de estructuras. Señala que esta dispuesto en recomendar este tipo de producto ya que hay personas que no se especializan en estructuras de madera o tienen bajo conocimiento en su tratamiento y disposición a el espacio exterior.</p>
<p><b>8. ¿Qué riesgos o dificultades visualiza al emprender un negocio</b></p>	<p>Menciona que el principal riesgo siempre va a ser la competencia y sugiere que la mejor</p>

<b>de pérgolas de madera en esta ciudad?</b>	manera de ingresar al mercado es ofreciendo un producto y servicio de calidad.
<b>9. ¿Qué recomendaciones daría a un emprendedor que desea ingresar en este nicho de mercado?</b>	El arquitecto Luna menciona ciertas recomendaciones para ingresar satisfactoriamente a este nicho de mercado como son la calidad de la madera debe ser la óptima para su instalación teniendo en cuenta un catálogo de durabilidad de la madera, diseños de las pérgolas y sobre todo ofrecer un servicio completo al cliente tanto como su instalación en el lugar designado como su mantenimiento y garantía.

---

Nota. Entrevista aplicada a arquitecto Michael Luna

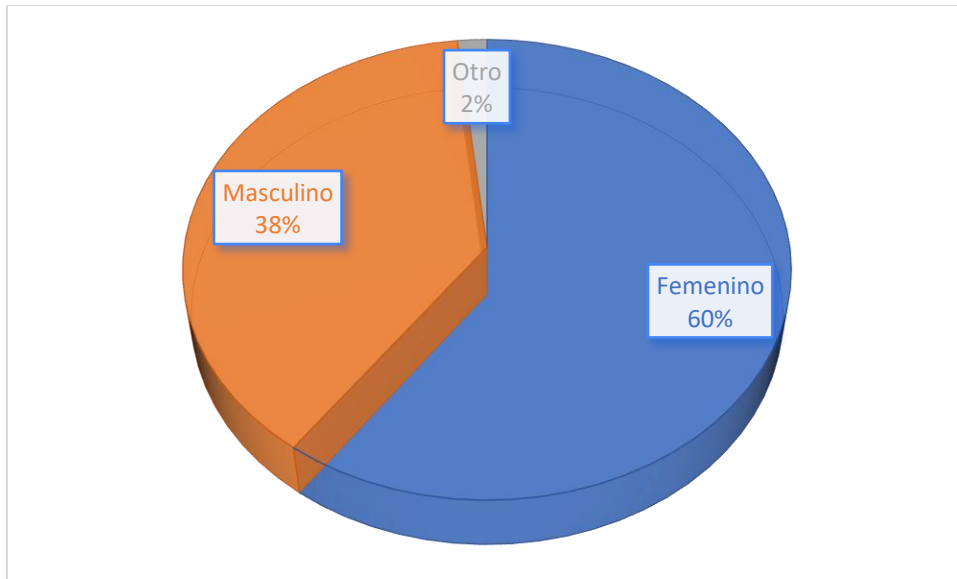
#### **4.1.3. Encuesta**

La encuesta se planteó en base a los objetivos anteriormente aplicados buscando respuestas favorables para el desarrollo del estudio de mercado, se aplicó el resultado de la muestra de los hogares de la ciudad de Ibarra e interesados en implementar pérgolas de madera en hogares o establecimiento comerciales. Los resultados obtenidos a realizar las encuestas a los hogares ibarreños se detallan a continuación:

- **Género al que pertenece**

**Figura 6**

*Resultados de la encuesta aplicada*



*Nota.* El grafico representa los resultados de la encuesta aplicada para conocer el género de los encuestados. Elaboración propia.

Mediante la aplicación de la encuesta a 352 personas para determinar los gustos y preferencias de los ciudadanos y cabezas de hogar de la ciudad de Ibarra se pudo determinar que el 60% de los encuestados son mujeres, en cuanto al 38% de los encuestados son hombres, y el 2% han preferido no mencionarlo. Con estos datos podemos analizar que las mujeres estar mayormente interesadas en este tipo de arreglos o incorporaciones en su hogar o en sus negocios.

- **Edad a la que pertenece**

**Tabla 4**

*Resultados de la encuesta aplicada*

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>26-35 años</b>	153	43%
<b>36-46 años</b>	66	19%

<b>46-55 años</b>	78	22%
<b>más de 55 años</b>	46	13%
<b>Otro</b>	9	3%
<b>(en blanco)</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	352	100%

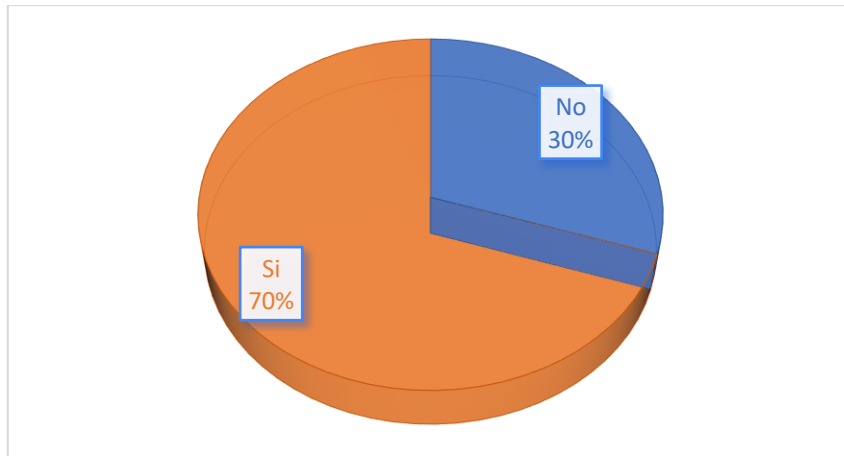
*Nota. Elaboración propia*

Se hizo énfasis en conocer la edad promedio de los encuestados para determinar una mejor segmentación de mercado, teniendo en cuenta este dato se ha determinado que el 43% de los encuestados rondan entre los 26 a 35 años, el 19% están entre los 36 a 46 años, el 22% están entre los 46 a 55 años y por último el 13% son de 55 años en adelante. Teniendo estos datos he podido determinar que los más interesados en este tipo de acabados de la construcción son personas jóvenes que buscan construir o remodelar su vivienda y a su vez mejoras en sus negocios comerciales.

- **¿Usted propietario de una vivienda o negocio con espacio exterior (patio, terraza, jardín) en la ciudad de Ibarra?**

**Figura 7**

*Resultados de la encuesta aplicada*



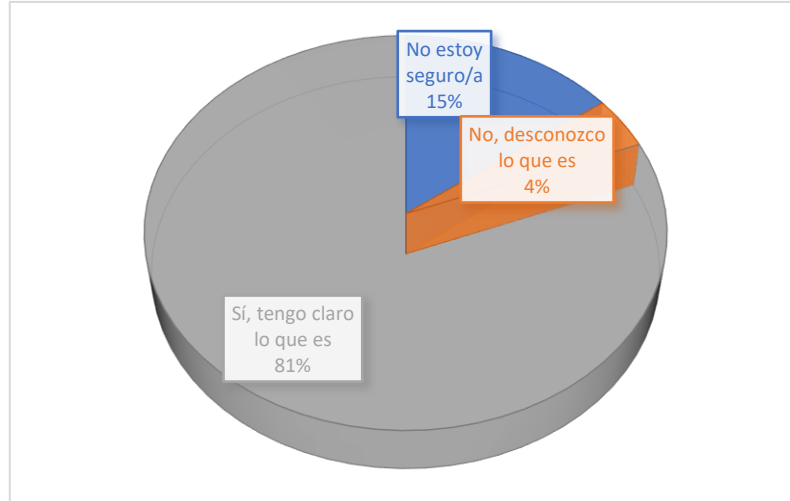
*Nota.* El grafico representa los resultados de la encuesta aplicada para conocer el porcentaje de los encuestados que cuentan con un inmueble propio. Elaboración propia.

El 70% de los encuestados mencionan que son propietarios de un inmueble en la ciudad de Ibarra, mientras que el 30% de los encuestados no cuentan con inmueble propio.

- **¿Conoce usted qué es una pérgola de madera?**

**Figura 8**

*Resultados de la encuesta aplicada*



*Nota.* El gráfico representa los resultados de la encuesta aplicada para determinar quienes conocen lo que es una pérgola de madera. Elaboración propia.

Al inicio de la encuesta se ha puesto en detalle mediante una imagen que es una pérgola de madera, destacando que el 81% de los encuestados si tienen conocimiento de las pérgolas en madera, mientras que el 15% han señalado que no están seguros de tener claridad en cuanto a lo que se refiere a una pérgola de madera y el 4% de los encuestados han indicado que desconocen de lo que se trata este tipo de estructuras.

- ¿Posee actualmente alguna estructura similar a una pérgola en su espacio exterior?

**Tabla 5**

*Resultados de la encuesta aplicada*

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>No</b>	293	83%
<b>Si</b>	59	17%
<b>(en blanco)</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	352	100%

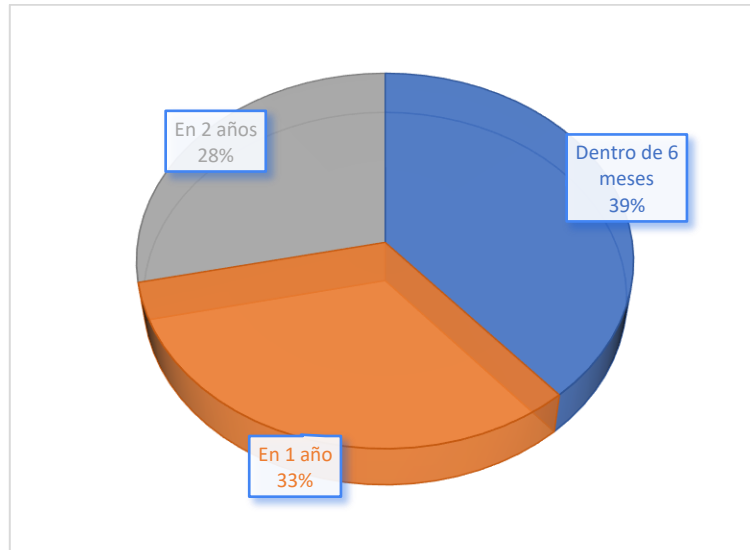
*Nota:* Elaboración propia

Se ha hecho énfasis en esta pregunta debido a que en Ibarra se ha visto proyectos de viviendas que ya incluyen una pérgola en diversos materiales no específicamente en madera. Se ha determinado que el 80% de los encuestados no cuentan con una estructura similar en sus inmuebles, mientras que el 20% de los encuestados si cuentan con una estructura similar a una pérgola independientemente de su composición.

- Si su respuesta anterior fue no, ¿en qué lapso está dispuesto a incluir una pérgola en madera en su propiedad o negocio?

**Figura 9**

*Resultados de la encuesta aplicada*



*Nota.* El gráfico representa los resultados de la encuesta aplicada para conocer el tiempo en que los encuestados adquirirán una pérgola. Elaboración propia.

El 39% de los encuestados están interesados en incluir una pérgola de madera dentro de 6 meses, mientras que el 33% de los encuestados lo harán dentro de 1 año y finalmente el 28% de los encuestados han seleccionado implementar una estructura en madera dentro de 2 años.

- En una escala del 1 al 5, donde 1 es "nada interesado" y 5 es "muy interesado", ¿cuál es su nivel de interés en adquirir una pérgola de madera en los próximos 12 meses?

**Tabla 6**

*Resultados de la encuesta aplicada*

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	18	5%
<b>2</b>	17	5%
<b>3</b>	67	19%
<b>4</b>	78	22%
<b>5</b>	172	49%
<b>En blanco</b>		0%
<b>TOTAL</b>	352	100%

*Nota.* Elaboración propia

A través de esta pregunta se analiza el nivel de interés que los encuestados tienen en adquirir una pérgola de madera dentro de los próximos 12 meses. El 49% de los encuestados mencionan estar muy interesados en incluir una estructura de este tipo en sus inmuebles durante el tiempo establecido, el 22% de los encuestados están interesados en adquirir una pérgola de madera, el 19% de los encuestados son indiferentes ante la adquisición de una pérgola, el 5% están poco interesados, mientras que un 5% de los encuestados están nada interesados en este tipo de acabados en sus viviendas o negocios.

- ¿Qué características considera más importantes en una pérgola de madera?

**Tabla 7**

*Resultados de la encuesta aplicada*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Diseño estético y personalizado	97	27.64%
Facilidad de mantenimiento	32	9.12%
Diseño estético y personalizado, Facilidad de mantenimiento	5	1.42%
Diseño estético y personalizado, Relación calidad-precio	3	0.85%
Diseño estético y personalizado, Relación calidad-precio, Facilidad de mantenimiento	4	1.14%
Durabilidad y resistencia a la intemperie	87	24.79%
Durabilidad y resistencia a la intemperie, Diseño estético y personalizado	10	2.85%
Durabilidad y resistencia a la intemperie, Diseño estético y personalizado, Facilidad de mantenimiento	12	3.42%
Durabilidad y resistencia a la intemperie, Diseño estético y personalizado, Relación calidad-precio	53	15.10%
Durabilidad y resistencia a la intemperie, Diseño estético y personalizado, Relación calidad-precio, Facilidad de mantenimiento	11	3.13%
Durabilidad y resistencia a la intemperie, Facilidad de mantenimiento	7	2.00%
Durabilidad y resistencia a la intemperie, Relación calidad-precio	3	0.85%

Durabilidad y resistencia a la intemperie, Relación calidad-precio, Facilidad de mantenimiento	9	2.56%
Facilidad de mantenimiento	2	0.57%
Relación calidad-precio	26	7.41%
Relación calidad-precio, Facilidad de mantenimiento	4	1.14%
[en blanco]	1	0.28%
[sin respuesta]	86	24.50%
<b>TOTAL</b>	351	100.00%

*Nota.* Elaboración propia

Los encuestados se han referido acerca de las características que consideran importantes al momento de la adquisición de una pérgola de madera, del total de los encuestados consideran que la durabilidad y resistencia a la intemperie es fundamental al momento de adquirir este tipo de producto, seguido señalan también la importancia de un diseño personalizado previo a la negociación, consideran importante pero no indispensable en factor calidad-precio ya que del precio final dependerá la calidad de los materiales y como último, un bajo número de encuestados creen necesario la facilidad de mantenimiento periódico de la pérgola.

- ¿Para qué uso principal destinaría una pérgola en su espacio exterior?

**Tabla 8**

*Resultados de la encuesta aplicada*

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Ampliación estética del hogar</b>	95	27%
<b>Área de descanso y recreación familiar</b>	139	40%
<b>Área para eventos sociales</b>	19	5%
<b>Áreas BBQ y reunión familiar</b>	1	0%
<b>Espacio para comidas al aire libre</b>	70	20%
<b>Parqueadero</b>	1	0%
<b>Zona de jardín cubierta</b>	27	8%
		0%
<b>TOTAL</b>	352	100%

*Nota.* Elaboración propia

Los encuestados han mencionado que el uso principal que le darían a una pérgola de madera con una participación del 40% estaría destinada a un área de descanso y recreación familiar, seguido a esto con 27% de los participantes señalaron que destinaría para una ampliación estética del hogar, el 20% de los encuestados destinarían para espacio para comidas al aire libre, seguido con una participación de 8% implementarían para una zona de jardín con cubierta y por último el 5% de los encuestados destinarían este tipo de estructuras para área de eventos sociales.

- ¿Qué estilo de pérgola de madera preferiría?

**Tabla 9**

*Resultados de la encuesta aplicada*

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Diseño moderno/contemporáneo</b>	132	38%
<b>Diseño personalizado según necesidades específicas</b>	130	37%
<b>Diseño rústico/tradicional</b>	78	22%
<b>Sin preferencia definida</b>	12	3%
<b>TOTAL</b>	352	100%

*Nota.* Elaboración propia

En cuanto a los gustos de los encuestados se ha visto que, en cuanto a la adquisición de una pérgola de madera con diseño rústico es del 22% de los encuestados, el 38% de los encuestados han preferido el diseño moderno y el 37% de los encuestados han optado por la opción de un diseño personalizado, mientras que el 3% no cuenta con un modelo definido.

- ¿Cuál sería su presupuesto aproximado para invertir en una pérgola de madera de calidad?

**Tabla 10**

*Resultados de la encuesta aplicada*

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Entre \$1,001 y \$1,500</b>	137	39%
<b>Entre \$500 y \$1,000</b>	159	45%
<b>Más de \$2,000</b>	14	4%
<b>Menos de \$500</b>	42	12%
<b>TOTAL</b>	352	100%

*Nota.* Elaboración propia

El 45% de los encuestados han mencionado que destinarían un presupuesto entre \$500 a \$1000 en la implementación en este tipo de proyectos, el 42% mencionan que destinarían un presupuesto menor a \$500, lo cual se interpretaría un ajuste en cuanto a la calidad de los materiales, seguido a esto un 39% de los encuestados han detallado que destinarían un presupuesto en la implementación de una pérgola entre los \$1000 a \$1500 y por último el 4% de los encuestados destinarían a este tipo de proyectos más de \$2000.

- **¿Preferiría que la pérgola incluyera instalación profesional o la instalaría usted mismo?**

**Tabla 11**

*Resultados de la encuesta aplicada*

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Dependería del presupuesto final</b>	42	12%
<b>Prefiero con instalación profesional incluida</b>	279	79%
<b>Prefiero instalarla yo mismo (opción más económica)</b>	31	9%
<b>(en blanco)</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	352	100%

*Nota.* Elaboración propia

La instalación profesional incluida de una pérgola ha sido la opción más atractiva para los encuestados con una participación del 79%, mientras que el 12% mencionan que la instalación profesional dependerá del presupuesto final, finalmente el 9% de los encuestados han mencionado que prefieren realizar la instalación de la pérgola por cuenta propia para abaratar costos.

- **¿Conoce alguna empresa o taller en Ibarra que se dedique al diseño y fabricación de pérgolas de madera?**

**Tabla 12**

*Resultados de la encuesta aplicada*

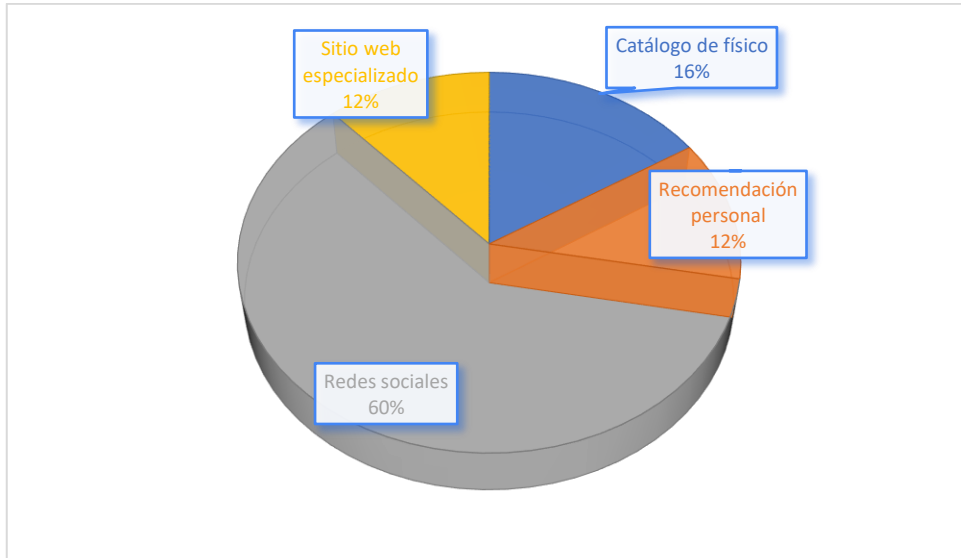
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Otro</b>	1	0%
<b>No</b>	296	85%
<b>Si</b>	53	15%
<b>(en blanco)</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	350	100%

*Nota.* Elaboración propia

El 82% de los encuestados han mencionado que en la ciudad de Ibarra no conocen una empresa o taller en donde realicen este tipo de trabajos, sin embargo, el 17% de los encuestados si tienen conocimiento sobre empresas que se dediquen al diseño y fabricación de pérgolas en madera.

- ¿A través de qué medios preferiría recibir información sobre este tipo de productos?

**Figura 10.** Resultados de la encuesta aplicada



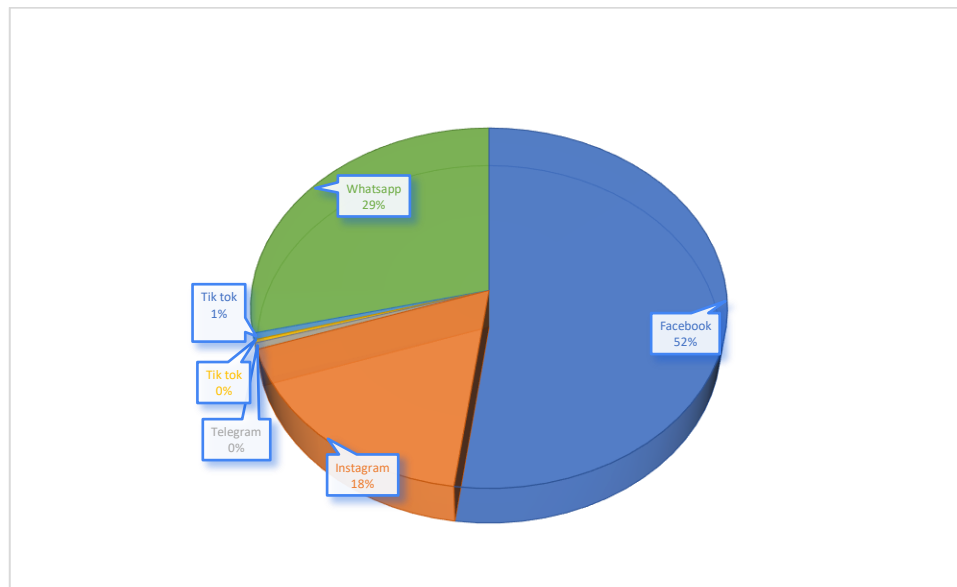
*Nota.* El gráfico representa los resultados de la encuesta aplicada para conocer los medios de comunicación para recibir información acerca de las pérgolas de madera. Elaboración propia.

El 60% de los encuestados prefieren recibir información de interés a través de redes sociales, el 12% se interesan en recibir toda la información mediante catálogos en físico, seguido del 12% valorarían recibir recomendaciones personales y por último el 12% prefieren recibir información mediante un sitio web especializado.

- ¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia?

**Figura 11**

*Resultados de la encuesta aplicada*



*Nota.* El gráfico representa los resultados de la encuesta aplicada para conocer las redes sociales más frecuentadas. Elaboración propia.

El 52% de los encuestados utilizan con mayor frecuencia Facebook, seguido la plataforma WhatsApp con un 29%, además de la red social Instagram con un 18% de participación, finalmente Telegram y Tik Tok cuenta con 0% de participación como las aplicaciones menos recurridas por los encuestados.

## **4.2. Discusión**

Los resultados demuestran una oportunidad creciente ante la implementación de un emprendimiento de diseño y fabricación de pérgolas de madera en la ciudad de Ibarra.

El estudio de mercado identificó alta demanda potencial en consumidores con vivienda propia que disponen de espacios exteriores, sobre todo de personas entre los 26 a 36 años. Como valor agregado al emprendimiento se menciona a la personalización del diseño y la alta calidad en los materiales de construcción que se destacan por su durabilidad, resistencia y estética.

Como punto importante se ha determinado que en la ciudad de Ibarra no existen lugares especializados exclusivamente a este producto, lo que abre un nicho poco explorado y con alta demanda, además de incorporar estrategias de marketing digital para llegar a una difusión de información más amplia y de bajo costo.

El estudio de mercado determina que existe gran competencia en el área de la construcción, sin embargo, la especialización personalizada e innovadora con las pérgolas de madera nos diferencia ante la competencia. La capacidad de los clientes en pagar por calidad e instalación profesional mantiene a flote la sostenibilidad del proyecto.

## **5. PROPUESTA**

En base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se identificó una demanda real y creciente por pérgolas de madera personalizadas en la ciudad de Ibarra, así como la oportunidad de negocio en un sector que carece de oferta especializada. Por tanto, en el presente apartado se desarrolla la propuesta para la creación de un emprendimiento dedicado al diseño y fabricación de pérgolas de madera, la cual integra los hallazgos sobre las necesidades, preferencias y motivaciones de los consumidores, además de considerar factores técnicos, legales, económicos y comerciales necesarios para garantizar su viabilidad. De este modo, la propuesta tiene como objetivo presentar un modelo de negocio integral, innovador y sostenible, que responda a las tendencias actuales del mercado de construcción y decoración de espacios exteriores, generando valor para los clientes y contribuyendo al desarrollo económico local.

### **5.1. Propuesta legal**

La empresa se constituirá mediante la figura legal de Sociedad por Acciones Simplificadas, considerándose la opción más adecuada por las características y necesidades para la creación del emprendimiento.

### **5.2. Minuta de constitución de la empresa**

La empresa “Maderesa Desing”, se constituirá como Sociedad por Acciones Simplificada. La minuta de constitución se encuentra en el Anexo 1.

### **5.3. Propuesta administrativa**

#### **5.3.1. Nombre de la empresa**

La empresa tendrá como nombre Maderesa Desing

### 5.3.2. *Logo*

**Figura 12**

*Logotipo de la empresa Maderesa Desing*



*Nota: Elaboración propia*

### 5.3.3. *Misión*

Diseñar estructuras de madera que brinden armonía, funcionalidad y durabilidad a espacios exteriores, proporcionando espacios acogedores y personalizadores a cada uno de nuestros clientes, con el propósito de mejorar el bienestar y conexión con la naturaleza.

### 5.3.4. *Visión*

Ser una empresa líder en diseño y fabricación de pérgolas de madera en el país, creando espacios que inspiren y perduren, brindando satisfacción al cliente.

### 5.3.5. *Valores*

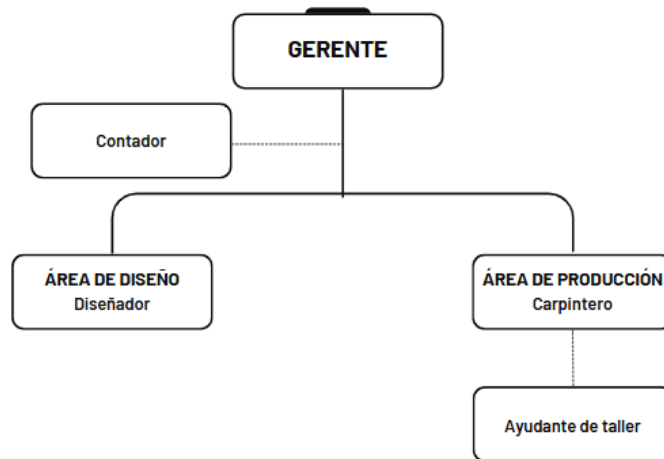
- **Compromiso:** La empresa se compromete a brindar un servicio de calidad, promoviendo el bienestar de nuestros trabajadores.
- **Integridad:** Actuamos con transparencia, honestidad y ética en cada una de las instalaciones.

- **Innovación:** Buscamos la mejora continua y la innovación en cada proyecto, desde su elaboración hasta su instalación, para mantenernos en constante crecimiento personal y profesional.
- **Calidad:** nos comprometemos a ofrecer un producto de las más alta calidad, cuidadosamente seleccionados y elaborados para garantizar una experiencia satisfactoria a nuestros clientes.

### 5.3.6. *Organigrama estructural*

**Figura 13**

*Organigrama estructural*



**Nota:** Elaboración propia

### 5.3.7. *Manual de funciones*

El manual de funciones de Maderesa Design encuentra en el anexo 2.

## 5.4.Propuesta de comercialización

### 5.4.1. Producto

Las pérgolas de madera personalizadas constituyen el producto principal del emprendimiento. Las estructuras son diseñadas de manera exclusiva para cada cliente, adaptándose a espacios exteriores como jardines, terrazas y patios, según sus dimensiones, estilos y necesidades específicas. Además de ser altamente funcionales, las pérgolas personalizadas se destacan por su capacidad para mejorar la estética del lugar, aportando calidez, confort y un toque distintivo a cada proyecto. Este producto ofrece diversos modelos, tamaños y estilos, siempre garantizando la personalización y el ajuste perfecto al espacio determinado. Asimismo, cuentan con acabados de alta calidad que aseguran su durabilidad y resistencia frente a las condiciones climáticas variables, brindando así soluciones arquitectónicas únicas y adaptadas al gusto y propósito de cada cliente.

### 5.4.2. Ficha técnica

**Tabla 13**

*Ficha técnica pérgola de madera*

<b>FICHA TÉCNICA</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>PÉRGOLA DE MADERA</b>
<b>MATERIAL</b>	Madera tratada
<b>DIMENSIONES</b>	Personalizable
<b>ACABADOS</b>	Barniz, Tintes, Tornillería galvanizada
<b>INSTALACIÓN</b>	Incluye instalación y servicio de transporte
<b>APLICACIÓN</b>	Espacios exteriores residenciales, restaurantes, hoteles, jardines
<b>GARANTÍA</b>	1 año de garantía por defectos de fabricación o instalación

Nota. *Elaboración propia*

#### **5.4.3. Precio**

La política de precios para las pérgolas de madera se establecerá considerando los costos directos de materiales, mano de obra, transporte e instalación, así como los costos indirectos operativos del emprendimiento. Además, se realizará un análisis comparativo con los precios del mercado local para garantizar que las tarifas sean competitivas y atractivas para los potenciales clientes, sin comprometer la rentabilidad del negocio. De esta manera, se busca ofrecer un producto de alta calidad, personalizado y con precios justos que reflejen el valor agregado de su diseño, durabilidad y funcionalidad.

Asimismo, se aplicará un sistema de precios diferenciados en función del tamaño, modelo, tipo de madera y acabados seleccionados por cada cliente, permitiendo ajustar la cotización a las necesidades y presupuesto de cada proyecto. La estrategia busca posicionar al emprendimiento como una opción accesible y flexible, generando confianza y motivando la compra mediante la percepción de valor y atención personalizada. Por otro lado, se ofrecerán opciones de pago en cuotas para proyectos de mayor inversión, contribuyendo a facilitar la adquisición de las pérgolas y fortalecer la captación de clientes en el mercado ibarreño y sus alrededores.

#### **5.4.4. Plaza**

Las cotizaciones se realizarán principalmente en el local comercial ubicado en la ciudad de Ibarra, el cual servirá como punto de atención directa al cliente y centro operativo del emprendimiento. La comercialización se enfocará en Ibarra y sus alrededores, priorizando los sectores residenciales de clase media y media alta, donde se identifica un mayor interés por este tipo de estructuras. El canal de distribución será de forma directa, permitiendo un trato personalizado y la adaptación de cada proyecto a las necesidades específicas del cliente.

Además, se utilizarán las redes sociales como canales de contacto inicial con los potenciales compradores, brindando información general sobre los productos, sus características, modelos disponibles y precios estimados. Esta estrategia digital facilitará la captación de clientes interesados, agilizando el proceso de cotización y fortaleciendo la presencia comercial de la marca en el mercado local.

#### ***5.4.5. Promoción***

La pérgola Las pérgolas ofrecidas por el emprendimiento incluirán diseño 3D personalizado, transporte e instalación, además de facilidades de pago y presupuestos adaptados a las necesidades de cada cliente. La estrategia de promoción se desarrollará principalmente a través de redes sociales como Facebook e Instagram, donde se compartirán imágenes referenciales de proyectos realizados, videos mostrando los procesos de diseño e instalación, y publicaciones educativas sobre los beneficios de las pérgolas de madera en espacios exteriores.

También se utilizará WhatsApp Business como canal de atención directa para envío de cotizaciones y asesoría personalizada, fortaleciendo así la comunicación con potenciales clientes. Adicionalmente, se implementará un plan de contenidos digitales enfocado en atraer y fidelizar clientes, el cual incluirá publicaciones semanales sobre:

- Modelos de pérgolas disponibles y sus características.
- Fotografías y videos de instalaciones finalizadas.
- Testimonios de clientes satisfechos.
- Promociones, descuentos o planes de financiamiento.

- Consejos sobre el mantenimiento y cuidado de pérgolas de madera.

**Tabla 14**

*Plan de contenido para redes sociales*

<b>Red social</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Descripción</b>	<b>Objetivo</b>
<b>Instagram</b>	Publicaciones de producto	Fotos y reels mostrando pérgolas instaladas en jardines, terrazas y patios con descripción de materiales, personalización y beneficios.	Mostrar el portafolio, atraer clientes y generar confianza visual.
<b>Instagram</b>	Carruseles educativos	Secuencia de imágenes con información sobre tipos de madera, cuidados y beneficios de tener pérgolas de madera personalizadas.	Educar al cliente y posicionar la marca como experta en pérgolas.
<b>Instagram</b>	Reels de proceso	Videos rápidos mostrando el diseño, fabricación e instalación de las pérgolas.	Generar interés y demostrar calidad de procesos.
<b>Instagram</b> <b>Stories</b>	Tips y encuestas	Consejos sobre mantenimiento de pérgolas, decoración de espacios y	Aumentar el engagement y conocer

		encuestas para interactuar con los seguidores.	la opinión de la audiencia.
<b>Facebook</b>	Publicaciones de portafolio	Álbumes de fotos de proyectos terminados con descripción de materiales, estilos y precios aproximados.	Exhibir variedad de modelos y motivar consultas directas.
<b>Facebook</b>	Testimonios de clientes	Publicaciones con fotos de los clientes y su testimonio sobre la pérgola adquirida.	Generar credibilidad y confianza en nuevos compradores.
<b>Facebook</b>	Enlaces a WhatsApp	Post con llamados a la acción para cotizar o agendar visita técnica.	Facilitar el contacto directo para cerrar ventas.
<b>TikTok</b>	Videos de transformación	Videos mostrando el antes y después de espacios con la instalación de pérgolas.	Viralizar contenido y atraer clientes con demostraciones de impacto.
<b>TikTok</b>	Videos educativos	Clips breves explicando tipos de madera, diseños, estilos y beneficios.	Educar y fortalecer la autoridad de la marca en el sector.

<b>TikTok</b>	Respuestas a comentarios	Videos respondiendo preguntas frecuentes de seguidores sobre pérgolas.	Fomentar interacción y resolver dudas en tiempo real.
---------------	--------------------------	--	---

Nota. *Elaboración propia*

**Figura 14.** *Publicación para redes sociales*



Nota. *Imagen referencial de publicación promocional para redes sociales. Elaboración propia*

Con estas acciones se busca consolidar una presencia digital sólida, captar clientes de manera efectiva y posicionar la marca como referente en el diseño y fabricación de pérgolas personalizadas en la ciudad de Ibarra.

## **5.5. Estudio Económico**

### **5.5.1 Datos de entrada**

En esta sección se analizará el modelo financiero que implementará la empresa

#### **MADERESA DESING S.A.S**

Los datos de entrada se detallan a continuación:

**Producción:** La empresa proyecta fabricar 44 pérgolas de madera en el primer año de introducción con una proyección anual del 5% de incremento de ventas en los 5 años próximos.

**Inversión:** La empresa contará con una inversión inicial de \$21.587,28 dólares americanos.

**Precio:** La empresa pretende obtener un margen de utilidad del 25%.

#### **Financiamiento:**

- La inversión inicial estará constituida por el capital social de la empresa en un 31% y el 69% restante se financiará a través de una entidad financiera.

El financiamiento se lo realizara a través del Banco Produbanco con una tasa de interés del 11,75% con una garantía hipotecaria a un plazo de 5 años (amortización mensual)

- Para el presupuesto de costos y ventas se tomará en consideración el crecimiento ponderado del mercado y se cuenta con una tasa de inflación del 1,51%.

### 5.5.2. *Inversión Fija*

**Tabla 15**

*Inversión fija*

<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	
<b>ACTIVOS</b>	<b>MONTO</b>
<b>Remodelación</b>	\$12.500,00
<b>Muebles y enseres</b>	\$770,00
<b>Equipos de Cómputo</b>	\$1.090,00
<b>Equipos de Oficina</b>	\$292,96
<b>Maquinaria</b>	\$555,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$15.207,96</b>

Nota. *Elaboración propia*

La inversión fija que se requerirá para la creación del emprendimiento esta detallada por diversos activos y con una inversión inicial de \$15.207,96 dólares americanos.

### 5.5.3. *Inversión Variable*

**Tabla 16**

*Inversión variable*

<b>INVERSIÓN VARIABLE</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
	<b>MENSUAL</b>
<b>Costos de Producción</b>	\$ 3.860,48
<b>Gastos Administrativos</b>	\$ 2.053,84
<b>Gastos de Constitución</b>	\$ 465,00
<b>INVERSIÓN VARIABLE</b>	<b>\$6.379,32</b>

Nota. *Elaboración propia*

La inversión variable mensual que desglosa costos de producción, gastos administrativos y de constitución son \$6.379,32 dólares americanos.

#### ***5.5.4. Resumen de la inversión Inicial***

**Tabla 17**

*Resumen de inversión inicial*

<b>INVERSION</b>	<b>VALOR</b>
<b>Inversión Fija</b>	\$15.207,96
<b>Inversión Variable</b>	\$6.379,32
<b>Capital de trabajo</b>	\$5.914,32
<b>Gastos de constitución</b>	\$465,00
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>\$21.587,28</b>

Nota. *Elaboración propia*

Para la creación de este emprendimiento se requiere de una inversión inicial de \$21.587,28 dólares americanos

### 5.5.5. Detalle de Inversión Fija

Tabla 18

*Detalle de inversión fija*

<b>ACTIVOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>REMODELACIÓN</b>			
Área Administrativa	50	\$125,00	\$6.250,00
Área de Producción	50	\$125,00	\$6.250,00
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$12.500,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Sillas de oficina (visita)	7	\$35,00	\$245,00
Sillas giratorias	3	\$65,00	\$195,00
Archivadores de 4 gavetas	1	\$80,00	\$80,00
Escritorios	3	\$75,00	\$225,00
Pizarra tiza líquida	1	\$25,00	\$25,00
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$770,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACION</b>			
Computadoras Portátil HP	3	\$300,00	\$900,00
Impresora multifunción HP	1	\$150,00	\$150,00
Flash Memory Kingston 64GB	3	\$4,00	\$12,00
Reguladores de voltaje	2	\$8,00	\$16,00
Extensión eléctrica de 8m	2	\$6,00	\$12,00
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$1.090,00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
Calculadoras Casio de mesa	3	\$9,99	\$29,97
Teléfonos celulares	2	\$120,00	\$240,00
Red de internet	1	\$22,99	\$22,99
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$292,96</b>
<b>MAQUINARIA</b>			
Taladro percutor Marca Porten	1	60	60
Fresadora Router Dewal Dcw600b	1	160	160
Mesa de Trabajo Robusto	1	60	60
Martillo automático Eléctrico	1	89	89
Lijadora orbital eléctrica	1	110	110
Martillo Manual	2	11	22
Compresor eléctrico para pintar	1	54	54

---

<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$555,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$15.207,96</b>

---

Nota. *Elaboración propia*

La tabla detalla los costos y gastos para la creación del emprendimiento de pérgolas en madera.

### 5.5.6. Detalle de Inversión Variable

#### 5.5.6.1. Costos de Producción

**Tabla 19**

*Costos de producción*

<b>PÉRGOLA DE MADERA 7X4 METROS X 4 METROS DE ALTURA</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>c/u</b>	<b>COSTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>	<b>ANUAL</b>
			<b>AD</b>	<b>MENSUAL</b>	
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>		\$ 389,50	4	\$ 1.558,00	\$ 18.696,00
<b>Madera</b>	\$ 389,50				
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		\$ 157,23	4	\$628,92	\$ 7.547,00
<b>Carpintero</b>	157,2291 67				
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		\$ 575,62	4	\$ 2.302,48	\$ 27.629,76
<b>Operario (1)</b>	60,00				
<b>Tornillos galvanizados (paquete grande)</b>	12,00				
<b>Techo de policarbonato 7x4 metros</b>	280,00				
<b>Barniz para exteriores</b>	30				
<b>Bases metálicas anclaje + pernos expansivos</b>	48				
<b>Sellador</b>	25				
<b>Lija fina</b>	3,8				
<b>Cemento</b>	8,32				
<b>Arena para anclaje</b>	15				
<b>Transporte</b>	30				
<b>Instalación</b>	60				
<b>Energía eléctrica</b>	3				
<b>Agua Potable</b>	0,5				
<b>COSTO DE PRODUCCION POR UNIDAD</b>		\$ 1.122,35			
<b>TOTAL COSTO PÉRGOLA DE MADERA</b>				\$ 4.489,40	\$ 53.872,76

Nota. *Elaboración propia*

La tabla detalla los costos y gastos para la creación de una pérgola en madera de 7x4 metros de dimensión y 4 metros de altura.

### 5.5.6.2. Resumen de Producción de Pérgolas de Madera

**Tabla 20**

*Resumen de producción*

<b>RESUMEN DE PRODUCCIÓN PÉRGOLA DE</b>		
<b>MADERA</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>PÉRGOLA DE MADERA</b>	\$ 4.489,40	\$ 53.872,76
<b>7X4 METROS X 4</b>		
<b>METROS DE ALTURA</b>		

*Nota. Elaboración propia*

La tabla detalla los costos de producción mensuales para realizar una estimación de 4 pérgolas mensuales.

### 5.5.7. Detalle de Gastos Administrativos

#### 5.5.7.1. Gastos Administrativos

**Tabla 21**

*Gastos Administrativos*

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>Agua</b>	\$ 3,00	\$ 36,00
<b>Energía Eléctrica</b>	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>Teléfono</b>	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>Internet Banda Ancha</b>	\$ 22,99	\$ 275,88
<b>Suministros de Oficina</b>	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>Sueldos</b>	\$ 1.940,85	\$ 23.290,16
<b>Publicidad</b>	\$ 15,00	\$ 180,00
<b>Implementos de limpieza</b>	\$ 12,00	\$ 144,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.053,84</b>	<b>\$ 24.646,04</b>

*Nota. Elaboración propia*

La tabla detalla los gastos administrativos de la empresa de forma mensual y anual durante el primer año de creación.

#### 5.5.7.2. Sueldo de Personal

**Tabla 22**

*Sueldo de personal*

<b>N°</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>TRIMESTRAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>1</b>	Gerente General	\$ 689,16	\$2.067,48	\$8.269,90
<b>2</b>	Contador	\$ 30,00	\$90,00	\$360,00
<b>3</b>	Diseñador de interiores	\$ 592,77	\$1.778,32	\$7.113,26
<b>4</b>	Carpintero	\$ 628,92	\$1.886,75	\$7.547,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.940,85</b>	<b>\$5.822,54</b>	<b>\$23.290,16</b>

*Nota. Elaboración propia*

Detalle de los sueldos a pagar al capital humano de la empresa.

### 5.5.8. Determinación del Precio Unitario

**Tabla 23**

*Resumen de producción*

<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO</b>		
<b>COSTOS</b>		
<b>COSTO DE MATERIA PRIMA</b>		\$ 389,50
<b>COSTO DE LA MANO DE OBRA</b>		\$ 157,23
<b>CIF</b>		\$ 575,62
<b>COSTO POR UNIDAD</b>		<b>\$ 1.122,35</b>
<b>GASTOS</b>		
<b>GASTOS ADM</b>		356,23
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		408,69
<b>COSTOS Y GASTOS</b>		<b>1.887,27</b>
<b>UTILIDAD 25%</b>	<b>\$</b>	<b>2.359,00</b>

Nota. Elaboración propia

Detalle de precio unitario de una pérgola de madera de 7x4 metros de dimensión y 4 metros de altura.

## 5.6.Financiamiento del Proyecto

**Tabla 24**

*Financiamiento*

<b>DATOS DEL FINANCIAMIENTO</b>	
<b>BANCO</b>	PRODUBANCO
<b>MONTO</b>	15.000,00
<b>INTERÉS</b>	11,72%
<b>PLAZO</b>	60
<b>PERÍODO</b>	MENSUAL
<b>GARANTÍA</b>	HIPOTECARIO

Nota. Detalle de la financiación del proyecto. Obtenido de Produbanco (2025)

### 5.6.1. Amortización de la Deuda

**Tabla 25**

*Amortización de la deuda*

<b>DATOS DEL FINANCIAMIENTO</b>					
<b>BENEFICIARIO</b>	MARÍA ELENA CUARAN URBINA				
<b>BANCO</b>	PRODUBANCO				
<b>MONTO</b>	15.000,00				
<b>INTERÉS</b>	11,72%				
<b>PLAZO</b>	60				
<b>PERIÓDO</b>	MENSUAL				
<b>GARANTÍA</b>	HIPOTECARIO				
<b>Cuota</b>	<b>Saldo Capital</b>	<b>Capital.</b>	<b>Interés</b>	<b>Seguro Desgravamen</b>	<b>Valor a Pagar</b>
1	\$ 15.000,00	\$ 185,05	\$146,50	\$ 10,50	\$ 342,05
2	\$ 14.814,95	\$ 186,86	\$144,69	\$ 10,37	\$ 341,92
3	\$ 14.628,10	\$ 188,68	\$142,87	\$ 10,24	\$ 341,79
4	\$ 14.439,42	\$ 190,52	\$141,02	\$ 10,11	\$ 341,66
5	\$ 14.248,89	\$ 192,38	\$139,16	\$ 9,97	\$ 341,52
6	\$ 14.056,51	\$ 194,26	\$137,29	\$ 9,84	\$ 341,39
7	\$ 13.862,25	\$ 196,16	\$135,39	\$ 9,70	\$ 341,25
8	\$ 13.666,09	\$ 198,08	\$133,47	\$ 9,57	\$ 341,11
9	\$ 13.468,01	\$ 200,01	\$131,54	\$ 9,43	\$ 340,98
10	\$ 13.268,00	\$ 201,96	\$129,58	\$ 9,29	\$ 340,84
11	\$ 13.066,03	\$ 203,94	\$127,61	\$ 9,15	\$ 340,69
12	\$ 12.862,10	\$ 205,93	\$125,62	\$ 9,00	\$ 340,55
13	\$ 12.656,17	\$ 207,94	\$123,61	\$ 8,86	\$ 340,41
14	\$ 12.448,23	\$ 209,97	\$121,58	\$ 8,71	\$ 340,26
15	\$ 12.238,26	\$ 212,02	\$119,53	\$ 8,57	\$ 340,11
16	\$ 12.026,24	\$ 214,09	\$117,46	\$ 8,42	\$ 339,97
17	\$ 11.812,15	\$ 216,18	\$115,37	\$ 8,27	\$ 339,82
18	\$ 11.595,96	\$ 218,29	\$113,25	\$ 8,12	\$ 339,67
19	\$ 11.377,67	\$ 220,43	\$111,12	\$ 7,96	\$ 339,51
20	\$ 11.157,24	\$ 222,58	\$108,97	\$ 7,81	\$ 339,36
21	\$ 10.934,66	\$ 224,75	\$106,80	\$ 7,65	\$ 339,20
22	\$ 10.709,91	\$ 226,95	\$104,60	\$ 7,50	\$ 339,05
23	\$ 10.482,96	\$ 229,16	\$102,38	\$ 7,34	\$ 338,89

24	\$ 10.253,80	\$ 231,40	\$100,15	\$ 7,18	\$ 338,73
25	\$ 10.022,40	\$ 233,66	\$97,89	\$ 7,02	\$ 338,56
26	\$ 9.788,73	\$ 235,94	\$95,60	\$ 6,85	\$ 338,40
27	\$ 9.552,79	\$ 238,25	\$93,30	\$ 6,69	\$ 338,24
28	\$ 9.314,54	\$ 240,58	\$90,97	\$ 6,52	\$ 338,07
29	\$ 9.073,96	\$ 242,93	\$88,62	\$ 6,35	\$ 337,90
30	\$ 8.831,04	\$ 245,30	\$86,25	\$ 6,18	\$ 337,73
31	\$ 8.585,74	\$ 247,69	\$83,85	\$ 6,01	\$ 337,56
32	\$ 8.338,04	\$ 250,11	\$81,43	\$ 5,84	\$ 337,38
33	\$ 8.087,93	\$ 252,56	\$78,99	\$ 5,66	\$ 337,21
34	\$ 7.835,37	\$ 255,02	\$76,53	\$ 5,48	\$ 337,03
35	\$ 7.580,35	\$ 257,51	\$74,03	\$ 5,31	\$ 336,85
36	\$ 7.322,84	\$ 260,03	\$71,52	\$ 5,13	\$ 336,67
37	\$ 7.062,81	\$ 262,57	\$68,98	\$ 4,94	\$ 336,49
38	\$ 6.800,24	\$ 265,13	\$66,42	\$ 4,76	\$ 336,31
39	\$ 6.535,11	\$ 267,72	\$63,83	\$ 4,57	\$ 336,12
40	\$ 6.267,39	\$ 270,34	\$61,21	\$ 4,39	\$ 335,94
41	\$ 5.997,05	\$ 272,98	\$58,57	\$ 4,20	\$ 335,75
42	\$ 5.724,07	\$ 275,64	\$55,91	\$ 4,01	\$ 335,56
43	\$ 5.448,43	\$ 278,34	\$53,21	\$ 3,81	\$ 335,36
44	\$ 5.170,09	\$ 281,05	\$50,49	\$ 3,62	\$ 335,17
45	\$ 4.889,04	\$ 283,80	\$47,75	\$ 3,42	\$ 334,97
46	\$ 4.605,24	\$ 286,57	\$44,98	\$ 3,22	\$ 334,77
47	\$ 4.318,67	\$ 289,37	\$42,18	\$ 3,02	\$ 334,57
48	\$ 4.029,30	\$ 292,20	\$39,35	\$ 2,82	\$ 334,37
49	\$ 3.737,11	\$ 295,05	\$36,50	\$ 2,62	\$ 334,16
50	\$ 3.442,06	\$ 297,93	\$33,62	\$ 2,41	\$ 333,96
51	\$ 3.144,13	\$ 300,84	\$30,71	\$ 2,20	\$ 333,75
52	\$ 2.843,29	\$ 303,78	\$27,77	\$ 1,99	\$ 333,54
53	\$ 2.539,51	\$ 306,75	\$24,80	\$ 1,78	\$ 333,33
54	\$ 2.232,76	\$ 309,74	\$21,81	\$ 1,56	\$ 333,11
55	\$ 1.923,02	\$ 312,77	\$18,78	\$ 1,35	\$ 332,89
56	\$ 1.610,25	\$ 315,82	\$15,73	\$ 1,13	\$ 332,68
57	\$ 1.294,43	\$ 318,91	\$12,64	\$ 0,91	\$ 332,45
58	\$ 975,53	\$ 322,02	\$9,53	\$ 0,68	\$ 332,23
59	\$ 653,51	\$ 325,17	\$6,38	\$ 0,46	\$ 332,01
60	\$ 328,34	\$ 328,34	\$3,21	\$ 0,23	\$ 331,78

Nota. *Produbanco (2025)*

La siguiente tabla nos detalla el financiamiento requerido por la entidad bancaria Produbanco, se realizará un préstamo hipotecario de \$15.000 dólares americanos a una tasa de interés de 11,72% a un plazo de 60 meses.

### 5.7.Determinación de la tasa de descuento o costo de oportunidad

**Tabla 26**

*Costo de Capital*

<b>COSTO DE CAPITAL</b>				
<b>ESTRUCTURA</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJ E</b>	<b>TASAS</b>	<b>PONDERACIÓ N</b>
<b>Inversión Propia</b>	\$ 6.379,32	30%	30%	8,95%
<b>Inversión Financiada</b>	\$ 15.000,00	70%	11,72%	8,22%
<b>TOTAL</b>	\$ 21.379,32			<b>17,17%</b>
<b>EL COSTO DE CAPITAL DE LA EMPRESA ES DEL 17,17%</b>				

*Nota. Se detalla el costo de capital de la empresa. Obtenido de Produbanco y Banco Central*

*(2025)*

## 5.8.Cálculo de depreciación y amortización

### 5.8.1. Depreciación

**Tabla 27**  
*Depreciación*

	VALOR	DEPRECIACIÓN	VALOR RESIUDUAL	VIDA UTIL	VALOR
<b>Instalación</b>	\$ 12.500,00	10%	\$ 1.250,00	10 AÑOS	\$ 1.125,00
<b>Muebles y enseres</b>	\$ 770,00	10%	\$ 77,00	10 AÑOS	\$ 69,30
<b>Equipos de Cómputo</b>	\$ 1.090,00	33,33%	\$ 363,30	3 AÑOS	\$ 242,23
<b>Equipos de Oficina</b>	\$ 292,96	10%	\$ 29,30	10 AÑOS	\$ 26,37
<b>Maquinaria</b>	\$ 555,00	10%	\$ 55,50	10 AÑOS	\$ 49,95
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15.207,96</b>				<b>\$ 1.512,85</b>

Nota. *Elaboración propia*

La tabla detalla la depreciación anual de diferentes tipos de activos, estos activos tienen distintos valores iniciales, vidas útiles y tasas de depreciación que reflejan su desgaste y pérdida de valor con el paso del tiempo.

### 5.8.2. Amortización

**Tabla 28**

*Amortización*

DETERMINACIÓN DE LA AMORTIZACIÓN			
CUENTA	VALOR	% AMORTIZACIÓN	VALOR AMORTIZACIÓN
Gasto de Constitución	465	20%	93

Nota. *Elaboración propia*

El gasto de amortización inicialmente de \$465 dólares correspondientes a los gastos de constitución de la empresa se genera un valor de amortización anual de 93\$.

### 5.9. Determinación de los presupuestos

#### 5.9.1. Determinación de ingresos (Ventas)

**Tabla 29**

*Determinación de ingresos*

PÉRGOLA DE MADERA 7X4 METROS X 4 METROS DE ALTURA				
AÑO	Q CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	TOTAL \$	
1	44	\$ 2.359,00	\$103.796,00	
2	46	\$ 2.395,00	\$110.170,00	
3	48	\$ 2.431,00	\$116.688,00	
4	50	\$ 2.468,00	\$123.400,00	
5	53	\$ 2.505,00	\$132.765,00	
<b>TOTAL</b>			<b>\$586.819,00</b>	

Nota. *Elaboración propia*

La tabla detalla los ingresos a obtener durante los primeros 5 años, para determinar la cantidad anual a venderse se determinó con un 5% de ventas anuales

### 5.9.2. Determinación de costos

**Tabla 30**

*Determinación de costos*

PÉRGOLA DE MADERA 7X4 METROS X 4 METROS DE ALTURA			
AÑO	Q CANTIDAD	COSTOS UNIDAD	TOTAL \$
1	44	\$ 965,12	\$ 42.465,28
2	46	\$ 979,69	\$ 45.065,74
3	48	\$ 994,48	\$ 47.735,04
4	50	\$ 1.009,50	\$ 50.475,00
5	53	\$ 1.024,74	\$ 54.311,22
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 240.052,28</b>

*Nota. Elaboración propia*

La tabla determina las ventas anuales con un 5% de crecimiento anual, proyectando alto potencial de crecimiento, tanto e ventas como ingresos.

## 5.10. Estados Financieros

### 5.10.1. Estado de Resultados

Tabla 31

*Estado de resultados*

<b>MADERESA DESING</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ingresos</b>					
<b>Ventas</b>					
<b>Pérgolas de madera c/u</b>	44	46	48	50	53
<b>(=) Costos de ventas</b>	2359	2395	2431	2468	2505
<b>Total Costos</b>	<b>\$103.796,00</b>	<b>\$110.170,00</b>	<b>\$116.688,00</b>	<b>\$123.400,00</b>	<b>\$132.765,00</b>
<b>Costos Variables</b>					
	46.325,76	45.065,74	47.735,04	50.475,00	54.311,22
<b>Sueldos</b>					
	23.290,16	23.642,00	23.999,00	24.361,00	24.729,00
<b>Gastos Administrativos</b>					
	112,99	115,00	117,00	119,00	121,00
<b>Gasto Depreciación</b>					
	1.512,85	1.512,85	1.512,85	1.270,62	1.270,62
<b>Total Gastos</b>					
	71.241,76	70.335,59	73.363,89	76.225,62	80.431,84
<b>Utilidad Bruta</b>					
	<b>32.554,24</b>	<b>39.834,41</b>	<b>43.324,11</b>	<b>47.174,38</b>	<b>52.333,16</b>
<b>(-) Gastos financieros</b>					
	\$1.634,75	\$1.344,80	\$1.018,99	\$652,88	\$241,47
<b>(=) Utilidad antes de la participación de los trabajadores</b>					
	<b>\$30.919,49</b>	<b>\$38.489,61</b>	<b>\$42.305,12</b>	<b>\$46.521,51</b>	<b>\$52.091,69</b>
<b>(-) 15% Participación</b>					
	4.637,92	5.773,44	6.345,77	6.978,23	7.813,75
<b>(=) Utilidad antes de los impuestos</b>					
	7.884,47	9.814,85	10.787,80	11.862,98	13.283,38
<b>UTILIDAD NETA</b>					
	<b>18.397,10</b>	<b>22.901,32</b>	<b>25.171,54</b>	<b>27.680,30</b>	<b>30.994,56</b>

Nota. *Detalle del estado de resultados de los primeros 5 años de la empresa. Elaboración propia*

**5.11. Flujo de Caja**

**Tabla 32**

*Flujo de caja*

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 18.397,10	\$ 22.901,32	\$ 25.171,54	\$ 27.680,30	\$ 30.994,56
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	\$ -21.587,28					
<b>+DEPRECIACIÓN</b>		\$ 1.512,85	\$ 1.512,85	\$ 1.512,85	\$ 1.270,62	\$ 1.270,62
<b>PAGO DE CAPITAL</b>		\$ 2.343,83	\$ 2.633,77	\$ 2.959,59	\$ 3.325,70	\$ 3.737,11
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-21.587,28</b>	<b>17.566,12</b>	<b>21.780,39</b>	<b>23.724,81</b>	<b>25.625,21</b>	<b>28.528,07</b>

Nota. Elaboración propia

5.12. Balance Inicial

Tabla 33

Balance inicial

<b>MADERESA DESING S.A.S</b>			
<b>BALANCE INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b><u>ACTIVOS CORRIENTES</u></b>		<b><u>PASIVOS CORRIENTES</u></b>	
Inversión Variable	6379,31		
	67		
<b><u>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</u></b>	<b>6379,31</b>	<b><u>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</u></b>	
	667		
<b><u>ACTIVOS TANGIBLES</u></b>		<b><u>PASIVO A LARGO PLAZO</u></b>	
		Préstamo Bancario por pagar	15.000,00
Remodelación	12.500,00		
Muebles y enseres	770,00	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>15.000,00</b>
Equipos de oficina	292,96		
Equipos de computo	1.090,00		
Maquinaria y herramientas	555,00		
	<b>15.207,96</b>		
<b><u>TOTAL ACTIVOS TANGIBLES</u></b>			
<b><u>ACTIVOS INTAGIBLES</u></b>		<b><u>PATRIMONIO</u></b>	
Gastos de Constitución	465	Capital social	6379,31
			67
	<b>465</b>	<b><u>TOTAL PATRIMONIO</u></b>	<b>6379,31</b>
<b><u>TOTAL ACTIVOS INTAGIBLES</u></b>			<b>667</b>

	22052,2		21.379,32
	77		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	

Nota. La tabla detalla el balance inicial del emprendimiento. Elaboración propia.

### 5.13 Evaluación Económica Financiera del Proyecto

#### 5.13. Valor Presente Neto

**Tabla 34**

*Valor presente neto*

<b>VALOR PRESENTE NETO</b>			
Año	Flujo Neto de Caja (\$)	Factor de Descuento	Valor Presente (\$)
0	-21.587,28	1	-21.587,28
1	17.566,12	0,85529	15.024,12
2	21.780,39	0,73151	15.932,57
3	23.724,81	0,62565	14.843,43
4	25.625,21	0,53511	13.712,31
5	28.528,07	0,45767	13.056,44
		<b>Valor presente</b>	<b>50.981,60</b>
		<b>Valor Inicial</b>	<b>21.379,32</b>
		<b>VPN</b>	<b>29.602,28</b>

Nota. Elaboración propia

El valor presente neto que presenta este estudio de mercado es de \$29.606,28 este valor es la utilidad generada por todo el análisis financiero, a través de los flujos futuros generados; el proyecto tiene el VPN superior a cero, considerándose un proyecto factible y realizable (VPN > 0, se acepta el proyecto porque la rentabilidad es mayor a la esperada por el inversionista).

### 5.13.2. Costo Beneficio

**Tabla 35**

*Costo beneficio*

<b>COSTO BENEFICIO</b>	
<b>VALOR PRESENTE</b>	50.981,60
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	21.379,32
<b>COSTO BENEFICIO</b>	<b>2,38</b>

*Nota. Elaboración propia*

La relación costo-beneficio es una herramienta financiera que compara los beneficios a generarse durante la aplicación del proyecto por cada unidad monetaria invertida en el proyecto medida en valor presente, el costo beneficio de este proyecto es de 2,38, es decir por cada \$1 invertido hay una rentabilidad de \$1,38. Se considera un proyecto con alta rentabilidad que no solo genera la inversión, sino que también genera beneficios adicionales.

### 5.14 Periodo de recuperación de la inversión

**Tabla 36**

*Periodo de recuperación de la inversión*

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)</b>				
<b>AÑO</b>	<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>		<b>FLUJO ACUMULADO</b>	
<b>1</b>	\$	17.566,12	\$	17.566,12
<b>2</b>	\$	21.780,39	\$	39.346,51
<b>3</b>	\$	23.724,81	\$	63.071,32
<b>4</b>	\$	25.625,21	\$	88.696,53
<b>5</b>	\$	28.528,07	\$	117.224,60
<b>PRI</b>			<b>2 AÑOS</b>	

*Nota. Elaboración propia*

El tiempo que tomará recuperar la inversión será de dos años.

**5.14.1. Tasa de interna de retorno**

**Tabla 37**

*Tasa interna de retorno*

<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>				
<b>AÑO</b>		<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>		<b>FLUJO ACUMULADO</b>
<b>0</b>	\$	-21.587,28	\$	21.379,32
<b>1</b>	\$	17.566,12	\$	-
			3.813,20	
<b>2</b>	\$	21.780,39	\$	17.967,19
<b>3</b>	\$	23.724,81	\$	41.692,00
<b>4</b>	\$	25.625,21	\$	67.317,21
<b>5</b>	\$	28.528,07	\$	95.845,28
<b>TIR</b>			<b>91%</b>	

Nota. *Elaboración propia*

La tasa interna de retorno presenta un 91,14%, lo cual este proyecto genera un rendimiento del 91%

## 5.15. Evaluación económica del proyecto

**Tabla 38**

*Evaluación económica del proyecto*

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	\$17.566,12	\$ 21.780,39	\$23.724,81	\$25.625,21	\$28.528,07
<b>COSTO DE OPORTUNIDAD</b>	0,17177	0,17177	0,17177	0,17177	0,17177
<b>VALOR PRESENTE NETO</b>	15.024,12	\$ 15.932,57	14.843,43	13.712,31	13.056,44
<b>COSTO BENEFICIO</b>	2,38	2,38	2,38	2,38	2,38
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	\$ 0,91	\$ 0,91	\$ 0,91	\$ 0,91	\$ 0,91
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN</b>	2 AÑOS				

*Nota. Elaboración propia*

## 5.16. Determinación del punto de equilibrio

**Tabla 39**

*Punto de equilibrio unidades físicas*

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			
<b>CUENTAS</b>	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>TOTAL</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		\$	
		46.325,76	\$46.325,76
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
<b>Agua</b>	\$		\$
	36,00		36,00
<b>Energía Eléctrica</b>	\$		\$
	240,00		240,00
<b>Teléfono</b>	\$		\$
	360,00		360,00
<b>Internet Banda Ancha</b>	\$		\$
	275,88		275,88
<b>Suministros de Oficina</b>	\$		\$
	120,00		120,00
<b>Sueldos</b>	\$		\$
	23.290,16		\$23.290,16
<b>Publicidad</b>	\$		\$
	180,00		180,00
<b>Diseño de página web</b>	\$	-	\$ -
<b>Implementos de limpieza</b>	\$		\$
	144,00		144,00
<b>Amortizaciones</b>	\$		\$
	93,00		93,00
<b>Gastos Financieros</b>		\$1.634,75	\$1.634,75
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	
	<b>24.739,04</b>	<b>47.960,51</b>	<b>\$72.699,55</b>

*Nota. La tabla detalla el punto de equilibrio en el primer año de la empresa.*

*Elaboración propia.*

## 6. CONCLUSIONES

### 6.1. Conclusiones

- Se identificó que los consumidores ibarreños presentan un alto interés por la implementación de pérgolas de madera en sus hogares, valorando principalmente su aporte estético, funcionalidad y la posibilidad de personalización según sus gustos y espacios disponibles. La mayor parte de los encuestados mostró preferencia por diseños modernos y rústicos, confirmando así la oportunidad de mercado para este tipo de producto en la ciudad de Ibarra.
- El análisis demostró que el crecimiento poblacional y el aumento progresivo del sector de la construcción en Ibarra representan factores clave que fortalecen la viabilidad de introducir pérgolas de madera como solución arquitectónica. El incremento de edificaciones y viviendas nuevas evidencia un mercado potencial creciente para productos que complementen estos espacios.
- El estudio de mercado y comercialización evidenció que, si bien existe competencia en el sector de la construcción, no hay negocios especializados en pérgolas de madera personalizadas, lo que representa un nicho atractivo con alta demanda. Los consumidores manifestaron disposición a pagar por un producto de calidad y por servicios de instalación profesional.
- El estudio económico financiero proyectó que el emprendimiento es viable, con resultados favorables en indicadores como el flujo de caja, TIR y VAN. Se determinó que la inversión inicial requerida es recuperable en un periodo adecuado y que el proyecto generará rentabilidad sostenible en el tiempo.

## 6.2. Recomendaciones

- Se sugiere diseñar un catálogo de pérgolas con modelos personalizables que integren estilos modernos y rústicos, destacando sus beneficios funcionales y estéticos. Además, implementar estrategias de comunicación que resalten la calidez, durabilidad y diseño único de cada pérgola, conectando con las preferencias emocionales y prácticas de los potenciales clientes.
- Monitorear periódicamente los datos de crecimiento poblacional y del sector de la construcción mediante fuentes como INEC y municipios locales, para actualizar las proyecciones de demanda y ajustar la estrategia de producción y comercialización de pérgolas en función de la evolución del mercado.
- Desarrollar un plan de marketing digital que posicione al emprendimiento como un especialista en pérgolas de madera personalizadas, utilizando redes sociales para mostrar proyectos realizados, testimonios de clientes y diferenciación en diseño y calidad, fortaleciendo así la introducción efectiva en el mercado ibarreño.
- Implementar un sistema de control financiero que permita monitorear mensualmente el flujo de caja, los costos operativos y la rentabilidad real frente a lo proyectado, realizando ajustes estratégicos de ser necesarios para garantizar la estabilidad y crecimiento sostenido del emprendimiento.

## 7.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arevalo, J. (2022). *Diseño de uniones metálicas estandar para estructuras en madera pérgolas*. Universidad del Azuay. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/12003/1/17530.pdf>
- Avila, H. (2020). La entrevista y a encuesta. Obtenido de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiYgtu1oqaKAxX-RzABHXkmMkEQFnoECBcQAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F7692391.pdf&usg=AOvVaw1XRVmVLmHv3IM1e\\_1bAycb&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiYgtu1oqaKAxX-RzABHXkmMkEQFnoECBcQAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F7692391.pdf&usg=AOvVaw1XRVmVLmHv3IM1e_1bAycb&opi=89978449)
- Calderón, A. (2025). *Maderas en El Ecuador*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://es.scribd.com/presentation/405674811/Maderas-en-El-Ecuador>
- Cando, A. L. (2017). *Repositorio UTN*. Obtenido de <https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7768/1/PG%20588%20TESIS.pdf>
- Castillo, M. (2017). *Diseño de construcción de pérgolas usando caña guadua reemplazando materiales tradicionales como la madera y metal*. Universidad de las Américas. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/8394/1/UDLA-EC-TTSOC-2017-02.pdf>
- Dimalux. (27 de Abril de 2025). Obtenido de Dimalux: <https://dimalux.es/historia-de-las-pergolas-un-recorrido-por-el-origen-y-la-evolucion-de-las-pergolas-a-lo-largo-de-la-historia/#:~:text=Las%20ra%C3%ADces%20de%20las%20p%C3%A9rgolas,caminos%20y%20%C3%A1reas%20de%20descanso.>

- Durmi. (27 de Abril de 2025). *Qué es una pérgola, modelos y tipos*. Obtenido de Durmi:  
<https://durmi.com/que-es-una-pergola/>
- El Comercio. (20 de marzo de 2025). *La industria de la madera es la mayor exportadora de manufacturas en Ecuador*. Obtenido de  
[https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/la-industria-de-la-madera-es-el-mayor-exportador-de-manufacturas-en-ecuador/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/la-industria-de-la-madera-es-el-mayor-exportador-de-manufacturas-en-ecuador/?utm_source=chatgpt.com)
- Gallegos, A. (2024). *Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27357/1/TTS1814.pdf>
- Giles Álvarez, L., & Gutiérrez Juárez, P. (Noviembre de 2023). *Inter-American Development Bank*. Obtenido de <file:///C:/Users/59396/Downloads/Diagnostico-de-la-cadena-forestalsustentable-de-Ecuador-cadena-forestal-sostenible.pdf>
- Gomez, M. (2020). *Estudio de mercado de productos forestales*. Obtenido de Informe técnico 370:  
[https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/7991/Estudio\\_de\\_mercado\\_de\\_productos\\_forestales.pdf?sequence=9&isAllowed=y](https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/7991/Estudio_de_mercado_de_productos_forestales.pdf?sequence=9&isAllowed=y)
- Guayasamin, C. (2018). Teorías del comercio internacional. *Revista Publicando*, 6(22), 50-62.  
Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7149454>
- INEC. (Diciembre de 2024). *Estadísticas de Edificaciones* . Obtenido de  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Encuesta\\_Edificaciones/2024/Trimestral\\_III/2.2024\\_ESE\\_D\\_Principales\\_resultados\\_IIIT.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2024/Trimestral_III/2.2024_ESE_D_Principales_resultados_IIIT.pdf)

- INEC. (2024). *Estadísticas de Edificaciones (ESED) 2023*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Encuesta\\_Edificaciones/2023/anual/2.2023\\_ESED\\_Principales\\_resultados.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2023/anual/2.2023_ESED_Principales_resultados.pdf?utm_source=chatgpt.com)
- INEC. (Diciembre de 2024). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Encuesta\\_Edificaciones/2024/Trimestral\\_III/2.2024\\_ESED\\_Principales\\_resultados\\_IIT.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2024/Trimestral_III/2.2024_ESED_Principales_resultados_IIT.pdf)
- INEC. (14 de Abril de 2025). *Instituto nacional de estadísticas y censos*. Obtenido de <https://cubos.inec.gob.ec/AppCensoEcuador/>
- Leroy Merlin. (28 de Marzo de 2025). *Pérgolas bioclimáticas: qué son y por qué tu jardín o terraza necesita una*. Obtenido de leroymerlin: <https://www.leroymerlin.es/ideas-y-consejos/consejos/pergolas-bioclimaticas-que-son-y-por-que-tu-jardin-terraza-necesita-una.html>
- Limongi, R. (2011). *Instituto nacional de investigaciones agropecuarias*. Obtenido de Repositorio Digital: <https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/2051/1/iniaplsbt148a.pdf>
- LOEI. (28 de Febrero de 2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-07/151%20Exp%C3%ADdase%20la%20Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovaci%C3%B3nLey%20Org%C3%A1nica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovaci%C3%B3n.pdf>

Market Research Future. (3 de abril de 2024). *Pergolas Market Report 2025 (Global Edition)*.

Obtenido de <https://www.cognitivemarketresearch.com/pergolas-market-report>

Merizalde, D. (2021). La silvicultura y su aporte al crecimiento económico del Ecuador. *Polo del conocimiento*, 8(6), 147-169. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9152488.pdf>

Merizalde, D. (2021). La silvicultura y su aporte al crecimiento económico del Ecuador en el periodo. *Polo del conocimiento*, 8(6). doi:10.23857/pc.v8i6

MG Construction & Decks. (21 de November de 2023). *Tracing the Evolution: The Fascinating History of Pergolas*. Obtenido de MG Construction & Decks:

<https://mgcdecks.com/uncategorized/history-of-pergolas/>

Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2022). *Acuerdo Ministerial No. MIES 2022-037*.

Obtenido de

<https://esigef.finanzas.gob.ec/esigef/pub/ACUERDO%20MINISTERIAL%20No.%20037.pdf>

Ministerio del Ambiente. (2018). *Borrador Norma de Manejo Forestar Sostenible*. Obtenido de

[https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/08/BORRADOR-NORMA-DE-MANEJO-FORESTAL-SOSTENIBLE.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/08/BORRADOR-NORMA-DE-MANEJO-FORESTAL-SOSTENIBLE.pdf?utm_source=chatgpt.com)

Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2004). *Ley forestal y conservación de áreas naturales y vida silvestre*. Obtenido de Asamblea Nacional:

<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Ley-Forestal-y-de-Conservacion-de-Areas-Naturales-y-Vida-Silvestre.pdf>

Ramirez, J. (2023). *Análisis de factibilidad para fabricación de pérgolas de ciprés y pino en un aserradero ubicado en la finca Panivacharac*. Universidad del Valle de Guatemala.

Obtenido de

[https://repositorio.uvg.edu.gt/static/flowpaper/template.html?path=/bitstream/handle/123456789/1169/Correcci%  
c3%b3n%20de%20Tesis%20Jos%  
c3%a9%20Ram%  
c3%adrez.p  
df?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uvg.edu.gt/static/flowpaper/template.html?path=/bitstream/handle/123456789/1169/Correcci%c3%b3n%20de%20Tesis%20Jos%c3%a9%20Ram%c3%adrez.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Salgado Monar, J. H. (2 de Agosto de 2023). *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* . Obtenido de

[file:///C:/Users/59396/Downloads/625\\_Salgado.pdf](file:///C:/Users/59396/Downloads/625_Salgado.pdf)

Soto, A. (2024). *Diseño y simulación de una pérgola bioclimática con mecanismos para la apertura y ventilación , utilizando perfiles de tol galvanizado de 2.4 de longitud*.

Universidad Politécnica Salesiana.

doi:<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27357/1/TTS1814.pdf>

Toledo, N. (2020). *Población y muestra*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de México: <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>

Trade Map. (25 de 04 de 2025). *Trade Map*. Obtenido de

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%  
7c218%7c%7c%  
7c%7c44%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c44%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

Unir Revista. (19 de Julio de 2024). *Unir la universidad en internet*. Obtenido de

<https://www.unir.net/revista/empresa/teorias-comercio-internacional/>

## ANEXOS

### Anexo 1: Minuta de constitución de la empresa

#### CONTRATO CONSTITUTIVO DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLICADA

Conste por el presente documento, celebrado en la ciudad de ....., el ... de ..... de dos mil ....., la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada, contenida en las siguientes cláusulas:

**PRIMERA. – COMPARECIENTES.-** Intervienen en el otorgamiento de este contrato constitutivo de Sociedad por Acciones Simplificada:

Nombres y Apellidos o Razón Social	Número de documento de Identificación, Cedula o Ruc	Nacionalidad	Estado civil	Domicilio	Representante legal del compareciente según el caso: Nombres y Apellidos	Correo Electrónico

**SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-** Los comparecientes declaran que constituyen como en efecto lo hacen, una Sociedad por Acciones Simplificada, que se someterá a las disposiciones de los presentes estatutos y demás normativa aplicable.

**TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.- Título Primero (I). De la denominación, domicilio, objeto y plazo. Artículo 1°.- Nombre.-** La denominación de la compañía que se constituye es ..... **Artículo 2°.- Domicilio.-** El domicilio principal de la compañía es el cantón ..... de la provincia de .....La compañía podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes. **Artículo 3°.- Objeto.-** El objeto de la compañía consiste en: cualquier actividad mercantil o civil, lícita permitida por la ley para las sociedades por acciones simplificadas /o:..... En el cumplimiento de su objeto la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley. **Artículo 4°.- Plazo.-** El plazo de duración de la compañía es de ..... años, /o indefinido / contados desde la fecha de inscripción de este acto constitutivo en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. **Título Segundo (II). Del Capital. Artículo 5°.- Del Capital y de las acciones.-** El Capital Suscrito es de ..... dólares de los Estados Unidos de América, dividido en ..... acciones, indivisibles, ordinarias y nominativas, de ..... dólar de los

Estados Unidos de América cada una, numeradas consecutivamente del ..... al ..... inclusive. **Título Tercero (III). Marco Legal. Del gobierno y de la administración. Artículo 6°.- Marco Legal.-** Esta sociedad se regirá por las disposiciones contenidas en la sección innumerada agregada a continuación del artículo 317 de la Ley de Compañías, y en lo no previsto en dicha sección, se regirá por el presente estatuto, por las normas que rigen a las sociedades anónimas y, en su defecto, por las que rigen a las sociedades mercantiles según la Ley de Compañías, en cuanto estas últimas no fueren contradictorias con aquellas. **Artículo 7°.- Norma general.-** El gobierno de la compañía corresponde a la Asamblea de accionistas, y su administración al GERENTE GENERAL Y PRESIDENTE, los que serán designados en este contrato constitutivo y posteriormente por la Asamblea de Accionistas. La representación legal, judicial y extrajudicial le corresponderá al GERENTE GENERAL de forma individual. En los casos de falta, ausencia temporal o definitiva, renuncia, remoción separación, reemplazo o impedimento para actuar del GERENTE GENERAL, será reemplazado por el PRESIDENTE. El periodo de duración de los indicados Administradores será de CINCO años, contados desde la fecha de inscripción del respectivo nombramiento en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, pudiendo ser reelegidos indefinidamente. **Artículo 8°.- Convocatorias.-** La convocatoria la efectuará el GERENTE GENERAL y representante legal de la compañía, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista y simultáneamente, mediante correo electrónico, con cinco días hábiles de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión, conforme a la Ley. Si no se contare con el correo electrónico de los accionistas, la convocatoria se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, igualmente con cinco días hábiles de anticipación al fijado para la reunión. En tales cinco días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la Asamblea de accionistas. **Artículo 9°.- De la Asamblea de accionistas.-** En todo cuanto se refiere a las clases de Asambleas de accionistas, a las atribuciones de la Asamblea de accionistas, a la Asamblea Universal de accionistas, al quórum de instalación y al quórum de decisión, se estará a lo dispuesto en las normas de la Ley de Compañías, que rigen para las Sociedades por Acciones Simplificada. **Artículo 10°.- Facultades de los administradores.-** El GERENTE GENERAL Y EL PRESIDENTE ejercerán todas las atribuciones previstas para los administradores, en las normas de la Ley de Compañías, que rigen para las Sociedades por Acciones Simplificadas. **Artículo 11°.- Reparto de utilidades.-** La distribución de las utilidades se realizará conforme a lo establecido en la Ley de Compañías para las sociedades anónimas. **Título Cuarto (IV) De la disolución y liquidación. Artículo 12°.- Norma general.-** La compañía se disolverá y se liquidará conforme se establece en el número 6, de la sección innumerada agregada a continuación de la sección VIII, artículo 317 de la Ley de Compañías.

**CUARTA.- APORTES.- CUADRO DE SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL SOCIAL.**

	Nombres de los accionistas suscriptores	Capital suscrito	Capital pagado en numerario	Capital Por pagar	Número de Acciones	Tipo de Inversión (Nacional, Extranjera o Subregional)
<b>1</b>						
<b>2</b>						
<b>3</b>						

**QUINTA.-** Los comparecientes declaran que una vez constituida la compañía, pagarán los montos indicados en el cuadro de suscripción y pago del capital social, inicialmente en la cantidad que se determina en la columna *Capital pagado en numerario*, en la cuenta que la compañía abra en una institución bancaria. En todo caso, el capital pagado deberá ser cubierto íntegramente, por lo cual, lo que se adeudare por la suscripción de acciones en la constitución de esta compañía, será pagado, a través del mismo medio antes indicado, en un plazo máximo de veinticuatro meses contado a partir de la fecha de inscripción del presente documento.

**SEXTA.-** Asimismo, los comparecientes declaran bajo juramento que asumen la responsabilidad sobre la veracidad y autenticidad de la información aquí contenida, así como de la documentación de soporte proporcionada en este proceso de constitución, el cual se ha realizado con apego a la ley.

**SÉPTIMA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.-** Para los períodos señalados en el artículo 7° del estatuto, se designan como GERENTE GENERAL de la compañía al (o a la) señor (o señora) ....., y como PRESIDENTE de la misma al (o a la) señor (o señora) ....., respectivamente.

**OCTAVA.- DECLARACIÓN JURADA DE LICITUD Y ORIGEN DE FONDOS.-** Los comparecientes, DECLARAMOS BAJO JURAMENTO, que los fondos y valores que se utilizan para la presente constitución de sociedad de acciones simplificada provienen de actividades lícitas.

f. \_\_\_\_\_  
**(nombres y apellidos)**  
 C. C. \_\_\_\_\_

f. \_\_\_\_\_  
**(nombres y apellidos)**  
 C. C. \_\_\_\_\_

**Anexo 2: Manual de funciones**

**Tabla 40.** *Manual de funciones de Maderesa Desing*

**MANUAL DE FUNCIONES**

<b>Departamento/Cargo</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Funciones</b>
<b>Gerente General</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia en liderazgo y gestión de proyectos.</li> <li>- Formación en administración o a fines.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formular y ejecutar planes estratégicos.</li> <li>- Supervisar el cumplimiento de producción y ventas.</li> <li>- Toma de decisiones empresariales.</li> <li>- Establecer relaciones con proveedores y clientes estratégicos.</li> <li>- Aprobación de diseños y presupuestos.</li> <li>- Liderar reuniones de equipo.</li> </ul>
<b>Contabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título en contabilidad</li> <li>- Conocimiento del SRI, softwares contables y facturación electrónica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de ingresos, egresos y movimientos bancarios.</li> <li>- Organizar estados financieros periódicos.</li> <li>- Declaración de impuestos.</li> </ul>

<b>Diseñador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación en</li> <li>- diseño de interiores o a fines.</li> <li>- Manejo de software en diseño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear bocetos y planos estratégicos personalizados.</li> <li>- Visitar sitios de instalación para la toma de medidas y evaluar condiciones.</li> <li>- Aportar ideas innovadoras.</li> <li>- Recomendación de materiales y acabados adecuados.</li> <li>- Coordinar con el carpintero para la ejecución del diseño.</li> </ul>
<b>Carpintero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia en carpintería.</li> <li>- Conocimiento en tipos de madera y técnicas de ensamblaje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretar planos y especificaciones técnicas.</li> <li>- Cortar, ensamblar y terminar piezas de madera.</li> <li>- Aplicar tratamientos y acabados a la madera</li> <li>- Supervisar e instalación en el lugar designado.</li> </ul>
<b>Ayudante de taller</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Educación básica.</li> <li>- Disposición de aprendizaje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asistir en le lijado, ensamblaje y traslado de estructuras.</li> <li>- Colaborar en instalación de pérgolas.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

**Anexo 3: Entrevista con el Arquitecto Michael Luna**



**Anexo 4: Entrevista con la Sr. Elisa Guerrero**



## Anexo 5: Encuesta realizada a pobladores de la ciudad de Ibarra

### Enlace de acceso:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSciiVS1g8IKWubOsKpatJCDJS6oLZnsLEw946ZXV589LNjXkw/viewform?usp=header>

### Encuesta para la creación de un emprendimiento de diseño y fabricación de pérgolas de madera

La siguiente encuesta busca determinar los gustos, preferencias y factibilidad que tienen las pérgolas de madera.

**Por:** María Elena Cuarán  
Estudiante de 8vo nivel de la carrera de Negocios Internacionales

[mecuaran@pucesi.edu.ec](mailto:mecuaran@pucesi.edu.ec) [Cambiar de cuenta](#)



No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

#### Pérgola de madera



## **Anexo 6: Preguntas realizadas a la Sr. Eliza Urbina**

1. ¿Qué percepción tiene del mercado de pérgolas en madera en Ibarra?
2. ¿Conoces empresas que actualmente se dediquen al diseño o fabricación de pérgolas en la ciudad? ¿Cómo evalúas su oferta?
3. ¿Qué tan atractivo te parece un emprendimiento dedicado a pérgolas de madera?
4. ¿Qué oportunidades crees que existen actualmente para este tipo de negocio en Ibarra?
5. ¿Qué factores considerarías claves para el éxito de este emprendimiento?
6. ¿Qué tipo de aporte podrías ofrecer al emprendimiento? (ej. capital, maquinaria, conocimientos técnicos, red de contactos, marketing, etc.)
7. ¿Qué aspectos innovadores podríamos incorporar para diferenciarnos de la competencia?
8. ¿Qué tipo de cliente crees que estaría más interesado en comprar pérgolas de madera en Ibarra?
9. ¿Estarías dispuesto a invertir tiempo y recursos en el desarrollo de este proyecto?
10. ¿Qué riesgos identificas en este tipo de emprendimiento y cómo los enfrentarías?

## **Anexo 7: Preguntas realizadas al Arquitecto Michael Luna**

1. ¿Ha notado un crecimiento o tendencia reciente en el uso de pérgolas en proyectos residenciales o comerciales?
2. ¿Qué ventajas y desventajas tiene la madera frente a otros materiales (como aluminio o hierro) en este tipo de estructuras?
3. ¿Qué tan importante considera que es la personalización del diseño para este tipo de producto?
4. ¿Qué perfil de cliente suele solicitar pérgolas de madera? (Ej. familias, comercios, arquitectos, hoteles, etc.)
5. ¿En qué tipo de proyectos considera usted que una pérgola de madera agrega mayor valor?
6. ¿Qué canales considera más efectivos para llegar a potenciales clientes de pérgolas de madera (redes sociales, ferias, alianzas con arquitectos, etc.)?
7. ¿Estaría dispuesto a recomendar este tipo de productos a sus clientes si cumple con estándares de calidad y diseño?
8. ¿Qué riesgos o dificultades visualiza al emprender un negocio de pérgolas de madera en esta ciudad?
9. ¿Qué recomendaciones daría a un emprendedor que desea ingresar en este nicho de mercado?

10. ¿Qué tan importante considera que es la personalización del diseño para este tipo de producto?
11. ¿Qué perfil de cliente suele solicitar pérgolas de madera? (Ej. familias, comercios, arquitectos, hoteles, etc.)
12. ¿En qué tipo de proyectos considera usted que una pérgola de madera agrega mayor valor?
13. ¿Qué canales considera más efectivos para llegar a potenciales clientes de pérgolas de madera (redes sociales, ferias, alianzas con arquitectos, etc.)?
14. ¿Estaría dispuesto a recomendar este tipo de productos a sus clientes si cumple con estándares de calidad y diseño?
15. ¿Qué riesgos o dificultades visualiza al emprender un negocio de pérgolas de madera en esta ciudad?
16. ¿Qué recomendaciones daría a un emprendedor que desea ingresar en este nicho de mercado?