



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APORTAR AL SECTOR DE LA MADERA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FÁBRICA,
COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE UNA LÍNEA
CONTEMPORÁNEA DE MUEBLES EN LA PARROQUIA DE
GUAYLLABAMBA, PROVINCIA DE PICHINCHA.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Autora: Ángela Vanessa Barrera Díaz

Tutor: Ing. Juan Guevara Samaniego

Quito, Octubre 2014

ACTA DE ENTREGA FIRMADA POR EL TUTOR AL LECTOR

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Ángela Vanessa Barrera Díaz

C.I. 1726272857

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Ángela Vanessa Barrera Díaz alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos del autor de mi investigación a favor Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

C.I. 1726272857

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, la estudiante ***Barrera Díaz Ángela Vanessa*** por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tener de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado " ***APORTAR AL SECTOR DE LA MADERA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FABRICA, COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE UNA LÍNEA CONTEMPORÁNEA DE MUEBLES EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA, PROVINCIA DE PICHINCHA***".

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de lo descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos de propiedad intelectual cedidos.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto

mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 13 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____
C.C. N° 1726272857

CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico

Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios ser maravilloso que me diera la fuerza para creer lo que me parecía imposible terminar. A mis padres por mantener el apoyo incondicional a pesar de la distancia.

A mi novio por ser un eje muy importante el cual siempre ha estado impulsándome a terminar este proyecto.

Al. Ing. Juan Guevara por su apoyo total y su gran paciencia desde el inicio del proyecto.

También expreso agradecimiento a Vanessa Maigua que ha sido una gran compañera y amiga, brindándome un mutuo apoyo durante la elaboración del proyecto.

DEDICATORIA

Este gran esfuerzo y una etapa de mi vida la dedico a:

A mis padres, por su apoyo

A mi novio, por su gran amor

ÍNDICE GENERAL

ACTA DE ENTREGA FIRMADA POR EL TUTOR AL LECTOR.....	i
DECLARATORIA.....	ii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL .	iv
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	viii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xviii
ÍNDIE DE ILUSTRACIONES	xx
RESUMEN EJECUTIVO	xxi
ABSTRACT.....	xxiii
CAPÍTULO I.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes	4
1.02.01 La carpintería.....	4
1.02.02 La madera	6
1.02.03 Historia de la madera.....	7
1.02.04 Propiedades de la madera	7
1.02.05 Propiedades mecánicas de la madera	8
1.02.06 Historia del mueble	9
1.02.07 Industria de la madera	10
1.02.08 Clasificación y descripción de la industria.....	11
1.02.08.01 Industria de transformación primaria.....	12
1.02.08.02 Industria de chapas y tableros.....	12

1.02.08.03 Madera aserrada.....	12
1.02.08.04 Industria de transformación secundaria	13
1.02.08.04.01 Los Muebles.....	13
CAPÍTULO II	14
2.01 Ambiente Externo	14
2.01.01 Factor Económico.....	14
2.01.01.01 El PIB.....	15
2.01.01.02 Inflación	18
2.01.01.03 Tasa de Interés	19
2.01.01.04 Balanza Comercial.....	24
2.01.02 Factor Social.....	27
2.01.02.01 Población	27
2.01.02.02 Pea	28
2.01.02.03 Migración	30
2.01.03 Aspecto Político Legal	31
2.01.03.01 Aprobación del Nombre de la Compañía	32
Trámite.....	32
Documentación	32
2.01.03.02 Apertura de cuenta de la integridad del capital	32
Trámite.....	32
Documentación	33
2.01.03.03 Celebración de la escritura pública.....	33
Trámite.....	33
Documentación	34
2.01.03.04 Solicitar la Aprobación de la Escritura de Constitución	34
Trámite.....	34
Documentación	35
2.01.03.05 Obtener la resolución de aprobación de las escrituras.....	35
Trámite.....	35
Documentación	35
2.01.03.06 Cumplir con las disposiciones de la resolución.....	36
Trámite.....	36
Documentación	36

2.01.03.07 Inscribir las escrituras en el registro mercantil.....	37
Trámite.....	37
Documentación	37
2.01.03.08 Elaborar los nombramientos de la directiva de la compañía.....	37
Trámite.....	37
Documentación	38
2.01.03.09 Inscribir el nombramiento en el registro mercantil	38
Trámite.....	38
Documentación	38
2.01.03.10 Reingresar los documentos a la superintendencia de compañías	38
Trámite.....	38
Documentación	39
2.01.03.11 Ruc.....	39
Trámite.....	39
Documentación	39
2.01.03.12 Retiro de la cuenta de la integración del capital.....	40
Trámite.....	40
Documentación	41
2.01.03.13 Apertura de una cuenta bancaria de la compañía	41
Trámite.....	41
Documentación	41
2.01.03.14 Obtener permiso para impresión de facturas	42
Trámite.....	42
Documentación	42
2.01.03.14 Patente Municipal.....	43
Trámite.....	43
Documentación	44
2.01.03.15 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE)	45
Tramites	45
Documentación	46
2.01.03.16 Uso del Suelo.....	47
Trámite.....	47

Documentación	47
2.01.03.17 Uso del Suelo Rótulos y Publicidad Exterior	47
Trámite.....	47
Documentación	48
2.01.03.18 Permiso de los bomberos.....	48
Documentación	48
2.01.03.19 IESS	49
Trámites	49
Documentación	49
2.01.04 Aspecto Tecnológico.....	51
2.02 Entorno Local.....	53
2.02.01 Clientes	53
2.02.01.01 Poder de negociación con los clientes	53
2.02.02 Proveedores	54
2.02.02.01 Poder de negociación con los proveedores	56
2.02.03 Competencia.....	56
2.02.03.01 Competencia Directa.....	57
2.02.03.01 Competencia Indirecta	60
2.03 Análisis Interno	62
2.03.01 Propuesta Estratégica.....	62
2.03.01.01 Misión	62
2.03.01.02 Visión.....	63
2.03.01.03 Objetivos Corporativos	63
2.03.01.04 Principios y/o valores.....	64
2.03.01.04.01 Principios	65
2.03.01.04.02 Valores	66
2.03.02 Gestión Administrativa	68
2.03.02.01 Planificación	68
2.03.02.02 Organización	69
2.03.02.03 Dirección.....	72
2.03.02.04 Control	72
2.03.03 Gestión Operativa.....	75
2.03.04 Gestión Comercial.....	78

2.03.04.01 Producto	78
2.03.04.02 Precio	79
2.03.04.04 Plaza.....	83
2.03.04.05 Promoción.....	84
2.03.04.05 Publicidad	85
2.04 Análisis FODA.....	92
2.04.01 Ambiente Interno.....	92
2.04.02 Ambiente Externo.....	93
CAPITULO III.....	94
Investigación de Mercado	94
3.01 Análisis del Consumidor.....	95
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	96
3.01.02 Técnicas de recolección de información.....	98
3.01.02.01 Encuesta.....	100
3.01.03 Análisis de la información	103
3.01.03.01 Resultados de la encuesta	104
3.02 Análisis de la Demanda.....	121
3.02.01 Demanda Actual	121
3.02.02 Demanda Proyectada	124
3.03 Análisis de la Oferta.....	125
3.03.01 Oferta Actual.....	126
3.03.02 Oferta Proyectada	126
3.04 Balance Oferta y Demanda	127
3.04.01 Balance Actual.....	127
3.05 Balance Proyectado.....	128
CAPITULO IV.....	130
4.01 Tamaño del proyecto.....	130
4.01.01 Capacidad Instalada	131
4.01.02 Capacidad Óptima.....	132
4.02 Localización	133
4.02.01 Macro Localización	133
4.02.02 Micro Localización.....	134
4.02.03 Localización Óptima.....	134

4.03 Ingeniería del Proyecto	135
4.03.01.01 Bien.....	139
4.03.02 Distribución de la Planta.....	140
4.03.03 Proceso Productivo	143
4.03.04 Maquinaria	144
4.03.05 Equipos/ Cuadro de Activos	144
CAPITULO V	146
5.01 Estudio Financiero	146
5.01.01 Ingresos Operacionales	148
5.01.02 MOD (Mano de obra Directa)	148
5.01.03 MPD (Materia Prima Directa)	149
5.01.04 CIF (Costos indirectos de fabricación)	151
5.01.05 CALCULO DE INGRESOS OPERACIONALES.....	153
5.02 Ingresos No Operacionales	154
5.02.01 Costos.....	155
5.02.02 Costo Directo	155
5.02.03 Costos Indirectos.....	156
5.02.04 Gastos Administrativos.....	157
5.02.05 Costo De Ventas	159
5.02.06 Costos Financieros	162
5.02.07 Costos Fijos Y Variables	162
5.03 Inversiones	163
5.03.01 Inversión Fija	164
5.03.01.01 Activos Fijos	164
5.03.01.02 Activos Nominales (Diferidos).....	165
5.03.02 Capital De Trabajo.....	165
5.03.03 Fuentes De Financiamiento Y Uso De Fondos.....	166
5.03.04 Depreciaciones (Tabla De Depreciaciones).....	166
5.03.05 Amortizaciones De Financiamiento (Tabla De Amortizaciones).....	166
5.03.05.01 Amortizaciones del Diferido.....	167
5.03.06 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	168
5.03.07 Estado De Resultados Proyectoado (a 5 Años)	169
5.03.08 FLUJO DE CAJA	170

5.04 Evaluación.....	171
5.04.01 Tasa De Descuento	171
5.04.02 VAN (VALOR ACTUAL NETO)	172
5.04.03 TIR (TASA INTERNA DE RENDIMIENTO)	173
5.04.04 PRI Periodo De Recuperación De La Inversión	174
5.04.05 RCB (Relación Costo Beneficio).....	175
5.04.06 Punto De Equilibrio	176
5.04.07 Análisis De Índices Financieros	179
5.04.07.01 ÍNDICES DE LIQUIDEZ.....	179
5.04.07.02 RAZONES DE APALANCAMIENTO	180
5.04.07.03 RAZONES DE ACTIVIDAD O GERENCIA	182
CAPITULO VI.....	187
ANÁLISIS DE IMPACTOS	187
6.01 Impacto Ambiental	187
6.02 Impacto Económico	188
6.03 Impacto Productivo.....	189
6.04 Impacto Social	189
CAPITULO VII	190
7.01 Conclusiones.....	190
7.02 Recomendaciones	191
BIBLIOGRAFÍA	193
ANEXOS	196

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N.- 1 Proyección del Crecimiento económico por sectores	17
Tabla N.- 2 Tasa de interés activa	20
Tabla N.- 3 Tasa de Interés pasiva	22
Tabla N.- 4 Balanza Comercial	24
Tabla N.- 5 Población Económicamente Activa	29
Tabla N.- 6 Población Económicamente Activa por rama de actividad	30
Tabla N.- 7 Proveedores	55
Tabla N.- 8 Competencia Directa	57
Tabla N.- 9 Matriz GCB Decoart Muebles	58
Tabla N.- 10 Matriz GCB Mueblería Rosita	58
Tabla N.- 11 Matriz CGB Colineal	59
Tabla N.- 12 Matriz CGB Muebles el Bosque	59
Tabla N.- 13 Matriz CGB Almacenes Estrella	60
Tabla N.- 14 Matriz CGB Fragma	61
Tabla N.- 15 Matriz CGB Compu Mega. Com	61
Tabla N.- 16 Cronograma de Actividades	68
Tabla N.- 17 Modelo de Evaluación	74
Tabla N.- 18 Costo objetivo Camas Nido	80
Tabla N.- 19 Costo Objetivos Juegos de Sala	81
Tabla N.- 20 Costo Objetivo Juegos de Sala	82
Tabla N.- 21 Ambientes Interno	92
Tabla N.- 22 Ambiente Externo	93
Tabla N.- 23 Población	97
Tabla N.- 24 Total de hombres y mujeres encuestadas	104
Tabla N.- 25 Total de personas encuestadas por edades	105
Tabla N.- 26 Total de personas por estado civil	106
Tabla N.- 27 Total de personas encuestadas por sus ingresos	107
Tabla N.- 28 Primera pregunta de la encuesta	108
Tabla N.- 29 Segunda pregunta de la encuesta	110

Tabla N.- 30 Tercera pregunta de la encuesta.....	111
Tabla N.- 31 Cuarta pregunta de la encuesta	112
Tabla N.- 32 Quinta pregunta de la encuesta	113
Tabla N.- 33 Sexta pregunta de la encuesta	114
Tabla N.- 34 Sexta pregunta de la encuesta	115
Tabla N.- 35 Sexta pregunta de la encuesta	116
Tabla N.- 36 Séptima pregunta de la encuesta.....	117
Tabla N.- 37 Octava pregunta de la encuesta.....	118
Tabla N.- 38 Novena pregunta de la encuesta.....	119
Tabla N.- 39 Decima pregunta de la encuesta.....	120
Tabla N.- 40 Demanda Actual	122
Tabla N.- 41 Segmentación de la encuesta aceptación del producto	122
Tabla N.- 42 Segmentación de la encuesta frecuencia.....	122
Tabla N.- 43 Segmentación de la encuesta precio juego de comedor.....	123
Tabla N.- 44 Segmentación de la encuesta precio Juego de sala.....	123
Tabla N.- 45 Segmentación de la encuesta precio juego de dormitorio	123
Tabla N.- 46 Segmentación de la encuesta la competencia	124
Tabla N.- 47 Proyección de la Demanda	125
Tabla N.- 48 Oferta Actual.....	126
Tabla N.- 49 Tabla de la Competencia.....	126
Tabla N.- 50 Oferta Proyectada	127
Tabla N.- 51 Demanda Insatisfecha Actual	128
Tabla N.- 52 Proyección de la demanda insatisfecha	128
Tabla N.- 53 Tamaño del proyecto	131
Tabla N.- 54 Capacidad Instalada	132
Tabla N.- 55 Capacidad Óptima.....	133
Tabla N.- 56 Macro localización.....	133
Tabla N.- 57 Razones de cercanía.....	135
Tabla N.- 58 Código de cercanía.....	135
Tabla N.- 59 Matriz Cruzada	136
Tabla N.- 60 Tabulación	136
Tabla N.- 61 Área Administrativa.....	136
Tabla N.- 62 Área de producción.....	137
Tabla N.- 63 Área de ventas.....	137
Tabla N.- 64 Área de recepción	137
Tabla N.- 65 Área de diseño	138
Tabla N.- 66 Baño 1	138
Tabla N.- 67 Baño 2	138
Tabla N.- 68 Vestidores	139
Tabla N.- 69 Proceso productivo camas nido	143
Tabla N.- 70 Proceso productivo Juego de sala	143
Tabla N.- 71 Proceso productivo Juego de comedor	144
Tabla N.- 72 Cuadro de Activos	145

Tabla N.- 73 Mano de obra directa	149
Tabla N.- 74 Materia Prima Directa Camas Nido.....	150
Tabla N.- 75 Materia Prima Directa Juegos de Sala.....	150
Tabla N.- 76 Materia Prima Directa Juegos de Comedor	151
Tabla N.- 77 Costos Indirectos de Fabricación Camas Nido.....	151
Tabla N.- 78 Costos Indirectos de Fabricación Juego de Sala.....	152
Tabla N.- 79 Costos Indirectos de Fabricación Juegos de Comedor	152
Tabla N.- 80 Ingresos Operacionales Camas Nido	153
Tabla N.- 81 Ingresos Operacionales Juego de Sala.....	153
Tabla N.- 82 Ingresos Operacionales Juegos de comedor	154
Tabla N.- 83 Ingresos Operacionales proyectados.....	154
Tabla N.- 84 Costos Indirectos	156
Tabla N.- 85 Costos indirectos Camas Nido.....	156
Tabla N.- 86 Costos indirectos Juegos de Sala	157
Tabla N.- 87 Costos indirectos Juegos de comedor	157
Tabla N.- 88 Gastos Administrativos.....	158
Tabla N.- 89 Material de limpieza y Aseo	158
Tabla N.- 90 Suministros de Oficina.....	159
Tabla N.- 91 Servicios Básicos	159
Tabla N.- 93 Gasto de Ventas	160
Tabla N.- 94 Proyección de los costos y Gastos	161
Tabla N.- 95 Gastos Administrativos Proyectados	161
Tabla N.- 96 Costo y Gasto de ventas proyectado.....	162
Tabla N.- 97 Costos fijos y variables proyectados.....	163
Tabla N.- 98 Cuadro de Inversiones	165
Tabla N.- 99 Depreciaciones.....	166
Tabla N.- 100 Cuadro del financiamiento.....	167
Tabla N.- 101 Tabla de amortización del préstamo	167
Tabla N.- 102 Amortización del diferido.....	167
Tabla N.- 103 Estado de resultados Proyectado.....	169
Tabla N.- 104 Flujo de Caja Proyectado.....	170
Tabla N.- 105 Tasa de descuento	171
Tabla N.- 106 Valor Actual Neto.....	172
Tabla N.- 107 Calculo de la tasa interna de retorno.....	173
Tabla N.- 108 Periodo de la recuperación de la inversión	174
Tabla N.- 109 Relación Costo Beneficio	176
Tabla N.- 110 Calculo Punto de Equilibrio.....	177

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N.- 1 La carpintería.....	5
Figura N.- 2 Características de la Madera.....	7
Figura N.- 3 Propiedades de la Madera.....	8
Figura N.- 4 Propiedades Mecánicas de la Madera.....	9
Figura N.- 5 Industria de la Madera.....	11
Figura N.- 6 PIB Anual.....	15
Figura N.- 7 Tasa de Variación Anual del PIB.....	16
Figura N.- 8 Tasa de Variación por Industria.....	16
Figura N.- 9 Evolución de la inflación anual.....	18
Figura N.- 10 Tasa activa.....	21
Figura N.- 11 Tasa Pasiva.....	23
Figura N.- 12 Balanza Comercial Petrolera y no petrolera.....	25
Figura N.- 13 Exportaciones petroleras y no petroleras.....	25
Figura N.- 14 Importaciones.....	26
Figura N.- 15 Población Censo 2010.....	28
Figura N.- 16 Tasa de crecimiento de la migración.....	31
Figura N.- 17 Organigrama Estructural.....	69
Figura N.- 18 Plaza.....	83
Figura N.- 19 Plaza Punto de Venta.....	84
Figura N.- 20 Total de hombres y mujeres encuestadas.....	105
Figura N.- 21 Total de personas encuestadas por edades.....	106
Figura N.- 22 Total de personas encuestadas por estado civil.....	107
Figura N.- 23 Total de personas encuestadas por sus ingresos.....	108
Figura N.- 24 Primera pregunta de la encuesta.....	109
Figura N.- 25 Segunda pregunta de la encuesta.....	110
Figura N.- 26 Tercera pregunta de la encuesta.....	111
Figura N.- 27 Cuarta pregunta de la encuesta.....	112
Figura N.- 28 Quinta pregunta de la encuesta.....	113
Figura N.- 29 Sexta pregunta de la encuesta.....	114
Figura N.- 30 Sexta pregunta de la encuesta.....	115
Figura N.- 31 Sexta pregunta de la encuesta.....	116
Figura N.- 32 Séptima pregunta de la encuesta.....	117

Figura N.- 33 Octava pregunta de la encuesta	118
Figura N.- 34 Novena pregunta de la encuesta	119
Figura N.- 35 Decima pregunta de la encuesta	120
Figura N.- 36 Micro Localización.....	134
Figura N.- 37 Distribución de la planta.....	140
Figura N.- 38 Distribución de la planta 2D.....	141
Figura N.- 39 Distribución de la Planta Frontal.....	142
Figura N.- 40 Punto de Equilibrio.....	178

ÍNDIE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Redes Sociales.....	90
Ilustración 2 Redes Sociales.....	91

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad los muebles de madera se han convertido en exigencias vitales de la época respondiendo a necesidades prácticas de la vida. El presente proyecto se hizo con la finalidad de crear una Fabrica Productora y Comercializadora de una línea contemporánea de muebles ubicada en la parroquia de Guayllabamba provincia de pichincha, los métodos que se han utilizado fueron el estudio y conocimiento del arte de la carpintería su origen, procedimientos y materiales que se utilizan en la fabricación de un mueble. La rama del mueble está sujeta a cambios continuos e innovaciones con aspectos relacionados a gustos y preferencias de los clientes ya sea en hogares, empresas o industrias.

La Parroquia de Guayllabamba está ubicada al Norte de la ciudad de Quito, el cual posee espacios físicos y clima adecuado para la puesta en marcha del presente proyecto.

El presente proyectos consta de siete capítulos, mencionándose el primer capítulo como los antecedentes y la justificación.

En el segundo capítulo se estudiaron los aspectos de ambiente externo, el entorno local y análisis interno, dando como resultado la creación de la matriz FODA.

En el tercer capítulo contempla el estudio de mercado mediante encuestas, brindándonos información de la oferta y demanda para el presente proyecto.

El cuarto Capítulo representa el Estudio Técnico el cual contempla el tamaño, la localización, la ingeniería o proceso productivo de los productos.

En el quinto capítulo se encuentra el estudio financiero el cual determina los costos, gastos, inversiones, financiamiento, depreciaciones, amortizaciones, ingresos y lo más importante resultados mediante la evaluación financiera.

El sexto capítulo contempla los impactos sociales, tecnológicos, productivos, ambientales, económico en donde se desarrollará el presente proyecto.

La presente investigación arroja resultados positivos en el estudio de Mercado, Técnico, Económico y Financiero por lo que el presente Proyecto es viable.

ABSTRACT

Today wood furniture have become vital requirements of the time responding to practical needs of life. This project was done with the aim of creating a factory Production and Marketing of a contemporary line of furniture located in the parish of Guayllabamba province of Pichincha, the methods that were used were the study and knowledge of the art of carpentry origin, procedures and materials used in making furniture. The furniture industry is subject to constant changes and innovations related to aspects tastes and preferences of customers whether in homes, businesses and industries.

The parish of Guayllabamba is located north of the city of Quito, which has physical spaces and suitable climate for the implementation of this project.

This project consists of seven chapters, the first chapter being mentioned as the background and rationale.

In the second chapter aspects of the external environment, the local environment and internal analysis is studied, resulting in the creation of the SWOT matrix.

The third chapter provides market research through surveys, giving us information about the supply and demand for this project.

The fourth chapter is the technical study which includes the size, location, and engineering or production process of the products.

The fifth chapter is the financial study which determines the costs, expenses, investments, financing, depreciation, amortization, income and most importantly results through financial evaluation.

The sixth chapter addresses the social, technological, productive, environmental and economic impacts where this project will be developed.

This research shows positive results in the study of Market, Technical, Economic and Financial so this project is viable.

CAPÍTULO I

1.01 Justificación

La Industria de muebles de madera está constituida por microempresas, que son los talleres familiares y/o artesanales orientados a la fabricación de muebles de madera para el hogar que resisten altas desventajas financieras, tecnológicas y de mercado, entre otros.

Cada día es mayor el número de personas que se interesan por los muebles.

Rebuscar o pasearse por los mercados y ferias especializadas se ha convertido en una

afición no solamente para una determinada clase social y económica, sino para toda la población.

El estudio evidencia, por consiguiente, los niveles de baja competitividad y desarrollo de la industria del mueble nacional, sobretodo enfocado en la parroquia de Guayllabamba.

Además, mediante este trabajo se esperan minimizar costos maximizando recursos, ofreciendo una línea de productos (juegos de sala, comedor, dormitorio entre otros) de calidad, con diseños elegantes, estilo contemporáneo empleando materiales de primera. Categoría, que unidos a la experiencia profesional se conviertan en líderes en el mercado.

De igual forma se tomará en cuenta un factor fundamental como el **“valor agregado”** que es el que se equipara con la productividad laboral y que está vinculado con una serie de elementos como: la calidad de los equipos al servicio del trabajador, la eficiencia organizacional, la capacitación de la mano de obra y su motivación entre otros.

Además, los muebles de madera se han convertido en productos necesarios para el hogar y son requeridos desde puertas, sillas, mesas, cama, juegos de sala,

comedores entre otros, y al no existir en la parroquia de Guayllabamba una empresa formal que produzca y comercialice una línea de muebles contemporánea. De allí la importancia de realizar este tema investigativo y productivo en la Parroquia.

Para ofrecer el producto de buena calidad se fabricará de acuerdo al diseño escogido por el cliente ya sea en acabados, colores y tamaño.

La fábrica comercializará sus productos local y dentro del Distrito Metropolitano de Quito, en donde el ámbito de la construcción de casas y departamentos se constituye una ventaja para quienes pretenden utilizar los productos elaborados de madera para amoblar sus hogares, constituyéndose en los principales demandantes.

El estudio correspondiente de una fábrica distribuidora y comercializadora de una línea contemporánea de muebles de carácter formal determinará los procedimientos correspondientes para la creación del productos aprovechando los recursos existentes, materiales e insumos, los cuales permitirán producir y ofertar.

Las empresas dedicadas a la fabricación de este tipo de productos están aportando a la economía de nuestro país, y, dada la coyuntura del cambio de la Matriz Productiva, se debe aprovechar para crear empresas y microempresas que aporten al desarrollo productivo del país.

Los requerimientos del mercado al buscar un producto que se adapte a su estilo, y exclusividad es el antecedente primordial para desarrollar el presente estudio de factibilidad e instalar un proyecto para la fabricación de una línea contemporánea de muebles ya que en la Parroquia de Guayllabamba, debido a la falta de infraestructura, maquinaria y tecnología, los artesanos de madera se dedican a la producción ocasional y en mínima escala de este tipo de productos.

Al conformar una fábrica productora y comercializadora de muebles de madera nos permitirá satisfacer las necesidades del mercado local como: instituciones públicas y privadas, adultos, jóvenes que necesiten muebles de madera.

1.02 Antecedentes

1.02.01 La carpintería

La carpintería se encuentra como uno de los oficios más antiguos, el cual ha desarrollado su trayectoria, a los largo de todos estos siglos, a través de artesanos que adquirieron diversas técnicas, abriendo esta actividad original en una verdadera profesión.



Figura N.- 1 La carpintería

(Técica, 2014) “En el Ecuador es una actividad que inició desde la época de la Colonia a través de hábiles artesanos que trabajaban manualmente la madera para elaborar muebles y artículos con diseños y estilos que fueron extraídos de otros continentes”. Pag.7

Con el transcurso del tiempo se adquirieron estilos propios dando lugar a la ebanistería la cual se deriva de la carpintería pero es un oficio con más especificidades. Empleando nuevas técnicas y complementándolas con otras para la manufactura de algunas piezas, entre ellas se encuentra el torneado creando muebles de mejor calidad y diseños, tanto para poder comercializar o de uso doméstico.

(Peraza, 2010) Dentro del proceso de fabricación tradicional menciona que la madera cuando era comprada permanecía almacenada al exterior, hasta poder ser mecanizada. La madera debía estar muy bien secada caso contrario se la secaba en el aire. En la actualidad existen secados artificiales.

En las Carpinterías se comenzaba a trabajar a partir del tablón, que consistía en cortar la madera de un tronco, la cual debería ser contada por una cierra. Después se realizaban una serie de cortes al tablón a lo largo, ayudándose con sierras y cintas luego trazaban ángulos con escuadras, se cepillaba la madera, se realizaban espigas y ensambles que se basaban con cola, cuñas y clavos los cuales garantizaban un ensamble perfecto.

La maquinaria de la carpintería ha evolucionado muy lentamente y se dio a partir del siglo XX, en donde las maquinas más desarrolladas durante la revolución industrial, las cuales eran maquinas accionadas a pedales, sin embargo en el año de 1960 los productos de carpintería se fabricaban en talleres cuya maquinaria era muy elemental, sierra de cinta, sierra circular, sepilladora debidamente combinado con un taladro y tupi, luego se fue perfeccionando con la espigadora, tornos, lijadoras de bandas, sierra para calar y diversa maquinaria portátil, con esta maquinaria se fabricaban mesas, camas, ventanas, almarios y muebles de cocina librería etc.

1.02.02 La madera

(Heiss, 2006) Al referirse a la madera la denomina como conjunto de tejidos los cuales forman el tronco, mediante una agrupación de células de formas muy

variadas de diferentes tamaños y características. Por lo tanto la madera no es un material homogéneo. Pág. 5



Figura N.- 2 Características de la Madera

1.02.03 Historia de la madera

(Jiménez, 2004) Menciona que existen pocos materiales que poseen la capacidad de evocación de la madera. Estos materiales han sido manipulados por el hombre desde hace muchos años para cubrir sus necesidades. Siendo utilizados para la construcción de viviendas, herramientas para cazar, fabricación de utensilios. Después fue un material predilecto para construcción de palacios, en donde se descubrieron varias técnicas como: el hormigón armado, el hierro, el cristal, el cartón y todos los sustitutos de la madera disminuyendo el uso de la misma.

1.02.04 Propiedades de la madera

Estas se clasifican en maderas Coníferas, llamadas también maderas blandas o suaves (ciprés, pino, cedros, abetos, etc.) y las maderas duras llamadas latifoliadas

(cedro, abarco, roble, olmo. La denominación de suaves o blandas y duras no se aplica a efectividad de la dureza de las mismas.



Figura N.- 3 Propiedades de la Madera

1.02.05 Propiedades mecánicas de la madera

Las propiedades mecánicas abarcan las posibilidades estructurales de la madera, para ello se debe tomar en cuenta su resistencia, dureza y densidad. La madera consta de las siguientes propiedades mecánicas:

- Muy elevada resistencia a la flexión
- Buena capacidad de resistencia a la tracción y a la compresión paralelas de las fibras
- Escasa resistencia al cortante
- Muy escasa resistencia a la compresión y a la tracción perpendicular a la fibra
- Módulo de estabilidad

La resistencia depende de lo seca que esté la madera y de la dirección en que este cortada con respecto a la veta. La madera siempre es mucho más fuerte cuando se corta en la dirección de la veta. La alta resistencia a la compresión es la necesaria para cimientos y soportes en construcción.

La alta resistencia a la flexión es fundamental en la utilización de madera e estructuras, como viguetas travesaños y vigas de todo tipo.



Figura N.- 4 Propiedades Mecánicas de la Madera

1.02.06 Historia del mueble

(Gómez, 2003) “El mueble se originó como un objeto funcional y utilitario, ya que había que satisfacer ciertas necesidades: algo donde dormir, algo donde sentarse y eventualmente algo donde almacenar cosas. Luego, en un tiempo tan remoto que no puede ser señalado, la gente comenzó a desear objetos que fueran utilitarios y decorados atractivamente.”pág. 3

(Andrea, Zambrano, & Yaguana, 2009) Al referirse a la historia de los muebles indica que la aparición de ellos inicia desde tiempos remotos, en donde se construían elementos de naturaleza orgánica los cuales se empleaban como muebles, los cuales fueron construidos por la mano del hombre y su fabricación se utilizaba la madera como material dada su disponibilidad y factibilidad de manipulación.

Los diseños de los muebles inmobiliarios han reflejado el estilo característico de cada época. En la actualidad se presenta gran cantidad de estilos antiguos y modernos el cual representa una forma de poder y status para los consumidores.

1.02.07 Industria de la madera

En nuestro país la industria maderera se ha relacionado en ventaja con la producción de tableros, la cual ha alcanzado un nivel tecnológico muy elevado, debido al tipo de mercado al cual están enfocados sus productos.

Esta industria está relacionada con los bosques nativos y el plantado el cual es muy importante ya que genera su propio patrimonio.

Así mismo la industria procesadora de balsa es una de las actividades más antiguas colocándose hace 50 años como el productor y exportador número uno de balsa en el mundo.

La madera aserrada, es consumida por procesamientos secundarios y su enfoque se basa en la fabricación de muebles como mesas, sillas, puertas, camas, entre otros. Siendo manejadas por empresas de todo tamaño para segmentos locales y de exportación.

Siendo su principal mercado Estados Unidos, Centroamérica, Chile y Europa.



Figura N.- 5 Industria de la Madera

1.02.08 Clasificación y descripción de la industria

La industria maderera, se clasifica de la siguiente manera:

1.02.08.01 Industria de transformación primaria

La transformación primaria consiste en la utilización de la materia prima proveniente de bosque nativos y plantaciones.

1.02.08.02 Industria de chapas y tableros

(Forestal, 2012) Menciona que el proceso de producción de chapas y tableros se da inicio en los años de 1972 y está representado por tres segmentos:

- 1).- Chapas, tableros contrachapados y listonados;
- 2).- Tableros aglomerados y
- 3).- Tableros de fibras.

1.02.08.03 Madera aserrada

Según datos de Ecuador Forestal en el último censo de industrias, aserraderos y depósitos de madera publicado en 1986 reporta que existen en esos entonces 566 aserraderos.

Este material es proveniente de la materia prima resultante del motoaserrado, en donde se obtienen materiales como tablas, duelas y tiras.

(Viteri, 1996) Establece como promedio de aprovechamiento de la madera de troza a madera aserrada y preparada en carpintería, se utilizan 6 especies maderables.

1.02.08.04 Industria de transformación secundaria

1.02.08.04.01 Los Muebles

(Forestal, 2012) Menciona que el principal segmento de la transformación Secundaria se basa en la madera aserrada, la cual es utilizada por medianas y pequeñas empresas familiares con limitaciones en los aspectos de tecnología y maquinaria moderna.

Las empresas dedicadas a esta línea son principalmente de las ciudades de Cuenca y Quito.

CAPÍTULO II

2.01 Ambiente Externo

Son fuerzas que rodean a la empresa, sobre las cuales la misma no puede ejercer ningún control.

2.01.01 Factor Económico

El factor económico está relacionado con el comportamiento de la economía es decir que tiende a producir una incrementación en la capacidad productiva de bienes o servicios para satisfacer las necesidades socialmente humanas.

2.01.01.01 El PIB

(Makiw, 2002) Al referirse a PIB (Producto Interno Bruto) menciona que es el valor monetario de la producción de bienes y servicios por una economía en un periodo determinado, el cual nos permite medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de un país. Pág. 351

PIB ANUAL

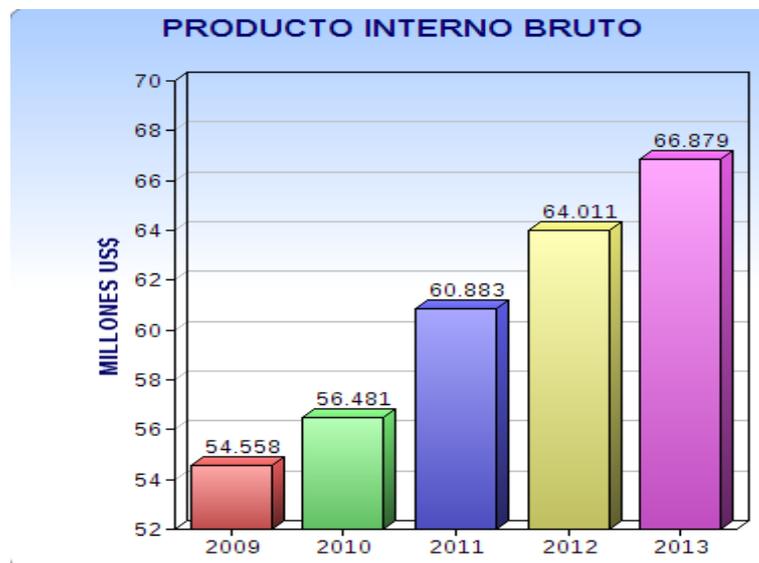


Figura N.- 6 PIB Anual

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

TASA DE VARIACIÓN ANUAL DEL PIB



Figura N.- 7 Tasa de Variación Anual del PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

TASA DE VARIACIÓN POR INDUSTRIA DEL PIB DICIEMBRE 2013

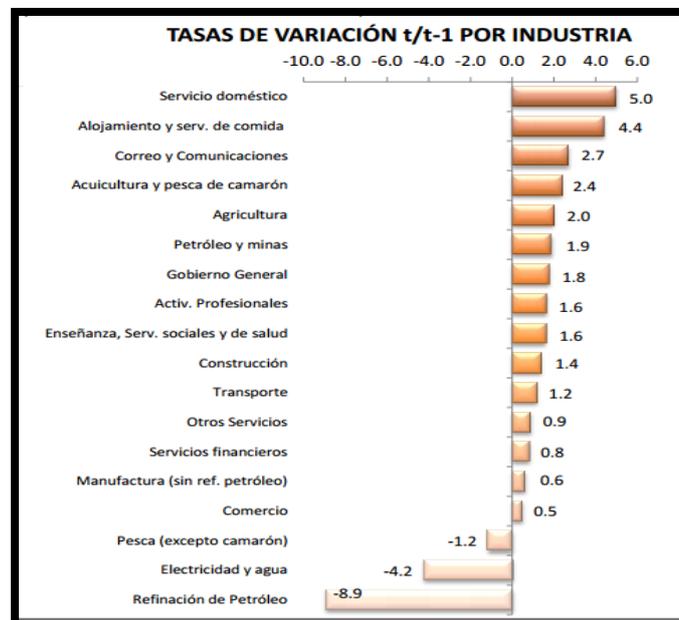


Figura N.- 8 Tasa de Variación por Industria

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO POR SECTORES

Tabla N.- 1 Proyección del Crecimiento económico por sectores

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

Producto Interno Bruto - PIB	2012		2013		
	Var. %	Mill US\$	Var. %	Mill US\$	
Producto Interno Bruto - PIB	4,8	73.232	3,98	78.216	
A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,0	4.484	3,7	4.787	↑
B. Explotación de minas y canteras	1,4	12.140	4,1	11.602	↑
C. Industrias manufactureras (Excl. refinación de Petróleo)	6,8	6.769	3,7	7.345	↓
D. Suministro de electricidad y agua	7,0	582	3,9	625	↓
E. Construcción y obras públicas	5,8	8.412	5,6	9.398	↑
F. Comercio al por mayor y al por menor	5,5	8.454	3,6	9.133	↓
G. Transporte y almacenamiento	5,3	4.433	5,0	5.019	↓
H. Servicios de Intermediación financiera	5,4	2.010	5,4	2.203	
I. Otros servicios	6,5	20.242	4,1	22.067	↓
J. Servicios gubernamentales	5,3	3.672	4,0	3.953	↓
K. Servicio doméstico	0,0	78	1,0	84	↑
Serv. de Intermediación Financ. medidos indirect.	-3,5	-2.075	-3,7	-2.307	
Otros elementos del PIB	0,8	4.029	1,6	4.305	↑

Análisis

El PIB ecuatoriano durante estos 5 últimos años ha ido incrementando alcanzando en el 2013 66,879 millones de dólares en donde para **“DECOART MUEBLES CIA. LTDA.”** De acuerdo al sector productivo al que pertenece es una oportunidad de carácter alto que permitirá aportar a la economía del país.

2.01.01.02 Inflación

Se refiere al aumento constante y persistente de los precios de los bienes y servicios en un periodo determinado dentro de un país.

EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN ANUAL

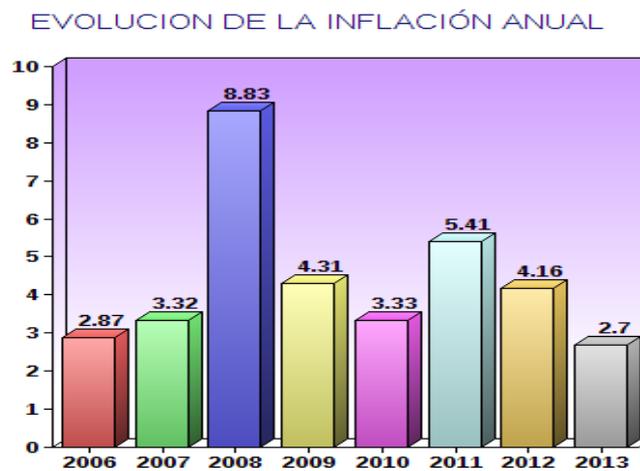


Figura N.- 9 Evolución de la inflación anual

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

La inflación frente a **“DECOART MUEBLES CIA. LTDA.”** representa una amenaza de carácter bajo debido a que el precio de los materiales para la fabricación de muebles ha ido variando en un porcentaje no muy alto.

2.01.01.03 Tasa de Interés

La tasa de interés se denomina como el valor del dinero, conformada por tasa de interés activa y tasa de interés pasiva.

2.01.01.03.01 Tasa de interés activa

(Mangones, 2006) Menciona que la tasa activa es el porcentaje que cobran los bancos cuando una persona natural o jurídica realiza un préstamo en las instituciones financieras legalmente establecidas por la prestación de los diferentes servicios de crédito. Pág. 322

TASA DE INTERÉS ACTIVA

Tabla N.- 2 Tasa de interés activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

FECHA	VALOR
Junio 30-2014	8.19 %
Mayo 31-2014	7.64 %
Abril 30-2014	8.17 %
Marzo 31-2014	8.17 %
Febrero 28-2014	8.17 %
Enero 31-2014	8.17 %
Diciembre 31-2013	8.17 %
Noviembre 30-2013	8.17 %
Octubre 31-2013	8.17 %
Septiembre 30-2013	8.17 %
Agosto 31-2013	8.17 %
Junio 30-2013	8.17 %
Mayo 31-2013	8.17 %
Abril 30-2013	8.17 %
Marzo 31-2013	8.17 %
Febrero 28-2013	8.17 %
Enero 31-2013	8.17 %
Diciembre 31-2012	8.17 %
Noviembre 30-2012	8.17 %
Octubre 31-2012	8.17 %
Septiembre 30-2012	8.17 %
Agosto 31-2012	8.17 %
Julio 31-2012	8.17 %

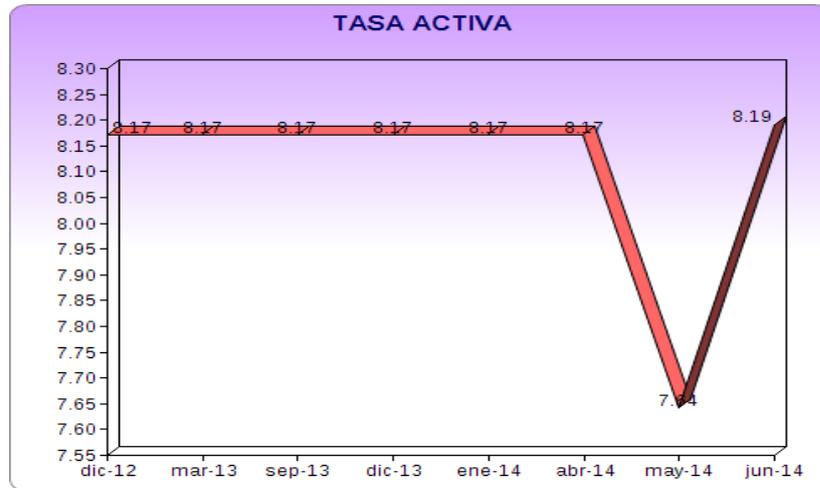


Figura N.- 10 Tasa activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

2.01.01.03.02 Tasa de interés pasiva

(Mangones, 2006) Menciona que es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero en cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen. Pág. 322

TASA DE INTERÉS PASIVA

Tabla N.- 3 Tasa de Interés pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

FECHA	VALOR
Junio 30-2014	5.19 %
Mayo 31-2014	5.11%
Abril 30-2014	4.53%
Marzo 31-2014	4.53%
Febrero 28-2014	4.53%
Enero 31-2014	4.53%
Diciembre 31-2013	4.53%
Noviembre 30-2013	4.53%
Octubre 31-2013	4.53%
Septiembre 30-2013	4.53%
Agosto 31-2013	4.53%
Junio 30-2013	4.53%
Mayo 31-2013	4.53%
Abril 30-2013	4.53%
Marzo 31-2013	4.53%
Febrero 28-2013	4.53%
Enero 31-2013	4.53%
Diciembre 31-2012	4.53%
Noviembre 30-2012	4.53%
Octubre 31-2012	4.53%
Septiembre 30-2012	4.53%
Agosto 31-2012	4.53%
Julio 31-2012	4.53%

EVOLUCIÓN DE LA TASA DE INTERÉS PASIVA

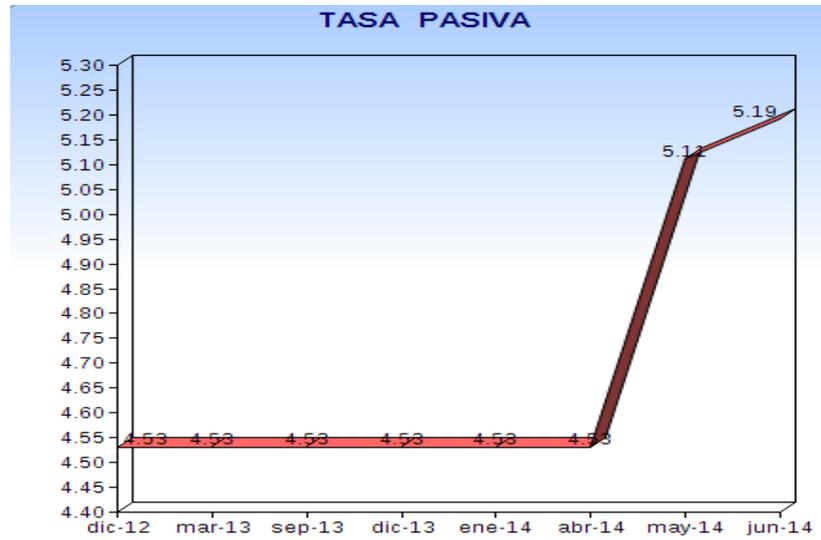


Figura N.- 11 Tasa Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

Tomando como referencia la Tasa de interés que se manejan en nuestro país la cual se utiliza para acceder a créditos en el Sistema Financiero, para **“DECOART MUEBLES CIA. LTDA.”** representa una oportunidad ya que nos permite acceder a un crédito de en el sistema financiero Ecuatoriano ya sea cooperativas o una institución financiera pública.

2.01.01.04 Balanza Comercial

(Mangones, 2006) Al referirse a la balanza comercial menciona que es la relación de los productos comercializados de compra y venta en el extranjero, es decir que es la diferencia de las exportaciones e importaciones de un país. Pág. 39

BALANZA COMERCIAL

Tabla N.- 4 Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

BALANZA COMERCIAL (1)

Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

	Ene - Abr 2011		Ene - Abr 2012		Ene - Abr 2013		Ene - Abr 2014		Variación 2014 / 2013	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB						
Exportaciones totales	9,223	7,175.33	9,586	8,274.66	9,502	8,149.25	9,537	8,495.88	0.4%	4.3%
<i>Petroleras</i>	6,285	4,116.7	6,751	5,107.7	6,482	4,556.9	6,456	4,436.3	-0.4%	-2.6%
<i>No petroleras</i>	2,938	3,058.7	2,835	3,166.9	3,020	3,592.4	3,081	4,059.6	2.0%	13.0%
Importaciones totales	4,482	6,947.5	4,501	7,612.4	5,102	8,451.3	5,425	8,283.4	6.3%	-2.0%
<i>Bienes de consumo</i>	392	1,401.4	371	1,554.0	286	1,553.2	370	1,462.6	29.5%	-5.8%
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	n.d.	41.0	n.d.	53.1	1.5	66.8	1.4	70.6	-3.3%	5.8%
<i>Materias primas</i>	2,242	2,137.5	2,428	2,355.6	2,733	2,597.9	2,702	2,454.5	-1.1%	-5.5%
<i>Bienes de capital</i>	173	1,778.9	177	2,050.7	189	2,219.8	184	2,122.8	-2.2%	-4.4%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	1,674	1,542.4	1,524	1,583.9	1,893	1,969.2	2,167	2,150.0	14.5%	9.2%
<i>Diversos</i>	1.7	13.6	1.5	14.0	1.7	23.8	1.8	15.8	7.1%	-33.5%
<i>Ajustes (3)</i>		32.8		1		20.5		7.0		-65.9%
Balanza Comercial - Total		227.8		662.2		-302.0		212.5		170.4%
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		2,574.3		3,523.9		2,587.7		2,286.3		-11.6%
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		-2,346.5		-2,861.6		-2,889.7		-2,073.8		28.2%

BALANZA COMERCIAL PETROLERA Y NO PETROLERA

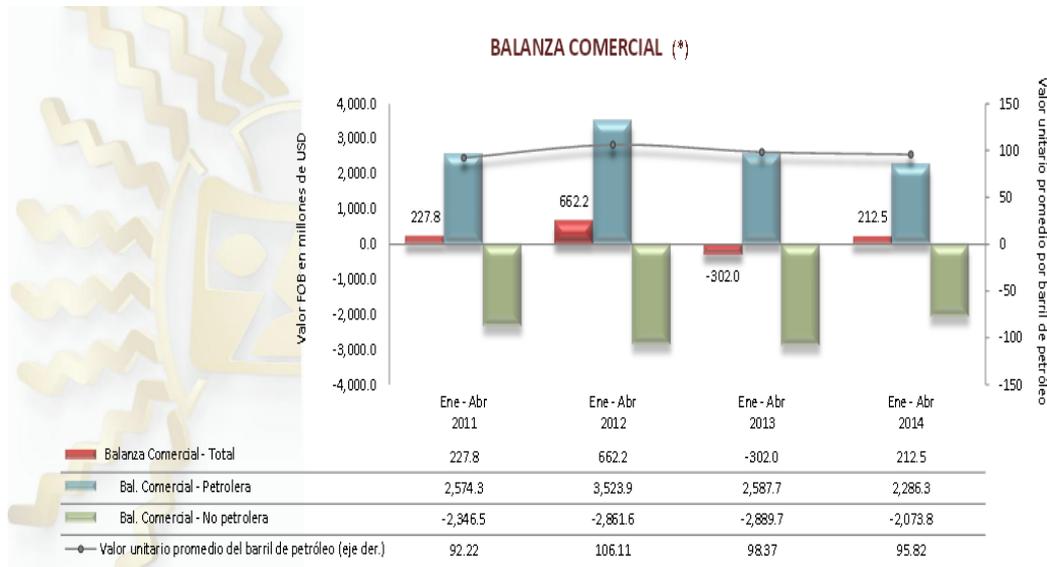


Figura N.- 12 Balanza Comercial Petrolera y no petrolera

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

EXPORTACIONES PETROLERAS Y NO PETROLERAS

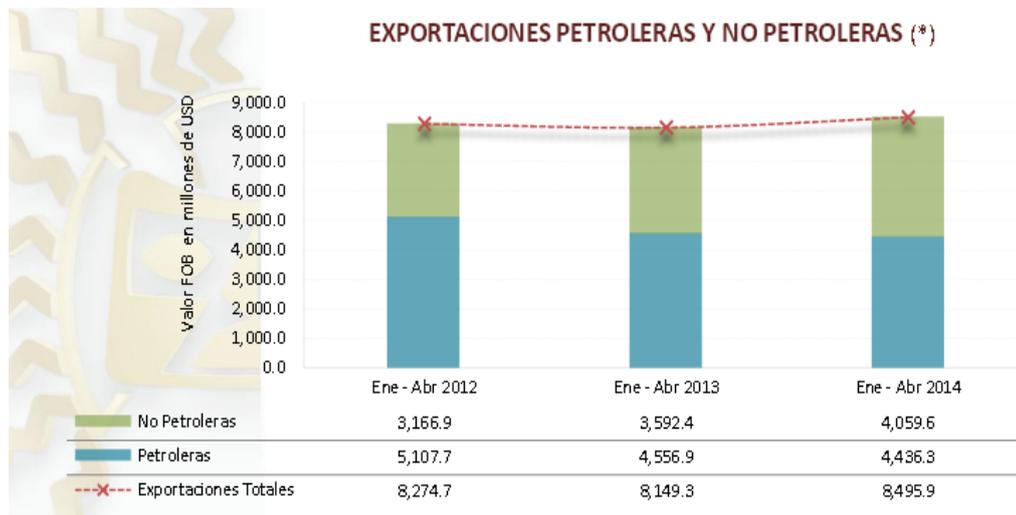


Figura N.- 13 Exportaciones petroleras y no petroleras

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

IMPORTACIONES

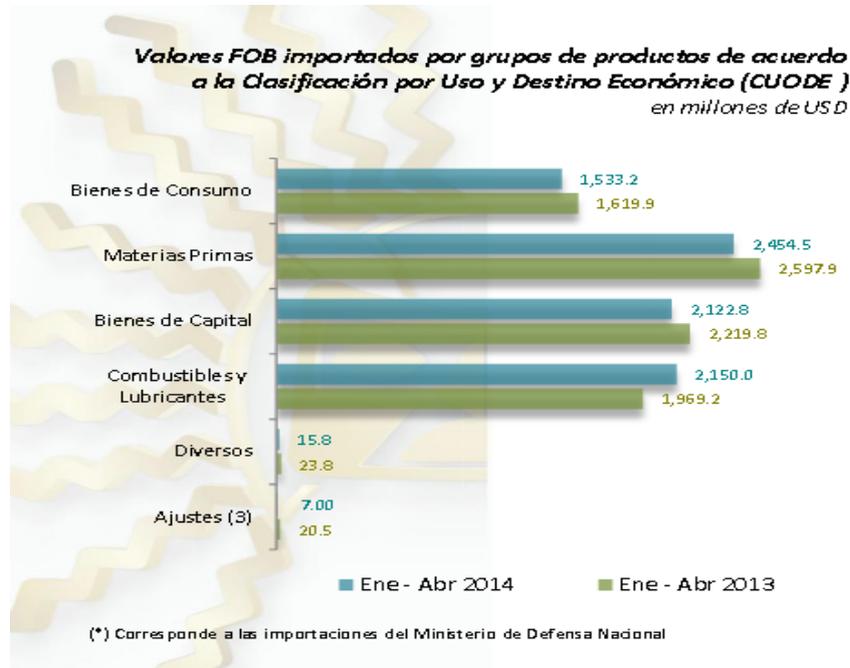


Figura N.- 14 Importaciones

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

La balanza Comercial para **“DECOART MUEBLES CIA. LTDA.”** sería una oportunidad ya que en la actualidad las exportaciones son mayores que las importaciones, es decir que los consumidores estarán enfocados a adquirir productos nacionales.

2.01.02 Factor Social

La fabricación de muebles de madera constituye el requerimiento de la mano de obra, en donde en la Parroquia de Guayllabamba existen varios talleres que funcionan de manera artesanal desarrollando sus actividades sin un sueldo y seguro adecuado, siendo este el sustento para la estabilidad en sus hogares.

El trabajo que se desarrolla dentro de la fabricación de muebles es verdaderamente para artistas, en donde la aplicación de las diferentes técnicas en los diseños que continuamente van apareciendo con el pasar del tiempo permite obtener productos de calidad.

2.01.02.01 Población

La población es un conjunto de personas que habitan en un lugar geográfico determinado.

POBLACIÓN CENSO 2010

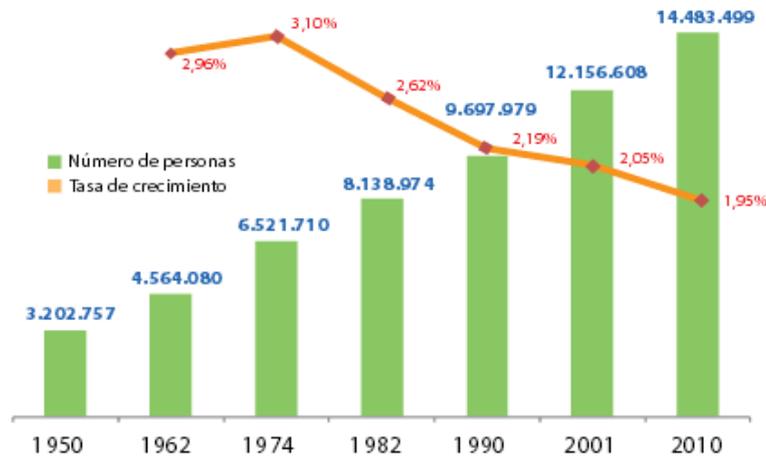


Figura N.- 15 Población Censo 2010

Fuente: INEC

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

La población del Ecuador ha crecido de una manera no tan significativa que para "DECOART MUEBLES CIA. LTDA." representa una oportunidad de carácter medio, en donde el nivel de personas casadas, solteras y unión libre representa la mayor parte de la población los cuales podrán adquirir el producto.

2.01.02.02 Pea

(Davenca, 2011) Menciona que la Pea (Población Económicamente Activa) se refiere a todas las personas de más de 10 años que se encuentren ejerciendo o

buscando algún puesto de trabajo en la actualidad. Pág. 1

En relación al año 2012 la población económicamente activa a partir de los 10 aumentó en un 2,12%. Por otra parte la población económicamente activa urbana disminuyó un 193% (89,6 mil personas) en relación al año 2012.

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Tabla N.- 5 Población Económicamente Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA - PEA								
Nacional Urbano - En miles de Habitantes								
	2011			2012				2013
	Jun	Sep	Dic	Mar	Jun	Sep	Dic	Mar
PEA Nacional	4.407	4.418	4.454	4.607	4.601	4.514	4.527	4.548
Variación del PEA (En %)	-1,12%	0,25%	0,81%	3,44%	-0,13%	-1,89%	0,28%	0,47%

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR RAMA DE ACTIVIDAD

Tabla N.- 6 Población Económicamente Activa por rama de actividad

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Vanessa Barrera

RAMAS DE ACTIVIDAD	RAMA DE ACTIVIDAD					
	Porcentajes					
	Dic. 2012			Dic. 2013		
	Urbano	Rural	Nacional	Urbano	Rural	Nacional
Administración pública, defensa y seguridad social	4.8	1.5	3.7	4.9	2.0	3.9
Transporte y almacenamiento	8.0	2.7	6.2	6.8	2.7	5.4
Construcción	6.8	5.0	6.2	8.1	6.4	7.6
Enseñanza	6.8	2.2	5.2	6.6	2.2	5.1
Hoteles y Restaurantes	6.9	1.9	5.2	6.8	2.4	5.3
Agricultura, ganadería caza y silvicultura y pesca	7.2	68.1	27.8	7.1	62.0	25.3
Industrias manufactureras	12.9	6.3	10.7	13.3	7.5	11.3
Comercio, reparación vehículos	27.3	6.8	20.3	23.4	7.9	18.2
Explotación de minas y canteras	0.4	0.7	0.5	0.7	0.6	0.7
Suministros de electricidad, gas, aire acondicionado	0.6	0.2	0.4	0.4	0.2	0.3
Actividades financieras y de seguros	1.3	0.2	0.9	1.5	0.2	1.1
Actividades en hogares privados con servicio doméstico	2.8	1.6	2.4	3.6	2.0	3.1
Otros servicios	14.3	2.9	10.5	16.8	4.0	12.6
Total Ocupados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

2.01.020.3 Migración

(Migrantes, 2006) “Movimiento de población hacia el territorio de otro

Estado o dentro del mismo que abarca todo movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o sus causas; incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas, migrantes económicos” Pág.38

TASA DE CRECIMIENTO DE LA MIGRACIÓN



Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ecuador	-0,56	-0,55	-0,53	-0,52	-8,58	-6,07	-3,11	-2,16	-7,98	-0,81	-0,66	-0,52	-0,39

Figura N.- 16 Tasa de crecimiento de la migración

Fuente: Banco Mundial

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

La migración en los últimos años ha ido disminuyendo, es decir que al país ya no ingresa el mismo porcentaje de remesa como en años anteriores representando para "DECOART MUEBLES CIA. LTDA." una amenaza de carácter medio.

2.01.03 Aspecto Político Legal

El presente proyecto será legalizado como una Compañía de Responsabilidad Limitada para lo cual deberá cumplir con los siguientes requisitos.

2.01.03.01 Aprobación del Nombre de la Compañía

Trámite

Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías. En donde se deberá regir a lo estipulado en el Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

Documentación

Copia de cédula.

2.01.03.02 Apertura de cuenta de la integridad del capital

Trámite

Se debe apertura una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

Documentación

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
4. El valor del depósito

2.01.03.03 Celebración de la escritura pública

Trámite

Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía y los participantes de la misma, tal y como lo establece el Art. 99 de la ley de Compañías, Y conformándose con 2 socios como mínimo según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia

jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

Documentación

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco
4. Minuta para constituir la Compañía
5. Pago derechos Notaría

2.01.03.04 Solicitar la Aprobación de la Escritura de Constitución

Trámite

Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías de acuerdo al (Art. 136 de la Ley de Compañías).

Documentación

1. Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución
2. Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud
3. Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la
Compañía

2.01.03.05 Obtener la resolución de aprobación de las escrituras

Trámite

La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

Documentación

- Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

2.01.03.06 Cumplir con las disposiciones de la resolución

Trámite

1. Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
2. Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.
3. Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

Documentación

Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

1. Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
3. Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.

2.01.03.07 Inscribir las escrituras en el registro mercantil

Trámite

Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

Documentación

1. Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
2. Patente municipal.
3. Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
4. Publicación del extracto.
5. Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

2.01.03.08 Elaborar los nombramientos de la directiva de la compañía

Trámite

Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

Documentación

- Ninguna

2.01.03.09 Inscribir el nombramiento en el registro mercantil

Trámite

Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

Documentación

1. Tres copias de cada Nombramiento
2. Copia de las Escrituras de Constitución
3. Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente

2.01.03.10 Reingresar los documentos a la superintendencia de compañías

Trámite

Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

Documentación

1. Formulario RUC 01A
2. Formulario RUC 01B
3. Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro mercantil
4. Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente
5. Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro mercantil
6. Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
7. Publicación del extracto

2.01.03.11 Ruc

Trámite

Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

Documentación

1. Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías

3. Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro mercantil.
4. Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro mercantil.
5. Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
6. Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
7. Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
8. Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
9. Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

2.01.03.12 Retiro de la cuenta de la integración del capital

Trámite

Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

Documentación

1. Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de Integración de Capital.
2. Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.
3. Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

2.01.03.13 Apertura de una cuenta bancaria de la compañía

Trámite

La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

Documentación

1. Solicitud de apertura de cuenta.
2. Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejen la cuenta.

3. Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
4. Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

2.01.03.14 Obtener permiso para impresión de facturas

Trámite

Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

Documentación

1. Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
2. Permiso de Bomberos.
3. En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.
4. Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
5. Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
6. Registro patronal en el IESS.
7. Patente Municipal.

8. Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
9. Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
10. Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

2.01.03.14 Patente Municipal

Trámite

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 547 del COOTAD, están obligados al pago anual del impuesto de patentes municipales, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, con establecimiento en la jurisdicción municipal metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales , industriales , financieras , inmobiliarias y profesionales.

Esta disposición de carácter general no hace distinción entre personas naturales y jurídicas obligadas y no obligadas a llevar contabilidad, para los cuales el Municipio de Quito estableció un calendario que fija fechas límites para el pago sin recargos, de acuerdo al último dígito de la cédula de identidad de los contribuyentes .

La obtención de la patente, previa inscripción en el registro que mantendrá, para estos efectos, cada municipalidad, se la deberá obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que se inician esas actividades, o dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en que termina el año.

Quienes no tramiten su patente hasta esas fechas, o lo hagan después, deberán pagarlos respectivos intereses.

La tarifa del impuesto se establece en función del Patrimonio Neto con el que opere el sujeto pasivo dentro de la circunscripción territorial del DMQ. Se entiende por patrimonio neto la diferencia entre el total del activo y total del pasivo, en base a registros públicos que corresponden al ejercicio inmediatamente anterior.

La tarifa mínima es de diez dólares y la máxima de veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América.

Documentación

1. Formulario debidamente llenado de declaración de patente municipal suscrito por el representante legal.
2. Copia de cédula y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.

3. Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica.
(Empresa nueva).
4. Copia del nombramiento de representante legal.
5. Declaración por internet (Para contribuyentes que ya poseen registro de comerciantes)
6. Obtención de clave única por administrado para realizar declaraciones a través del internet, a partir del 23 de mayo de 2012, en todas las Administraciones Zonales. Para obtener la clave de declaración se requiere:
 - o Solicitud de clave suscrita por el representante legal.
 - o Nombramiento vigente del representante legal.
 - o Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
7. Declaración en formulario cargado en la página web de Municipio de Quito.

2.01.03.15 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).

Trámites

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de

actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

Documentación

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las
- Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía.
- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las
- Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía.

2.01.03.16 Uso del Suelo

Trámite

Corresponde al otorgamiento o autorización del uso de suelo para construcciones y patentes municipales

Documentación

1. Completar el formulario de solicitud de uso de suelo, el cual debe ser firmado por el solicitante.
 - Una copia del plano de catastro de la propiedad.
2. Indicar detalladamente la actividad a desarrollar o construir

2.01.03.17 Uso del Suelo Rótulos y Publicidad Exterior

Trámite

Las empresas que requieran iniciar los trámites para obtener la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior deberán obtenerlas en las administraciones zonales y llenar tres tipos de formularios, de acuerdo a los

requerimientos específicos. La publicidad colocada sin permiso será retirada y luego los interesados deberán iniciar los trámites respectivos. Código municipal para el DMQ, ORDENANZA 0186, R.O401 del 21 de noviembre del 2006.

Documentación

Copia simple de la habilitación operacional de las unidades de transporte, copia del contrato de arrendamiento del espacio publicitario, copia simple del RUC de la empresa publicitaria, copia de la Licencia Única de Funcionamiento de Actividades Económicas. Luego debe ser remitido a la gerencia de Movilidad de la EPMMOP.

2.01.03.18 Permiso de los bomberos

Documentación

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

2.01.03.19 IEES

Trámites

El empleador deberá registrarse como nuevo empleador al igual que sus empleados

Documentación

- Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de un servicio básico (agua , luz o teléfono)
- Calificación artesanal si es artesano calificado.
- Original de la cédula de ciudadanía.

Avisos de entrada y salida empleados

Aviso de entrada: El empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconversión, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince (15) días (Art. 73 de la Ley de Seguridad Social).

Aviso de salida: El empleador dará aviso al IESS de la modificación del sueldo o salario, la enfermedad, la separación del trabajador, u otra novedad relevante para la historia laboral del asegurado, dentro del término de tres (3) días posteriores a la ocurrencia del hecho (Art. 73 de la Ley de Seguridad Social).

Análisis

Dentro del aspecto legal, para **DECOART MUEBLES CIA. LTDA.** Es un aspecto muy importante ya que nos permite conocer los procedimientos que nos permitan obtener los permisos necesarios para la puesta en marcha del mismo.

2.01.04 Aspecto Tecnológico

(Sánchez, 2012) Al referirse a la tecnología menciona que es un conjunto de conocimientos propios de un arte de industria mediante el cual se desarrolla y se perfeccionan artefactos o procesos para producirlos, cada tecnología tiene un lenguaje propio, exclusivo y técnico, de forma que los elementos que la componen queden perfectamente definidos. Pág. 19

La tecnología en la actualidad se ha manejado de una manera muy rápida en donde existen cambios los cuales hacen que tengamos que actualizarnos constantemente. Por ende la innovación permite la creación de capacidades productivas en el marco empresarial.

Ahora bien en las organizaciones la tecnología es utilizada para la solución de problemas no solo en la elaboración de un producto sino también en la implementación de sistemas de información que permiten obtener un producto o un servicio de mejor calidad.

Cabe considerar por otra parte que la tecnología se ha convertido en una herramienta muy necesaria e importante en cualquier tipo de negocio empresas de servicios, comerciales, industriales, manufactureras, hospitales, bancos ya sean

grandes o pequeñas en donde deben estar inmersos en los cambios e introducirlos en el negocio. Obteniendo innovación en el mismo.

En el Ecuador la tecnología es muy mínima en la elaboración de bienes y servicios los cuales no han permitido que la transformación de materias primas se realice en nuestro país, lo que ha afectado la competencia a nivel mundial mostrando una desventaja con el resto de países.

El gobierno actual está enfocado en este factor en donde busca que en nuestro país se desarrolle la ciencia y la tecnología mejorando el factor económico.

Análisis

Para **“DECOART MUEBLES CIA. LTDA.”** es una oportunidad de carácter alto ya que, al adquirir tecnología se mejorarán los procesos de producción optimizando recursos y obteniendo un producto de calidad.

2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes

(Thompson, 2009) Menciona que Según la American Marketing Association (A.M.A.), el **cliente** "el comprador potencial o real de los productos o servicios que se ofrecen en un determinado lugar.

Los posibles clientes potenciales para la Fábrica **"DECOART MUEBLES CIA. LTDA."** Son hombres y mujeres de 25 años en adelante, empresas y locales comerciales.

2.02.01.01 Poder de negociación con los clientes

En este sentido se comprende que para la fábrica **"DECOART MUEBLES CIA. LTDA."** Los clientes potenciales mencionados anteriormente serán un factor fundamental; por lo tanto se ofrecerán promociones, descuentos y créditos de acuerdo a su compra.

Análisis

Los clientes potenciales para “**DECOART MUEBLES CIA. LTDA.**” será una oportunidad de carácter alto ya que al elaborar un producto que acorde al diseño y estilo que el cliente desee, obtendrá mayor facilidad para amoblar su hogar.

2.02.02 Proveedores

(Juarez, 2011) Define a los proveedores como la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. Los cuáles serán utilizados para la producción de bienes o servicios. Pág. 1

PROVEEDORES DECOART MUEBLES

Tabla N.- 7 Proveedores

Elaborado por: Vanessa Barrera

	EMPRESA	UBICACIÓN	TELEFONO
Mdf Triplex	PROMADERAS	CALLE DUCHICELA Y CAPITAN GEOVANNY CALLES (CALDERÓN)	26034242/0995778111
Tablones	MADERAS GUAYLLABAMBA	GUAYLLABAMBA BARRIO SANTA ANA AV. SIMÓN BOLÍVAR	2369256-099502741
Largeos			
Triplex			
Thinner	EL PINTURERO	AV. SIMÓN BOLIVAR S/N Y LUIS PASTEUR(GUAYLLABAMBA)	2130553
Laca			
Sellador			
Pintura Catalizada			
Tintes			
Clavos-Ángulos-Tornillos	ECUA-TECHOS	LA CONCEPCIÓN AV. SIMÓN BOLÍVAR Y SECUNDARIA(GUAYLLABAMBA)	2369352/0994884257
Cemento de contacto			
Aladeras			
Corredizas	FERRE ECUADOR	AV. SIMÓN BOLIVAR BARRIO SANTA ANA (GUAYLLABAMBA)	2368277
Cola Blanca	FERRETERÍA HEREDA	AV. SIMÓN BOLÍVAR BARRIO SAN RAFAEL	2368900
lijas			
Grapas			
Lienzo	DISTRUBUIDORA ARMAS	AV. LA PRENSA N63-144 Y MANTA	2533201
Esponja			
Plumón	COMERCIAL ROCHA	AV. 6 DE DICIEMBRE N45-337 Y PIO VALDIVIEZO(EL INCA)	244394
Micro cuero			
Cuerina	CASA DEL TAPÍZ	VIA A TAMBILLO LOS SAUCES	
Damasco			
Microfibra			

2.02.02.01 Poder de negociación con los proveedores

“DECOART MUEBLES” seleccionará a los proveedores más idóneos, que ofrezcan materia prima de calidad y a su vez facilidad de pago.

Evidentemente al existir un mercado muy amplio de venta de la materia prima que la fábrica necesita podemos tener una gran variedad de proveedores, en los que tendremos la capacidad de realizar las adquisiciones de compra buscando el beneficio de la fábrica.

Análisis

En este análisis al contar con una gran variedad de proveedores podemos realizar las adquisiciones de los insumos los cuales sean de calidad en donde para “DECOART MUEBLES CIA. LTDA.” se constituye como una oportunidad al adquirir insumos que nos permitan obtener un producto de calidad.

2.02.03 Competencia

(Vértices, 2008) “la competencia es un conjunto de empresas que ofrecen productos iguales o similares a los de otra empresa o bien que hacen productos que aunque no sean igual pueden sustituir el consumo de los de la empresa” pág. 17

2.02.03.01 Competencia Directa

(Camino & Rua, 2012) Menciona que la competencia directa son aquellas empresas que venden un producto igual o casi similar al nuestro, y lo venden en un mismo mercado. Pág. 245

COMPETENCIA DIRECTA

Tabla N.- 8 Competencia Directa

Elaborado por: Vanessa Barrera

EMPRESA	DIRECCIÓN
MUEBLES ROSITA	Sucursal panamericana norte km. 13 1/2. calderón y Av. la prensa teléfonos 2828-177
COLINEAL	12 de Octubre 17-77 y Cordero Teléfono: (02) 223 5405
	Avenida Shyris 1841 y El Comercio Teléfono: (02) 225 3808
	Centro Comercial El Recreo, Local O157 (tercera etapa) Teléfono: (02) 266 7503
	Centro Comercial El Condado, Teléfono: (02) 380 2178
EL BOSQUE	10 de Agosto e Isaac Albeniz, esq. Telf. 2407071 2400674
	C.C. El Recreo Av. Pedro Vicente Maldonado S11-122 Local ancla 4 Telf. 3110731 – 3110743
MUEBLERÍA ESTRELLA	Guayllabamba Av. Simón Bolívar Barrio San Rafael

DECOART MUEBLES CIA LTDA	
ESTRELLA	VACA LECHERA
	
CAMAS	JUEGO DE SALA
INCOGNITA	HUESO
	
BASURREROS Y ADORDOS CON MATERIAL RECICLADO	VELADORES

Tabla N.- 9 Matriz GCB Decoart Muebles

Elaborado por: Vanessa Barrera

MUEBLES ROSITA	
ESTRELLA	VACA LECHERA
	
DORMITRIOS	JUEGO DE COMEDORES
INCOGNITA	HUESO
	
EDREDONES	PEINADORAS

Tabla N.- 10 Matriz GCB Mueblería Rosita

Elaborado por: Vanessa Barrera

COLINEAL	
ESTRELLA	VACA LECHERA
	
JUEGOS DE SALA	CAMAS
INCOGNITA	HUESO
	
MUEBLES DE OFICINA	VELADORES

Tabla N.- 11 Matriz CGB Colineal

Elaborado por: Vanessa Barrera

EL BOSQUE	
ESTRELLA	VACA LECHERA
	
DORMITORIOS	SOFÁS
INCOGNITA	HUESO
	
LÁMPARAS Y ALFOMBRAS	ALMARIOS

Tabla N.- 12 Matriz CGB Muebles el Bosque

Elaborado por: Vanessa Barrera

ALMACENES ESTRELLA	
ESTRELLA	VACA LECHERA
	
CAMAS	JUEGOS DE SALA
INCOGNITA	HUESO
	
ELECTRODOMÉSTICOS	PEINADORAS

Tabla N.- 13 Matriz CGB Almacenes Estrella

Elaborado por: Vanessa Barrera

2.02.03.01 Competencia Indirecta

La competencia indirecta es la manera en la que existen empresas que intervienen de manera indirecta con los clientes y el mercado buscando satisfacer la misma necesidad.

EMPRESA	DIRECCIÓN
FRAGMA	Av. 12 de Octubre y Orellana teléfono 2 252 0278
COMPU MEGA.COM	Av. América N31-182 y Mariana de Jesús Teléfono 32003320

COMPETENCIA INDIRECTA

FRAGMA	
ESTRELLA	VACA LECHERA
	
MUEBLES DE OFICINA	SILLAS
INCOGNITA	HUESO
	
REPIZAS	PANEL DE EXHIBICIONES

Tabla N.- 14 Matriz CGB Fragma

Elaborado por: Vanessa Barrera

COMPU MEGA.COM	
ESTRELLA	VACA LECHERA
	
ESCRITORIOS	SALAS
INCOGNITA	HUESO
	
DIVISIONES DE MDF	COUNTER

Tabla N.- 15 Matriz CGB Compu Mega. Com

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

Para la empresa **“DECOART MUEBLES CIA. LTDA.”** es una amenaza de carácter medio debido a que existe un amplio mercado en la venta de muebles ya sea en madera o en metal.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

2.03.01.01 Misión

(Vertice, 2008) Al referirse a la Misión menciona que es el punto de partida de la actividad de empresa cuya definición tiene mucho que ver con la razón de ser de la misma. Pág. 40

DECOART MUEBLES CIA. LTDA. Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de una línea contemporánea de muebles de madera, que ofrece a sus clientes productos con diseños exclusivos creando comodidad y

confort en sus hogares. Contando con personal capacitado para ofrecer productos de calidad y con la mejor tecnología.

2.03.010.2 Visión

(Martínez & Milla, 2012) Es la declaración que determina a donde se quiere llegar con la empresa en el futuro. Pág. 21

La empresa **DECOART MUBLES CÍA. LTDA.**, en el lapso de tres años se construirá como la empresa pionera en la producción y comercialización de muebles contemporáneos de madera con tecnología de punta y distribución a nivel local y nacional.

2.03.01.03 Objetivos Corporativos

(Rodríguez, 2006) Menciona que los objetivos corporativos son aquellos que no se pueden medirse o cuantificar, sino que se suelen plantear de manera abstracta, para que sirvan de guía u orientación genérica de la empresa. Pág. 57

- Posicionarse en el mercado como un referente de calidad y brindar un producto con estilos diferentes.
- Contar con una fuerza de ventas capacitado para poder incrementar los ingresos de la misma.
- Mantener un margen de producción alto para maximizar las utilidades.
- Superar las expectativas y necesidades de nuestros clientes
- Incrementar la carteta de los clientes fidelizando a los mismos a través del buen servicio y calidad de productos.
- Mantener la responsabilidad logrando el cumplimiento de nuestra misión y Visión

2.03.01.04 Principios y/o valores

(Granjo, 2008) Los principios y valores se pueden definir como un valor de objeto de actitud y comportamiento Pág. 10

2.03.01.04.01 Principios

Comunicación

Este principio permitirá informar los conocimientos y la experiencia, el cual deberá fluir en todos los niveles de la fábrica y del cliente, facilitando la toma de decisiones y la implicación de todos los trabajadores en su buen funcionamiento.

Respaldo

Contar con material de calidad, tecnología de punta y personal capacitado ofreciendo un producto de calidad generando confianza en los clientes.

Productividad

Este principio nos permitirá realizar el trabajo cada día mejor utilizando los materiales necesarios.

Creatividad

Toda idea será plasmada en diseños y estilos innovadores los cuales serán manifestados materialmente.

Trabajo en Equipo

Nos permitirá compartir conocimientos y experiencias aportando el mayor esfuerzo de cada uno y asumiendo responsabilidades para obtener un producto de calidad.

Compromiso

El compromiso estará enfocado al cumplimiento de las metas y los objetivos, cuyo logro será merecedor del reconocimiento del trabajo realizado llevando a cabo todo aquello que se ha acordado para satisfacer a los clientes.

2.03.01.04.02 Valores

Respeto

Respetar los deberes y derechos de las personas que se encuentran dentro y fuera de la institución.

Responsabilidad

Cumplir con los compromisos y obligaciones adquiridas, para el manejo de las actividades.

Honestidad

Actuar con una debida transparencia, verdad y sinceridad en el desempeño de las actividades.

Puntualidad

Es una disciplina que nos ayudará a cumplir con nuestras obligaciones, desempeñándonos mejor en nuestro trabajo.

Lealtad

Mantener el compromiso con los clientes en la entrega de a nuestro trabajo, el cual permitirá el presenta y futuro de la fábrica.

2.03.02 Gestión Administrativa

La gestión administrativa es uno de los factores más importantes, mediante el cual se diseñan y se desarrollan actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

Logrando los objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos.

2.03.02.01 Planificación

La planificación definirá los procedimientos, acciones que necesita la fábrica para realizar y alcanzar las metas propuestas.

Tabla N.- 16 Cronograma de Actividades

Elaborado por: Vanessa Barrera

ACTIVIDAD	AÑO 2014											
	SEMANAS											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Documentos Legales (Ruc, Permisos, Registros)	x	x										
Determinar el punto de venta	x	x										
Reclutamiento y selección del personal	x	x	x	x								
Instalación de nuevos equipos	x	x										
Contacto con los proveedores	x											
Realizar inventarios de los equipos de producción	x	x										
Capacitación Personal de Producción					x	x			x	x		

2.03.02.02 Organización

La organización es la estructura básica que determina que recursos y actividades se requieren para alcanzar los objetivos de la organización

La fábrica estará estructurada de la siguiente forma:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Figura N.- 17 Organigrama Estructural

Elaborado por: Vanessa Barrera

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

- Gerente General

El gerente tiene la mayor responsabilidad de la empresa y se encarga de la toma de decisiones de la misma en las diferentes funciones, siendo responsable de las

compras, ventas e inversiones que se obtengan. También lidera y controla las actividades generales, realiza evaluaciones para el cumplimiento, desarrolla metas a corto y mediano plazo para cada departamento.

○ **Secretaria**

- Llevar el control de la agenda del gerente General
- Coordinar las funciones y las actividades designadas para cada departamento
- Atender a los proveedores y coordinar la entrega de materiales
- Preparar comunicaciones escritas de información correspondiente a los diferentes departamentos.
- Manejar información de clientes y proveedores.
- Atender a los clientes que soliciten información acerca de los productos.
- Realizar y recibir llamadas así como el contacto de la visita de clientes a la fábrica.

○ **Departamento de producción**

- **Carpinteros.-** Se encargarán de la preparación de la madera, el corte de la misma y el armado de los muebles.
- **Oficiales de carpintería.-** Serán encargados del masillado y en pulir los muebles.
- **Lacadores.-** Estarán encargados de la asignación del color para los muebles así como el acabado.

- **Tapizadores.-** Estarán encargados del corte y costura de tela y esponja así como el armado y pegado de muebles de sala y el tapiz de comedores.

- **Departamento Administrativo**

El departamento Administrativo estará encargado de la planeación y ejecución de todas las actividades administrativas y recursos financieros, relaciones con la contratación, compras, manejo del personal, manejo contable y tributario de la empresa.

- **Contador.-** Estará encargado de todo lo que tenga que ver con el dinero así como registrar, autorizar, emitir e informar pagos de los proveedores, emitir y controlar la emisión de facturas.

Mantener el control de todos los movimientos contables producidos por la empresa.

- **Departamento de Comercialización**

- **Vendedor.-** El vendedor estará ligado netamente con los clientes, captando nuevos clientes, logrando determinados volúmenes de ventas, estableciendo zonas de ventas, ofrecer y promocionar los diferentes

productos, así como el manejo eficiente de la cartera de los clientes.

- **Diseñador.-** Estará a cargo de la innovación de nuevos modelos y estilos de los productos, los cuales estarán diseñados acorde a la preferencia de los clientes.

2.03.02.03 Dirección

La dirección estará a cargo del Gerente General de **“DECOART MUEBLES”** el cual direccionará actividades asignadas a través de la comunicación, supervisión y motivación hacia sus empleados, coordinando con los departamentos de la misma.

2.03.02.04 Control

EL control de **“DECOART MUEBLES”** permitirá verificar el cumplimiento de lo planificado, identificado las desviaciones de las mismas y tomado medidas correctivas necesarias, las cuales permitirán el cumplimiento de los objetivos de la misma.

Evaluación 360

Mediante esta herramienta permitirá a **“DECOART MUEBLES”** medir el desempeño del personal, capacidades e implementar programas de desarrollo para

los mismos, incluyendo a jefes, compañeros, subordinados, proveedores o clientes los cuales nos permitirán tomar medidas para el mejor comportamiento mejorando el desempeño del personal y de la fábrica.

ELABORACIÓN

1. Preparación

Este aspecto es muy importante ya que se debe conocer de manera estratégica a la organización, en donde se debe dar a conocer el objetivo primordial de la elaboración de esta evaluación, generando confianza y garantizando a los empleados que los resultados del proceso beneficiarán a ambas partes.

2. Elaboración del Formato

Este formato se elaborará un formato de retroalimentación de acuerdo a las necesidades de la organización.

3. Conduciendo las evaluaciones

Las personas que reciban la retroalimentación de 360 seleccionarán a los evaluadores los cuales deberán incluir al jefe inmediato superior, compañeros y

compañeros de otros departamentos, en donde se informará a los evaluadores la participación en el proceso, manteniendo una información exacta del procedimiento.

FORMATO DE EVALUACIÓN 360 GRADOS

Tabla N.- 17 Modelo de Evaluación

Elaborado por: Vanessa Barrera

EVALUACIÓN 360 GRADOS

1. Datos del evaluado	fecha:
Nombres:	Cargo:
Área:	

2 Datos Evaluador			
Evaluador:	Jefe inmediato:	Supervisado:	Colega:

3. INDICADORES DE GESTIÓN (Marque con una x en el recuadro apropiado)

	siempre	frecuentemente	A veces	Ocasionalmente	Casi nunca
Trabajo en equipo					
Trabajo con otras organizacio					
Control Interno					
Toma de decisiones y solución					
Compromiso de servicio					

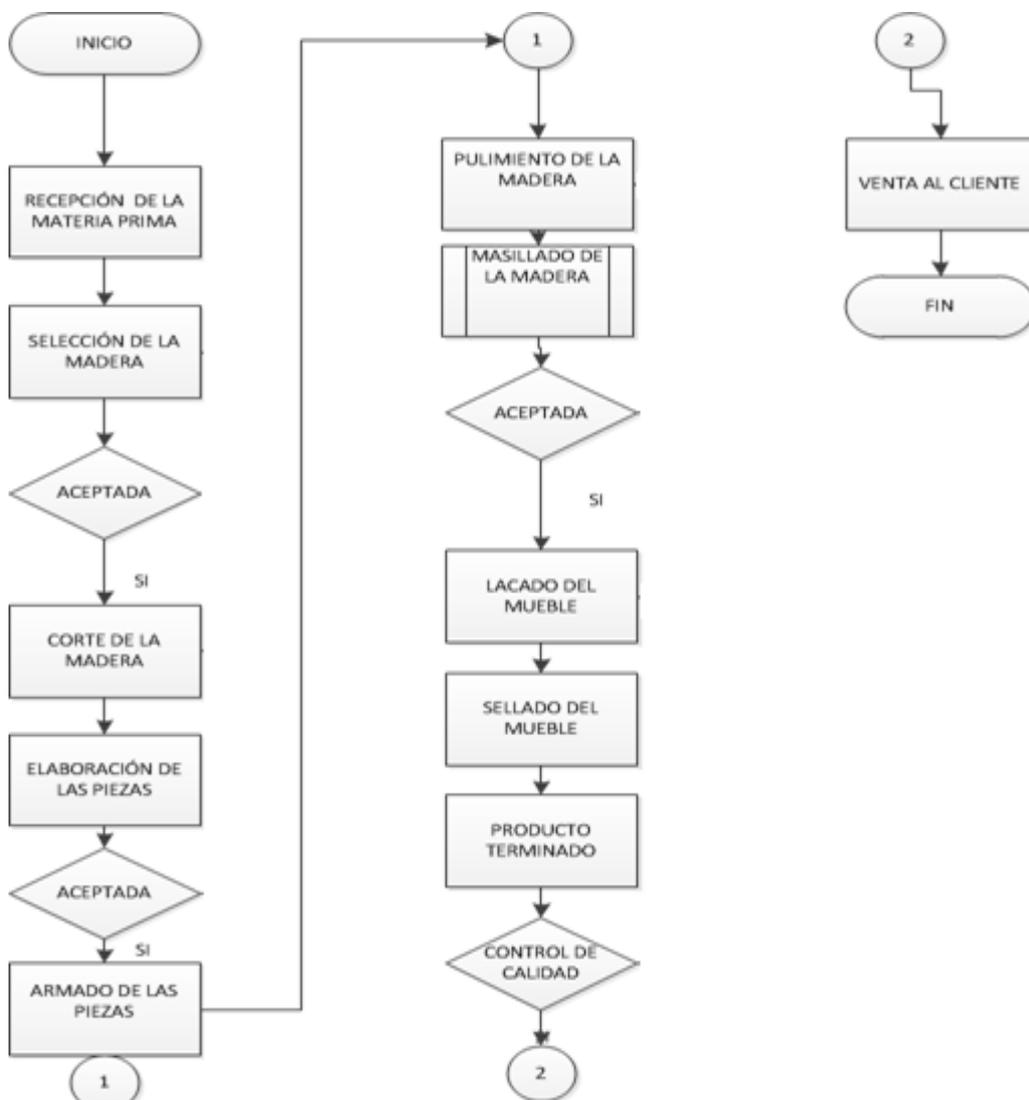
4. DESTREZAS Y HABILIDADES (Marque con una x en el recuadro apropiado)

	siempre	frecuentemente	A veces	Ocasionalment	Casi nunca
Iniciativa y excelencia					
Integridad					
Comunicación					
Apertura para el cambio					
Confianza y Honradez					
Escuchar con atención y respe					
Planear					

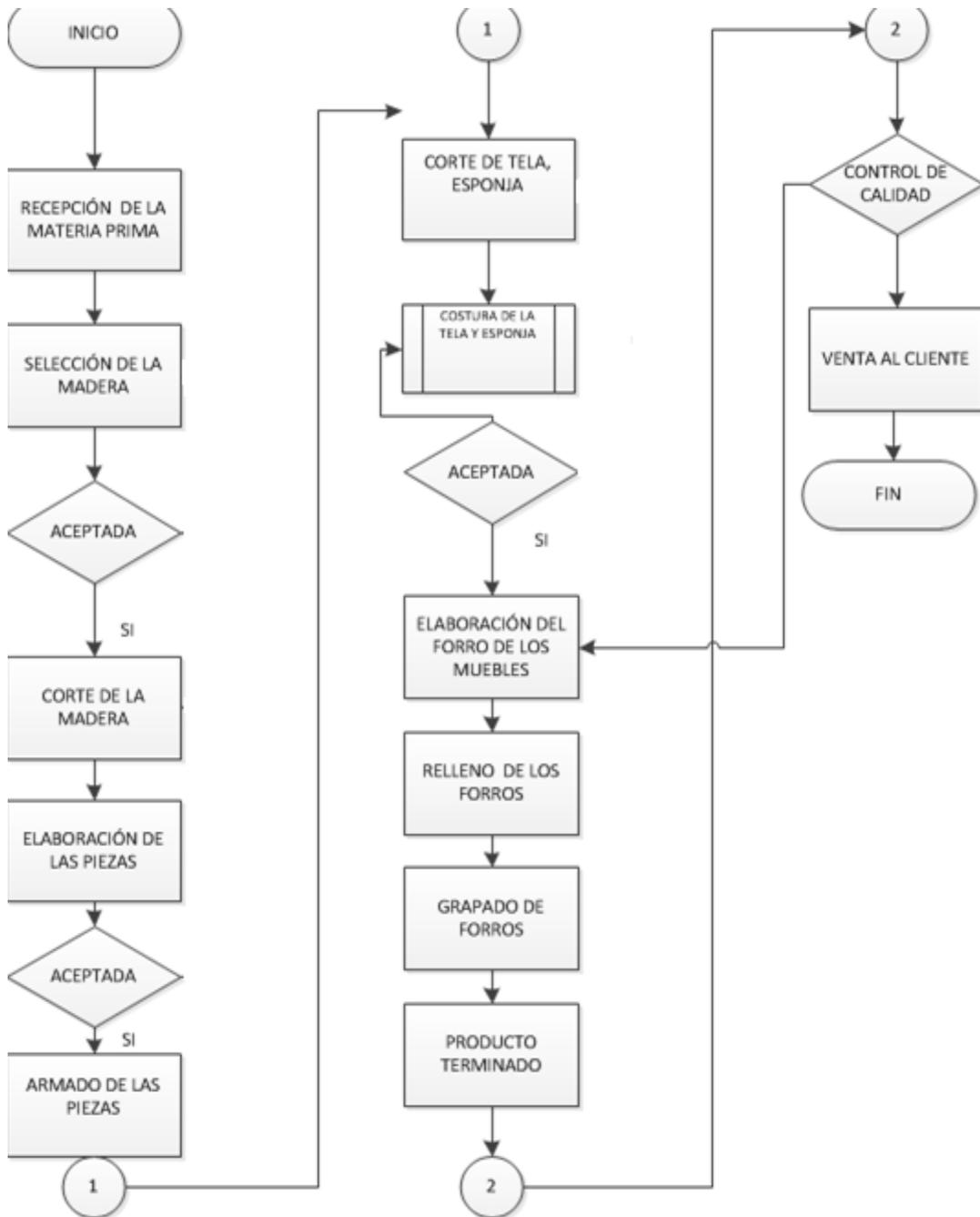
2.03.03 Gestión Operativa

La Gestión Operativa de la fábrica estará dada por el flujograma de producción.

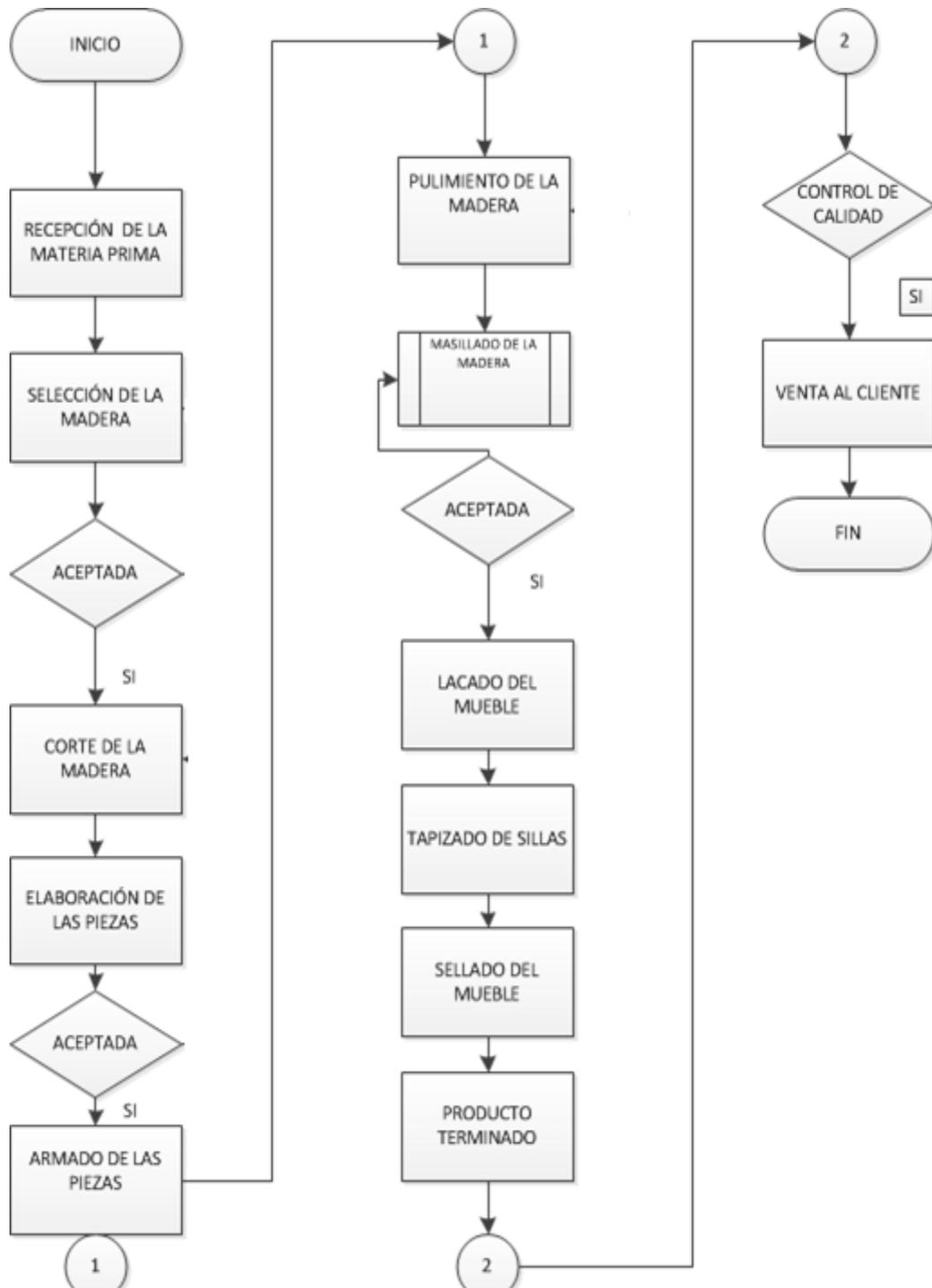
CAMAS NIDO



JUEGOS DE SALA



JUEGOS DE COMEDOR



2.03.04 Gestión Comercial

Para la gestión comercial **"DECOART MUEBLES CIA LTDA"** Utilizará la herramienta de Marketing Mix: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

2.03.04.01 Producto

"DECOART MUEBLES CIA LTDA" Ofrecerá una gama de productos contemporáneos los cuales serán producidos en sus instalaciones.

En los diseños de los muebles se refleja el gusto y la exigencia de los clientes, teniendo presente que nuestra relación directa serán personas de 25 años en adelante, locales comerciales e instituciones públicas o privadas.

A continuación detallamos los productos principales:

- 1.- Camas Nido.-** El estilo y el Diseño estará reflejado en el tamaño de los departamentos que se construyen en la actualidad, el diseño se manejará en 2d, y se fabricará bajo la aprobación del cliente.

Este producto se elaborará con madera y MDF, el cual beneficiará el acabado del mismo.

2.- Juegos de Sala.-El diseño de este producto será lineal, en donde se podrá armar acorde al gusto del cliente.

La estructura interna de este producto se fabricará de una madera reforzada, cubierta con esponja y plumón, el tapizado se lo realizará con micro cuero, cuerina, damasco y micro fibra. En este diseño estará una mesa incluida o un puff

3.-Juego de Comedor.- Los juegos de comedor se basarán en diseños 2d, en donde el cliente podrá incluir cualquier atribución al diseño.

Este producto se elaborará con varias combinaciones, es decir mesas con tablero o vidrio.

2.03.04.02 Precio

El precio es el elemento más importante determinando la rentabilidad del proyecto, en último término el que define el nivel de los ingresos.

COSTO OBJETIVO

CAMAS NIDO

Tabla N.- 18 Costo objetivo Camas Nido

Elaborado por: Vanessa Barrera

CAMAS NIDO			
ESTANDAR UNITARIO			
MATERIA PRIMA	Unidades	Valor	Total
madera	14	\$ 6.16	\$ 86.24
Mdf	3	\$ 35.63	\$ 38.63
			\$ 124.87
MANO DE OBRA	Tiempo	Valor	Total
carpintero	5 días	\$ 35.00	\$ 175.00
ayudante	5 días	\$ 20.00	\$ 100.00
			\$ 275.00
C.I.F	Unidades	Valor	Total
pintura	3 litros	\$ 9.80	\$ 29.40
laca	1 galón	\$ 16.00	\$ 16.00
sellador	1 galón	\$ 17.00	\$ 17.00
clavos	1 libra	\$ 2.23	\$ 2.23
cola	1 litro	\$ 8.00	\$ 8.00
lija	5	\$ 0.27	\$ 1.35
Lija de Disco	3	\$ 0.68	\$ 2.04
Thinner	3 galones	\$ 5.35	\$ 16.05
Aladeras	9	\$ 0.93	\$ 8.37
			\$ 100.44
Transporte			\$ 60.00
(=) COSTO UNITARIO ESTANDAR			\$ 560.31
(+) Margen Bruto del 38% sobre el costo Unitario			\$ 212.92
PRECIO DE VENTA			\$ 773.23

JUEGOS DE COMEDOR

Tabla N.- 19 Costo Objetivos Juegos de Sala

Elaborado por: Vanessa Barrera

JUEGOS DE COMEDOR			
ESTANDAR UNITARIO			
MATERIA PRIMA	Unidades	Valor	Total
Madera	9	\$ 6.16	\$ 55.44
Mdf	1	\$ 35.63	\$ 36.63
			\$ 92.07
MANO DE OBRA	Tiempo	Valor	Total
Carpintero	5 días	\$ 35.00	\$ 175.00
Ayudante	5 días	\$ 20.00	\$ 100.00
			\$ 275.00
C.I.F	Unidades	Valor	Total
Tinte	3 litros	\$ 5.80	\$ 17.40
laca	1 galón	\$ 16.00	\$ 16.00
Sellador	1 galón	\$ 17.00	\$ 17.00
Clavos	1 libra	\$ 2.23	\$ 2.23
Cola	1litro	\$ 8.00	\$ 8.00
Lija	2	\$ 0.27	\$ 0.54
Lija de Disco	2	\$ 0.68	\$ 1.36
Thinner	2 galones	\$ 5.35	\$ 10.70
Microfibra	2 metros	\$ 5.50	\$ 11.00
Esponja	1	\$ 5.55	\$ 5.55
Lienzo	1	\$ 3.57	\$ 3.57
Plumón	1	\$ 2.25	\$ 2.25
			\$ 95.60
Transporte			\$ 60.00
(=) COSTO UNITARIO ESTANDAR			\$ 522.67
(+) Margen Bruto del 38% sobre el costo Unitario			\$ 198.61
PRECIO DE VENTA			\$ 721.28

JUEGOS DE SALA

Tabla N.- 20 Costo Objetivo Juegos de Sala

Elaborado por: Vanessa Barrera

JUEGOS DE SALA			
ESTANDAR UNITARIO			
MATERIA PRIMA	Unidades	Valor	Total
Madera	7	\$ 6.16	\$ 43.12
			43,12
MANO DE OBRA	Días	Valor	Total
Carpintero	5 días	\$ 35.00	\$ 175.00
Ayudante	5 días	\$ 20.00	\$ 100.00
			\$ 275.00
C.I.F	Unidades	Valor	Total
Clavos	1 libra	\$ 2.23	\$ 2.23
Cola	1litro	\$ 8.00	\$ 8.00
Lija de Disco	2	\$ 0.68	\$ 1.36
Microfibra	18 metros	\$ 8.00	\$ 144.00
Esponja	10	\$ 55.50	\$ 55.50
Lienzo	3	\$ 3.57	\$ 10.71
Plumón	10	\$ 2.25	\$ 22.50
Hilo	1	\$ 2.25	\$ 2.25
			\$ 246.55
Transporte			\$ 60.00
(=) COSTO UNITARIO ESTANDAR			\$ 624.75
(+) Margen Bruto del 38% sobre el costo Unitario			\$ 237.37
PRECIO DE VENTA			\$ 862.12

2.03.04.04 Plaza

La ubicación de la fábrica "DECOAR MUEBLES CIA LTDA" será en la Parroquia de Guayllabamba Barrio Huertos Familiares, calle Rumichupa en donde comprenderá del área requerida para su instalación, al mismo tiempo la cercanía con sus proveedores.

Por ende podrá distribuir sus productos a las zonas aledañas así como fuera de la Parroquia.

DECOART MUEBLES CI. LTDA. Abrirá un punto de venta comercial en el Distrito Metropolitano de Quito, en la Av. La prensa y Vaca de Castro.

CROQUIS DE UBICACIÓN GUAYLLABAMBA



Figura N.- 18 Plaza

Elaborado por: Vanessa Barrera

CROQUIS DE UBICACIÓN PUNTO DE VENTA



Figura N.- 19 Plaza Punto de Venta

Elaborado por: Vanessa Barrera

2.03.04.05 Promoción

La promoción nos permitirá impulsar los productos de la empresa al mercado.

Entre ellas estarán:

- **Descuentos.-** Se realizará descuentos de hasta 30%, 20%, 10% por la compra de una cama y un juego de comedor esta promoción estará basada para los clientes minoristas, mientras que para los clientes mayoristas se manejará otro tipo de descuento.

Se otorgará el 10% de descuento a los clientes que recomienden y traigan a nuevos clientes.

- **Concursos o Sorteos.**-Se efectuarán sorteos acorde a la fecha festiva, Navidad, día de la madre, Valentín, entre otros, en donde por la compra de una cierta cantidad de dinero participan en el sorteo.
- **Bonificaciones.**- Se obsequiará un artículo a partir de las compras mayores a 1.000 dólares.

2.03.04.05 Publicidad

La publicidad es el conjunto de técnicas de comunicación, que utilizan las empresas para dar a conocer a los consumidores sus productos o servicios mediante el internet, Televisión, medios impresos entre otros.

NOMBRE DE LA FÁBRICA



LOGOTIPO Y SLOGAN DE LA FÁBRICA



TARJETAS DE PRESENTACIÓN



Angela Barrera
Administradora

Av. de La Prensa 1158-209 y Uaca de Castro.
Telf: (02)2296202
Cel: 0987118420 / 0987029992
e-mail: decoartmueble@gmail.com

Encuétranos:
www.decoartmueble.com
Decoart Muebles

Decoart Muebles
www.decoartmueble.com

HOJA MEMBRETADA



Av. de la Prensa 1158-209 y Vaca de Castro.
Telf: (02)2296202
Cel: 0987118420 / 0987029992
e-mail: decoart.mueble@gmail.com

Encontranos:

 www.decoartmueble.com
 Decoart Muebles

PÁGINA WEB

Se creará la página web en donde los clientes observarán los diferentes catálogos de muebles, obteniendo información detallada del producto

REDES SOCIALES

Se utilizará las redes sociales como el Facebook y Twiter, siendo estos una herramienta de comercialización muy importante, permitiéndonos acercarnos más a los clientes, respondiendo sus inquietudes y sugerencias.



Ilustración 1 Redes Sociales

Elaborado por: Vanessa Barrera

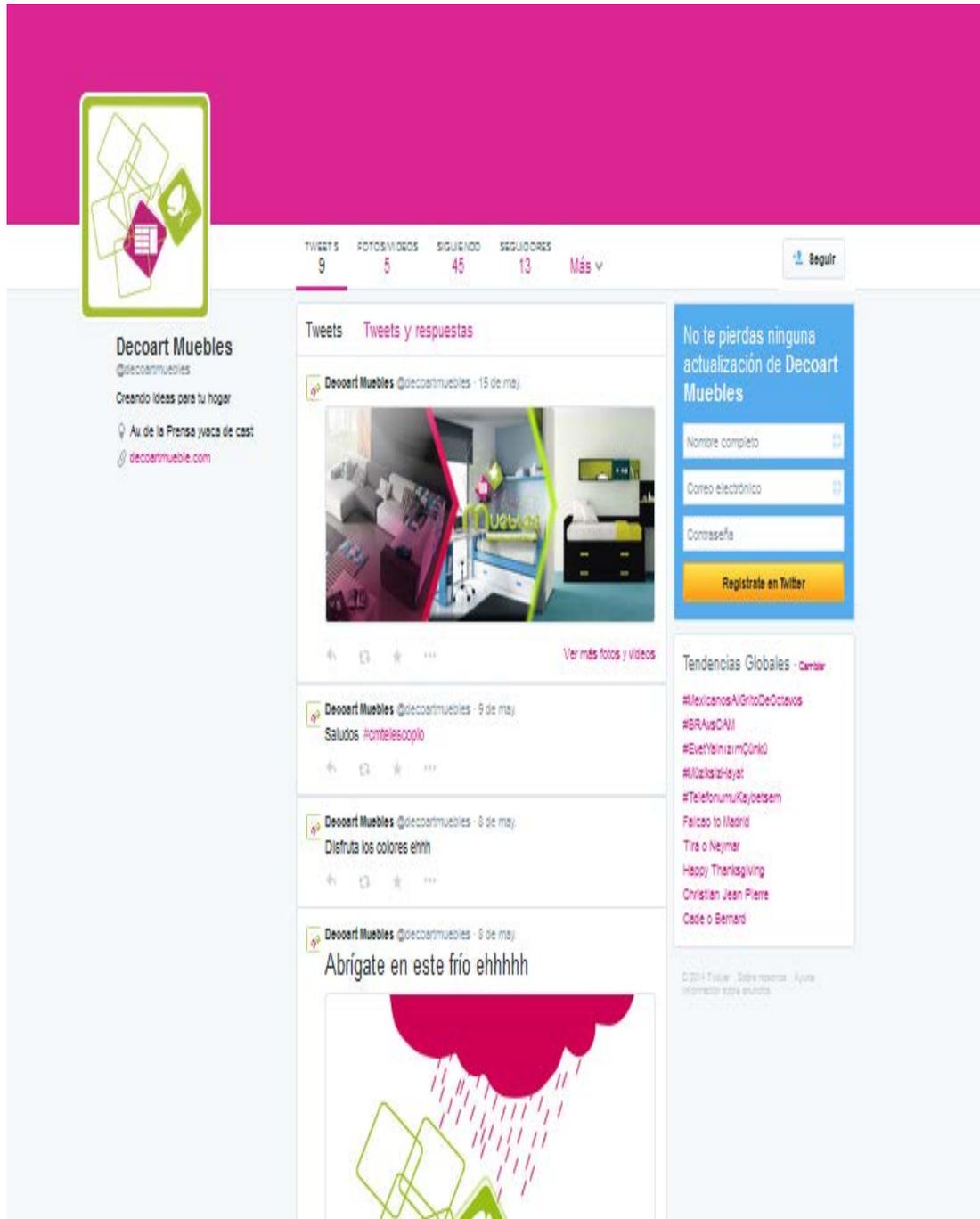


Ilustración 2 Redes Sociales

Elaborado por: Vanessa Barrera

2.04 Análisis FODA

2.04.01 Ambiente Interno

Tabla N.- 21 Ambientes Interno

Elaborado por: Vanessa Barrera

AMBIENTE INTERNO						
CONCEPTO	FORTALEZA			DEBILIDADES		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Misión		x				
Visión		x				
Objetivos Corporativos	X					
Gestión Administrativa	X					
Planificación	X					
Organización	X					
Dirección	X					
Control		x				
Gestión Operativa	X					
Gestión Comercial	X					

2.04.02 Ambiente Externo

Tabla N.- 22 Ambiente Externo

Elaborado por: Vanessa Barrera

AMBIENTE EXTERNO						
CONCEPTO	AMENAZA			OPORTUNIDADES		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
PIB				X		
Inflación			X			
Tasas de interés					X	
Balanza Comercial					X	
Aspecto Socio Cultural					X	
Población					X	
Migración		X				
Aspecto tecnológico				X		
Políticas legales					X	
Clientes				X		
Proveedores				X		
Competencia		X				

CAPÍTULO III

Investigación de Mercado

(Trespacios, Vazquez, & Bello, 2006) “La investigación de mercados implica el diagnóstico de necesidades de información y su búsqueda sistemática y objetiva mediante el uso de métodos para su obtención, análisis e interpretación con el fin de identificar y solucionar problemas y aprovechar oportunidades.” Pág. 31

La investigación de mercados es una forma de descubrir información por medio de varias técnicas de investigadoras.

3.01 Análisis del Consumidor

(Mollá, Berenguen, Gómez, & Quintanilla, 2006) Mencionan que es conjunto de actividades que realizan las personas cuando selecciona, compran, evalúan y utilizan bienes y servicios, con el objeto de satisfacer sus deseos y necesidades, actividades en las que está implicado procesos mentales y emocionales, así como acciones físicas. Pág. 18.

Todo negocio próspero necesita saber quiénes son sus clientes y donde se encuentran los clientes potenciales y que quieren. Sin esta información, es difícil tomar decisiones sobre el producto o servicio vender o dónde, y como concentrarse en los clientes. El comportamiento del consumidor muestra la manera de comprar, utilizar y desechar los productos y servicios que satisficieran sus necesidades.

Es de mucha importancia conocer que en todos nosotros, a pesar de nuestras diferencias, es que todos somos consumidores al usar o consumir alimentos, ropa, vivienda, transporte, educación, muebles, lujos, servicios e incluso ideas, es decir

que como consumidores desempeñamos una función muy importante de la economía.

Dentro del presente proyecto el análisis del consumidor permitirá conocer cuáles serán nuestros clientes, las decisiones que implican cuando adquieren un bien o utilizan un servicio para satisfacer sus necesidades.

3.01.01 Determinación de la población y muestra

Población

Llamamos a la población como un conjunto de individuos con ciertas características o propiedades las cuales se desean estudiar.

La población para el presente proyecto, según datos proporcionados por el INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos) serán en base al censo de la población y vivienda realizada en el año 2010.

La población estará comprendida por las parroquias de Cotocollao, Ponceano, El Condado y Carcelén.

Tabla N.- 23 Población

Elaborado por: Vanessa Barrera

Estudio de Mercado

Zona Administrativa/Parroquia	Población
El Condado	85.845
Carcelén	54.938
Ponceano	53.892
Cotocollao	31.263
TOTAL POBLACIÓN	225.938

Muestra

(Garía, Ramos, & Ruiz, 2007) Al referirse a la muestra menciona que es cualquier subconjunto representativo de la población, en donde todo individuo componente de dicha población, una oportunidad conocida, de ser seleccionada; esto es, de formar parte de la muestra que será sometida al estudio. Pág. 254

Fórmula para calcular la Muestra

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot z^2}{(N - 1)E^2 + p \cdot q \cdot z^2}$$

Dónde:

n=Tamaño de la muestra

N=Población o Universo

E= Margen de error (5%)

p=Probabilidad de éxito (50%)

q=Probabilidad de fracaso (50%)

z=Valor estadístico de la distribución normal cuando NC=95%

$$n = \frac{225.938 * (0,5) * (0,5) * (1,96)^2}{(225.938 - 1)(0,05)^2 + (0,5) * (0,5) * (1,96)^2}$$

$$n=383$$

Luego de aplicar la fórmula para calcular la muestra se obtuvo como resultado 383 personas a las cuales se deben realizar las encuestas en los sectores de El Condado, Carcelén, Ponceano y Cotocollao.

3.01.02 Técnicas de recolección de información

Existen varias técnicas basadas en diversos instrumentos que permiten la recopilación de información en diferentes áreas involucradas en el problema entre ellas tenemos:

- **Investigación por cuestionario.-** Esta técnica de investigación , es la más empleada , debido a que permite llegar a un mayor número de participantes y facilita el análisis y se divide en:
 - **Encuesta.-** Consiste en una serie de preguntas con opciones múltiples, referentes a una temática determinada que permite conocer el punto de vista de las personas hacia el problema que se trata y a su vez permite recopilar información sobre el grado de conocimiento de los temas tratados en la investigación.
 - **Entrevista.-** Consiste en una conversación preparada como una dinámica de preguntas y respuestas abiertas, en las cuales se socializa sobre una temática determinada relacionada con la problemática a estudiar, esta técnica permite reconocer el punto de vista de la diferentes partes involucradas en la discusión.
- **Grupo Focal.-** También es conocido por la expresión inglesa como Focus Group, considerada como un tipo de entrevista grupal, permitiendo obtener información cualitativa.

- **Observación.-** Consiste en una técnica de visualización de hechos, la cual respalda generalmente por una lista de cotejo que posee los principales criterio que se desean observar, esta lista de cotejo posee tres opciones de respuestas cerradas, si, no, a veces; esto permite conocer a información cerrada y concreta.

Para el presente proyecto se utilizará la **ENCUESTA** para la recolección de la información.

3.01.02.01 Encuesta



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**



Escuela de Ciencias Administrativas

Tecnología en Administración Bancaria y Financiera

ENCUESTA

Objetivo.- La presente encuesta tiene como finalidad recolectar información referente a la implementación de una línea contemporánea de muebles, la misma que tiene fines académicos.

I.- DATOS GENERALES

GÉNERO: MASCULINO FEMENINO

EDAD: 18-23 24-30 31 EN

ADELANTE

ESTADO CIVIL: SOLTERO CASADO

INGRESOS: _____

II.- CUESTIONARIO

1.- ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de una fábrica de muebles de estilo contemporáneos en la Parroquia de Guayllabamba?

SI NO

2.- ¿Con que frecuencia compra usted muebles de madera para el hogar?

- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente

3.- Por lo general ¿Qué tipo de muebles usted compra para su hogar?

- Estilo Colonial
- Contemporáneos
- Rústico

4.- ¿En qué lugar le gustaría adquirir los muebles?

- Centros comerciales

- Catálogo virtual
- Punto de Venta Propio

5.- Al momento que compra muebles que busca

- Calidad
- Precio
- Comodidad

6.- ¿Estaría dispuesto a pagar por los siguientes muebles?:

- Juego de comedor 700,00\$ - 750,00\$
- 750,00\$ - 800,00\$
- Juego de Sala 860,00\$ - 900,00\$
- 900,00\$ - 960,00\$
- Juegos de Dormitorios 860,00\$ - 900,00\$
- 900,00\$ - 960,00\$

7.- ¿Cuál considera usted el principal beneficio que debe tener un mueble?

- Económico
- De buena madera
- Moderno
- Duradero

8.- ¿Le gustaría que se elaboren diseños de acuerdo a su estilo?

SI

NO

9.- ¿Está usted de acuerdo con los productos y precios que ofrece la competencia?

SI

NO

10.- ¿El pago de compra de muebles lo hace: ?

Al contado

A crédito

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

3.01.03 Análisis de la información

El análisis de la información es la codificación, grabación y depuración de los datos obtenidos en la encuesta, para ello se debe seguir los siguientes pasos:

- Determinación de la población y el número de encuestas
- Selección del instrumento que se utiliza para la recolección de información, en este caso la encuesta.

- Diseño de la encuesta mediante un análisis de la información requerida para la investigación.
- Ejecutar la encuesta
- Contabilización y codificación de los resultados
- Interpretación de datos
- Análisis y conclusiones

3.01.03.01 Resultados de la encuesta

DATOS GENERALES

Total de hombres y mujeres encuestados

GÉNERO

Tabla N.- 24 Total de hombres y mujeres encuestadas

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
masculino	142	37,10%
femenino	241	62,90%
Total	383	100,00%



Figura N.- 20 Total de hombres y mujeres encuestadas

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Total de personas encuestadas por edades

EDAD

Tabla N.- 25 Total de personas encuestadas por edades

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
18-23	91	23.8 %
24-30	155	40.5 %
de 31 en adelante	136	35.5 %
otros	1	0,30%
TOTAL	383	100%

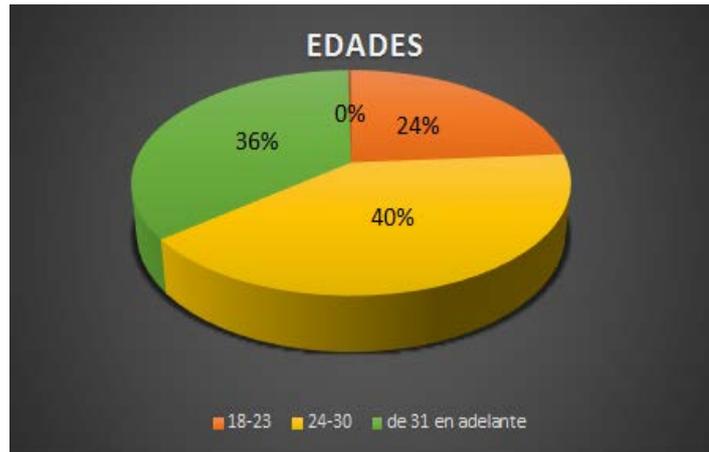


Figura N.- 21 Total de personas encuestadas por edades

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Total de personas encuestadas por estado civil

ESTADO CIVIL

Tabla N.- 26 Total de personas por estado civil

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
soltero	202	52.7%
casado	172	44.9%
otros	9	2.3%
TOTAL	383	100%

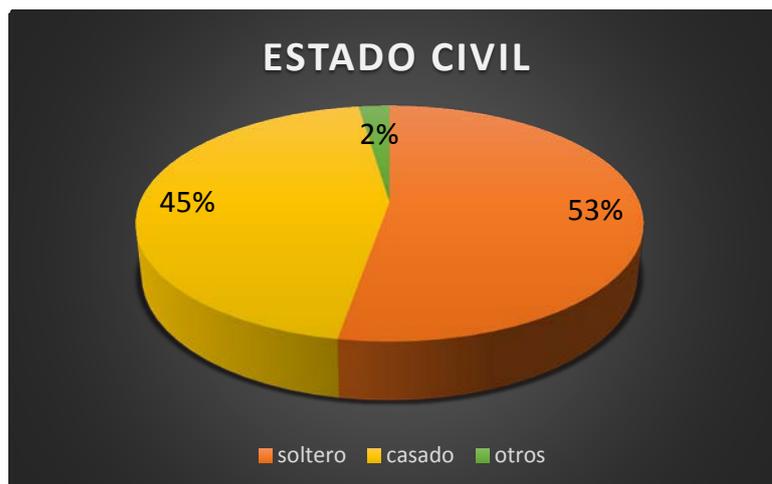


Figura N.- 22 Total de personas encuestadas por estado civil

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Total de personas encuestadas por sus ingresos

INGRESOS

Tabla N.- 27 Total de personas encuestadas por sus ingresos

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
200,00\$-500,00\$	178	46,50%
501,00\$-700,00\$	112	29,20%
701.00\$ a 1000,00 \$	44	11,50%
1000,00\$ en adelante	6	1,60%
otros	43	11,20%
TOTAL	383	100%



Figura N.- 23 Total de personas encuestadas por sus ingresos

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

RESULTADOS DE LAS PREGUNTAS

Primera pregunta de la encuesta

1.- ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de una fábrica de muebles de estilo contemporáneos en la parroquia de Guayllabamba?

Tabla N.- 28 Primera pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
SI	271	70,80%
NO	110	28,70%
Otros	2	0,50%
TOTAL	383	100%



Figura N.- 24 Primera pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos se puede observar que el 71% de los encuestados están de acuerdo con la implementación de una fábrica comercializadora distribuidora de una línea de muebles de estilo contemporáneos, mientras que el 29% no están de acuerdo, lo que significa que el proyecto tendrá el mercado suficiente.

Segunda pregunta de la encuesta

2.- ¿Con que frecuencia compra usted muebles de madera para el hogar?

Tabla N.- 29 Segunda pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
Trimestralmente	12	3,10%
Semestralmente	33	8,60%
Anualmente	227	59,30%
Otros	111	29%
TOTAL	383	100%

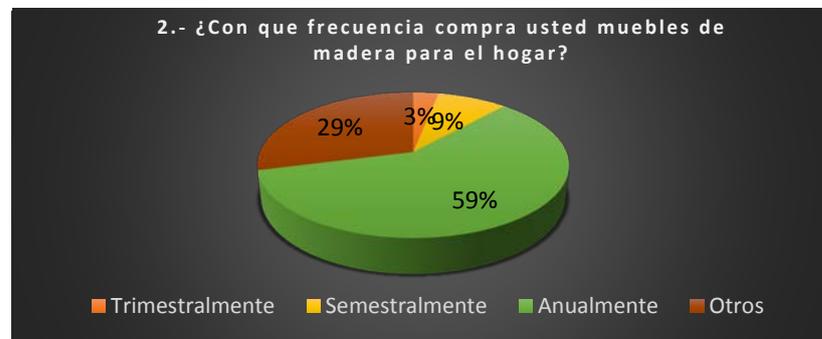


Figura N.- 25 Segunda pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos reflejan que el 59 % de los encuestados nos indica que la frecuencia del cliente al comprar un mueble es de cada año, lo que significa en la actualidad las personas adquieren productos con más frecuencia beneficiando al presente proyecto.

Tercera pregunta de la encuesta

3.-Por lo general ¿Qué tipos de muebles usted compra para su hogar?

Tabla N.- 30 Tercera pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
Estilo Colonial	46	12%
Contemporáneos	165	43,10%
Rústicos	61	15,90%
Otros	111	29%
TOTAL	383	100%

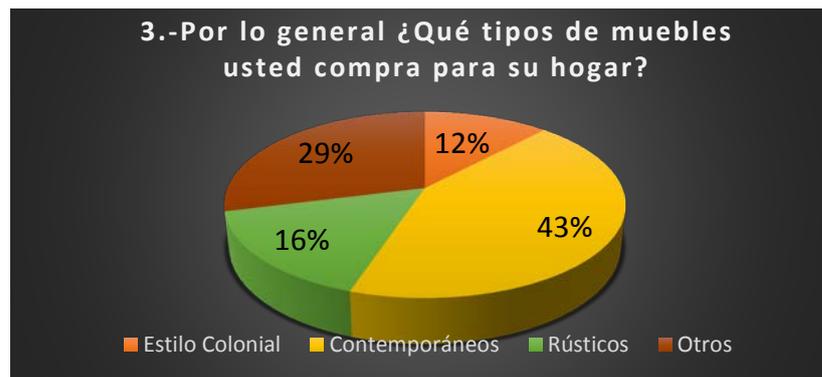


Figura N.- 26 Tercera pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta indica que el 43 %, de personas encuestadas al realizar su compra eligen estilos contemporáneos lo que significa que las prefieren modelos y estilos actuales, ya sea en colores, tamaño y comodidad, esto significa que los productos de presente proyecto si serán acogidos.

Cuarta pregunta de la encuesta

4.- ¿En qué lugar le gustaría adquirir los muebles?

Tabla N.- 31 Cuarta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
Centros Comerciales	61	15,9%
Catalogo Virtual	64	16,7%
Punto de venta propio	146	38,1%
Otros	112	29,2%
TOTAL	383	100%



Figura N.- 27 Cuarta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta refleja que el 38 % de las personas encuestadas les gustaría recibir el producto por un punto de venta propio, es decir que para el presente proyecto será muy ventajoso abrir un punto de venta, dando a conocer los productos que se ofrecerán no solo dentro de la localidad di no también fuera de ella.

Quinta pregunta de la encuesta

5.- ¿Al momento que compra muebles que busca?

Tabla N.- 32 Quinta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	118	30,80%
Precio	91	23,80%
Comodidad	61	15,90%
Otros	113	29,50%
TOTAL	383	100%



Figura N.- 28 Quinta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta nos da a conocer que el 31% de las personas encuestadas buscan en un mueble calidad, lo que representa para el presente proyecto el compromiso de elaborar sus productos con materiales de buena calidad y mano de obra calificada, dando como resultados la aceptación del producto hacia sus clientes.

Sexta pregunta de la encuesta

6.- ¿Estaría usted dispuesto a pagar por los siguientes muebles?

JUEGO DE COMEDOR

Tabla N.- 33 Sexta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
Juego de comedor 700,00-750,00	218	56,90%
Juego de comedor 750,00-800,00	25	6,50%
Otros	140	36,60%
TOTAL	383	100%



Figura N.- 29 Sexta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta del 57 % de las personas encuestadas están dispuestas a pagar por un juego de comedor de \$ 700.00- \$7550.00, siendo este un factor muy importante ya que el nivel de aceptación del precio está acorde con las expectativas del presente proyecto.

JUEGO DE SALA

Tabla N.- 34 Sexta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
Juego de sala 900,00-960,00	191	49,90%
Juego de sala 860,00-900,00	27	7%
Otros	165	43,10%
TOTAL	383	100%



Figura N.- 30 Sexta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta nos indica que el 50 % de personas encuestadas están dispuestas a pagar por un Juego de Sala de \$900.00 - \$950.00, siendo este un factor muy importante ya que el nivel de aceptación del precio está acorde con las expectativas del presente proyecto.

JUEGO DE DORMITORIO

Tabla N.- 35 Sexta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
Juego de dormitorio 860,00-900,00	187	48,80%
Juego de dormitorio 900,00-960,00	25	6,50%
Otros	171	44,60%
TOTAL	383	100%



Figura N.- 31 Sexta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta nos indica que el 49 % de personas encuestadas están dispuestas a pagar por un Juego de Sala de \$900.00 - \$950.00, siendo este un factor muy importante ya que el nivel de aceptación del precio está acorde con las expectativas del presente proyecto.

Séptima pregunta de la encuesta

7.- ¿Cuál considera usted el principal beneficio que debe tener un mueble?

Tabla N.- 36 Séptima pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
Económico	63	16,40%
De buena madera	122	31,90%
Moderno	47	12,30%
Duradero	38	9,90%
Otros	113	29,50%
TOTAL	383	100%

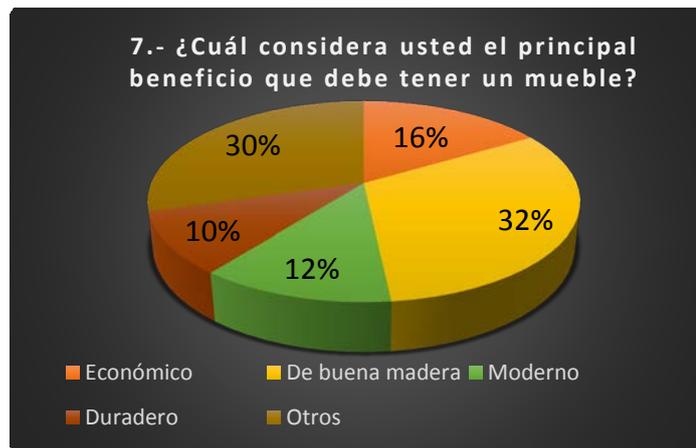


Figura N.- 32 Séptima pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta indican que 32% de las personas encuestadas buscan como principal beneficio la madera en la cual está fabricada un mueble, para el presente proyecto una buena selección de materia prima permitirá cumplir con los requerimientos de los clientes.

Octava pregunta de la encuesta

8.- ¿Le gustaría que le elaboren diseños de acuerdo a su estilo?

Tabla N.- 37 Octava pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
Si	248	64,80%
No	22	5,70%
Otros	113	29,50%
TOTAL	383	100%



Figura N.- 33 Octava pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta nos indican que el 50% de las personas encuestas les gustaría que se elaboren diseño acorde a su estilo, permitiéndonos crear modelos exclusivos para nuestros clientes. Para el presente proyecto permitirá la creación de modelos exclusivos adaptándose a la comodidad del cliente.

Novena pregunta de la Encuesta

9.- ¿Está usted de acuerdo con los productos y precios que ofrece la competencia?

Tabla N.- 38 Novena pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
Si	193	20.10%
No	77	50.40%
Otros	113	29,50%
TOTAL	383	100%



Figura N.- 34 Novena pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta nos indican que el 21% de las personas encuestadas está en conformidad con los productos y precios que ofrece la competencia, siendo esto algo normal para el presente proyecto que está iniciando sus actividades en mercado.

Decima pregunta de la encuesta

10.- ¿El pago de compra de muebles lo hace?

Tabla N.- 39 Decima pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

	Frecuencia	Porcentaje
Al contado	126	32,90%
A crédito	143	37,30%
Otros	114	29,80%
TOTAL	383	100%

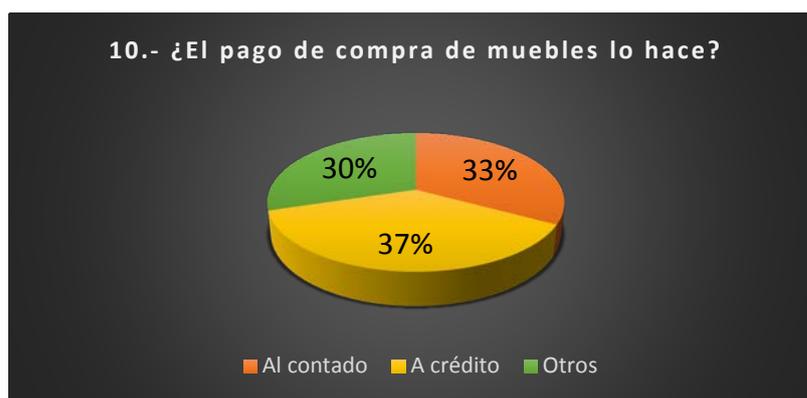


Figura N.- 35 Decima pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos nos indican que el 37% de las personas encuestadas realizan sus pagos a crédito, representando para el presente proyecto la creación de líneas de crédito para sus clientes.

3.02 Análisis de la Demanda

(Urbina, 2001) Menciona que al referirse a la demanda menciona que es la cantidad de bienes y servicios que el mercado en este caso requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. pág17

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan a los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determina la posibilidad de participación del producto o servicio del proyecto en satisfacción de dicha demanda.

La demanda está en función del precio los ingresos y el comportamiento del consumidor, por ello el consumidor adopta de acuerdo sus gustos, cuando más deseable sea el bien, los consumidores demandarán estos en mayor cantidad, es decir el gusto determina el deseo de la compra. Así mismo el precio es la variable más relevante que influye, y es la cantidad de demanda monetaria que un consumidor da a cambio de un producto o un servicio. El nivel de ingreso del sujeto determina su capacidad adquisitiva.

3.02.01 Demanda Actual

Para calcular la demanda actual se tomó como referencia los datos obtenidos en la encuesta, la población y tasa de crecimiento del sector industrial.

DATOS PARA CALCULAR LA DEMANDA ACTUAL

Tabla N.- 40 Demanda Actual

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

Población	225.938
Total de Encuestas	383
Tasa de Crecimiento Sector Industrial	6,8%

SEGMENTACIÓN METODOLÓGICA UTILIZANDO LOS DATOS DE LA ENCUESTA

Tabla N.- 41 Segmentación de la encuesta aceptación del producto

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

ACEPTACIÓN		
	Frecuencia	Porcentaje
SI	271	70,80%
NO	110	28,70%
Otros	2	0,50%
TOTAL	383	100%

Tabla N.- 42 Segmentación de la encuesta frecuencia

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

FRECUENCIA		
	Frecuencia	Porcentaje
Trimestralmente	12	3,10%
Semestralmente	33	8,60%
Anualmente	227	59,30%
Otros	111	29%
TOTAL	383	100%

Tabla N.- 43 Segmentación de la encuesta precio juego de comedor

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

PRECIO		
	Frecuencia	Porcentaje
Juego de comedor 700,00-750,00	218	56,90%
Juego de comedor 750,00-800,00	25	6,50%
Otros	140	36,60%
TOTAL	383	100%

Tabla N.- 44 Segmentación de la encuesta precio Juego de sala

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

PRECIO		
	Frecuencia	Porcentaje
Juego de sala 900,00-960,00	191	49,90%
Juego de sala 860,00-900,00	27	7%
Otros	165	43,10%
TOTAL	383	100%

Tabla N.- 45 Segmentación de la encuesta precio juego de dormitorio

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

PRECIO		
	Frecuencia	Porcentaje
Juego de dormitorio 860,00-900,00	187	48,80%
Juego de dormitorio 900,00-960,00	25	6,50%
Otros	171	44,60%
TOTAL	383	100%

Tabla N.- 46 Segmentación de la encuesta la competencia

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

COMPETENCIA		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	193	20.10%
No	77	50,40%
Otros	113	29,50%
TOTAL	383	100%

CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

ACEPTACIÓN	56.484,50	X 0,7080	=	39.991,03	
FRECUENCIA	39.991,03	X 0,5930 X 1	=	2.371,47	
PRECIO	2.371,47	X 1115.00	=	\$ 2.644.186,64	DEMANDA ACTUAL

3.02.02 Demanda Proyectada

Para realizar el cálculo de la demanda proyectada se tomará en consideración la tasa de crecimiento del sector industrial el cual es el 6,8%, datos obtenidos del Ministerio de la Industria y Producción.

Tabla N.- 47 Proyección de la Demanda

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
Años	Demanda Actual	Tasa de Crecimiento Sector Industrial	Demanda proyectada
(base)			
2.014	\$ 2.644.186,64	1,000	\$ 2.644.186,64
2.015	\$ 2.644.186,64	1,068	\$ 2.823.991,34
2.016	\$ 2.823.991,34	1,068	\$ 3.016.022,75
2.017	\$ 3.016.022,75	1,068	\$ 3.221.112,29
2.018	\$ 3.221.112,29	1,068	\$ 3.440.147,93
2.019	\$ 3.440.147,93	1,068	\$ 3.674.077,99

3.03 Análisis de la Oferta

(Urbina, 2001) “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que en un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner en disposición el mercado a un precio determinado” Pág. 18

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto y accesibilidad a la materia prima.

3.03.01 Oferta Actual

Tabla N.- 48 Oferta Actual

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

OFERTA ACTUAL			
Años	Demanda	Aceptación de la competencia	Oferta
(base)			
2014	\$ 2.644.186,64	0.2010	\$ 531.481,51

3.03.02 Oferta Proyectada

Para realizar la proyección de la oferta se tomó en consideración la pregunta de la encuesta en la cual se medía el grado de satisfacción con la competencia, la cual fue del 20,10%.

Tabla de la competencia

¿Está usted de acuerdo con los productos y precios que ofrece la competencia?

Tabla N.- 49 Tabla de la Competencia

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

COMPETENCIA		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	193	20.10%
No	77	50,40%
Otros	113	29,50%
TOTAL	383	100%

Tabla N.- 50 Oferta Proyectada

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

OFERTA PROYECTADA			
Años	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia	Ofertaa Proyectada
2015	\$ 2.823.991,34	0,2010	\$ 567.622,26
2016	\$ 3.016.022,75	0,2010	\$ 606.220,57
2017	\$ 3.221.112,29	0,2010	\$ 647.443,57
2018	\$ 3.440.147,93	0,2010	\$ 691.469,73
2019	\$ 3.674.077,99	0,2010	\$ 738.489,68

3.04 Balance Oferta y Demanda

3.04.01 Balance Actual

La demanda insatisfecha es la cantidad de bienes y servicios que aún no ha sido cubierta.

Luego de haber establecido la oferta y la demanda se debe determinar la demanda insatisfecha existente en el mercado, la cual se obtiene restando la demanda menos la oferta.

Tabla N.- 51 Demanda Insatisfecha Actual

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2014	\$ 2.644.186,64	\$ 531.481,51	\$ 2.112.705,13

3.05 Balance Proyectado

Para poder determinar la demanda insatisfecha proyectada, restamos la demanda proyectada menos la oferta proyectada.

Tabla N.- 52 Proyección de la demanda insatisfecha

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Vanessa Barrera

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA			
Años	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
2015	\$ 2.823.991,34	\$ 567.622,26	\$ 2.256.369,08
2016	\$ 3.016.022,75	\$ 606.220,57	\$ 2.409.802,17
2017	\$ 3.221.112,29	\$ 647.443,57	\$ 2.573.668,72
2018	\$ 3.440.147,93	\$ 691.469,73	\$ 2.748.678,20
2019	\$ 3.674.077,99	\$ 738.489,68	\$ 2.935.588,31

De los datos obtenidos se tiene una demanda global nacional en el año 2015 de \$ 2.256.396,08 para lo cual la gestión de proyectos manifiesta que el rango que

una empresa nueva puede cubrir está entre el 2%-6% esto significa que para el 2015 la demanda insatisfecha cubierta será de \$45.127,38.

CAPÍTULO IV

Dentro de este capítulo nos permitirá determinar el tamaño, localización, los equipos y las instalaciones requerida por el presente proyecto.

4.01 Tamaño del proyecto

Para el presente proyecto se dispone de un área de $23\text{m} \times 25\text{m}=575\text{m}^2$, la misma que contará con un punto de venta el cual será de $8\text{m} \times 8\text{m}=64\text{m}^2$ y se dividirá de la siguiente manera:

Tabla N.- 53 Tamaño del proyecto

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

Área de administración	5x5m	=	25 m ²
Área de atención al Cliente	5x3,5m	=	17.5m ²
Área de Ventas	5x3,5m	=	17.5m ²
Área de Diseño	5x3,5m	=	17.5m ²
Área de Producción	18.5x7m	=	129,5m ²
Bodega	20x7m	=	140 m ²
Punto de venta	8x8m	=	64 m ²
Baño 1	1,5x1,5m	=	2,25m ²
Baño2	1,5x1,5m	=	2,25m ²
Pasillo	13.5x1.5m	=	20.25m ²
Vestidores	1,5x5,5m	=	8,25m ²
Parqueadero	20x4m	=	80m ²
Área Verde	5x23m	=	115 m ²
TOTAL	639 m²		

4.01.01 Capacidad Instalada

(Miranda, 2005) Al referirse a la capacidad instalada menciona que corresponde a la capacidad máxima disponible permanente dentro de un proyecto.

Pág. 119

La disponibilidad de la infraestructura con la que contará **DECOART MUEBLES CIA. LTDA.** Será de 23m x 25m=575m², siendo esta la capacidad para la producción.

Tabla N.- 54 Capacidad Instalada

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

Área de administración	5x5m	=	25 m ²
Área de atención al Cliente	5x3,5m	=	17.5m ²
Área de Ventas	5x3,5m	=	17.5m ²
Área de Diseño	5x3,5m	=	17.5m ²
Área de Producción	18.5x7m	=	129,5m ²
Bodega	20x7m	=	140 m ²
Baño 1	1,5x1,5m	=	2,25m ²
Baño2	1,5x1,5m	=	2,25m ²
Pasillo	13.5x1.5	=	20.25m ²
Vestidores	1,5x5,5	=	8,25m ²
Parqueadero	20x4m	=	80m ²
Área Verde	5x23m	=	115 m ²
TOTAL	575 m²		

4.01.02 Capacidad Óptima

Es la capacidad de producción de bienes y servicios medidos en un periodo de tiempo definido y ofrecidos en el mercado.

DECOART MUEBLES CIA LTDA. Contará con una capacidad de producción de 38.5mx14m=169,5m², la cual contará con cinco áreas:

Tabla N.- 55 Capacidad Óptima

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

Área de aserrado de la madera y Bodega	20mx7m	=	140m ²
Área de armado y lijado	7mx4m	=	28m ²
Área de tapizado	7mx4m	=	28m ²
Área de lacado	7mx4m	=	28m ²
Área de secado y empacado	6,50x7	=	45,5m ²
TOTAL	269m²		

4.02 Localización

(Erossa, 2004) Al referirse a la localización menciona que es el análisis de las variables consideradas como factores de localización que determina el lugar en donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo de costos unitarios. Pág. 78

Para el presente proyecto se seleccionó su localización de la siguiente manera:

4.02.01 Macro Localización

Tabla N.- 56 Macro localización

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Cantón	Quito
Parroquia	Guayllabamba
Sector	Huertos Familiares
Calle	Rumichupa S/N
Punto de Venta	Av. La Prensa y Vaca de Castro

4.02.02 Micro Localización

El presente proyecto estará ubicado en la parroquia de Guayllabamba calle Rumichupa S/N con su punto de venta en la Av. La prensa N58-12 y Vaca de Castro.



Figura N.- 36 Micro Localización

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

4.02.03 Localización Óptima

El presente proyecto estará ubicado en la Parroquia de Guayllabamba debido a que existe cercanía con sus proveedores, vías de acceso adecuadas, seguridad, servicios básicos, las condiciones y el área en las que se construirá la planta, manejo de desechos de la producción, ruido de la maquinaria hacia las personas.

Mientras que el punto de venta estará ubicado en la Av. La Prensa N58-12 y Vaca de Castro debido a la cercanía al mercado, el costo de renta del Local comercial, las líneas de transporte para dirigirse al punto de venta, la seguridad de la zona, los servicios básicos.

4.03 Ingeniería del Proyecto

RAZONES DE CERCANIA

Tabla N.- 57 Razones de cercanía

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

Valor	Cercanía
A	Absolutamente Necesario
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Ordinario Cercanía
U	No importante
X	indeseable

CÓDIGO DE CERCANIA

Tabla N.- 58 Código de cercanía

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

1	Procesos
2	Gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

MATRIZ CRUZADA

Tabla N.- 59 Matriz Cruzada

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN	I2									
DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN	E1	A2	A1							
DEPARTAMENTO DE VENTAS		I1	U1	E2						
DEPARTAMENTO DE DISEÑO	E1	E1	O1		I5	X1				
RECEPCIÓN	O1	I5	U1	E5		E5	X1			
BAÑO 1	A5	U1	X1							
BAÑO 2	A5	U1								
VESTIDORES	E5	O5	U1							

TABULACION

Con todos los departamentos y medidas

Tabla N.- 60 Tabulación

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

A		E
	I	
O	U	X

Área administrativa (5mx5m=25m²)

Tabla N.- 61 Área Administrativa

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

A1,2		E2
	II,1	
O	U	X1

Área de producción (18.5mx7m=229.5m²)

Tabla N.- 62 Área de producción

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

A		E1,5
	I1,2	
O1	U1	X

Área de ventas (5mx3.5m=17.5m²)

Tabla N.- 63 Área de ventas

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

A2		E1
	I5	
O	U1	X1

Área de recepción (5mx3.5m=17.5m²)

Tabla N.- 64 Área de recepción

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

A1		E1
	I1,5	
O1	U1	X1

Área de diseño (5m x 3.5m = 17.5m²)

Tabla N.- 65 Área de diseño

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

A5		E1,2
	I	
O1	U1	X

Baño1 (1.5m x 1.5m = 2.25m²)

Tabla N.- 66 Baño 1

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

A5		E
	I5	
O1,5	U	X

Baño2 (1.5m x 1.5m = 2.25m²)

Tabla N.- 67 Baño 2

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

A5		E5
	I	
O	U1	X1

Vestidores (1.5mx5.5m=8.25m²)

Tabla N.- 68 Vestidores

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

A		E5
	I	
O5	U1	X1

4.03.01 Definición de B y S

4.03.01.01 Bien

El presente proyecto, fabricará una línea contemporánea de muebles, en donde se elaborarán productos como; juegos de sala, juegos de comedor y camas nido, los cuales poseerán diferentes tipos de madera, adicionalmente se elaborarán los estilos y modelos al gusto del cliente.

4.03.02 Distribución de la Planta

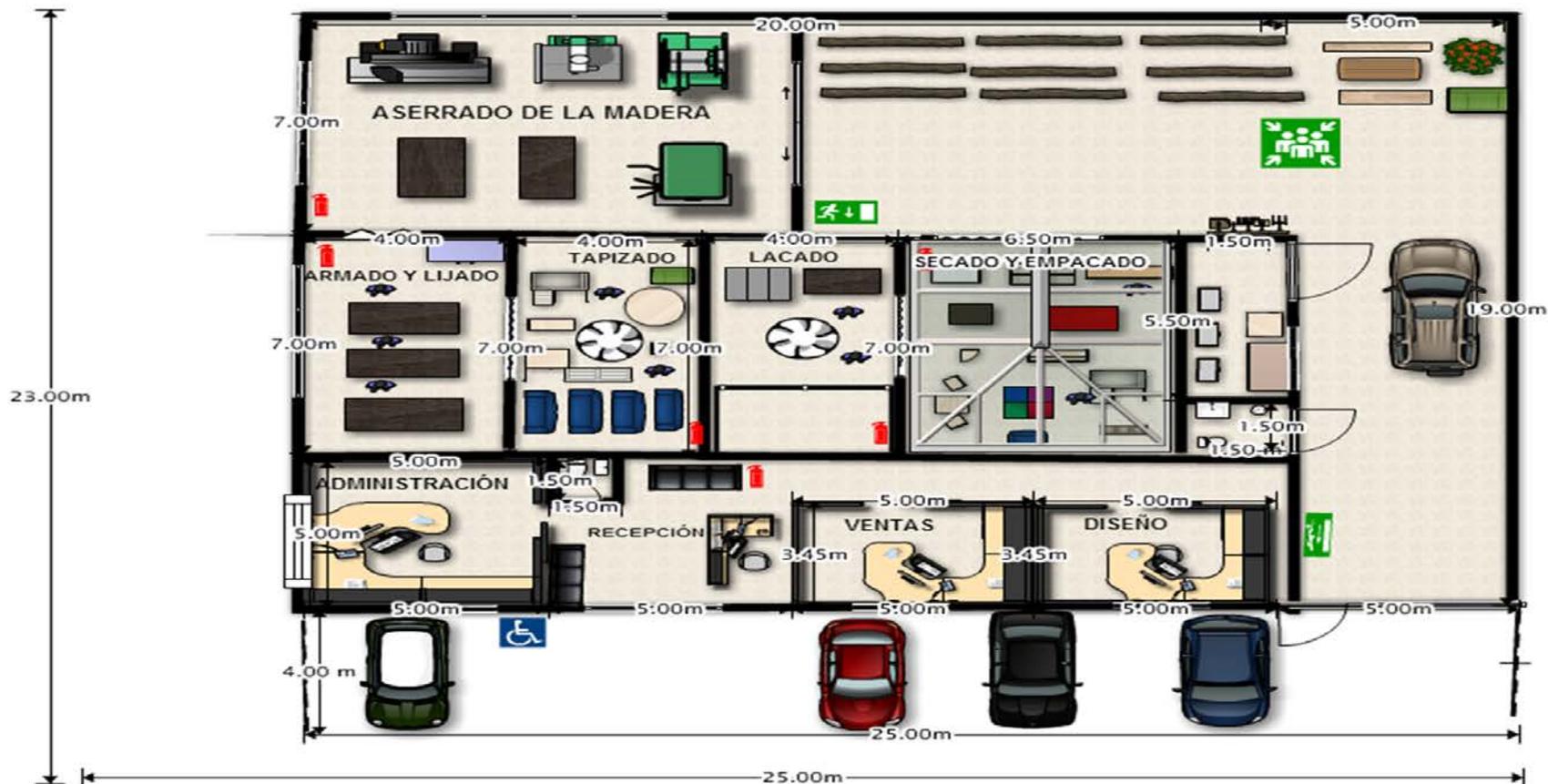


Figura N.- 37 Distribución de la planta

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera



Figura N.- 38 Distribución de la planta 2D

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera



Figura N.- 39 Distribución de la Planta Frontal

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

4.03.03 Proceso Productivo

CAMAS NIDO

Tabla N.- 69 Proceso productivo camas nido

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

N.-	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MIN
1	Recepción de la materia prima	60 min
2	Selección de la materia prima	30 min
3	Corte de la madera	180 min
4	Elaboración de las piezas	180 min
5	Armado de las piezas	480 min
6	Pulimiento de la madera	240 min
7	Lacado del mueble	480 min
8	Empacado del mueble	120min
TOTAL MINUTOS		1770 min

JUEGO DE SALA

Tabla N.- 70 Proceso productivo Juego de sala

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

N.-	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MIN
1	Recepción de la materia prima	60 min
2	Selección de la materia prima	30 min
3	Corte de la madera	180 min
4	Elaboración de las piezas	180 min
5	Armado de las piezas	480 min
6	Corte de la esponja	120 min
7	Elaboración de forro de muebles	240 min
8	Tapizado	480 min
9	Lacado de piezas	120 min
10	Empacado del mueble	120min
TOTAL MINUTOS		2010 min

JUEGO DE COMEDOR

Tabla N.- 71 Proceso productivo Juego de comedor

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

N.-	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MIN
1	Recepción de la materia prima	60 min
2	Selección de la materia prima	30 min
3	Corte de la madera	180 min
4	Elaboración de las piezas	180 min
5	Armado de las piezas	480 min
6	Pulimiento de la madera	240 min
7	Lacado del mueble	480 min
8	Tapizado	240 min
10	Empacado del mueble	120min
TOTAL MINUTOS		2010 min

4.03.04 Maquinaria

4.03.05 Equipos/ Cuadro de Activos

Tabla N.- 72 Cuadro de Activos

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Vanessa Barrera

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Maquinaria y Equipo			
caladora	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
motor de cierra	2	\$ 250.00	\$ 500.00
compresor	1	\$ 400.00	\$ 400.00
taladro	2	\$ 60.00	\$ 120.00
tupi	2	\$ 110.00	\$ 220.00
moladora	2	\$ 110.00	\$ 220.00
ligadora de mano	3	\$ 40.00	\$ 120.00
pistola para lacado	3	\$ 15.00	\$ 45.00
pistola para tapizado	2	\$ 25.00	\$ 50.00
maquina de coser	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
martillo	4	\$ 5.00	\$ 20.00
desarmadores	12	\$ 3.00	\$ 36.00
espatulas	5	\$ 1.00	\$ 5.00
metro	5	\$ 6.00	\$ 30.00
escuadras	4	\$ 5.00	\$ 20.00
cepillo de metal	1	\$ 3.50	\$ 3.50
cierra de mano	4	\$ 5.00	\$ 20.00
cerranos	3	\$ 50.00	\$ 150.00
cERRUCHO	3	\$ 6.00	\$ 18.00
formones	12	\$ 5.00	\$ 60.00
cepillo de banco	2	\$ 35.00	\$ 70.00
Total Maquinaria y Equipo	74	\$ 4,134.50	\$ 5,107.50
Muebles de Oficina			
escritorios	3	\$ 75.00	\$ 225.00
sillas	6	\$ 70.00	\$ 420.00
sillon	1	\$ 120.00	\$ 120.00
counter	1	\$ 180.00	\$ 180.00
basurero	10	\$ 5.00	\$ 50.00
archivador	1	\$ 179.20	\$ 179.20
Total muebles de oficina	22	\$ 629.20	\$ 1,174.20
Equipos de seguridad			
extintores	5	\$ 39.00	\$ 195.00
botiquin	2	\$ 25.00	\$ 50.00
Total equipos de seguridad	7	\$ 64.00	\$ 245.00
Equipos de computación			
computadora	4	\$ 728.00	\$ 2,912.00
impresora	1	\$ 279.00	\$ 279.00
Total equipos de computación	5	\$ 1,007.00	\$ 3,191.00
Materiales de oficina			
sumadora	4	\$ 12.00	\$ 48.00
grapadora	4	\$ 6.25	\$ 25.00
perforadora	4	\$ 8.58	\$ 34.32
telefono	4	\$ 24.50	\$ 98.02
archivador Plástico	1	\$ 3.70	\$ 3.70
Total materiales de oficina	17	\$ 55.03	\$ 209.03
TOTAL ACTIVOS	125	\$ 5,889.73	\$ 9,926.73

CAPITULO V

5.01 Estudio Financiero

(Social, 2001) Al referirse al estudio financiero menciona que comprende la inversión, la proyección de los ingresos y los gastos y la forma de financiamiento que se provén para todo el periodo de su ejecución y de su operación.

Los resultados nos permitirán mostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. Asimismo, se deberá evaluar la decisión de

comprometer esos recursos financieros en el proyecto en comparación con otras posibilidades conocidas de colocación.

Permite juzgar su viabilidad y su prioridad entre otras posibilidades de inversión, los resultados del análisis financiero deben confrontarse con los que se obtienen en el estudio económico. Pág. 121

El (Saúl, 2007) objetivo es determinar a través de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.

La información utilizada proviene de dos grandes fuentes: el estudio de mercado por medio del que se determina los posibles ingresos del proyecto en función de las ventas proyectadas por el precio, por su parte el estudio técnico nos suministra información relativa a las inversiones costos de operación, costos de producción, depreciaciones entre otros. Pág. 45

5.01.01 Ingresos Operacionales

(Martínez, 2011) Menciona que los ingresos operacionales comprenden los valores recibidos y/o causados como resultados de las actividades desarrolladas, en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes o servicios, así como los dividendos, participaciones y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social principal de la empresa. Pág. 205

Es muy importante conocer los ingresos operaciones que el presente proyecto manejará, los cuales serán obtenidos mediante los siguientes costos:

- MOD (Mano de obra directa)
- MPD (Materia Prima Directa)
- CIF (Costos indirectos de Fabricación)

5.01.02 MOD (Mano de obra Directa)

(Prieto, Aguilar, & Santidrián, 2005) Al referirse a la mano de obra Directa menciona que es el esfuerzo físico y mental. Es decir que la intervención física y

mental por parte del ser humano, contribuye a la obtención de un producto o servicio final, puede ser considerado como mano de obra, el cual tendrá un coste

Pág.135

Por lo que se refiere a la mano de obra dentro del proyecto se presenta de la siguiente manera.

Tabla N.- 73 Mano de obra directa

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CONCEPTO	CARGO	SUELDO GANADO	APORTE PERSONAL	POR PAGAR TRABAJADOR	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	TOTAL COSTO NOMINA MENSUAL	TOTAL ANUAL
Trabajador1	Maestro Carpintero	\$ 750,00	\$ 70,88	\$ 679,13	\$ 28,33	\$ 62,50	\$ 769,96	\$ 9.239,50
Trabajador3	Lacador	\$ 620,00	\$ 58,59	\$ 561,41	\$ 28,33	\$ 51,67	\$ 641,41	\$ 7.696,92
Trabajador2	Tapizador	\$ 620,00	\$ 58,59	\$ 561,41	\$ 28,33	\$ 51,67	\$ 641,41	\$ 7.696,92
Trabajador3	Ayudante	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 407,48	\$ 28,33	\$ 37,50	\$ 473,31	\$ 5.679,70
Trabajador 4	Ayudante	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 407,48	\$ 28,33	\$ 37,50	\$ 473,31	\$ 5.679,70
	TOTAL	\$ 2.890,00	\$ 273,11	\$ 2.616,90	\$ 141,67	\$ 240,83	\$ 2.999,40	\$ 35.992,74

5.01.03 MPD (Materia Prima Directa)

(Sinisterra & Polanco, 2007) La materia prima directa hace referencia a todos los materiales que integran físicamente el producto terminado o que se pueden asociar fácilmente con él. Pág. 85

Por consiguiente para el presente proyecto de utilizará la siguiente Materia Prima Directa, la cual será expresada por unidades, valores mensuales y Anuales.

CAMAS NIDO

Tabla N.- 74 Materia Prima Directa Camas Nido

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

MATERIA PRIMA DIRECTA	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Madera	5	6,02 \$	30,10 \$	90,30 \$	1.083,60 \$
MDF	3	30,00 \$	90,00 \$	270,00 \$	3.240,00 \$
Pintura	1 galón	9,00 \$	9,00 \$	27,00 \$	324,00 \$
Laca	1 galón	15,00 \$	15,00 \$	45,00 \$	540,00 \$
Sellador	1 galón	15,00 \$	15,00 \$	45,00 \$	540,00 \$
Garruchas	12	2,00 \$	24,00 \$	72,00 \$	864,00 \$
Triplex	3	20,00 \$	60,00 \$	180,00 \$	2.160,00 \$
Aladeras	9	0,93 \$	8,37 \$	25,11 \$	301,32 \$
Visagras	2	0,60 \$	1,20 \$	3,60 \$	43,20 \$
TOTAL		98,55 \$	252,67 \$	758,01 \$	9.096,12 \$

JUEGOS DE SALA

Tabla N.- 75 Materia Prima Directa Juegos de Sala

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

JUEGOS DESALA					
MATERIA PRIMA DIRECTA	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Madera	10	6,02 \$	60,20 \$	240,80 \$	2.889,60 \$
Microfibra	20 metros	13,00 \$	260,00 \$	1.040,00 \$	12.480,00 \$
Esponja	3	6,00 \$	18,00 \$	72,00 \$	864,00 \$
lienzo	5 metros	3,57 \$	17,85 \$	71,40 \$	856,80 \$
Plumón	10	2,25 \$	22,50 \$	90,00 \$	1.080,00 \$
TOTAL		30,84 \$	378,55 \$	1.514,20 \$	18.170,40 \$

JUEGOS DE COMEDOR

Tabla N.- 76 Materia Prima Directa Juegos de Comedor

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

JUEGOS DE COMEDOR					
MATERIA PRIMA DIRECTA	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Madera	7	6,02 \$	42,14 \$	126,42 \$	1.517,04 \$
Tinte	2	5,58 \$	11,16 \$	33,48 \$	401,76 \$
Laca	1 galón	15,00 \$	15,00 \$	45,00 \$	540,00 \$
Sellador	1 galón	15,00 \$	15,00 \$	45,00 \$	540,00 \$
Espanja	1	6,00 \$	6,00 \$	18,00 \$	216,00 \$
Microfibra	2	14,00 \$	28,00 \$	84,00 \$	1.008,00 \$
Triplex	1	22,00 \$	22,00 \$	66,00 \$	792,00 \$
Lienzo	1	3,57 \$	3,57 \$	10,71 \$	128,52 \$
TOTAL		87,17 \$	142,87 \$	428,61 \$	5.143,32 \$

5.01.04 CIF (Costos indirectos de fabricación)

(Moreno) Menciona que los costos de producción son todos los costos que se consideran como parte del objetivo de costos, pero que no pueden ser medidos o identificados económicamente fácilmente sobre dicho objetivo. Pág. 1

Dentro del presente proyecto de utilizarán los siguientes CIF (Costos indirectos de fabricación).

CAMAS NIDO

Tabla N.- 77 Costos Indirectos de Fabricación Camas Nido

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CAMAS NIDO					
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica			5,33 \$	20,00 \$	240,00 \$
Clavos	1 libra	2,23 \$	2,23 \$	6,69 \$	80,28 \$
Cola	1 litro	3,00 \$	3,00 \$	9,00 \$	108,00 \$
Lija Disco	2	0,60 \$	1,20 \$	3,60 \$	43,20 \$
Lija de agua	4	0,27 \$	1,08 \$	3,24 \$	38,88 \$
Lija Roja	6 metros	1,00 \$	6,00 \$	18,00 \$	216,00 \$
Tinner	1 galón	5,35 \$	5,35 \$	16,05 \$	192,60 \$
TOTAL		12,45 \$	24,19 \$	76,58 \$	918,96 \$

JUEGOS DE SALA

Tabla N.- 78 Costos Indirectos de Fabricación Juego de Sala

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

JUEGOS DE SALA					
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica			5,33 \$	20,00 \$	240,00 \$
Clavos	1 libra	2,23 \$	2,23 \$	6,69 \$	80,28 \$
Cola	1 litro	3,00 \$	3,00 \$	9,00 \$	108,00 \$
Lija Disco	2	0,60 \$	1,20 \$	3,60 \$	43,20 \$
Hilo	1	5,50 \$	5,50 \$	16,50 \$	198,00 \$
Grapas	1	6,00 \$	6,00 \$	18,00 \$	216,00 \$
TOTAL		17,33 \$	17,93 \$	53,79 \$	645,48 \$

JUEGOS DE COMEDOR

Tabla N.- 79 Costos Indirectos de Fabricación Juegos de Comedor

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

JUEGOS DE COMEDOR					
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica			5,33 \$	20,00 \$	240,00 \$
Clavos	1 libra	2,23 \$	2,23 \$	6,69 \$	80,28 \$
Cola	1 litro	3,00 \$	3,00 \$	9,00 \$	108,00 \$
Lija Disco	2	0,60 \$	1,20 \$	3,60 \$	43,20 \$
Lija de agua	4	0,27 \$	1,08 \$	3,24 \$	38,88 \$
Lija Roja	6 metros	1,00 \$	6,00 \$	18,00 \$	216,00 \$
Tinner	1 galón	5,35 \$	5,35 \$	16,05 \$	192,60 \$
Plumón	1 metro	2,25 \$	2,25 \$	6,75 \$	81,00 \$
Grapas	1/2 caja	3,00 \$	3,00 \$	9,00 \$	108,00 \$
TOTAL		17,70 \$	24,11 \$	72,33 \$	867,96 \$

5.01.05 CALCULO DE INGRESOS OPERACIONALES

Una vez identificados los principales costos se procede a realizar el cálculo de los ingresos operacionales y su proyección en el tiempo de duración estándar del proyecto que es de 5 años los cuales se expresan en la siguiente tabla.

INGRESOS OPERACIONALES

Tabla N.- 80 Ingresos Operacionales Camas Nido

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CAMAS NIDO	
Costos de producción unitario	468,19 \$
Utilidad del 45%	210,69 \$
P.V.P	678,88 \$
Producción Mensual	4
Ingresos Mensuales	2.715,52 \$
Ingresos Anuales	32.586,26 \$

Tabla N.- 81 Ingresos Operacionales Juego de Sala

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

JUEGO DE SALA	
Costos de producción unitario	562,61 \$
Utilidad del 42%	236,29 \$
P.V.P	798,90 \$
Producción Mensual	5
Ingresos Mensuales	3.994,50 \$
Ingresos Anuales	47.933,95 \$

Tabla N.- 82 Ingresos Operacionales Juegos de comedor

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

JUEGOS DE COMEDOR	
Costos de producción unitario	368,65 \$
Utilidad del 45%	165,89 \$
P.V.P	534,54 \$
Producción Mensual	4
Ingresos Mensuales	2.138,15 \$
Ingresos Anuales	25.657,81 \$

INGRESOS OPERACIONALES PROYECTADOS

Tabla N.- 83 Ingresos Operacionales proyectados

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

AÑO	INGRESO ANUAL	TASA DE CRECIMIENTO DEL SECTOR 6,8%	INGRESO PROYECTADO
Año Base 2014	\$ 106.178,01		\$ 106.178,01
2015	\$ 106.178,01	1,068	\$ 113.398,11
2016	\$ 113.398,11	1,068	\$ 121.109,19
2017	\$ 121.109,19	1,068	\$ 129.344,61
2018	\$ 129.344,61	1,068	\$ 138.140,04
2019	\$ 138.140,04	1,068	\$ 147.533,57

5.02 Ingresos No Operacionales

(Guzmán, David, & Tatiana, 2005) Mencionan que los ingresos no operacionales son aquellos que no están relacionados con el objeto social del

negocio, los cuales provienen de actividades que realiza la empresa, pero no está relacionada con la razón de ser de la misma. Pág. 112

El presente proyecto no contará con ingresos no operacionales, debido a que es una microempresa recién constituida.

5.02.01 Costos

(Guzmán, David, & Tatiana, 2005) “Un costo es una inversión de recursos económicos que realiza la empresa para obtener a cambio un producto que se pueda comercializar o vender”. Pág. 33

Es decir que el costo se va ver reflejado en el producto que se vende, mientras que el gasto no.

5.02.02 Costo Directo

(Suarez, 2005) Al referirse al costo directo, menciona que es la suma de material, mano de obra y equipo necesarios para la realización de un proceso productivo. Pág. 25

Es decir que los costos directos están relacionados por el objeto principal y se puede rastrear de manera económicamente factible es decir, que se puede establecer una medición aproximadamente exacta al consumo de que de ellos hace el objeto del costo.

Dentro de los costos directos tenemos:

- Mano de Obra Directa
- Materia Prima Directa

Tabla N.- 84 Costos Indirectos

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

COSTOS DIRECTOS	
MPD	\$ 2.432,40
MDO	\$ 13.969,50
TOTAL	\$ 16.401,90

5.02.03 Costos Indirectos

(Torres, 2005) Al referirse a los costos indirectos menciona que es un costo en particular con el objeto el cual no se puede rastrear de manera económicamente factible. Pág. 27

Servicios básicos	\$	720,00
-------------------	----	--------

Tabla N.- 85 Costos indirectos Camas Nido

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CAMAS NIDO	
Clavos	\$ 80,28
Cola	\$ 108,00
Lija Disco	\$ 43,20
Lija de agua	\$ 38,88
Lija Roja	\$ 216,00
Tinner	\$ 192,60
TOTAL	\$ 678,96

Tabla N.- 86 Costos indirectos Juegos de Sala

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

JUEGOS DE SALA	
Clavos	\$ 80,28
Cola	\$ 108,00
Lija Disco	\$ 43,20
Hilo	\$ 198,00
Grapas	\$ 216,00
TOTAL	\$ 645,48

Tabla N.- 87 Costos indirectos Juegos de comedor

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

JUEGOS DE COMEDOR	
Clavos	\$ 80,28
Cola	\$ 108,00
Lija Disco	\$ 43,20
Lija de agua	\$ 38,88
Lija Roja	\$ 216,00
Tinner	\$ 192,60
Plumón	\$ 81,00
Grapas	\$ 108,00
TOTAL	\$ 679,68

5.02.04 Gastos Administrativos

(FINANCIERA) Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción.

Por lo tanto los gastos de administración se relacionan con la organización en su conjunto, frente a los gastos relacionados con los distintos departamentos.

GASTO DE PERSONAL

Tabla N.- 88 Gastos Administrativos

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CONCEPTO	SUELDO GANADO	APORTE PERSONAL	POR PAGAR TRABAJADOR	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	TOTAL COSTO NOMINA MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente General	\$ 750,00	\$ 70,88	\$ 679,13	\$ 28,33	\$ 62,50	\$ 769,96	\$ 9.239,50
Contador	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 407,48	\$ 28,33	\$ 37,50	\$ 473,31	\$ 5.679,70
Secretaria	\$ 340,00	\$ 32,13	\$ 307,87	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 364,54	\$ 4.374,44
Recepcionista	\$ 340,00	\$ 32,13	\$ 307,87	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 364,54	\$ 4.374,44
Diseñador	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 452,75	\$ 28,33	\$ 41,67	\$ 522,75	\$ 6.273,00
	\$ 2.380,00	\$ 224,91	\$ 2.155,09	\$ 141,67	\$ 198,33	\$ 2.495,09	\$ 29.941,08

MATERIAL DE ASEO Y LIMPIEZA

Tabla N.- 89 Material de limpieza y Aseo

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Escobas	5	\$ 2,22	\$ 11,09
Trapeadores	3	\$ 7,20	\$ 21,60
Recogedores	3	\$ 3,36	\$ 10,08
Desinfectante	12 litros	\$ 1,89	\$ 22,71
Cloro	12 litros	\$ 1,60	\$ 19,20
TOTAL		\$ 16,27	\$ 84,69

SUMINISTROS DE OFICINA

Tabla N.- 90 Suministros de Oficina

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CONCEPTO	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	COSTO ANUAL
Resma de Papel Bond	12	\$ 3,90	\$ 46,80
Ordenes de Compra	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Ordenes de Producción	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Block de Facturas	3	\$ 15,68	\$ 47,04
grapadora	4	\$ 6,25	\$ 25,00
perforadora	4	\$ 8,58	\$ 34,32
Lápices	48	\$ 0,30	\$ 14,40
Lapices Bicolores	48	\$ 0,60	\$ 28,80
Marcadores	12	\$ 1,20	\$ 14,40
Esferos	48	\$ 0,45	\$ 21,60
Cuadernos	12	\$ 1,15	\$ 13,80
TOTAL		\$ 58,11	\$ 561,26

SERVICIOS BÁSICOS

Tabla N.- 91 Servicios Básicos

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CONCEPTO	CANTIDAD MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	\$ 20,00	\$ 240,00
Energía eléctrica	\$ 35,00	\$ 420,00
Teléfono	\$ 40,00	\$ 480,00
Internet	\$ 49,00	\$ 588,00
TOTAL		\$ 1.728,00

5.02.05 Costo De Ventas

(Urbina, 2001) Al referirse a los costos de ventas menciona que son todas las actividades que se realizan dentro del departamento de mercadotecnia. Pág. 166

PERSONAL

Tabla N.- 92 Gasto de Ventas Personal

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CONCEPTO	SUELDO GANADO	APORTE PERSONAL	POR PAGAR TRABAJADOR	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	TOTAL COSTO NOMINA MENSUAL	TOTAL ANUAL
Vendedor	\$ 340,00	\$ 32,13	\$ 307,87	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 364,54	\$ 4.374,44
	\$ 340,00	\$ 32,13	\$ 307,87	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 364,54	\$ 4.374,44

GASTO DE VENTAS

Tabla N.- 92 Gasto de Ventas

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible		\$ 100,00	\$ 1.200,00
Pagina Web		\$ 200,00	\$ 200,00
Tarjetas de Presentación	1000	\$ 36,00	\$ 108,00
Roll Up	2	\$ 50,00	\$ 99,99
Etiquetas	1000	\$ 54,99	\$ 109,98
TOTAL		\$ 440,99	\$ 1.717,98

Una vez identificado los gastos administrativos se realiza la proyección para el primer lustro de actividades del proyecto estos valores se detallan en la siguiente tabla.

PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

Tabla N.- 93 Proyección de los costos y Gastos

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

PROYECCION DE COSTOS Y GASTOS								
PROYECCION DE LOS COSTOS DE PRODUCCION								
DESCRIPCION	2014 AÑO BASE	INFLACION	VALOR PARA LA PROYECCION	2015	2016	2017	2018	2019
MOD	\$ 13.969,50	4,15%	1,0415	\$ 14.549,23	\$ 15.153,03	\$ 15.781,88	\$ 16.436,83	\$ 17.118,95
MPD	\$ 2.432,40	4,15%	1,0415	\$ 2.533,34	\$ 2.638,48	\$ 2.747,98	\$ 2.862,02	\$ 2.980,79
CIF	\$ 2.724,12	4,15%	1,0415	\$ 2.837,17	\$ 2.954,91	\$ 3.077,54	\$ 3.205,26	\$ 3.338,28
TOTAL PROYECCION DE COSTOS DE PRODUCCION				\$ 19.919,75	\$ 20.746,42	\$ 21.607,40	\$ 22.504,10	\$ 23.438,02

GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS

Tabla N.- 94 Gastos Administrativos Proyectados

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CONCEPTO	INFLACIÓN 2014 4.15%	AÑO (BASE) 2014	2015	2016	2017	2018	2019
RENUNERACIONES							
Gerente General	1,0415	\$ 9.239,50	\$ 9.622,94	\$ 10.022,29	\$ 10.438,22	\$ 10.871,40	\$ 11.322,57
Contador	1,0415	\$ 5.679,70	\$ 5.915,41	\$ 6.160,90	\$ 6.416,57	\$ 6.682,86	\$ 6.960,20
Secretaria	1,0415	\$ 4.374,44	\$ 4.555,98	\$ 4.745,05	\$ 4.941,97	\$ 5.147,06	\$ 5.360,67
Recepcionista	1,0415	\$ 4.374,44	\$ 4.555,98	\$ 4.745,05	\$ 4.941,97	\$ 5.147,06	\$ 5.360,67
Diseñador	1,0415	\$ 6.273,00	\$ 6.533,33	\$ 6.804,46	\$ 7.086,85	\$ 7.380,95	\$ 7.687,26
TOTAL RENUNERACIONES		\$ 29.941,08	\$ 31.183,63	\$ 32.477,76	\$ 33.825,58	\$ 35.229,34	\$ 36.691,36
OTROS GASTOS							
Material de limpieza	1,0415	\$ 84,69	\$ 88,20	\$ 91,86	\$ 95,67	\$ 99,64	\$ 103,78
Suministros de oficina	1,0415	\$ 561,26	\$ 584,56	\$ 608,82	\$ 634,08	\$ 660,40	\$ 687,80
Servicios básicos	1,0415	\$ 1.728,00	\$ 1.799,71	\$ 1.874,40	\$ 1.952,19	\$ 2.033,20	\$ 2.117,58
TOTAL OTROS GASTOS		\$ 2.373,95	\$ 2.472,47	\$ 2.575,08	\$ 2.681,94	\$ 2.793,24	\$ 2.909,16
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 32.315,03	\$ 33.656,10	\$ 35.052,83	\$ 36.507,53	\$ 38.022,59	\$ 39.600,52

COSTOS Y GASTOS DE VENTAS PROYECTADO

Tabla N.- 95 Costo y Gasto de ventas proyectado

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CONCEPTO	INFLACIÓN 2014 4.15%	AÑO (BASE) 2014	2015	2016	2017	2018	2019
RENUMERACIONES							
Vendedor	1,0415	\$ 4.374,44	\$ 4.555,98	\$ 4.745,05	\$ 4.941,97	\$ 5.147,06	\$ 5.360,67
TOTAL RENUMERACIONES		\$ 4.374,44	\$ 4.555,98	\$ 4.745,05	\$ 4.941,97	\$ 5.147,06	\$ 5.360,67
OTROS GASTOS							
Combustible	1,0415	\$ 1.200,00	\$ 1.249,80	\$ 1.301,67	\$ 1.355,69	\$ 1.411,95	\$ 1.470,54
Pagina Web	1,0415	\$ 200,00	\$ 208,30	\$ 216,94	\$ 225,95	\$ 235,32	\$ 245,09
Tarjetas de Presentación	1,0415	\$ 108,00	\$ 112,48	\$ 117,15	\$ 122,01	\$ 127,08	\$ 132,35
Roll Up	1,0415	\$ 99,99	\$ 104,14	\$ 108,47	\$ 112,97	\$ 117,65	\$ 122,54
Etiquetas	1,0415	\$ 109,98	\$ 114,55	\$ 119,30	\$ 124,25	\$ 129,41	\$ 134,78
TOTAL OTROS GASTOS		\$ 1.717,98	\$ 1.789,27	\$ 1.863,53	\$ 1.940,86	\$ 2.021,41	\$ 2.105,30
TOTAL GASTOS DE VENTAS		\$ 6.092,42	\$ 6.345,25	\$ 6.608,58	\$ 6.882,84	\$ 7.168,47	\$ 7.465,97

5.02.06 Costos Financieros

(Urbina, 2001) Menciona que los costos financieros son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos. Pág. 165

5.02.07 Costos Fijos Y Variables

Los costos fijos son gastos de la actividad que no dependen del nivel de bienes y servicios producidos por la empresa, los cuales cambian con el tiempo, pero no varían con la cantidad de producción.

Mientras que los costos variables son los gastos que cambian en proporción a la actividad de la empresa.

Por lo consiguiente tanto los costos fijos como variables constituyen los dos componentes del costo total, los costos variables se denominan a veces a nivel de unidad producida, ya que los costos variables varían según el número de unidades producidas. (Fernandez, 2007)

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PROYECTADOS

Tabla N.- 96 Costos fijos y variables proyectados

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CONCEPTO	2015	2016	2017	2018	2019
COSTOS FIJOS					
Depreciaciones	\$ 8.120,01	\$ 8.120,01	\$ 8.120,01	\$ 2.800,00	\$ 7.056,34
Amortizaciones de inversión diferida	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Sueldos Administrativos	\$ 31.183,63	\$ 32.477,76	\$ 33.825,58	\$ 35.229,34	\$ 36.691,36
Sueldos de Ventas	\$ 4.555,98	\$ 4.745,05	\$ 4.941,97	\$ 5.147,06	\$ 5.360,67
Servicios Básicos	\$ 1.799,71	\$ 1.874,40	\$ 1.952,19	\$ 2.033,20	\$ 2.117,58
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 45.859,33	\$ 47.417,22	\$ 49.039,75	\$ 45.409,61	\$ 51.425,95
COSTOS VARIABLES					
MPD	\$ 33.754,85	\$ 35.155,67	\$ 36.614,64	\$ 38.134,14	\$ 39.716,71
MOP	\$ 14.549,23	\$ 15.153,03	\$ 15.781,88	\$ 16.436,83	\$ 17.118,95
CIF	\$ 2.837,17	\$ 2.954,91	\$ 3.077,54	\$ 3.205,26	\$ 3.338,28
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 51.141,25	\$ 53.263,62	\$ 55.474,06	\$ 57.776,23	\$ 60.173,94
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLE	\$ 97.000,59	\$ 100.680,83	\$ 104.513,81	\$ 103.185,84	\$ 111.599,89

5.03 Inversiones

(Pascual & Subias, 1998) Al referirse a la inversión menciona que es establecer un monto de recursos financieros que se destinan al cumplimiento de un objetivo con el fin de recibir utilidades futuras que superen el valor actual de un bien. Pág. 31

Por consiguiente las inversiones se usan en determinados recursos, con el objetivo de tener compensación a largo plazo. (Wilson & Alfredo, 2005) Pág. 118

5.03.01 Inversión Fija

(Wilson & Alfredo, 2005) Corresponde a los bienes que sirven para elaborar un producto o un servicio garantizando el proyecto, los cuales son usados hasta el cumplimiento de su vida útil. Pág. 32

La inversión fija está compuesta por dos grupos:

- Bienes Físicos
- Intangible

5.03.01.01 Activos Fijos

(Jouve & Arias) Son denominados tangibles, y están formados por los bienes destinados a asegurar la vida del proyecto estos bienes no se destinan a la venta y se consumen en largos periodos de tiempo, a excepción del terreno que sufre un aumento en su valor por la plusvalía, mientras que el resto de activos sufren una depreciación por su uso.

Pág. 13

5.03.01.02 Activos Nominales (Diferidos)

(Romero, 2010) “Los activos nominales son los que se deben realizar para llevar a cabo la constitución y operación de la empresa”. Pág. 74

5.03.02 Capital De Trabajo

(Wilson & Alfredo, 2005) Es el dinero en efectivo que la empresa requiere para adquirir bienes y servicios necesarios para la operación normal durante un ciclo productivo, para una capacidad utilizada y un tamaño determinado. Pág. 119

Tabla N.- 97 Cuadro de Inversiones

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

CONCEPTO	USO DE FONDOS	RECURSO PROPIO	RECURSO FINANCIADO
ACTIVOS FIJOS			
Terreno	\$ 19.200,00	\$ 19.200,00	
Construcción	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	
Vehículo	\$ 14.000,00	\$ 6.000,00	\$ 8.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 5.107,50	\$ 3.977,50	\$ 2.130,00
Muebles y Enseres	\$ 1.174,20	\$ 1.174,20	\$ -
Equipos de Seguridad	\$ 245,00	\$ 245,00	\$ -
Equipos de Computación	\$ 3.191,00	\$ 1.139,50	\$ 2.051,50
Materiales de oficina	\$ 209,03	\$ 209,03	\$ -
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 58.126,73	\$ 46.945,23	\$ 12.181,50
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
TOTAL D ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ -
CAPITAL DE TRABAJO			
Costos de Producción	\$ 8.424,34	\$ 8.424,34	
Gastos Administrativos	\$ 2.713,47	\$ 2.713,47	
Gastos de ventas	\$ 805,53	\$ 805,53	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 11.943,33	\$ 11.943,33	\$ -
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 71.070,06	\$ 59.888,56	\$ 12.181,50
PARTICIPACIÓN	100%	84,00%	16%

5.03.03 Fuentes De Financiamiento Y Uso De Fondos

La fuentes del financiamiento corresponden a la manera como será financiado el proyectos en donde los recursos pueden ser: Propios, Familiares, Instituciones Financiera entre otras.

5.03.04 Depreciaciones (Tabla De Depreciaciones)

(Palacios, 2006) La depreciación es la pérdida del valor de un activo físico con el motivo del uso. Pág. 127

Tabla N.- 98 Depreciaciones

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

DEPRECIACIONES							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019
Construcción	\$ 15.000,00	5	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Vehículo	\$ 14.000,00	5	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00
Maquinaria y Equipo	\$ 5.107,50	5	\$ 1.021,50	\$ 1.021,50	\$ 1.021,50	\$ 1.021,50	\$ 1.021,50
Muebles y Enseres	\$ 1.174,20	5	\$ 234,84	\$ 234,84	\$ 234,84	\$ 234,84	\$ 234,84
Equipo de Computación	\$ 3.191,00	3	\$ 1.063,67	\$ 1.063,67	\$ 1.063,67	\$ 1.063,67	\$ 1.063,67
TOTAL DEPRECIACIONES			\$ 8.120,01				

5.03.05 Amortizaciones De Financiamiento (Tabla De Amortizaciones)

(Francisco, 2013) Corresponde a la forma de distribuir el tiempo en costo de adquisición. Pág. 6

Tabla N.- 99 Cuadro del financiamiento

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

MONTO	\$ 12.181,50
INTERES	10,50%
PLAZO	3 AÑOS
PERIODOS	6

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Tabla N.- 100 Tabla de amortización del préstamo

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

AÑOS	PERIODO	CAPITAL (MONTO)	INTERES	CUOTA DE PAGO	CAPITAL PAGADO	SALDO
2014(AÑO BASE)	0	\$ 12.181,50				\$ 12.181,50
2015	1	\$ 12.181,50	\$ 639,53	\$ 2.030,25	\$ 2.669,78	\$ 10.151,25
	2	\$ 10.151,25	\$ 532,94	\$ 2.030,25	\$ 2.563,19	\$ 8.121,00
2016	3	\$ 8.121,00	\$ 426,35	\$ 2.030,25	\$ 2.456,60	\$ 6.090,75
	4	\$ 6.090,75	\$ 319,76	\$ 2.030,25	\$ 2.350,01	\$ 4.060,50
2017	5	\$ 4.060,50	\$ 213,18	\$ 2.030,25	\$ 2.243,43	\$ 2.030,25
	6	\$ 2.030,25	\$ 106,59	\$ 2.030,25	\$ 2.136,84	\$ -
Cuota de pago			2.030,25			

5.03.05.01 Amortizaciones del Diferido

Tabla N.- 101 Amortización del diferido

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019
Gasto Constitución	1000,00	5	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL AMORTIZACION DEL DIFERIDO			\$ 200,00				

5.03.06 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales. (Chico, 2013)

DECOARTMUEBLESCIA. LTDA.
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja Bancos	\$ 11.943,33	Cuentas por pagar	\$ -
Cuentas por cobrar	-	Documentos por pagar	\$ -
Inventarios	-	TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 11.943,33	Pasivo Largo Plazo	
ACTIVO NO CORRIENTE		Préstamo Largo Plazo	\$ 12.181,50
Terreno	\$ 19.200,00	TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 12.181,50
Construcción	\$ 15.000,00	TOTAL PASIVO	\$ 12.181,50
Vehículo	\$ 14.000,00		
Maquinaria y Equipo	\$ 5.107,50	PATRIMONIO	
Muebles y Enseres	\$ 1.174,20	Capital	\$ 58.643,56
Materiales de Oficina	\$ 209,03	TOTAL PATRIMONIO	\$ 58.643,56
Equipos de Computación	\$ 3.191,00		
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 57.881,73		
OTROS ACTIVOS			
Gastos Constitución	\$ 1.000,00		
TOTAL DE OTROS ACTIVOS	\$ 1.000,00		
TOTAL ACTIVO	\$ 70.825,06	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 70.825,06

5.03.07 Estado De Resultados Proyectado (a 5 Años)

(Slideshare, 2012) El estado de resultados también es conocido como estado de pérdidas y ganancias el cual muestra de forma detallada los ingresos los gastos la ganancia o la pérdida los cuales han sido generados en una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

Tabla N.- 102 Estado de resultados Proyectado

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

**EMPRESA DECOART MUEBLES CIA LTDA
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO
DEL 2015 AL 2019**

DESCRIPCION	2014 (AÑO BASE)	2105	2016	2017	2018	2019
VENTAS	\$ 106.178,01	\$ 113.398,11	\$ 121.109,19	\$ 129.344,61	\$ 138.140,04	\$ 147.533,57
(-) Costos de producción		\$ 19.919,75	\$ 20.746,42	\$ 21.607,40	\$ 22.504,10	\$ 23.438,02
(-) Gastos Administrativos		\$ 33.656,10	\$ 35.052,83	\$ 36.507,53	\$ 38.022,59	\$ 39.600,52
(-) Gastos de Ventas		\$ 6.345,25	\$ 6.608,58	\$ 6.882,84	\$ 7.168,47	\$ 7.465,97
(-) Depreciaciones		\$ 8.120,01	\$ 8.120,01	\$ 8.120,01	\$ 8.120,01	\$ 8.120,01
(-) Amortización del Diferido		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 45.157,00	\$ 50.381,35	\$ 56.026,85	\$ 62.124,87	\$ 68.709,05
(+/-) Otros ingresos o gastos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 45.157,00	\$ 50.381,35	\$ 56.026,85	\$ 62.124,87	\$ 68.709,05
(-) 15% Partipación de los trabajadores		\$ 6.773,55	\$ 7.557,20	\$ 8.404,03	\$ 9.318,73	\$ 10.306,36
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 38.383,45	\$ 42.824,14	\$ 47.622,82	\$ 52.806,14	\$ 58.402,69
(-) 22% Impuesto a la renta		\$ 8.444,36	\$ 9.421,31	\$ 10.477,02	\$ 11.617,35	\$ 12.848,59
(=) UTILIDAD NETA		\$ 29.939,09	\$ 33.402,83	\$ 37.145,80	\$ 41.188,79	\$ 45.554,10

5.03.08 FLUJO DE CAJA

(Guzmán, David, & Tatiana, 2005) Al referirse al flujo de caja mencionan que es un estado financiero que muestra los conceptos por el cual varía la caja en un periodo determinado, el cual sirve para estudiar la liquidez de la empresa Pág. 157

Tabla N.- 103 Flujo de Caja Proyectado

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

EMPRESA DECO ART MUEBLES CIA LTDA
FLUJO DE CAJA PROYECTADO
DEL 2015 AL 2019

DESCRIPCION	2014 (AÑO BASE)	2105	2016	2017	2018	2019
VENTAS		\$ 113.398,11	\$ 121.109,19	\$ 129.344,61	\$ 138.140,04	\$ 147.533,57
(-) COSTOS DE PRODUCCION		\$ 19.919,75	\$ 20.746,42	\$ 21.607,40	\$ 22.504,10	\$ 23.438,02
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 33.656,10	\$ 35.052,83	\$ 36.507,53	\$ 38.022,59	\$ 39.600,52
(-) GASTOS DE VENTAS		\$ 6.345,25	\$ 6.608,58	\$ 6.882,84	\$ 7.168,47	\$ 7.465,97
(-) DEPRECIACIONES		\$ 8.120,01	\$ 8.120,01	\$ 8.120,01	\$ 8.120,01	\$ 8.120,01
(-) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 45.157,00	\$ 50.381,35	\$ 56.026,85	\$ 62.124,87	\$ 68.709,05
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 45.157,00	\$ 50.381,35	\$ 56.026,85	\$ 62.124,87	\$ 68.709,05
(-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		\$ 6.773,55	\$ 7.557,20	\$ 8.404,03	\$ 9.318,73	\$ 10.306,36
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 38.383,45	\$ 42.824,14	\$ 47.622,82	\$ 52.806,14	\$ 58.402,69
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 8.444,36	\$ 9.421,31	\$ 10.477,02	\$ 11.617,35	\$ 12.848,59
(=) UTILIDAD NETA		\$ 29.939,09	\$ 33.402,83	\$ 37.145,80	\$ 41.188,79	\$ 45.554,10
(+) DEPRECIACIONES		\$ 8.120,01	\$ 8.120,01	\$ 8.120,01	\$ 8.120,01	\$ 8.120,01
(+) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
(-) AMORTIZACION DE LA DEUDA		\$ (5.232,97)	\$ (4.806,62)	\$ (4.380,26)		
(-) COMPRA DE ACTIVO FIJO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ (3.000,00)	\$ -
(-) INVERSION	\$ (56.881,73)					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	\$ (11.943,33)					
DEUDA	\$ 12.181,50					
DEPOSITO DE GARANTIA	0					
(+) VALOR DE DESECHO						\$ -
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	\$ (56.643,56)	\$ 33.026,13	\$ 36.916,22	\$ 41.085,54	\$ 46.508,80	\$ 53.874,11

5.04 Evaluación

5.04.01 Tasa De Descuento

(Urbina G. V., 2001) Al referirse a la TASA DE DESCUENTO menciona que es una medida financiera que se aplica para determinar el valor futuro a valor actual.

CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO

Tabla N.- 104 Tasa de descuento

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

TASA ACTIVA	10,21%
(+) TASA PASIVA	4,98%
TASA DE DESCUENTO	15,19%

Para el presente proyecto se manejará una Tasa de Descuento del 15.19% la cual comprende de la tasa activa que es el 10,21%, el cual es muy importante ya que nos permite conocer el porcentaje que el Banco nos cobra por realizar inversiones, mientras que el 4,98% corresponde al porcentaje que el Banco pagará por el uso de nuestro dinero.

5.04.02 VAN (VALOR ACTUAL NETO)

(Fernandez, 2007) “Es el valor actual neto (VAN) es uno de los métodos financieros que sí se toma en cuenta los flujos de efectivo en función del tiempo.

Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo.

La Tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos de inversión no deben efectuarse. Pág. 130

CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Tabla N.- 105 Valor Actual Neto

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

TASA DE DESCUENTO	15,19%
INVERSION	\$ (70.825,06)
AÑO 2015	\$ 33.026,13
2016	\$ 36.916,22
2017	\$ 41.085,54
2018	\$ 46.508,80
2019	\$ 53.874,11
VPN	\$ 56.888,77

Criterios

- Si el valor del VAN > que 1 el proyecto es viable
- Si el valor del VAN < que 1 el proyecto no es viable
- Mientras el VAN es mucho más alto el proyecto es viable

Análisis

Una vez realizados los cálculos el resultado del VAN es de **\$ 56.888,77** por lo tanto el proyecto es viable.

5.04.03 TIR (TASA INTERNA DE RENDIMIENTO)

(Saúl, 2007) Menciona que la TIR dentro de un proyecto de inversión es la tasa de descuento a la que el VAN sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos. Pág. 132

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR)

Tabla N.- 106 Calculo de la tasa interna de retorno

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

INVERSION	\$ (70.825,06)
AÑO 2015	\$ 33.026,13
2016	\$ 36.916,22
2017	\$ 41.085,54
2018	\$ 46.508,80
2019	\$ 53.874,11
TIR	46,56%

Criterios

- Si la TIR es $>$ que la TMAR el proyecto es viable
- Si la TIR es $<$ que la TMAR el proyecto es viable

Análisis

Realizados los cálculos correspondiente de la TIR nos da como resultado el **46,56 %** en este sentido vemos que el proyecto es rentable en consideración con la TMAR.

5.04.04 PRI Periodo De Recuperación De La Inversión

(Ketelhonhn, 2004) Es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto. Pág. 52

CALCULO DEL PERIODO DE LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSION

Tabla N.- 107 Periodo de la recuperación de la inversión

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

AÑOS	FLUJOS ACTUALES	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
2015	\$ 33.056,21	0,87	\$ 28.697,12	28697,12
2016	\$ 36.978,63	0,75	\$ 27.868,99	56566,11
2017	\$ 41.182,62	0,65	\$ 26.944,47	83510,58
2018	\$ 49.643,04	0,57	\$ 28.196,76	
2019	\$ 54.048,13	0,49	\$ 26.650,59	

INVERSIÓN \$(70,825.06)

$$\begin{array}{r} 83510,58 \\ 12748,86 \end{array} \begin{array}{l} \nearrow \\ \searrow \end{array} \begin{array}{l} 12 \\ \\ \end{array} = 1.83$$

$$0,83 \times 3 = 24,9$$

Periodo de recuperación de la inversión 2 años mes 24 días.

Análisis

De los cálculos realizados se desprende que la inversión corresponde a 2 años 1 mes 24 días.

5.04.05 RCB (Relación Costo Beneficio)

(Miniño, 1994) Esta razón indica el retorno en dinero obtenido po cada unidad monetaria invertida. Pág. 43

CÁLCULO RELACION COSTO BENEFICIO

Tabla N.- 108 Relación Costo Beneficio

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

AÑOS	
2015	\$ 28.671,00
2016	\$ 27.821,96
2017	\$ 26.880,95
2018	\$ 26.416,54
2019	\$ 26.564,78
SUMATORIA	\$ 136.355,24
RC/B=	1,93

INVERSIÓN \$ (70,825.06)

RCB= SUMATORIA DE LOS FJUIOS ACTUALIZADOS/INVERSIÓN

RCB= 136.355,24 / 70825.06

RCB= 1.95

Análisis

De los calculos realizados se desprende que por cada dólar invertido se posee \$ 0.95 dólares.

5.04.06 Punto De Equilibrio

(Cueva, 2004) Al referirse al punto de Equilibrio menciona que cumple con dos objetivos , el cual ayuda a conocer el comportamienro de los costos y los gastos e indica

cual debe ser el nivel de ventas en una empresa para que esta no pierda ni gane dinero. Pág.

37

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla N.- 109 Calculo Punto de Equilibrio

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

VENTAS	\$ 113.398,11	\$ 121.109,19	\$ 129.344,61	\$ 138.140,04	\$ 147.533,57
COSTOS FIJOS	\$ 45.859,33	\$ 47.417,22	\$ 49.039,75	\$ 45.409,61	\$ 51.425,95
COSTOS VARIABLES	\$ 51.141,25	\$ 53.263,62	\$ 55.474,06	\$ 57.776,23	\$ 60.173,94
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 83.530,75	\$ 84.643,11	\$ 85.866,79	\$ 78.056,10	\$ 86.848,52

FORMULA PUNTO DE EQUILIBRIO DE CANTIDAD DE PRODUCTOS

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

$$PE = \frac{45,859.33}{2,012.32 - 1,399.45}$$

$$PE = \frac{45,859.33}{612.87} = 74 \text{ u}$$

FORMULA PUNTO DE EQUILIBRIO VALORES MONETARIOS

$$\text{Punto de Equilibrio Global} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Netas}}}$$

$$\text{PE} = \frac{\$ 45.859,33}{1 - \frac{\$ 51.141,25}{\$ 113.398,11}}$$

$$\text{PE} = \$ 83.530,75$$

GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

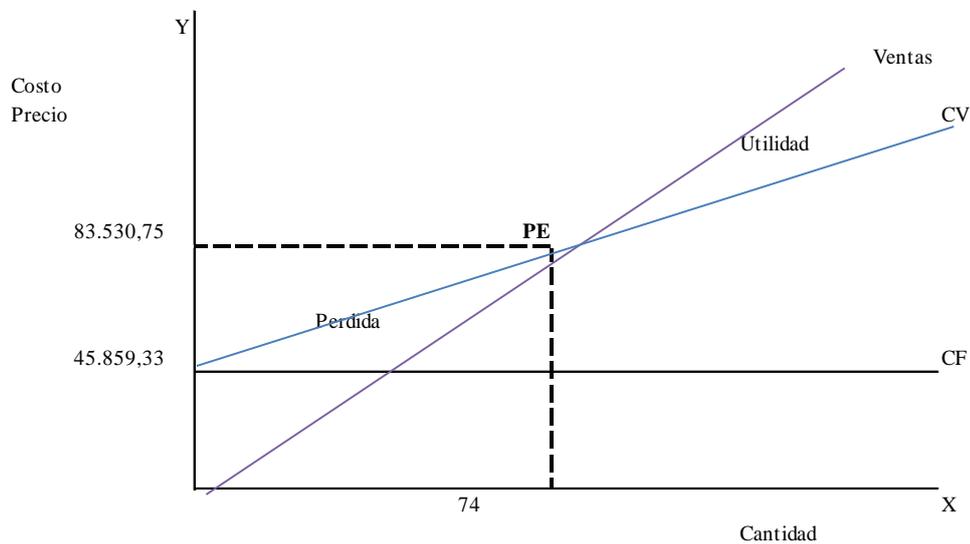


Figura N.- 40 Punto de Equilibrio

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Barrera

Análisis

De los cálculos realizados se desprende que se deberá producir 74 unidades las cuales representan \$83.530,75 permitiendo cubrir los costos y gastos, para no perder ni ganar.

5.04.07 Análisis De Índices Financieros

5.04.07.01 ÍNDICES DE LIQUIDEZ

Capital de Trabajo

Representa la inversión neta de recursos circulantes, producto de las decisiones de inversión y financiamiento a corto plazo.

$$\begin{aligned} \text{CAPITAL DE TRABAJO} &= \text{ACTIVO CIRCULANTE-PASIVO CIRCULANTE} \\ &= 11743,33-0 \\ &= \text{\$ 11.943,33} \end{aligned}$$

Análisis

Mediante los resultados obtenidos nos indica que se dispone de \$ 11.943,33 es decir que cuenta con el capital para la ejecución.

5.04.07.02 RAZONES DE APALANCAMIENTO

Razón de Endeudamiento

Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda por lo cual se acostumbra a presentar en forma de porcentajes.

$$\begin{aligned} \text{RAZON DE ENDEUDAMIENTO} &= \text{TOTAL PASIVO} / \text{TOTAL ACTIVO} \\ &= 12181.50 / 70625.06 \\ &= 0.17 \\ &= \mathbf{17.00\%} \end{aligned}$$

Análisis

Para el presente proyecto se determina que los resultados obtenidos son del 17% los cuales se encuentra dentro de los parámetros establecidos, para el endeudamiento.

Razón de Apalancamiento Externo

Mide la relación entre la utilización del endeudamiento como mecanismo de financiación y la utilización de los fondos de los propietarios. Indica cuantas

unidades monetarias han venido de afuera del negocio, por cada unidad provista por los propietarios.

RAZON DE APALANCAMIENTO	TOTAL PASIVO/ TOTAL PATRIMONIO
EXTERNO	=
	12181.50/58443.56
	0.21
	21.00%

Análisis

El financiamiento externo es del 21% lo que representa para el presente proyecto que las unidades monetarias obtenidas fuera del negocio se encuentran dentro del margen establecido.

Razón de Apalancamiento Interno

Representa exactamente lo opuesto a la anterior, es decir, cuántas unidades monetarias han sido aportadas al financiamiento de la inversión por los accionistas, por cada unidad tomada de terceros.

RAZON DE APALANCAMIENTO	TOTAL PATRIMONIO/TOTAL PASIVO
INTERNO	=
	58443.56/12181.50
	4.80
	48.00%

Análisis

De los datos obtenidos representa que el 48% de unidades monetarias han sido aportadas por los accionistas de la empresa aportando al financiamiento de la misma.

5.04.07.03 RAZONES DE ACTIVIDAD O GERENCIA

Margen de utilidad Bruta

Mide de forma porcentual, la porción del ingreso que permite cubrir todos los gastos diferentes al costo de ventas.

$$\begin{aligned} \text{MARGEN DE UTILIDAD BRUTA} &= \text{UTILIDAD BRUTA/VENTAS} \\ &= 35171,99/103159,42 \\ &= 0.34 \\ &= \mathbf{34.00\%} \end{aligned}$$

Análisis

La utilidad Bruta representa el 34% de lo cual podemos inferir que la utilidad bruta después de descontar los costos de ventas.

Margen de utilidad Neta

Mide el porcentaje que está quedando a los propietarios por operar la empresa

$$\begin{aligned} \text{MARGEN DE UTILIDAD NETA} &= \text{UTILIDAD NETA/VENTAS} \\ &= 23319,03/103159,42 \\ &= 0.23 \\ &= \mathbf{23.00\%} \end{aligned}$$

Análisis

Como podemos observar las ventas del presente proyecto representan el 23% de utilidad respectivamente, en donde las ventas pueden cubrir los costos y gastos.

Margen de utilidad Operacional

En las finanzas modernas, este es uno de los indicadores de mayor relevancia, porque permite medir si las empresas están generando suficiente utilidad para cubrir sus actividades de financiamiento.

$$\begin{aligned}
 \text{MARGEN DE UTILIDAD} & & \text{UTILIDAD OPERACIONAL/VENTAS} \\
 \text{OPERACIONAL} & = & \\
 & & 35171,99/103159,42 \\
 & & 0.34 \\
 & & \mathbf{34\%}
 \end{aligned}$$

Análisis

Podemos observar que el presente proyecto genera una utilidad operacional de 34% el cual representa la utilización de la materia prima, así como los gastos para la misma.

RENDIMIENTOS SOBRE ACTIVOS (ROA)

Da una idea del rendimiento que se está obteniendo sobre la inversión.

$$\begin{aligned} \text{ROA} &= \text{UTILIDAD NETA/ ACTIVO TOTAL} \\ &= 23319,03/70625,06 \\ &= 0.33 \\ &= \mathbf{33.00\%} \end{aligned}$$

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos, indica que la empresa cuenta con en 33% con respecto a los activos fijos porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros para el rendimiento de la inversión.

RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO (ROE)

Mide la rentabilidad que está obteniendo los inversionistas.

$$\begin{aligned} \text{ROE} &= \text{UTILIDAD NETA/PATRIMONIO} \\ &= 23319,03/58443,56 \\ &= 0.40 \\ &= \mathbf{40.00\%} \end{aligned}$$

Análisis

Como se puede observar el rendimiento sobre el patrimonio es del 40% es decir que la empresa utiliza el porcentaje señalado para la generación de utilidades.

RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN (ROI)

Porcentaje que se calcula en función de la inversión y los beneficios obtenidos, para obtener el ratio de retorno de inversión.

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \text{UTILIDAD NETA/INVERSION} \\ &= 23319,03/70625,06 \\ &= 0.33 \\ &= \mathbf{33.00\%} \end{aligned}$$

Análisis

Mediante los datos obtenidos nos indica que se ha obtenido de la inversión el 40% de dinero invertido, cumpliendo con los parámetros establecidos.

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.01 Impacto Ambiental

Dentro del presente proyecto se ha considerado de gran importancia para la elaboración y producción de muebles, en donde se emplean materiales y residuos que afectan a los componentes del suelo, aire y audición.

Por lo tanto los niveles de manejo de los residuos, serán manejados con alta responsabilidad, tratando de disminuir la contaminación, así mismo la utilización de la energía eléctrica para la maquinaria.

En el proceso productivo para la elaboración de muebles, emite partículas de polvo, perjudicando al aire, entorno y salud de los empleados, en donde se entregarán los equipos necesarios al personal de producción.

6.02 Impacto Económico

El arte de la carpintería ha ido evolucionado durante siglos, contribuyendo a un importante desarrollo en el Sector, lo que se desea con el presente proyecto es producir nuevos diseños en muebles, utilizando tecnología que nos permitan otorgar un valor agregado en los productos.

Dentro del presente proyecto se ha manejado una inversión, que permita la ejecución del mismo, en donde los indicadores son favorables y es aconsejable invertir en la empresa.

Por lo tanto si el impacto que genere la rentabilidad permite establecer la viabilidad del proyecto, logrando comprobar que el invertir en el presente proyecto tenga un nivel de ganancia para la empresa.

6.03 Impacto Productivo

En la actualidad la madera es el material más antiguo que dispone la humanidad en la actualidad, a pesar de la disponibilidad de materiales metales, químicos y minerales la madera se ha convertido como importante materia prima.

Dentro de la contemplación se destaca que es utilizada dentro del proceso productivo de la elaboración de muebles en Aserraderos.

Los contrachapados y tableros también son utilizados en alguna actividad productiva del país.

6.04 Impacto Social

Dentro del presente proyecto se ha considerado que al ponerlo en marcha se empleará talento humano en cada una de las áreas, por lo que los mismos percibirán un ingreso, el que permitirá mejorar la calidad de vida de las familias, es de mucha importancia que las personas que formen parte de DECOART MUEBLES CIA. LTDA. Tengan una actitud emprendedora que permita direccionar de una mejor manera el desarrollo de la empresa.

El presente proyecto permitirá generar empleo, mejorando la calidad de vida.

CAPITULO VII

7.01 Conclusiones

- Se concluye que el entorno actual en el que se encuentra la parroquia de Guayllabamba es favorable para la ejecución del proyecto, debido a la capacidad física.
- Los productos que ofrecerá **DECOART MUEBLES CIA. LTD.** están basados a una línea contemporánea es decir que debido a que en la actualidad, existen varios tipos de estilos y modelos, las personas tienden a perfeccionar el producto, dando como resultado estilos exclusivos del cliente.

- Dentro del estudio de mercado se conoció que a las personas les gustaría adquirir modelos de muebles con diseños de su exclusividad, ya sea en tamaño, color y estilo.
- La ubicación de la empresa fue analizada por varios factores que beneficiaron a las instalaciones, permitiéndonos conocer cuáles serán los valores a invertir en adquisición de activos.
- El estudio financiero fue de mucha importancia, ya que nos permitió conocer la viabilidad del proyecto, que es lo que la empresa necesitará para cubrir la inversión, el tiempo en el cual recuperaremos la inversión y cuál es el nivel de rentabilidad.
- Los impactos que el proyecto genera en los ámbitos sociales, económicos y productivos son positivos, mientras que se el impacto ambiental es negativo debido a los procesos productivos.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda poner en marcha la elaboración de Muebles de Estilo Contemporáneo, ofreciendo productos de calidad e innovadores que permitan a los clientes implementar en su hogar.
- Ampliar los puntos de venta en otras provincias, las cuales permitan obtener más ingresos.
- Entregar a los clientes productos de calidad ya sea en el producto y en el tiempo de entrega del mismo.

- Establecer Normas de cobranza hacia los clientes que realicen su compra a crédito.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrea, Zambrano, M., & Yaguana, J. (2009). IMPLEMENTACION DE UNA FARICA COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE UNA LINEA CONTEMPORANEA DE MUEBLES. GUAYAQUIL, ECUADOR.
- Camino, J. R., & Rua, M. d. (2012). *Dreccion de Marketing Fundamentos y Aplicaciones*. España: Esic Editorial.
- Chico, A. (04 de 2013). *Blogspot*. Recuperado el 24 de 09 de 2014, de <http://angelchico87.blogspot.com/2013/04/estado-de-situacion-inicial.html>
- Cueva, F. J. (2004). *Control de Costos y Gastos*. Mexico: Limusa .
- Davenca. (03 de 06 de 2011). *Scribd*. Recuperado el 19 de 06 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/50152100/Que-es-la-PEA>
- Erossa. (2004). *Proyectos de inversión en ingeniería*. Mexico : Limusa S.A.
- Fernandez, S. (2007). *Los Proyectos de Inversión*. Costa Rica: Tecnologica de CR.
- Financiera, E. (s.f.). *Enciclopedia Financiera*. Recuperado el 24 de 09 de 2014, de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-costos-variables.html>
- FINANCIERA, E. (s.f.). *ENCICLOPEDIA FINANCIERA*. Recuperado el 24 de 09 de 2014, de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>
- Forestal, E. (28 de 09 de 2012). *ECUADOR FORESTAL*. Recuperado el 23 de 05 de 2014, de <http://ecuadorforestal.org/noticias-y-eventos/codesa-la-industria-de-tableros-contrachapados-que-ha-generado-desarrollo-economico-a-esmeraldas-y-al-pais/>
- Francisco, R. J. (2013). *Economía y financiamiento de la Salud*. Argentina: Dunken .
- Garía, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2007). *ESTADISTICA ADMINISTRATIVA*. Cádiz: Servicios de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Gómez, C. (10 de 2003). HISTORIA DEL MUEBLE. *UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL DE GUAYANACOORDINACIÓN DE PREGRADOINGENIERÍA EN INDUSTRIAS FORESTALES*. GUAYANA.
- Granjo, J. (2008). *Plan Estratégico*. España: Cesbiblo S.L.
- Guzmán, A., David, G., & Tatiana, R. (2005). *Colección Lecciones de Administración*. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario .
- Heiss, G. S. (2006). *CARPINTERIA 1*.

- Jiménez, K. (22 de 05 de 2004). *www.arqhys.com*. Recuperado el 20 de 05 de 2014, de *www.arqhys.com*
- Jouve, & Arias. (s.f.). *Universidad Tecnológica Equinocciañ*. Recuperado el 35 de 09 de 2014
- Juarez, I. L. (15 de 06 de 2011). *Scribd*. Recuperado el 20 de 06 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/57881136/CONCEPTO-DE-PROVEEDOR>
- Ketelhonhn, W. (2004). *Inversiones*. Bogotá: Editorial Norma .
- Makiw, N. G. (2002). *Principios de la Economía*. Madrid: Clara M. de la fuente Roja.
- Mangones, G. H. (2006). *Diccionario de la economía*. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Martínez, A. F. (2011). *Contabilidad General* . ECO EDICIONES .
- Martínez, D., & Milla, A. (2012). *Metas Estratégicas*. Ediciones Diaz Santos.
- Migrantes, O. i. (2006). *Glosario sobre migración*. Recuperado el 19 de 06 de 2014, de http://publications.iom.int/bookstore/free/IML_7_SP.pdf
- Miniño, F. H. (1994). *Fundamentos de análisis económicos*. Bib Orton IICA.
- Miranda, J. J. (2005). *Evaluación de Proyectos*. Bogotá: ISBN .
- Mollá, A., Berenguen, G., Gómez, M., & Quintanilla, I. (2006). *Economía y Empresa Comportamiento del Consumidor*. Barcelona: UOC.
- Moreno, M. M. (s.f.). *Contabilidad de Costos I*. Recuperado el 19 de 09 de 2014, de Universidad de los Andes: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/16770/1/C_CostI_UII_T5.pdf
- Palacios, H. (2006). *Fundamentos Técnicos de la Matemática Financiera*. Perú: Findo Editorial PUCP.
- Pascual, R. C., & Subias, A. C. (1998). *Planificación y rentabilidad de proyectos industriales*. España: Marcombo .
- Peraza, J. E. (2010). *LA EVOLUCIÓN DE LA TECNOLOGIA EN LA CARPINTERIA*. Recuperado el 20 de 05 de 2014, de http://www.infomadera.net/uploads/articulos/archivo_3908_12076.pdf
http://www.infomadera.net/uploads/articulos/archivo_3908_12076.pdf
- Prieto, B., Aguilar, P., & Santidrián, A. (2005). *Contabilidad de Costes y de Gestión* . Madrid: Delta Publicaciones.

- Rodriguez, I. (2006). *Principios Estratégicos de Marketing*. Barcelona: Eureka Media .
- Romero, E. V. (2010). *Gestión y gerencia empresariales*. Bogotá: Eco Ediciones.
- Sánchez, J. C. (2012). *La Tecnología*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Saúl, F. (2007). *Los proyectos de inversión* . Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Sinisterra, G., & Polanco, L. (2007). *Contabilidad Administrativa*. Bogotá: ECO EDICIONES.
- Slideshare. (04 de 10 de 2012). Recuperado el 24 de 09 de 2014, de <http://es.slideshare.net/magodeoz804/estado-de-resultados-14581348>
- Social, I. L. (2001). *Guía para la presentación de Proyectos*. Mexico: ISBN .
- Suarez, C. S. (2005). *Costo y tiempo en edificación*. Mexico: Lisuma .
- Técica, E. U. (2014). <http://repositorio.ute.edu.ec>. Recuperado el 6 de 05 de 2014, de <http://repositorio.ute.edu.ec>
- Thompson, I. (07 de 2009). *Pronegocios.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Torres, M. A. (2005). *Precios Unitarios*. Tanasco: Universidad.J. Autónoma de Tabasco .
- Trespalcios, J., Vazquez, R., & Bello, L. (2006). *Investigación de Mercados*. Madrid: Parafino S.A.
- Urbina, G. B. (2001). *Evaluación de Proyectos*. México: MacGraw-Hill.
- Urbina, G. V. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: Interramirecana S.A.
- Vertice. (2008). *Dirección Estratégica*. España7: Vertice.
- Vértices, E. P. (2008). *Marketing Promocional Orientado al Comercio*. España: Vértice.
- Wilson, H., & Alfredo, P. (2005). *Formulación y Evaluación de proyectos Tecnológicos empresariales aplicados*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

ANEXOS

SOLICITUD PERMISO DEL USO DEL SUELO

		Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Solicitud de Informe de Compatibilidad de Usos del Suelo				Formulario 24
Fecha	100		Croquis de ubicación	200		
Nº. Predio	101					
Clave Catastral	102					
Nombre Propietario	103					
Parroquia	104					
Barrio	105					
Calle	106					
Número	107					
Intersección	108					
Área que ocupa la actividad	109					
Detalle la actividad para la cual solicita la compatibilidad (110)						
Número de unidades (ver instructivo al reverso)	111					
Nombre del Solicitante	112					
Cédula/pasaporte/RUC	113		Teléfono	114		
Firma			Email (Opcional)	115		
			Observaciones			

RUC