



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO
DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER
DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y
ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA
GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autora: Paola Belén Asitimbay Gaibor

Tutor: Ing. Cristian Toro

Quito, Abril 2015

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en 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.

Paola Belén Asitimbay Gaibor

CC 172512918-1

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Paola Belén Asitimbay Gaibor alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC 172512918-1

DECLARACIÓN CESIÓN DE DERECHOS A LA INSTITUCIÓN

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Paola Belén Asitimbay Gaibor** 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 tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de 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 **“APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**, el cual incluye la creación de la empresa dedicada a la elaboración y comercialización de muebles y artículos decorativos para el hogar a base de caña guadua, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por

iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la empresa , motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

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 la creación de la empresa descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc .). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler de la creación de la empresa; d) Cualquier transformación o modificación de la creación de la empresa; e) La protección y registro en el IEPI la creación de la empresa a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica de la creación de la empresa; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización

de la creación de la empresa que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la creación de la empresa favor del Cesionario.

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 reconvención, 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 19 días del mes de Abril del dos mil quince.

f) _____

f) _____

C.C. N° 172512918-1

Paola Belén Asitimbay Gaibor

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia que siempre me brindó su apoyo para cumplir mis metas, al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por los conocimientos técnicos y humanos brindado en el transcurso del semestre y lograr crecer profesionalmente para la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

DEDICATORIA

A Dios quien me dio la fe, la fortaleza y la salud para terminar este trabajo

A mi padre quien me apoya en todo momento y me enseñó a luchar para alcanzar
mis metas.

A mi hermana por el apoyo brindado día a día.

A mi novio quien me brindó su amor, su estímulo y apoyo constante.

A todas aquellas personas que de una u otra forma contribuyeron a la elaboración de
este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR.....	II
DECLARATORIA.....	III
CESIÓN DE DERECHOS	IV
DECLARACIÓN CESIÓN DE DERECHOS A LA INSTITUCIÓN.....	V
AGRADECIMIENTO	IX
DEDICATORIA.....	X
INDICE DE TABLAS.....	XVIII
RESUMEN EJECUTIVO	XXVI
ABSTRACT	XXVII
CAPITULO I.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1.01 Justificación	3
1.02 Antecedentes.....	4
CAPITULO II	8
ANALISIS SITUACIONAL.....	8
2.01 ANALISIS EXTERNO.....	8
2.01.01 Factor Económico.....	8
2.01.01.01 Inflación	8
2.01.01.02 Tasa de Interés Activa y Pasiva	10
2.01.01.03 Producto Interno Bruto (PIB).....	12
2.01.01.04 Riesgo País	13
2.01.01.05 Balanza comercial	14

2.01.02 Factor socio-cultural.....	15
2.01.02.01 La sociedad.....	15
2.01.02.02 La cultura	16
2.01.02.03 Desempleo	16
2.01.02.04. La pobreza	18
2.01.02.05 Población Económicamente Activa (PEA)	19
2.01.03 Aspecto Político-Legales.....	21
2.01.03.01 Superintendencia de Compañías y Valores.....	21
2.01.03.02 El Registro Único de Contribuyentes RUC	22
2.01.03.03 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).....	22
2.01.03.04 Ley De Gestión Ambiental.....	23
2.01.04 Aspectos Tecnológico	24
2.02 Análisis del Entorno Local	25
2.02.01 Clientes.....	25
2.02.02 Proveedores	26
2.02.03 Competencia Directa	27
2.02.04 Competencia indirecta	28
2.04.05 Productos sustitutos.....	30
2.04.05.01 Ventaja competitiva.....	31
2.03 Análisis Interno.....	31
2.03.01 Filosofía empresarial	31
2.03.01.01 Misión	31
2.03.01.02 Visión	32
2.03.02 Objetivos	32

2.03.02.01 Objetivo General	32
2.03.02.02 Objetivos Específicos.....	32
2.03.03 Principios y Valores Empresariales.....	33
2.03.04 Reglas y Políticas	35
2.03.05 Estrategias	35
2.03.06 Gestión Administrativa.....	36
2.03.06.01 Planificación.....	37
2.03.06.02 Organización	38
2.03.06.03 Dirección	39
2.03.06.04 Control	39
2.03.06.05 Evaluación 360 Grados	39
2.03.07 Gestión Operativa.....	44
2.03.08 Gestión Comercial	46
2.03.08.01 Marketing Mix	46
2.03.08.02 Producto	47
2.03.08.03 Precio	49
2.03.08.04 Promoción	50
2.03.08.06 Publicidad.....	52
2.03.08.06 Plaza	53
2.03.09 Análisis FODA	54
CAPITULO III.....	56
ESTUDIO DE MERCADO	56
3.01 Análisis del Consumidor.....	56
3.02 Segmentación del Mercado.....	57

3.03 Segmentación Demográfica	57
3.04 Determinación de la población	58
3.04.01 Cálculo de la Muestra	59
3.04.02 Aplicación de la Formula	60
3.04.03 Técnicas de recolección de información:	61
3.04.04 Análisis de la Información	65
3.04.05 Resultado Del Estudio De Mercado	65
3.05 Demanda	83
3.05.01 Demanda Actual	83
3.05.01.01 Calculo de la demanda Muebles en Caña Guadua	84
3.05.02 Demanda proyectada Muebles en Caña Guadua	84
3.06 Oferta	85
3.06.01 Oferta Actual Muebles en Caña Guadua	86
3.06.02 Oferta Proyectada Muebles en Caña Guadua	86
3.07 Balance de la oferta y la demanda	87
3.07.01 Balance Proyectado	87
3.08 Demanda Actual Productos Decorativos en Caña Guadua	88
3.08.01 Demanda proyectada Productos Decorativos en Caña Guadua	89
3.09 Análisis de la Oferta	89
3.09.01 Oferta Actual Productos Decorativos en Caña Guadua	89
3.09.02 Oferta Proyectada Productos Decorativos en Caña Guadua	90
3.10 Balance de la oferta y la demanda Productos Decorativos	90
CAPITULO IV	92
ESTUDIO TÉCNICO	92

4.01 Tamaño del Proyecto	92
4.01.01 Capacidad Instalada.....	93
4.01.02 Capacidad Óptima	93
4.02 Localización.....	94
4.02.01 Macro Localización	94
4.02.02 Micro Localización.....	95
4.02.03 Localización Óptima	96
4.03 Ingeniería del Proyecto	96
4.03.01 Razones de Cercanía	96
4.03.02 Código de Cercanía	97
4.03.03 Matriz Cruzada	97
4.04 Distribución de planta	100
4.05 Determinación Maquinaria y Equipos.....	103
4.06 Tiempo de proceso	103
CAPITULO V.....	106
ESTUDIO FINANCIERO	106
5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales	106
5.01.02 Materia Prima Directa (MPD)	107
5.01.03 Mano de Obra Directa.....	109
5.01.04 Costos.....	111
5.01.04.01 Costos Directos.....	111
5.01.04.02 Costos Indirectos de Fabricación	112
5.01.05 Costo de Producción Unitario	114
5.01.06 Cálculo de los Ingresos Operacionales.....	115

5.01.06.01 Ingresos Operacionales Proyectados.....	117
5.01.07 Ingresos no Operacionales.....	118
5.02 Gastos Administrativos.....	118
5.02.02 Proyección de los Costos y Gastos.....	120
5.02.03 Costos Financieros	122
5.02.04 Costos Fijos y Variables.....	122
5.03 Inversión	123
5.03.01 Inversión Fija.....	123
5.03.01.01 Activos Fijos	123
5.03.01.02 Activos Nominales (diferidos)	123
5.03.02 Capital de Trabajo	124
5.03.03 Fuente de Financiamiento y uso de fondos	125
5.03.04 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)	125
5.03.04.01.....	127
5.03.05 Depreciaciones (tabla de depreciaciones)	127
5.03.06 Estado de Situación Inicial	128
5.03.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)	129
5.03.07 Flujo Caja Proyectado	130
5.04 Evaluación	131
5.04.01 Tasa de Descuento o TMAR	131
5.04.02 Cálculo del Valor Presente Neto (VPN o VAN).....	132
5.04.03 Tasa Interna de Rendimiento (TIR).....	133
5.04.04 Período de recuperación de la inversión (PRI).....	134
5.04.05 Relación Costo Beneficio (RC/B)	135

5.04.06 Punto de Equilibrio.....	136
5.04.06 .01 Punto de equilibrio en unidades	136
5.04.07 Análisis de Índices Financieros	139
5.04.07.01 Índices de Liquidez	139
5.04.07.02 Razones de Apalancamiento	139
5.04.07.02.01 Razón de Endeudamiento	139
5.04.07.02.02 Razón de Apalancamiento Externo	140
5.04.07.02.03 Razón de Apalancamiento Interno	140
5.04.07.03 Razones de Actividad o de Gerencia	141
5.04.07.03.01 Rotación del Activo Total	141
5.04.07.04 Razones de Rentabilidad	142
5.04.07.04.01 Margen de Utilidad Neta	142
CAPITULO VI	145
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	145
6.01 Impacto Ambiental	145
6.02 Impacto Económico	146
6.03 Impacto Productivo.....	146
6.04 Impacto Social	147
CAPITULO VII.....	148
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	148
7.01 Conclusiones.....	148
7.02 Recomendaciones	150
BIBLIOGRAFÍA.....	151
ANEXOS	156

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación 2013-2014.....	9
Tabla 2 Tasa de Interés 2015	11
Tabla 3 Riesgo País 2014-2015.....	13
Tabla 4 Tipos de Clientes.....	25
Tabla 5 Proveedores.....	26
Tabla 6 Matriz BCG Bamboo Muebles y Decoración	27
Tabla 7 Competencia Indirecta	28
Tabla 8 Matriz BCG Carpinmuebles.....	29
Tabla 9 Matriz BCG Decoart Muebles	29
Tabla 10 Matriz BCG Muebles Paraíso	30
Tabla 11 Ventajas Competitivas	31
Tabla 12 Cronograma de Actividades.....	38
Tabla 13 Modelo de Evaluación.....	40
Tabla 14 Lista de Productos	48
Tabla 15 Precios de Bamboo Muebles y Decoración	49
Tabla 16 Ambiente interno.....	55
Tabla 17 Ambiente externo.....	55
Tabla 18 Segmentación Demográfica	57
Tabla 19 Población por Grupos de Edad y Sexo.....	58
Tabla 20 Determinación de la población	59
Tabla 21 Segmentación del mercado	66

Tabla 22 Promedio en edades de la muestra encuestada.....	67
Tabla 23 Primera Pregunta	68
Tabla 24 Segunda Pregunta.....	69
Tabla 25 Tercera Pregunta	70
Tabla 26 Cuarta Pregunta (a)	71
Tabla 27 Cuarta Pregunta (b)	72
Tabla 28 Cuarta Pregunta (c)	73
Tabla 29 Quinta Pregunta.....	74
Tabla 30 Sexta Pregunta.....	75
Tabla 31 Séptima Pregunta	76
Tabla 32 Octava Pregunta	77
Tabla 33 Novena Pregunta	78
Tabla 34 Décima Pregunta	79
Tabla 35 Pregunta Once	80
Tabla 36 Pregunta Doce	81
Tabla 37 Pregunta Trece	82
Tabla 38 Demanda Actual.....	83
Tabla 39 Calculo de la demanda Muebles en Caña Guadua	84
Tabla 40 Demanda proyectada Muebles en Caña Guadua.....	85
Tabla 41 Oferta Actual Muebles en Caña Guadua.....	86
Tabla 42 Oferta Proyectada Muebles en Caña Guadua.....	86
Tabla 43 Demanda insatisfecha actual Muebles en Caña Guadua.....	87
Tabla 44 Proyección de la Demanda Insatisfecha Muebles en Caña Guadua	87
Tabla 45 Calculo de la Demanda Productos Decorativos en Caña Guadua.....	88

Tabla 46 Demanda Proyectada Productos Decorativos en Caña Guadua.....	89
Tabla 47 Oferta Actual Productos Decorativos en Caña Guadua	89
Tabla 48 Oferta Proyectada Productos Decorativos Caña Guadua.....	90
Tabla 49 Proyección Demanda Insatisfecha Productos Decorativos Caña Guadua ..	91
Tabla 50 Tamaño del Proyecto.....	93
Tabla 51 Macro Localización.....	94
Tabla 52 Razones de Cercanía	96
Tabla 53 Código de Cercanía	97
Tabla 54 Matriz Cruzada.....	98
Tabla 55 Maquinaria y Equipos	103
Tabla 56 Tiempo Productivo Juego de Sala.....	104
Tabla 57 Tiempo Productivo Juego de Comedor.....	104
Tabla 58 Tiempo Productivo Juego de Dormitorio.....	105
Tabla 59 Tiempo Productivo Artículos Decorativos	105
Tabla 60 Materia Prima Por Juego de Sala	108
Tabla 61 Materia Prima Por Juego de comedor	108
Tabla 62 Materia Prima Por Juego de Dormitorio	109
Tabla 63 Materia Prima Productos para Decorar	109
Tabla 64 Mano de Obra Directa	110
Tabla 65 Mano de Obra Directa Por Juego de Sala	110
Tabla 66 Mano de Obra Directa Por Juego de Comedor	110
Tabla 67 Mano de Obra Directa Por Juego de Dormitorio	111
Tabla 68 Mano de Obra Directa Por Artículo Decorativo	111

Tabla 69 Costos Directos	112
Tabla 70 Servicios Básicos	112
Tabla 71 Costos Indirectos Juego de Sala	113
Tabla 72 Costos Indirectos Juego de Comedor	113
Tabla 73 Costos Indirectos Juego de Dormitorio.....	113
Tabla 74 Costos Indirectos Artículos Decorativos.....	114
Tabla 75 Costos Unitario de Producción Juego de Sala.....	114
Tabla 76 Costos Unitario de Producción Juego de Comedor.....	114
Tabla 77 Costos Unitario de Producción Juego de Drmitorio	115
Tabla 78 Costos Unitario de Artículos Decorativos	115
Tabla 79 Ingresos Operacionales Juego de Sala	116
Tabla 80 Ingresos Operacionales Juego de Comedor	116
Tabla 81 Ingresos Operacionales Juego de Dormitorio	116
Tabla 82 Ingresos Operacionales Artículos Decorativos.....	117
Tabla 83 Ingresos Operacionales Proyectados.....	117
Tabla 84 Gastos de Persona	118
Tabla 85 Material de Aseo y Limpieza	119
Tabla 86 Suministros de Oficina.....	119
Tabla 87 Otros Gastos Administrativos	119
Tabla 88 Gastos de Ventas.....	120
Tabla 89 Proyección de los Costos y Gastos	120
Tabla 90 Proyección de los Gastos Administrativos	121
Tabla 91 Proyección de los Gastos de Ventas	121

Tabla 92 Costos Fijos y Costos Variables Proyectados	122
Tabla 93 Cuadro de Inversiones.....	124
Tabla 94 Cuadro de Financiamiento	125
Tabla 95 Tabla de Amortización del préstamo	126
Tabla 96 Amortización del Diferido	127
Tabla 97 Cuadro de Depreciaciones	127
Tabla 98 Estado de Situación Inicial.....	128
Tabla 99 Estado de Resultados Proyectado.....	129
Tabla 100 Flujo Caja Proyectado.....	130
Tabla 101 Cuadro de Inversiones.....	131
Tabla 102 Cálculo del Valor Presente Neto (VPN o VAN).....	132
Tabla 103 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)	133
Tabla 104 Período de recuperación de la inversión (PRI)	134
Tabla 105 Relación Costo Beneficio (RC/B).....	135
Tabla 106 Datos Para Calcular el Punto de Equilibrio	136
Tabla 107 Calculo del Punto de Equilibrio	137

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Caña Guadua.....	5
Figura 2 Evolución de la Inflación Anual	9
Figura 3 Participación PIB-Principales industria.....	12
Figura 4 Balanza Comercial.....	14
Figura 5 Tasa de ocupación plena, subempleo y desempleo, marzo 2008-2014	17
Figura 6 Tasa de ocupación plena, marzo 2008-2014.....	17
Figura 7 La Pobreza en Ecuador 2013-2014.....	18
Figura 8 Distribución de la PEA Urbana por rangos de edad	20
Figura 9 Elementos de la Gestión Administrativa	37
Figura 10 Estructura organizacional	41
Figura 11 Organigrama Funcional	41
Figura 12 Flujograma de Procesos.....	45
Figura 13 Logotipo.....	46
Figura 14 Marketing Mix	47
Figura 15 Tarjeta de presentación	51
Figura 16 Publicidad	52
Figura 17 Plaza.....	53
Figura 18 Género.....	66
Figura 19 Edades.....	67
Figura 20 Primera Pregunta	68
Figura 21 Segunda Pregunta	69

Figura 22 Tercera Pregunta.....	70
Figura 23 Cuarta Pregunta (a)	71
Figura 24 Cuarta Pregunta (c)	73
Figura 25 Quinta Pregunta	74
Figura 26 Sexta Pregunta	75
Figura 27 Séptima pregunta	76
Figura 28 Octava pregunta.....	77
Figura 29 Novena Pregunta.....	78
Figura 30 Décima Pregunta.....	79
Figura 31 Pregunta Once.....	80
Figura 32 Pregunta Doce.....	81
Figura 33 Primera Pregunta	82
Figura 34 Macro localización.....	95
Figura 35 Micro Localización	95
Figura 36 Matriz Cruzada	97
Figura 37 Tabulación	98
Figura 38 Área de Administración.....	98
Figura 39 Área de Producción	98
Figura 40 Área de Ventas.....	99
Figura 41 Área de Diseño	99
Figura 42 Área de Bodega.....	99
Figura 43 Área de mantenimiento.....	100
Figura 44 Baños	100

Figura 45 Distribución de la planta	101
Figura 46 Distribución la planta 2D.....	102
Figura 47 Punto de Equilibrio	138
Figura 48 Proforma de Maquinas.....	157
Figura 49 Fotos de Juegos de Sala	158
Figura 50 Juego de Sala	1588
Figura 51 Juego de Comedor	158
Figura 52 Juego de Dormitorio	158
Figura 53 Productos Para Decorar	158

RESUMEN EJECUTIVO

La contaminación ambiental es un problema que día a día va en aumento, en la actualidad los muebles de madera se han convertido en exigencias vitales y de gran necesidad para la vida cotidiana. BAMBOO MUEBLES Y DECORACIÓN CIA LTDA con el fin de aprovechar esta oportunidad tiene la finalidad crear una línea de muebles y artículos decorativos con caña guadua, un factor diferenciador a los productos que se ofrecen hoy en día, considerados como una alternativa ecológica, conocida como acero vegetal por su resistencia y durabilidad.

Se realizó una investigación de los métodos y herramientas a utilizar, se ofertará un producto innovador, novedoso, con elegancia y confort. Crear nuevas necesidades, preferencias que satisfagan las demandas existentes. La segmentación de mercado está dirigida para personas de 25 años en adelante, se contará con personal capacitado para realizar cualquier modelo que el cliente desee. Con la adecuada promoción y publicidad se logrará llegar al mercado objetivo de manera directa e indirecta. Se concluye que los muebles y artículos decorativos ofrecen una oportunidad de negocio en Ecuador, ya que su competencia es escasa.

ABSTRACT

Environmental pollution is a problem that every day is increasing, currently the wooden furniture have become vital requirements and great need for everyday life. BAMBOO MUEBLES Y DECORACIÓN CIA LTDA to take this opportunity aims to create a line of furniture and decorative items with bamboo cane, a differentiating factor for the products offered today considered as an environmentally friendly alternative, known as steel plant for its strength and durability

Research methods and tools to use was made, an innovative, novel, with elegance and comfort product will be offered. Create new needs, preferences that satisfy existing demand. Market segmentation is intended for people 25 and older, it will feature trained to perform any model the customer wants staff. With proper promotion and advertising is achieved reach the target market directly and indirectly. We conclude that the furniture and decorative items offer a business opportunity Ecuador since their competition is scar

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

Cada día aumenta en el mundo la demanda de madera para la fabricación de muebles, tanta es la demanda que los bosques han perdido su capacidad de regenerarse por ellos mismos. Para resolver un problema tan grave, que también afecta a la especie humana sería necesario encontrar un sustituto de la madera, que pueda utilizarse sin causar daños al medio ambiente. En la actualidad la caña guadua o bambú es considerado en algunos países como un material resistente dentro de la construcción. Es una planta de alto rendimiento por su crecimiento rápido.

El presente proyecto toma como referencia el uso adecuado de la guadua como material alternativo para sustituirlo por la madera y elaborar los muebles y artículos decorativos de caña guadúa o bambú. Se mostrará una nueva línea de muebles para decorar su hogar, que posee un magnífico acabado lo que les hacen ideales para decorar su dormitorio, sala, comedor, jardín, y la terraza. y estará ligado al cuidado del medio ambiente, sus diseños serán innovadores podrán acceder todo tipo de personas. Al momento de elegir los muebles, se debe tener en cuenta que los productos hecho a base de caña guadua o bambú es muy práctico y funcional. Esto debe ser prioridad, ya que si sólo los elegimos por su valor estético, quizás optemos por otros hechos con otro material como el mimbre, mdf, laurel y roble.

Los muebles de caña guadua o bambú representan una parte fundamental en su hogar pueden ambientar los rincones de su casa es decir, aíslan del frío, del calor y del ruido por las cámaras de aire que forman los troncos. Permite dar un toque de elegancia por su practicidad, innovación e informalidad y brindar un ambiente cómodo. Una de sus ventajas es que son fáciles de limpiar y de mantenerlos.

Hoy en día se busca nuevas formas de emprendimiento, aportando al cambio de la matriz productiva, considerando entonces el crear esta empresa, en la parroquia de San Antonio de Pichincha la cual se considera un lugar turístico por lo que se encuentra la Mitad del Mundo permitiendo de esta manera que el producto tenga una mayor aceptación tanto en las personas que viven en el sector como los turistas.

Con la investigación realizada se obtuvo resultados positivos por lo que el presente proyecto es viable.

1.01 Justificación

Con la elaboración y comercialización de muebles y artículos decorativos para el hogar hechos a base de caña guadua busca concientizar a todas las personas acerca de la importancia de este recurso y los grandes beneficios que puede brindar a la sociedad por medio de sus diferentes usos.

Ya que las condiciones económicas actuales y la necesidad de implementar tecnologías sustentables, obligan a ser eficientes en el uso de los recursos naturales. Es por ello, que una de estas alternativas es utilizar la caña guadua por su forma, flexibilidad, dureza y resistencia como material para la elaboración de muebles, artesanías y multitud de enseres. Recordando que es un recurso renovable y sostenible, esto significa que a diferencia de un árbol maderable, esta especie se auto reproduce o multiplica vegetativamente.

El producto es innovador, novedoso, atractivo y de esto nos servimos para crear una mejor idea y aumentar la imaginación de las personas acerca de la caña guadua, una especie muy importante y bastante desarrollada en nuestro medio

El crecimiento demográfico del Ecuador y el cambio de la matriz productiva, permite abrir más este campo, de esta manera lograr sustituir a los muebles tradicionales que se venden en el mercado con un precio accesible y mayor durabilidad. Para ofrecer un producto acorde a las necesidades del cliente se fabricará de acuerdo al diseño escogido ya sean acabados colores y tamaño.

La empresa comercializara sus productos dentro de la parroquia de San Antonio de Pichincha, en donde es considerado como un lugar turístico ya que se encuentra la Mitad del Mundo y la UNASUR, además el ámbito de construcciones de casas, departamentos constituye una ventaja para quienes deseen amoblar sus hogares.

1.02 Antecedentes

La caña guadua ha sido una compañera de la humanidad desde épocas muy tempranas pero hoy en día deja de ser un material de uso local y de bajo costo para pasar a ser un producto industrializado de reconocimiento global.

La guadua es originaria de América, donde existen aproximadamente 26 clases de guadúa, pero solo en Ecuador, Colombia y parte de Venezuela existe la especie conocida por los científicos como (GUADUA ANGUSTIFOLIA KUNTW). Científicos de otros países han catalogado a nuestra guadúa como uno de los mejores BAMBIJES DEL MUNDO por sus características físicas, mecánicas y Botánicas. (Morán, 2013, pág. 6)

En el Ecuador crece en todas las provincias de la Costa y en algunas provincias de la Sierra como Pichincha, Bolívar, Chimborazo y Cañar entre otras.

Anteriormente sus únicos beneficiarios eran las comunidades de campesinos e indígenas, que usaban para artesanías o para construir sus hogares, ahora la guadua

se utiliza en sectores industriales, en el campo de la construcción, también se la ha empleado en la fabricación de muebles y en la elaboración de papel.

La especie *Guadua angustifolia* que es el nombre científico de nuestra conocida caña guadúa, se considera entre las tres especies de bambúes más importantes de la naturaleza por su valor ambiental, económico y social, entre otros.

Se constituyen como plantas de rápido crecimiento, puesto que pueden llegar a alcanzar hasta 1.00m de crecimiento en 24 horas, logrando de esta manera crear una gran demanda dentro del mercado de la construcción, puesto que al bambú se le puede aprovechar a partir de los tres hasta los seis años de desarrollo de la planta, un tiempo mucho menor al de las maderas tradicionales. (Madexpo, 2015, pág. 45)



Figura 1 Caña *Guadua* o Bambú

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

El Ecuador goza de una gran diversidad de climas y ecosistemas los mismos que son muy favorables para el crecimiento de una gran variedad de especies maderables, han catalogado a nuestra guadúa como uno de los mejores del mundo por sus características físicas, mecánicas y botánicas.

“El Bambú tiene muchos usos: construcción de casas y muebles, andamios, puntales, artículos utilitarios y en la producción de esteras y canastas, laminados, paneles, tablillas, pisos. Además, el bambú brinda un distinguido servicio ambiental como protección de fuentes de agua y los deslizamientos de suelos” (Martinez G. , 2013).

Sin embargo hoy en día se ha desarrollado hacia un comercio local, regional y hasta internacional, transformando en actividades económicas de gran importancia, brindando trabajo e ingresos a miles de personas como en talleres artesanales, involucrando hombres, mujeres y jóvenes.

La Guadua es gran fijador de carbono. Sobresalen dentro del género por sus propiedades estructurales tales como la relación resistencia/peso que excede a la mayoría de las maderas y puede incluso compararse con el acero. Su capacidad para absorber energía, permite que sea más flexible y más resistente que muchas de las maderas comunes, haciéndolo un material ideal para construcciones sismo-resistentes. (Terraecuador, 2009, pág. 2)

Años atrás, en el Ecuador no manejaban una economía social y solidaria no se enfocaban en la creación de empresas innovadoras siendo un país privilegiado en recursos naturales, por este motivo el presente proyecto se enfoca en utilizar los recursos naturales y transformar en un producto terminado. Su uso común era en

bananeras o construcciones, el precio que pagaban por este producto era muy bajo y no se consideraba como un incentivo para invertir en el mismo.

Mediante estudios e investigaciones sobre usos y aplicaciones de Caña Guadua revelan su gran potencial llamada "El Acero Vegetal". Desde entonces este producto ha logrado entrar al mercado en buen precio, como resultado de poder tener una rentabilidad aceptable.

La Parroquia San Antonio de Pichincha ha tenido un incremento en la zona habitacional, su clima cálido seco permite una vida más sana a cada uno de sus habitantes. La ciudad Mitad del Mundo, con su monumento ubicado en la latitud cero y la Unasur, ha desplazado a segundo plano a la parroquia San Antonio de Pichincha, respecto a la importancia turística.

El presente proyecto de Caña Guadua, pone a disposición de la población local un sustituto para la madera; material de bajo costo, liviano y de gran resistencia que permite una amplia gama de aplicaciones construcción y artesanías para satisfacer las necesidades existentes.

CAPITULO II

ANALISIS SITUACIONAL

2.01 ANALISIS EXTERNO

2.01.01 Factor Económico

2.01.01.01 Inflación

“La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores producidos dentro de una economía en un periodo determinado” (Faría, 2010, pág. 21).

Se la define también como un proceso de elevación continua y sostenida del nivel general de precios en una economía, o lo que es lo mismo un descenso continuado en el valor del dinero.

Tabla 1
Inflación 2013-2014

Mes	Índice	Variación Mensual	Variación Anual	Variación Acumulada
dic-13	145,46	0,20%	2,70%	2,70%
ene-14	146,51	0,72%	2,92%	0,72%
feb-14	146,67	0,11%	2,85%	0,83%
mar-14	147,69	0,70%	3,11%	1,53%
abr-14	148,12	0,30%	3,23%	1,83%
may-14	148,06	-0,04%	3,41%	1,79%
jun-14	148,22	0,10%	3,67%	1,90%
jul-14	148,81	0,40%	4,11%	2,31%
ago-14	149,13	0,21%	4,15%	2,52%
sep-14	150,04	0,61%	4,19%	3,15%
oct-14	150,34	0,20%	3,98%	3,36%
nov-14	150,62	0,18%	3,76%	3,55%
dic-14	150,79	0,11%	3,67%	3,67%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

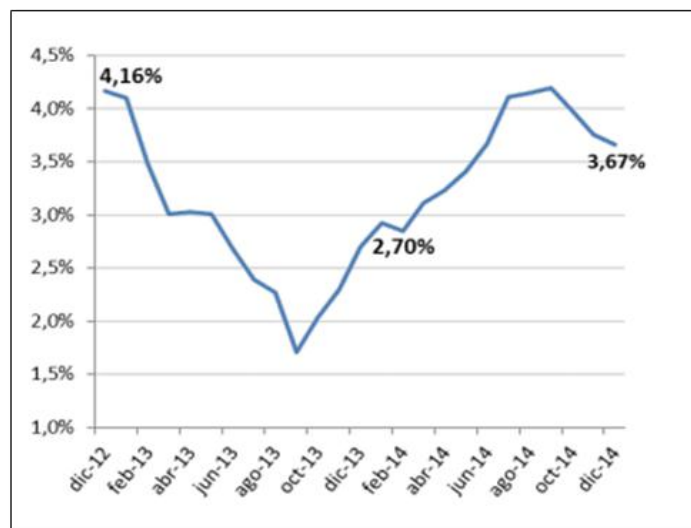


Figura 2 Evolución de la Inflación Anual

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos se puede visualizar que en referencia al año anterior la inflación ha tenido un incremento, convirtiéndose en un impacto negativo para la empresa Bamboo Muebles y Decoración ya que se relaciona directamente con los factores de costos, sobre todo en los precios de materia prima, energía, mano de obra, etc.

2.01.01.02 Tasa de Interés Activa y Pasiva

La tasa activa cantidad que reciben los intermediarios financieros por los préstamos otorgados. Mientras que la tasa pasiva, es el porcentaje que paga por una inversión cuando el dinero está en la institución financiera.

Tabla 2

Tasa de Interés 2015

Enero 2015			
Tasas de interés activas efectivas vigentes			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	7.84	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.18	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.97	Consumo	16.30
Vivienda	10.71	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Amplia	22.84	Microcrédito Acumulación Amplia	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.41	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
2. Tasas de Interés Pasivas Efectivas Promedio por Instrumento			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.22	Depósitos de Ahorro	1.08
Depósitos monetarios	0.63	Dep de Tarjeta habientes	1.34
Operaciones de Reporto	0.08		
3. Tasas de Interés Pasivas Efectivas Referenciales por Plazo			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.30	Plazo 121-180	5.34
Plazo 61-90	4.74	Plazo 181-360	6.30
Plazo 91-120	5.11	Plazo 361 y más	7.22
4. Tasas de Interés Pasivas Efectivas Máximas para las Inversiones del Sector Público			
5. Tasa básica del banco central del Ecuador			
6. Otras tasas referenciales			
Tasa Pasiva Referencial	5.22	Tasa Legal	7.84
Tasa Activa Referencial	7.84	Tasa Máxima	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Tasa Activa: de acuerdo a los datos obtenidos en el anterior cuadro la tasa de interés activa para la inversión empresarial es del 9,53 %, es considerado como una oportunidad, permitiendo de esta manera realizar créditos, estos son vitales para la operación del día a día en las empresas, mejorar su negocio, desarrollo de acuerdo a los planes y prioridades.

Tasa Pasiva: porcentaje que la banca paga por nuestros fondos o invertir dentro de ese ámbito, de acuerdo al cuadro es una amenaza porque el porcentaje de interés es del 5,22%, en comparación a la tasa de créditos que cobran. Es preferible invertir ese dinero en otro tipo de negocio para obtener mayor ganancia, porque tener en el banco no es una buena opción.

2.01.01.03 Producto Interno Bruto (PIB)

“Producto Interno Bruto es una noción que engloba a la producción total de servicios y bienes de una nación durante un determinado periodo de tiempo, expresada en un monto o precio monetario” (Parkin, 2007, pág. 45).

Es decir mide el valor monetario de todos los bienes y sevicios producidos en un país.

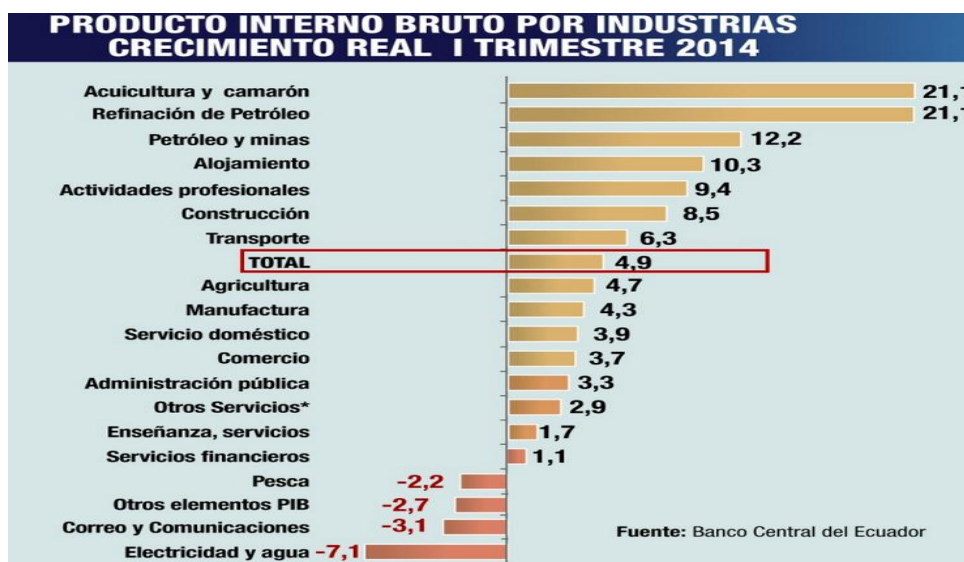


Figura 3 Participación PIB-Principales industria

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Banco Central del Ecuador

Análisis:

El PIB representa una oportunidad para la empresa Bamboo Muebles y Decoración ya que existe un incremento lo que demuestra que existe mayor demanda en el país. Además es considerado como uno de los sectores estratégicos para el cambio de la matriz productiva.

2.01.01.04 Riesgo País

El riesgo país es un índice que intenta medir “El grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras, al momento de realizar sus elecciones de dónde y cómo invertir, buscan maximizar sus ganancias, pero además tienen en cuenta como minimizar el riesgo” (Diccionario de Economía, 2010, pág. 120).

El riesgo país juega un papel importante dentro de una economía, permite reflejar las condiciones macroeconómicas, de manera que influye en las decisiones de los agentes externos al momento de invertir.

Tabla 3

Riesgo País 2014-2015

Fecha	Valor
Enero-05-2015	569.00
Diciembre-31-2014	569.00
Diciembre-30-2014	569.00
Diciembre-29-2014	569.00
Diciembre-28-2014	569.00
Diciembre-27-2014	569.00
Diciembre-26-2014	569.00
Diciembre-25-2014	569.00
Diciembre-24-2014	569.00
Diciembre-23-2014	569.00
Diciembre-22-2014	569.00
Diciembre-21-2014	569.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Banco Central del Ecuador

Análisis:

De acuerdo al cuadro consideramos una amenaza para la empresa Bamboo Muebles y Decoración ya que el índice se mantiene y no varía. Se considera que el país no tiene capacidad suficiente para saldar sus deudas y aumenta la desconfianza para futuras inversiones extranjeras, más aun con la baja del precio de petróleo, pero para eso se espera ver los resultados de proyectos realizados que se han enfocado en el cambio de la matriz de productiva y así disminuir el riesgo país del Ecuador.

2.01.01.05 Balanza comercial

Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones.

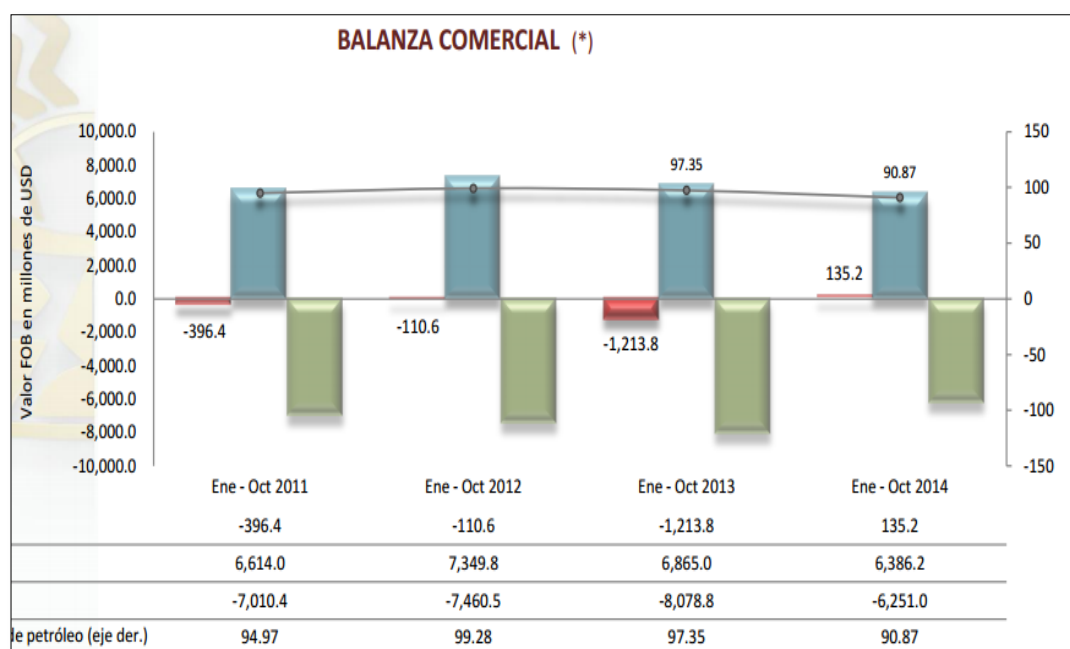


Figura 4 Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

La Balanza Comercial Petrolera, entre enero y octubre de 2014 presentó un saldo favorable de USD 6,386.2 millones; 7% menor que el superávit obtenido el mismo período del año 2013. Por su parte la Balanza Comercial no Petrolera, registrada en el período enero-octubre de 2014, disminuyó su déficit en 22.6%, frente al resultado contabilizado en enero-octubre de 2013, al pasar de USD -8,078.8 millones a USD -6,251 millones.

Análisis:

Las exportaciones e importaciones sirven de mucha ayuda para la balanza comercial, analizando desde el punto de vista que si exporta mucho e importa poco. Considerando como una Oportunidad, porque se observa que las exportaciones totales de Ecuador en los cuatro primeros meses del año superaron a las importaciones frente al mismo periodo del 2013 esto significó una mejora en el saldo de la balanza comercial del país.

2.01.02 Factor socio-cultural

2.01.02.01 La sociedad

Es toda la población (empresas) de San Antonio de Pichincha a la cual estará dirigida la propuesta de implementar un taller de comercialización y elaboración de muebles y artículos decorativos a base de caña guadua.

El proyecto Bamboo Muebles y Decoración está dirigido a todas los tipos de empresas, complejos turísticos y la sociedad que desean dar un detalle agradable a su hogar, por lo que se considera una ventaja para la implementación de esta empresa.

2.01.02.02 La cultura

Dentro de la cultura podemos mencionar las costumbres y tradiciones con que la sociedad cuenta, ya que los posibles clientes están tratando de remodelar los hogares están mudando un poquito sus costumbres, entonces se necesita muebles diferentes, con variedad de diseños, grandes y pequeños.

La empresa Bamboo Muebles y Decoración se especializará en muebles de sala, comedor, dormitorio y artículos decorativos, ofreciendo diseños innovadores para que los hogares de los clientes potenciales transmitan confort y elegancia. El sector en cual vamos a enfocarnos es un sector muy turístico y con varias costumbres y artesanías ancestrales.

2.01.02.03 Desempleo

Ecuador no solo tiene una de las tasas de desempleo más bajas de la región, sino que ha mejorado la calidad de empleo y ha alcanzado a cubrir por primera vez en la historia el 100% de la canasta básica familiar con el salario digno. La tasa de ocupación plena paso del 35% en 2007 al 43% en el 2013. La tasa de subempleo, en marzo 2014, para la ciudad de Quito se ubicó en 26,9%, frente al 31,7% del mismo periodo del año anterior; esto implica una disminución de 4,8 puntos porcentuales, esta variación es estadísticamente significativa a un nivel de confianza del 95%.

(Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2014)

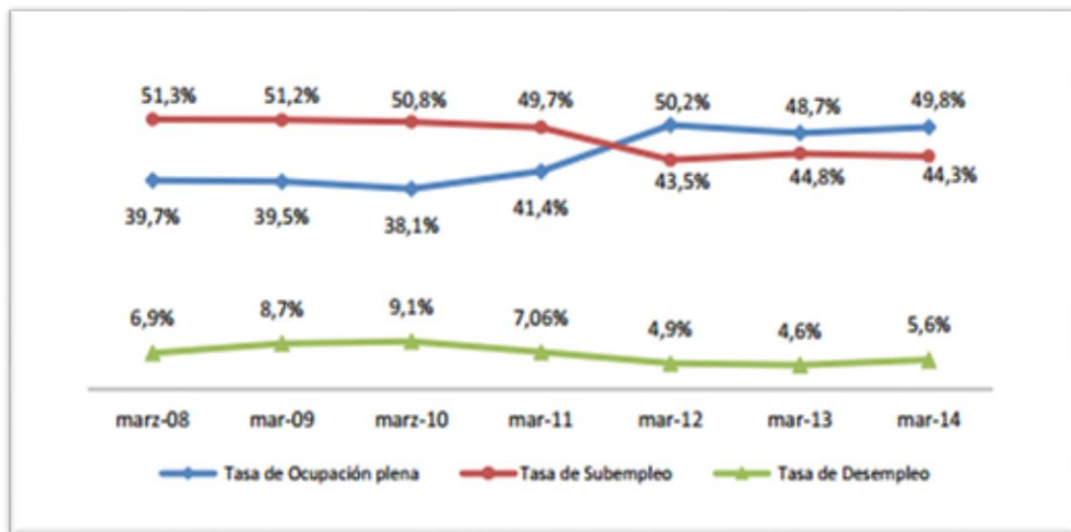


Figura 5 Tasa de ocupación plena, subempleo y desempleo, marzo 2008-2014

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

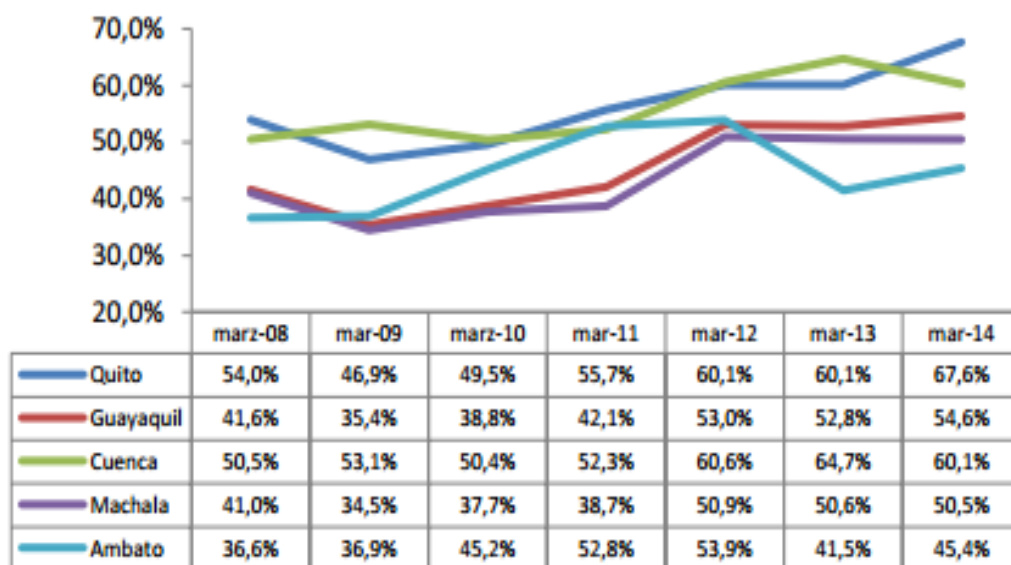


Figura 6 Tasa de ocupación plena, marzo 2008-2014

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Análisis:

Según los datos estadísticos este indicador va decreciendo más aun en el sector norte de Quito en el cual está enfocado el proyecto , lo cual representa una Oportunidad de nivel medio para Bamboo Muebles y Decoración, permitiendo al ser humano tener un empleo digno, mejorando sus condiciones de vida. Sin duda alguna el cambio de la matriz productiva involucra a todas y todos los ecuatorianos apoyando al sector productivo y poder generar más plazas de empleo.

2.01.02.04. La pobreza

Desde un punto de vista económico, la pobreza suele definirse como la carencia de los bienes y servicios necesarios para el sustento y desarrollo de la vida para satisfacer sus necesidades básicas.

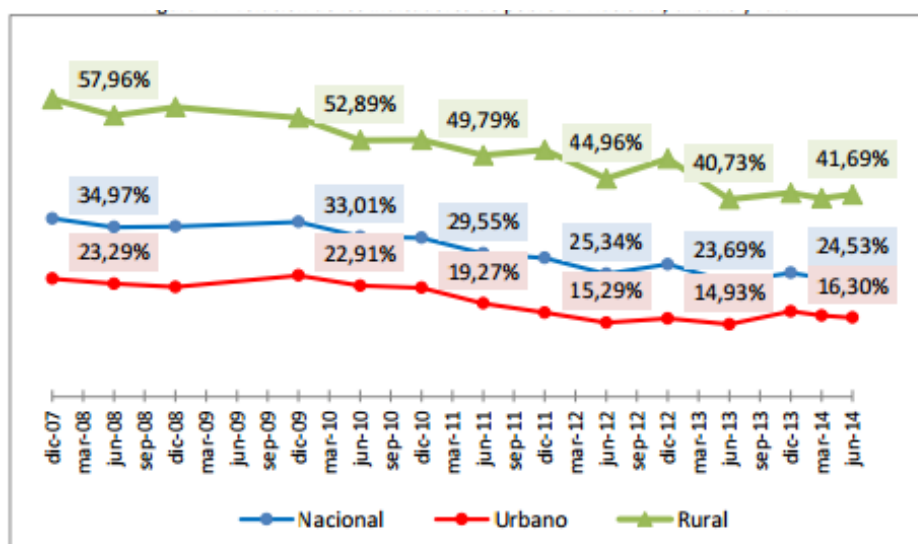


Figura 7 La Pobreza en Ecuador 2013-2014

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Elaborado: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

En junio del 2014 la línea de pobreza se ubicó en US\$ 79.67 mensuales por persona, mientras que la línea de pobreza extrema en US\$ 44.90 mensuales por persona. Con este umbral existe, a nivel un 24.53% de pobres y 8.04% de pobres extremos. Área rural el 41.69% de la población se clasifica como pobre y el 16.04% como pobres extremos. Área urbana, la incidencia de la pobreza es del 16.30% y la extrema pobreza del 4.20%. (Instituto nacional de estadísticas y censos, 2014)

Se observa que la pobreza extrema en Ecuador bajó 14 puntos entre 2004 y 2013 esto se debe a las políticas de inclusión social y el Plan Nacional del Buen Vivir implementadas por el gobierno de Rafael Correa.

Análisis:

De acuerdo a los cuadros estadísticos nos demuestra una Oportunidad de nivel medio ya que existe una disminución en la pobreza extrema que al alrededor de 1`137.000 ecuatorianos dejaron de ser pobres disponen ingresos de USD 340 al mes, de esta manera las personas tienen mayores posibilidades de adquirir un producto o un servicio. Por lo mismo es buscar alternativa para la población teniendo acceso a un producto de bajo costo económico y es aquí la oportunidad para utilizar la caña guadua.

2.01.02.05 Población Económicamente Activa (PEA)

Son todas las personas que a partir de los 15 y los 66 años o hasta la edad que cada Estado establezca como límites para ingresar y egresar del mundo laboral, se encuentra efectivamente trabajando o está buscando activamente un puesto de

trabajo. No forman parte de la población económicamente activa, aquellos que a pesar de cobrar una remuneración no producen, como los pasivos (jubilados y pensionados). (Diccionario Economía y Finanzas, 2010, pág. 80)

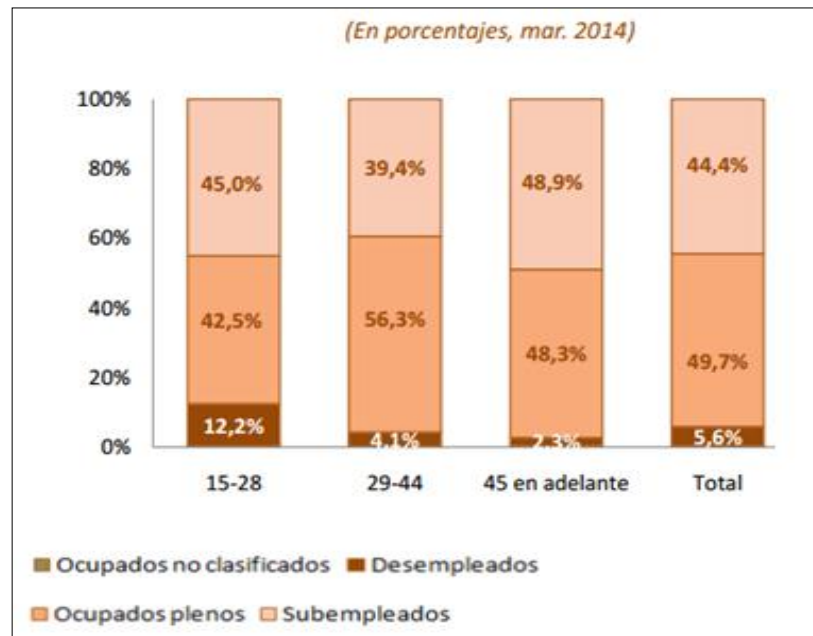


Figura 8 Distribución de la PEA Urbana por rangos de edad

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

Análisis:

El siguiente proyecto se enfoca en ofrecer un producto novedoso a todas las empresas y hogares como muestra el gráfico el porcentaje más alto del PEA se encuentra de 29 a 45 años en adelante, Bamboo Muebles y Decoración, está dirigido a personas de 25 a 45 años en adelante lo cual representa un beneficio al momento de poner en marcha el proyecto.

2.01.03 Aspecto Político-Legales

El presente proyecto se constituirá como una Compañía Limitada y actual el gobierno promueve el cambio de la matriz productiva, mejorando las leyes sus políticas que favorecen al emprendedor, al pequeño empresario y al mediano empresario. De esta manera la constitución de nuevas empresas es mucho más rápida y sencilla, esto se debe a que la Superintendencia de Compañías y Valores creo una página web para la agilización y rapidez de todos los trámites a realizarse.

2.01.03.01 Superintendencia de Compañías y Valores.

Estableció el sistema informático para constituir la compañía vía electrónica en www.supercias.gob.ec.

Requisitos Generales.

Persona Natural: cédula de ciudadanía y certificado de votación

Pasos para la creación de un Compañía Limitada:

- Ingresar al sistema con usuario y contraseña y llenar el formulario de solicitud de constitución de compañías y adjuntar los documentos habilitantes.
- Cancelar el pago en el Banco de Pacífico.
- El notario se encargará de ingresar al sistema, validará la información y asignará fecha y hora para la firma de la escritura y los nombramientos.
- Inscribir los documentos en el registro mercantil.

- Se remite los documentos aprobados al Servicio de Renta Internas y proceder inmediatamente indicando el número de Ruc de la Compañía
- Finaliza los trámites de constitución.

2.01.03.02 El Registro Único de Contribuyentes RUC

Este documento es indispensable ya que se necesitará para casi todos los trámites legales. Los requisitos son los siguientes:

- Cédula de ciudadanía
- Papeleta de votación
- Recibo de pago de: Luz, agua o teléfono (cualquiera, objetivo: dirección del negocio)
- Adicional: carné profesional: Abogado, Médico, Ingeniero y si es artesano calificado: Junta de Defensa del Artesano.

2.01.03.03 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)

Es un documento que adjunta los permisos correspondientes que deben poseer los locales comerciales, como patente, permiso del Cuerpo de Bomberos, de la dirección de Salud, del Ministerio de Turismo y del Ministerio del Interior.

El proceso que se debe seguir para obtener la LUAE es el siguiente:

- Ingresar a la página web www.quito.gob.ec y escoger el link que dice
Licencia Única de Funcionamiento
- Descargar el formulario e imprimirlo

- Llenar los datos con esfero azul; acercarse a la administración zonal en la que funciona el local comercial, adjuntando las copias de la cédula, papeleta de votación y el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

2.01.03.04 Ley De Gestión Ambiental

Art. 35 “El Estado establecerá incentivos económicos para las actividades productivas que se enmarquen en la protección del medio ambiente y el manejo sustentable de los recursos naturales. Las respectivas leyes determinarán las modalidades de cada incentivo”

La evaluación de impacto ambiental y el control ambiental, dispone que:

“Las obras públicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental” ; en tanto que el Art. 20, señala que “Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo”.

Análisis:

Sin duda alguna el Ecuador ha tenido una mejoría en sus leyes, perseverando el ecosistema y protegiendo al ser humano, pero estas leyes tiene una afectación al proyecto considerando una amenaza media porque es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos a base de La Caña Guadua, lo que ocasiona disminución de bosques y este tipo de industrias son las que se encuentran

más propensas a que el Ministerio del Ambiente tome medidas para el funcionamiento de la empresa. Pero cabe recalcar que es un recurso renovable, pues se siembra y se desarrolla en dieciocho meses hasta su total crecimiento, luego de esta fecha empieza a engrosar y a madurar, hasta su cosecha.

2.01.04 Aspectos Tecnológico

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 perfecciona artefactos o procesos productivos cada tecnología tiene un lenguaje propio, exclusivo y técnico” (Sánchez, 2012, pág. 19).

Análisis:

Gracias al avance tecnológico se considera como una oportunidad, de esta manera la empresa puede lograr mejoras en sus productos, precisión en los acabados, esto lleva a adquirir maquinaria más inteligente o mejoramiento en el software, sistema de control de inventarios entre otros.

El costo puede ser elevado pero la eficiencia es mayor. Debido a la gran demanda que existe en el mercado cada empresa debe desarrollar productos innovadores y de fácil adquisición, así el consumidor tendrá acceso a ellos y la empresa tendrá mayor rentabilidad ante las demás

2.02 Análisis del Entorno Local

2.02.01 Clientes

“Cliente es el comprador potencial o real de los productos o servicios que ofrecen en un determinado lugar” (Thompson, 2009, pág. 18).

Es el comportamiento del consumidor hacia nuestro producto, denominado sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra.

Tabla 4

Tipos de Clientes

Clientes Actuales	Activos e inactivos
	Clientes de compra frecuente, promedio y ocasional
Clientes Potenciales	Clientes potenciales según su volumen de compra
	Clientes potenciales según su grado de influencia

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

Los clientes son una parte fundamental para el crecimiento de nuestra empresa, considerando una oportunidad de carácter alto, por esta razón se toma muy en cuenta su comportamiento, para buscar satisfacer sus necesidades, los posibles clientes son de 25 años en adelante.

2.02.02 Proveedores

Se considera a las empresas, personas que proveen de materia prima, accesorios, suministros y otros. Las distintas actividades que se desarrollan dentro de un determinado lugar. Mantener una relación con los proveedores se basa en colaboración constante dentro de un marco de confianza mutua.

Tabla 5

Proveedores

Proveedor	Dirección	Productos
Sermifer (servicios de ferretería)	Calle equinoccial y pucara n122-30	Sierra circular en 45° Ingleatadora, Caladoras Taladros
Pintulac	Panamericana norte	Pinturas Laca Accesorios de carpintería
Ferretería Distribuidora Occidental	Calle Catequilla y 13 de Junio	Caña guadua
Hacienda el Verjel	Vía la Nanegalito – km 27	Caña guadua
Resinflex	Av. la Prensa y la Concepción	Plumón Micro cuero Esponja
Ferrisariato	Diego de Vásquez y Sabanilla.	Hilo nylon Otros accesorios.
Ferretería Ecolac	Calle Daniel Cevallos y el Calvario	Herramientas de carpintería
Mundo Jarrín	Calle Equinoccial y 13 de Junio	Herramientas de carpintería

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Paola Asitimbay

Análisis:

La gran demanda de proveedores, en el entorno que se maneja Bamboo Muebles y Decoración, ha logrado que los costos de fabricación sean más accesibles,

abasteciendo de productos y servicios, La empresa seleccionará a los proveedores más idóneos, que ofrezcan materia prima de calidad y a su vez facilidad de pago, por lo que este factor se lo considera como una oportunidad para la empresa.

2.02.03 Competencia Directa

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

Análisis:

Debido a que la empresa se encuentra en un sector de San Antonio de Pichincha no existe una competencia directa, considerando como una oportunidad para la implementación de este taller.

Tabla 6

Matriz Boston Consulting Group Bamboo Muebles y Decoración

Bamboo Muebles y Decoración	
Estrella	Vaca lechera
	
Juegos de sala	Juego de comedor
Incógnita	Hueso
	
Alfombras-edredones	Juego dormitorio

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

2.02.04 Competencia indirecta

La competencia indirecta la forman todos los negocios que intervienen de forma lateral en nuestro mercado y clientes, que buscan satisfacer las mismas necesidades de manera diferente.

Tabla 7

Competencia Indirecta

Empresa	Calidad	Servicios
Carpinmuebles	-Buen servicio -Infraestructura pequeña -Disponibilidad de entrega inmediata	-Ventas al por mayor y menor -Variedad de Productos -Pago con tarjeta corriente y diferido
Decor-Muebles	-Buen servicio -Transporte a domicilio -Infraestructura grande	-Variedad de productos -Crédito
Muebles Paraíso	-Buen servicio -Infraestructura grande -Disponibilidad de entrega inmediata	-Variedad de Productos -Pago contado y crédito

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis

La relación con la competencia es importante, en la empresa Bamboo Muebles y Decoración representa como una amenaza de carácter medio, debido a que existe un amplio mercado en la venta de muebles ya sea de madera o metal, de esta manera se ofrecerá una fabricación directa de muebles y artículos decorativos para el hogar con diferentes características, materiales y variadas opciones de medidas a elegir.

Tabla 8

Matriz Boston Consulting Group Carpin-Muebles

Carpin-Muebles	
Estrella	Vaca lechera
	
Camas	Sofás
Incógnita	Hueso
	
Muebles de oficina	Juegos de bar

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 9

Matriz Boston Consulting Group Decoart Muebles

Decoart muebles	
Estrella	Vaca lechera
	
Juego de comedor	Peinadoras
Incógnita	Hueso
	
Electrodomésticos	Armarios

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 10

Matriz Boston Consulting Group Muebles Paraíso

Muebles Paraíso	
Estrella	Vaca lechera
	
Juego de comedor	Closets
Incógnita	Hueso
	
Escritorios	Cunas

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

2.04.05 Productos sustitutos.

Los Productos sustitutos son aquellos bienes que poseen características parecidas a los productos que están en el mercado.

Análisis

En el mercado se ofertan diferentes productos, este factor presenta una amenaza de nivel medio debido a que existen microempresas que venden otros tipos de artículos ya que los muebles de caña guadua, pueden ser reemplazados por madera, metal o vidrio.

2.04.05.01 Ventaja competitiva

Son ventajas que posee una empresa ante otras empresas del mismo sector o mercado, que sirve para destacarse y tener una buena posición competitiva.

Tabla 11

Ventajas Competitivas

Descripción
Lograr menores costos que la competencia
Contar con una buena ubicación, lo que permite tener una mayor visibilidad para los consumidores
Variedad e innovación en los productos.
Atención al Cliente de manera eficiente y eficaz.
Aplicar ciertos beneficios, como descuentos por un segundo producto, también la entrega de un regalo por la compra de cierta cantidad de productos.

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Filosofía empresarial

2.03.01.01 Misión

Ofrecer a nuestros clientes una amplia gama de muebles y artículos decorativos para el hogar, con características que cuidan tanto los aspectos estéticos como funcionales, brindando alternativas en el diseño y decoración de cada uno de los ambientes que requiera con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

2.03.01.02 Visión

Lograr consolidarnos como la empresa más importante en la fabricación y comercialización de muebles en un lapso de 5 años, a través de la promoción de un nuevo estilo de decoración, generando empleo, crecimiento que cumpla con las expectativas y necesidades de nuestros clientes

2.03.02 Objetivos

2.03.02.01 Objetivo General

Formar una empresa de muebles y artículos decorativos para el hogar a base de caña guadua, con variedad e innovación brindando satisfacción a nuestros clientes y lograr una mayor participación en el mercado de esta manera generar fuentes de empleo.

2.03.02.02 Objetivos Específicos

- Determinar el tamaño de la demanda a satisfacer, a través de estudios de mercado que permitan establecer las estrategias a implementar.
- Distinguir la competitividad del producto, frente a otros muebles que son fabricados con otra materia prima.
- Determinar la rentabilidad que genere el proyecto a corto y mediano plazo.
- Contribuir a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes a través de muebles accesibles a todos los niveles socioeconómicos.

- Conocer sobre el desarrollo que ha tenido la caña guadua en el país y la acogida que tiene este material a lo largo del tiempo.

2.03.03 Principios y Valores Empresariales

“Los principios y valores son normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta de los integrantes de un grupo humano, y en suma se busca que todos los miembros de la organización internalicen y vivan en armonía” (Gimbert, 2003, pág. 10).

Siendo elementos éticos que guían para la toma de decisiones de la empresa y definen el liderazgo de la misma.

Valores Primordiales

Responsabilidad: los trabajadores deben cumplir con actividades y obligaciones hacia la empresa y nuestros clientes, ese es nuestro compromiso para que la empresa se fortalezca día a día.

Honradez: el trabajador tiene que ser honrado, siempre trabajar con la verdad, generar la confianza tanto en la organización de la empresa como en los clientes.

Respeto: valorar y reconocer las capacidades, habilidades y esfuerzos de las personas que colaboran en el desarrollo y crecimiento de la organización, permitiendo ir más allá del cumplimiento de sus labores cotidianas a través de la comunicación y recepción de ideas que impliquen procesos de mejoramiento.

Lealtad: mantener el compromiso con los clientes en la entrega de nuestro trabajo, el cual permitirá el presente y futuro de la empresa.

Compromiso: está enfocado al cumplimiento de las metas y los objetivos cuyo logro, será merecedor del reconocimiento del trabajo realizado.

Comunicación: un valor fundamental es la comunicación esta lograra que las relaciones y conexiones dentro de los miembros de la empresa y con los clientes sea fluida y sincera.

Trabajo en equipo: permitirá la integración de cada uno de los miembros de la empresa al grupo laboral, que sean promovidos mejores resultados gracias a un ambiente positivo. Para ello es elemental la participación de todo el personal de la empresa en diversos ámbitos.

Análisis:

Bamboo Muebles y Decoración, considera una fortaleza la aplicación correcta de los valores y principios logrando el cumplimiento de los objetivos mencionados anteriormente y así crear bienestar para la empresa y sus colaboradores.

2.03.04 Reglas y Políticas

- Desarrollar un clima laboral digno y seguro
- Cumplir con la jornada establecida de 8 horas diarias.
- Los trabajadores de la empresa tienen derecho a recibir todas las prestaciones que la ley establece, además de efectuar el pago.
- Los empleados cuentan con un horario de almuerzo
- Los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Realizar su trabajo sin distracciones
- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.
- Mantener una sesión mensual, a fin de mantenernos actualizados en nuestros productos para la satisfacción del cliente y considerar planes y programas.
- Mantener limpio y ordenado el lugar de trabajo para una buena impresión del cliente.

2.03.05 Estrategias

- Innovación e investigación continúa, permite que generen nuevos productos, que creen nuevas necesidades y satisfagan nuevas demandas introduciendo novedad en el producto.
- Capacitar al personal operativo continuamente en nuevas técnicas de fabricación de muebles para brindar un servicio de calidad

- Cursos de atención al cliente, brindando así una buena y rápida atención, un trato amable y personalizado, ya que un buen servicio al cliente es la forma más eficiente de hacer crecer un negocio. .
- Fidelización en el cliente, se utilizará distintas herramientas como Los descuentos por la próxima compra, entrega de regalos y publicaciones mediante redes sociales.
- Generar confianza en los trabajadores a través de la delegación de actividades.

2.03.06 Gestión Administrativa

(Calix, 2012) “Menciona que la gestión administrativa en una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de montar un negocio debido a que del ella dependerá el éxito que tenga dicho negocio o empresa.”

La gestión administrativa es el conjunto de actividades orientadas a coordinar los recursos disponibles para conseguir los objetivos preestablecidos en la empresa, siendo uno de los factores más importantes debido a que del ella dependerá el éxito que tenga.

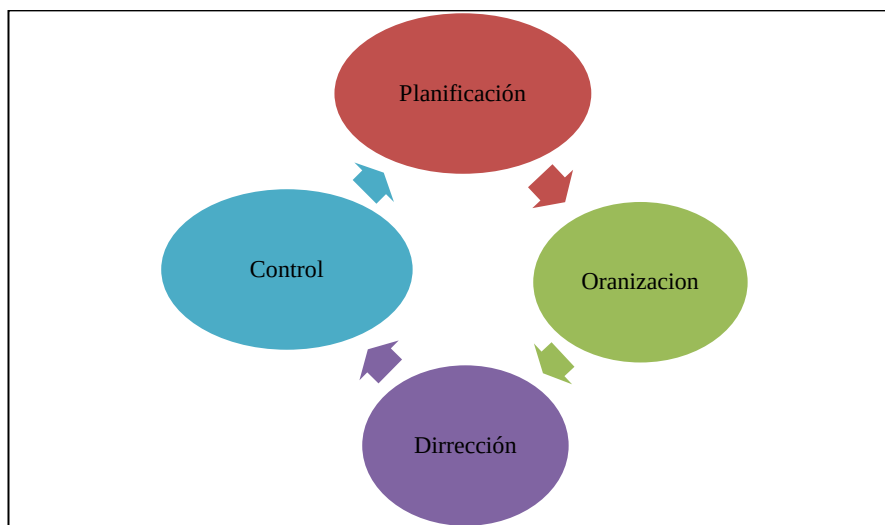


Figura 9 Elementos de la Gestión Administrativa

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Estos son elementos muy importantes dentro de la gestión administrativa para poder determinar de una manera correcta y lograr los objetivos establecidos

2.03.06.01 Planificación

Son procesos o acciones que la empresa realizará para alcanzar tener una visión de futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos. De esta manera definir los procedimientos acciones que necesita la empresa para realizar y alcanzar sus metas propuestas.

Tabla 12

Cronograma de Actividades

Actividad	Año 2015											
	Semanas											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Documentos legales	x	x										
Determinar punto de venta				x	x							
Selección de personal					x	x						
Capacitación del personal							x	X				
Contacto con los proveedores									x			
Realizar inventarios de los equipos de producción										x	x	
Control del desempeño Empresarial											x	X

Fuente: **Estudio de Mercado**

Elaborado por: **Paola Asitimbay**

2.03.06.02 Organización

“Es el resultado de coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera, que se logren los fines propuestos” (Molins, 2008, pág. 67).

Es el proceso para distribuir el trabajo de manera adecuada de tal manera que se pueda alcanzar los objetivos de la organización y a su vez en la administración de los recursos, formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática.

2.03.06.03 Dirección

Se trabajará con el personal idóneo para el cumplimiento de objetivos esto implica que los empleados serán direccionados, motivados de la manera correcta y que logren realizar las tareas correspondientes. Esto se lleva a cabo siempre y cuando se haya elaborado planes y cuente con el personal capacitado.

2.03.06.04 Control

EL control de “BAMBOO MUEBLES Y DECORACION”, permitirá verificar que todo se vaya desarrollando según lo que estaba previsto en los planes, en las políticas y los programas establecidos, siempre y cuando más claros y detallados este cada plan más efectiva será la tarea de controlarlo, a través del cual se evalúan los resultados obtenidos, a fin de corregir desviaciones y errores para mejorar continuamente.

2.03.06.05 Evaluación 360 Grados

Mediante esta herramienta permitirá a “BAMBOO MUEBLES Y DECORACION”, medir el desempeño del personal, capacidades e implementar programas de desarrollo tanto para los jefes, compañeros, proveedores y clientes, los cuales nos permitirá tomar medidas para mejorar el desempeño del personal.

Formato de Evaluación 360 Grados

Tabla 13

Modelo de Evaluación

1. Datos del Evaluado	
Fecha:	Cargo:
Nombres:	Área:
2. Datos del Evaluador	
Nombres:	Cargo:

3.- Indicadores de Gestión (Marque con una X lo que considere apropiado)

	Siempre	Frecuentement e	A veces	Ocasionalment e	Casi Nunca
Trabajo en equipo					
Trabajo con otras organizaciones					
Control interno					
Toma de decisiones y soluciones					
Compromiso de servicio					

4. Destrezas y habilidades (Marque con una X lo que considere apropiado)

	Siempre	Frecuentemente	A veces	Ocasionalmente	Casi Nunca
Iniciativa y excelencia					
Integridad					
Comunicación					
Apertura para el cambio					
Confianza y Honradez					
Escuchar con atención y respeto					

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Organigrama Estructural

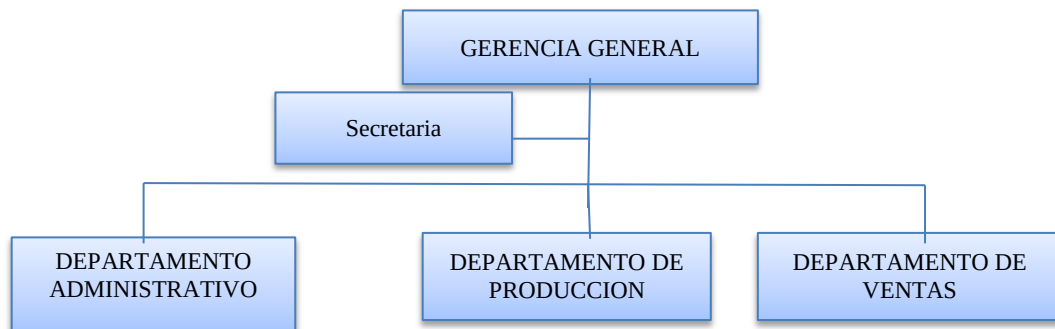


Figura 10 Estructura organizacional

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Organigrama Funcional

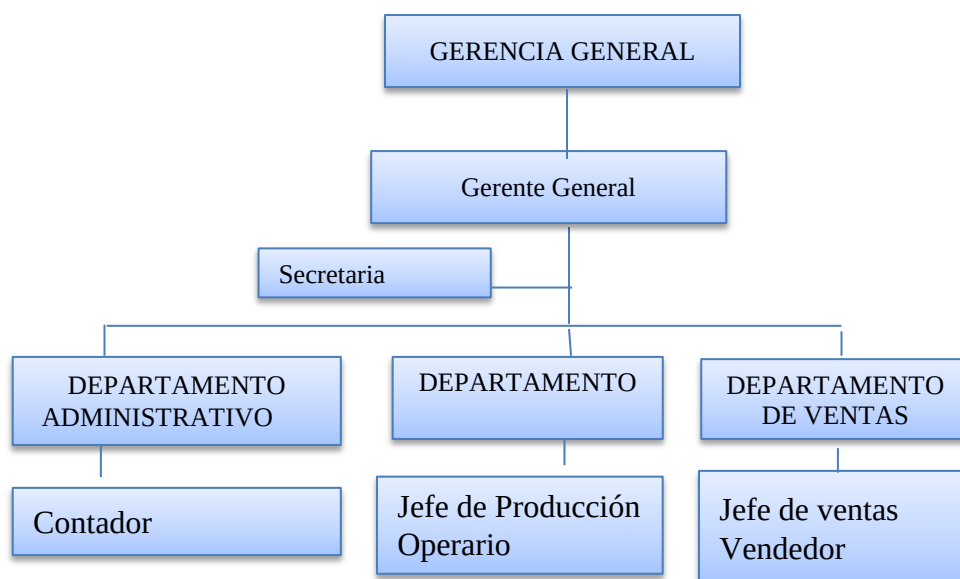


Figura 11 Organigrama Funcional

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Actividades a realizarse

Gerente general

Es la persona que se encarga de las siguientes actividades:

- Definir la dirección estratégica de la compañía y sus políticas.
- Representante legal de la compañía.
- Controlar el desarrollo de los planes de cada una de los departamentos de la empresa para lograr los objetivos propuestos..
- Toma de decisiones administrativas, de financiamiento.
- Definir y supervisar los procesos de selección de personal.

Secretaria

- Lleva el control de la agenda del gerente
- Atender a los clientes que soliciten información acerca de los productos.
- Coordinar funciones y las actividades designadas para cada departamento.
- Atender a los proveedores y coordinar la entrega de materiales.
- Preparar comunicaciones escritas de información correspondientes a los diferentes departamentos.

Departamento Administrativo

Contador

- Solicitar asignaciones de fondos, libramientos, cheques y otros.
- Coordinar las acciones concernientes al pago de personal.

- Llevar control del cumplimiento de los programas de pago de las obligaciones contraídas por la institución.
- Autorizar solicitudes de fondos para cubrir gastos internos de la institución.
- Emitir e informar pago a proveedores
- Emitir y controlar la emisión de facturas.

Departamento de Producción.

Jefe de Diseño

Él debe entender completamente el producto que está haciendo y con las especificaciones que el fabricante le ha dado para su producto.

- El asesoramiento personalizado a cada uno de los obreros.
- Encargado de realizar el respectivo control de calidad de todos los procesos de producción.
- Conocer el funcionamiento y mantenimiento de las maquinas.

Operario

- Seguir normas de seguridad pertinentes, a fin de evitar accidentes de trabajo.
- Responsabilizarse de todas las herramientas e implementos que sean asignados ya que de esto depende el correcto desempeño de la maquinaria asignada.
- Informar a su jefe inmediato las actividades realizadas en el transcurso de la jornada.
- Mantener la planta de producción limpia y ordenada.

Departamento de ventas.

Es el área de la empresa que se encarga de vender o comercializar los productos o servicios producidos.

Vendedor

- Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos.
- Asesorar a los clientes, acerca de los productos o servicios que ofrece la empresa.
- Satisfacer las necesidades y deseos del cliente al momento de la compra.
- Informar a la empresa las inquietudes de los clientes (requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias, y otros).

2.03.07 Gestión Operativa

Es el estudio de los métodos, herramientas, conceptos necesarios para enfrentar y resolver los problemas relacionados con la producción de bienes y servicios” (Anaya, 2011, pág. 12).

El objetivo principal del proceso es brindar al cliente un producto que logre satisfacer sus necesidades, a esto se agrega un eficiente servicio al cliente, el ambiente acogedor del local y este proceso también permitirá entregar los productos que el cliente solicito.

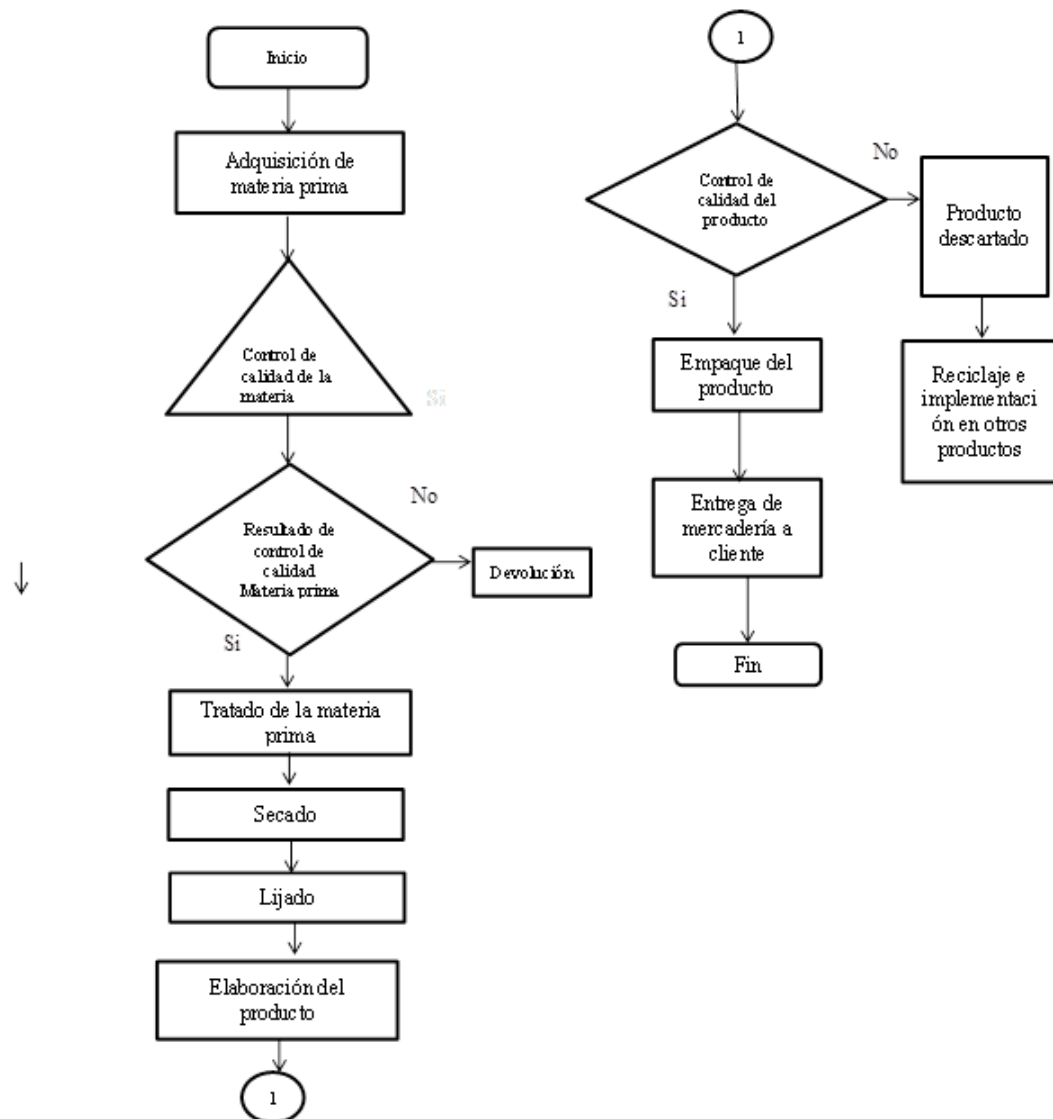


Figura 12 Flujograma de Procesos

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

2.03.08 Gestión Comercial

La Empresa se va a llamar: BAMBOO MUEBLES Y DECORACIÓN

Su eslogan será: Creando ideas para su hogar



Figura 13 Logotipo

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

2.03.08.01 Marketing Mix

“El marketing es una disciplina que busca fidelizar y mantener a los clientes de un producto, mediante la satisfacción de sus necesidades, se analiza constantemente el comportamiento de los mercados y de los consumidores” (S.A.C, 2013).

En otras palabras las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos.



Figura 14 Marketing Mix

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

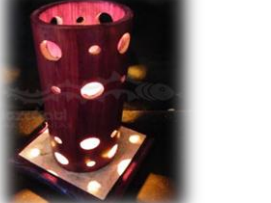
2.03.08.02 Producto

“Bamboo Muebles y Decoración” producirá diseños que serán un reflejo del pasado y un icono de nuestra época, brindando comodidad, elegancia, originalidad y sobre todo economía y durabilidad. Además estos muebles sirven para decorar los ambientes dentro de una casa, convirtiéndose en atractivas combinado materiales como vidrios, telas especiales, cuerina, aglomerados y especialmente la caña guadua que se conoce también con el nombre de Bambú, es un material tan fácil de trabajar que con ella se puede fabricar muebles, artesanías, se necesita solamente creatividad e imaginación para hacer cosas realmente maravillosa.

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

Tabla 14

Lista de Productos

Producto	Descripción
	Juego de Dormitorio: fabricadas con cañas guadua o bambú son muebles muy exóticos incluye dos veladores. Se podrá armar acorde a su gusto.
	Juego de sala: son fabricados con cañas guadua o bambú, muebles muy rústicos de diversos diseños con elegantes acabados en su forma natural con un toque de distinción y elegancia acogedora en nuestros hogares.
	Juego de comedor: diversos diseños acogedores en cualquier ambiente ya sea en un restaurant, hogar, hosterías y otros.
	Floreros: diversos diseños creados con el fin de acogerse a cualquier ambiente natural e indescriptible.
	Lámparas: diversos diseños creados con el fin de acogerse a cualquier ambiente natural e indescriptible.
	Artículos de decoración: realizados en caña guadua o conocido como bambú, ideales para cualquier ambiente.

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.03.08.03 Precio

Es la información sobre el precio del producto que la empresa ofrece en el mercado. Todos los precios varían de acuerdo al modelo que selecciona el cliente.

Tabla 15

Precios de Bamboo Muebles y Decoración

Producto	Imagen	Precio
Juego de dormitorio		\$ 250
Juego de sala		\$450
Juego de comedor		\$400
Artículos decorativos en general		Desde \$10 hasta \$40 dólares.

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

2.03.08.04 Promoción

Comunicar, informar y persuadir al cliente sobre la empresa, sus productos y sus ofertas son los pilares básicos de la promoción. Para la promoción nos podemos valer de diferentes herramientas, como:

Descuentos: Se realizara descuentos de 30%,20% y 10% por la compra de un juego de sala y comedor.

Bonificaciones: se obsequiara un producto por compras mayores a 1000.

Se utilizara tarjetas de Presentación.

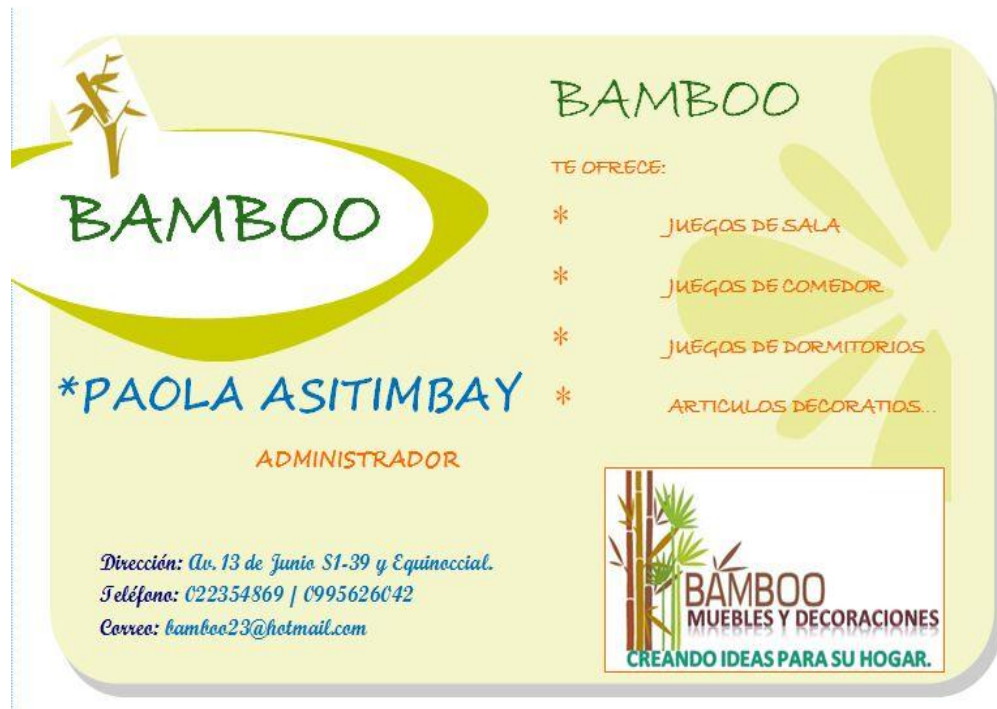


Figura 15 Tarjeta de presentación

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

2.03.08.06 Publicidad.

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



Figura 16 Publicidad

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

2.03.08.06 Plaza

Identifica un lugar donde se concentra el público objetivo del producto o servicio, factor principal en la determinación de la evolución del negocio.

“Bamboo Muebles y Decoración”, está ubicada en el sector de San Antonio de Pichincha Av.13 de Junio S1-39 y Equinoccial, al norte de la ciudad de Quito.

Cuenta con una buena ubicación que es fundamental para el éxito porque la gente da importancia al fácil acceso, permitir la fácil visualización del producto o servicio lo más cerca posible del cliente para que éste pueda comprarlo con rapidez y simplicidad. La disponibilidad de esto llevara al consumidor a sentirse cómodo al momento de la adquisición.

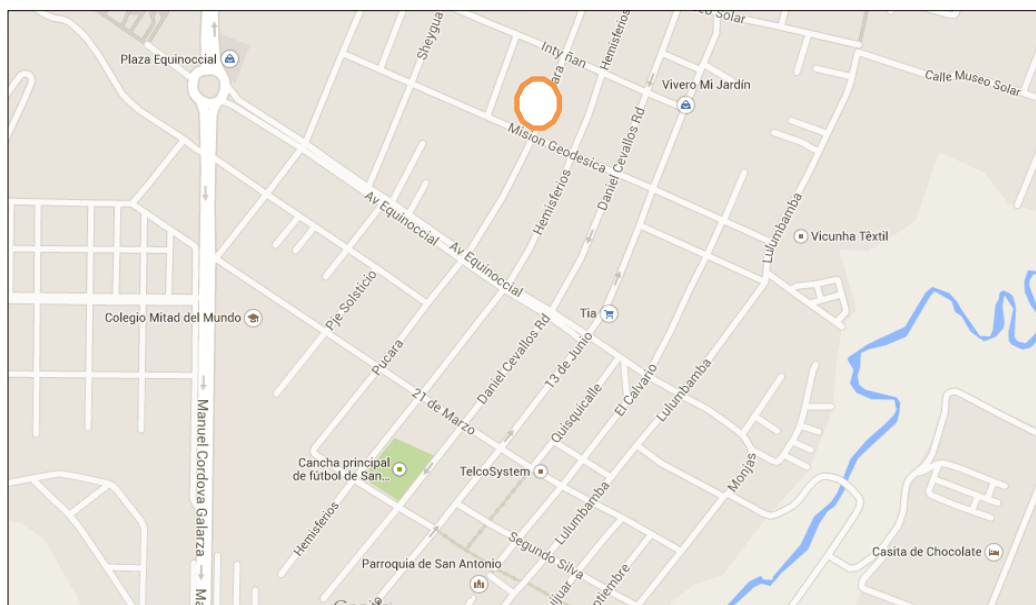


Figura 17 Plaza

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

2.03.09 Análisis FODA

“La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo” (Talaya & Mondejar, 2013, pág. 65).

Fortalezas: son los recursos económicos tecnológicos y humanos, con que cuenta la empresa, y su posición privilegiada frente a la competencia.

Oportunidades: son aquellas posibilidades favorables que se deben reconocer o descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, ya que permiten obtener ventajas frente a la competencia.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno propio del país como una crisis económica que pueda llegar a atentar con la permanencia de la empresa en el mercado.

Tabla 16

Ambiente interno

Descripción	Fortaleza			Debilidades		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Filosofía corporativa						
Misión	x					
Visión	x					
Objetivos	x					
Políticas	x					
Gestión administrativa						
Planificación	x					
Organización	x					
Dirección	x					
Control		x				
Gestión operativa						
Flujograma del proceso principal	x					
Gestión Comercial	x					

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Paola Asitimbay

Tabla 17

Ambiente externo

Descripción	Fortaleza			Debilidades		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Aspectos económicos						
Inflación		x				
Tasas de interés activa y pasiva					X	
Pib					X	
Riesgo país	x					
Balanza comercial					X	
Aspecto socio cultural						
Sociedad					X	
Cultura				x		
Desempleo					X	
Pobreza					X	
Aspecto político					X	
Aspecto tecnológico					X	
Clientes				x		
Proveedores				x		
Competencia		x				

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Paola Asitimbay

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

“Su función es ayudar a tomar las decisiones correctas, aportando información, ya que su implantación exige la necesidad de conocer objetivamente al consumidor final, permitiendo disminuir riesgos de la toma de decisiones” (Ferre & Ferre, 2010, pág. 18).

El estudio de mercado nos permite y facilita la obtención de datos, resultados que serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

3.01 Análisis del Consumidor

“Es un conjunto de actividades que realiza las personas cuando seleccionan, compran, evalúan y utilizan bienes y servicios, con el objeto de satisfacer sus deseos y necesidades, actividades en las que están implicado procesos mentales y emocionales, como acciones físicas” (Molla & Berenguen, G, 2006, pág. 18).

En todo tipo de negocio se desea saber cuáles son sus clientes y en donde se encuentran sus clientes potenciales, determinando el comportamiento de compra en los consumidores actuales. Esta investigación permite medir cual es el

comportamiento de los actuales clientes que adquieren los muebles y artículos decorativos en sus hogares, conocer la percepción que tienen los clientes acerca de los diferentes tipos de muebles comercializados en el medio en el que nos desarrollaremos, cuáles serán los de mayor demanda, pues cada día los consumidores son más exigentes, ahora buscan aspectos como calidad, diseño, comodidad y a su vez por ecología que es un aspecto que hoy en día ha tomado mucha fuerza buscando concientizar a la gente a cuidar el medio ambiente.

3.02 Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado es enfocarnos en un grupo relativamente grande u homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado. Los datos tomados para el presente proyecto son del sector del Norte de Quito de la parroquia de San Antonio de Pichincha, según datos proporcionados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), será en base al censo de la población y vivienda realizado en el 2010.

3.03 Segmentación Demográfica

Tabla 18

Segmentación Demográfica

Población Según Censos			
	1990	2001	2010
Pichincha	1.516.902	2.388.817	2.576.287
DMQ	1.371.729	1.839.853	2.239.191
Pomasqui	13.735	19.803	28.910
Calacalí	3.505	3.626	3.895
San Antonio de Pichincha	124.179	19.816	32.357

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Parroquia de San Antonio de Pichincha

La población de San Antonio de Pichincha es de 32.357 habitantes.

Tabla 19

Población por Grupos de Edad y Sexo

POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO			
GRUPOS DE EDAD	SEXO		TOTAL
	HOMBRE	MUJER	
Menor de 1 año	305	272	577
De 1 a 4 años	1301	1281	2582
De 5 a 9 años	1693	1704	3397
De 10 a 14 años	1651	1545	3196
De 15 a 19 años	1567	1514	3081
De 20 a 24 años	1497	1510	3007
De 25 a 29 años	1440	1513	2953
De 30 a 34 años	1242	1321	2563
De 35 a 39 años	1075	1213	2288
De 40 a 44 años	935	980	1915
De 45 a 49 años	845	921	1766
De 50 a 54 años	630	682	1312
De 55 a 59 años	535	578	1113
De 60 a 64 años	404	439	843
De 65 a 69 años	333	337	670
De 70 a 74 años	185	241	426
De 75 a 79 años	121	174	295
De 80 a 84 años	88	115	203
De 85 a 89 años	41	60	101
De 90 a 94 años	19	31	50
De 95 a 99 años	2	10	12
De 100 años y más	3	4	7
TOTAL	15912	16445	32357

Fuente: Censo INEC 2010

Elaborado por: Parroquia de San Antonio de Pichincha

3.04 Determinación de la población

Para la determinación de la población en el proyecto, se tomara la siguiente información:

Tabla 20

Determinación de la población

Descripción	
Edad	24 años en adelante
Nivel académico	Todas sin excepción
Clase social	Alta-Media-Baja
Población de 25 años en adelante	16517

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

El proyecto está enfocado desde los 25 años en adelante, este grupo de clientes será el que captará, servirá y se dirigirá los esfuerzos de mercadeo. Por lo tanto la población de San Antonio de Pichincha será de 16517 habitantes.

3.04.01 Cálculo de la Muestra

El tamaño de la muestra de la parroquia de San Antonio de Pichincha del Distrito Metropolitano de Quito; se basa en un margen de error del 5% y una confiabilidad del 95% además tomará como datos como prevalencia estimada del 0,5 debido a que no se tiene una información exacta del número de personas que compra muebles de caña guadua.

Para lo cual se utilizará la siguiente fórmula:

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)e^2 + Z^2pq}$$

De donde:

n=Tamaño de muestra

N=Tamaño de población

e= Margen de error (5%= 0,05)

p= Probabilidad del éxito (50%)

q= Probabilidad de fracaso (50%)

Z= Nivel de confianza (1,96)

3.04.02 Aplicación de la Formula

N=16517

e= 0,05

p= 0,50

q= 0,50

Z= 1,96

N=Tamaño de población

e= Margen de error (5%= 0,05)

p= Probabilidad del éxito (50%)

q= Probabilidad de fracaso (50%)

Z= Nivel de confianza (1,96)

$$n = \frac{16517(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(16517 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{16517(3,84)(0,25)}{41,89 + 0,96}$$

$$n = \frac{15856,32}{42,85}$$

$n = 370$ encuestas

Luego de aplicar la fórmula del respectivo cálculo de la muestra que obtuvo el resultado de 370 es la cantidad de encuestas que se debe realizar a las personas que viven en el Sector San Antonio de Pichincha.

3.04.03 Técnicas de recolección de información:

Estas técnicas se refieren al uso de varios instrumentos que permite recolectar información, los cuales pueden ser:

Encuestas

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

Entrevistas

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realizó con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

La Observación

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. Es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

Cuestionarios

Al cuestionario lo podemos definir como un método para obtener información de manera clara y precisa, donde existe un formato estandarizado de preguntas y donde el informante reporta sus respuestas.

El Test

Es una técnica derivada de la entrevista y la encuesta tiene como objeto lograr información sobre rasgos definidos de la personalidad, la conducta o determinados comportamientos y características individuales o colectivas de la persona como: inteligencia, interés, actitudes, aptitudes, rendimiento y otros. A través de preguntas, y actividades.

Para el presente proyecto se utilizó la **Encuesta**, para la recopilación de datos, realizada en el lugar donde se ubicará la empresa para ver el grado de aceptación del producto.

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACIÓN BANCA Y FINANZAS
ENCUESTA**

Objetivo: Recolectar la información necesaria para medir el grado de aceptación de los productos que ofrece la empresa.

INSTRUCCIONES: Llenar con la mayor seriedad posible, ya que esto ayudará a obtener datos precisos sobre la investigación, Por favor marque con una X la opción que usted considere la mejor.

Género: Femenino: ☐ Masculino: ☐

Edad: 25-30 ☐ 31-35 ☐ 36-40 ☐ 41 en adelante ☐

PREGUNTAS:

1. ¿Ha comprado usted algún producto elaborado en caña guadua?

Sí ☐ No ☐

2. ¿Qué producto es de su preferencia en su hogar?

Sala
Comedor
Dormitorio
Artículos Decorativos

☐
☐
☐
☐

3. ¿Con que frecuencia usted compra muebles para el hogar?

6 meses a 1 año
Un año a dos años
Tres años a más

☐
☐
☐

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto hecho en caña guadua?

Juego de sala: 400 -500
Juego de comedor: 300-400
Juego de dormitorio: 200-300

☐
☐
☐

500-600
450-550
300-400

☐
☐
☐

5. ¿Con que frecuencia compra artículos decorativos para su hogar?

Trimestral
Semestral
Anual

☐
☐
☐

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un artículo decorativo hecho en caña guadua?

10-20

☐

20 a más

☐

7. ¿Por lo general que tipo de muebles y accesorios compra usted para su hogar?

Estilo colonial
Contemporáneos
Rústicos
Clásico y tradicional

8. ¿Qué lugares son de su preferencia al momento de adquirir un mueble?

Mueblerías
Centro comerciales
Punto de venta propio
Ferias

9. ¿Qué aspectos valora al comprar un producto?

Precio
Calidad
Diseño
Garantía

10. ¿Le gustaría que se elaboren diseños a su estilo?

Sí

☐

No

☐

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

Sí

☐

No

☐

12. ¿En caso de realizar la compra como es su forma de pago?

Efectivo
Tarjetas de crédito

13. ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de un local comercial de muebles y artículos decorativos hecho en caña guadua?

Sí

☐

No

☐

Muchas gracias por su colaboración

3.04.04 Análisis de la Información

Permite determinar la aceptación de implementar la microempresa.

- Determinación de la población y número de encuestas
- Selección del instrumento que se utilizará para la recolección de información, en este caso es 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

3.04.05 Resultado Del Estudio De Mercado

Total de hombre y mujeres encuestados

Tabla 21

Segmentación del mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	221	59,6	59,7	59,7
Masculino	149	40,2	40,3	100,0
Total	370	99,7	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

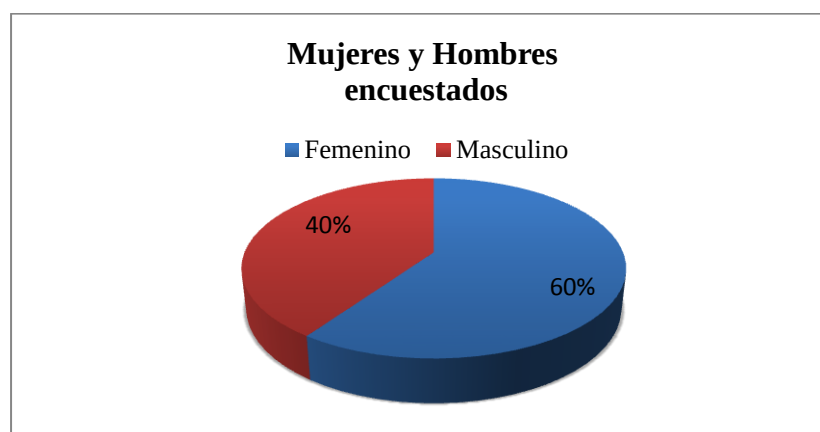


Figura 18 Género

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

Como se puede visualizar en la interpretación más de la mitad pertenece al género femenino mientras que el 40% es masculino nos permite conocer al target que nos dirigimos.

Tabla 22

Promedio en edades de la muestra encuestada

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
25-30	81	21,9	21,9
31-35	94	25,4	47,3
36-40	135	36,5	83,8
41 en adelante	60	16,2	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

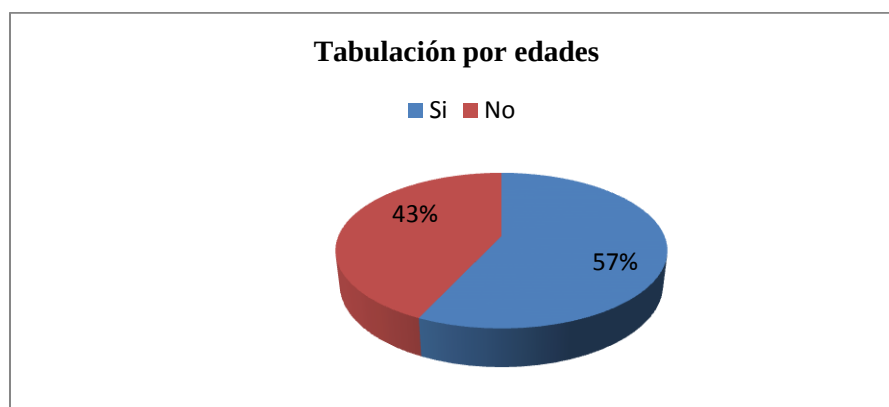


Figura 19 Edades

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

Se puede apreciar que la mayor parte de los encuestados está en los rangos de 36 – 40 años de edad con el 37% seguido por los de 31-35 años de edad. Es una ventaja muy buena ya que está dentro de nuestro mercado objetivo.

1) ¿Ha comprado usted algún producto elaborado en caña guadua?

Tabla 23

Primera Pregunta

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	210	56,8	21,9
No	160	43	47,3
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay



Figura 20 Primera Pregunta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

Se puede observar que la mitad de personas han adquirido un producto hecho en caña guadua lo cual permite tener mayor aceptación en los productos a realizar y a su vez el resto de las personas que no han comprado permitir ofrecer un producto innovador que satisfaga sus necesidades.

2) ¿Qué producto es de su preferencia?

Tabla 24

Segunda Pregunta

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sala	129	35	43,2
Comedor	107	29	62,2
Dormitorio	93	25	89,2
Artículos decorativos	41	11	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

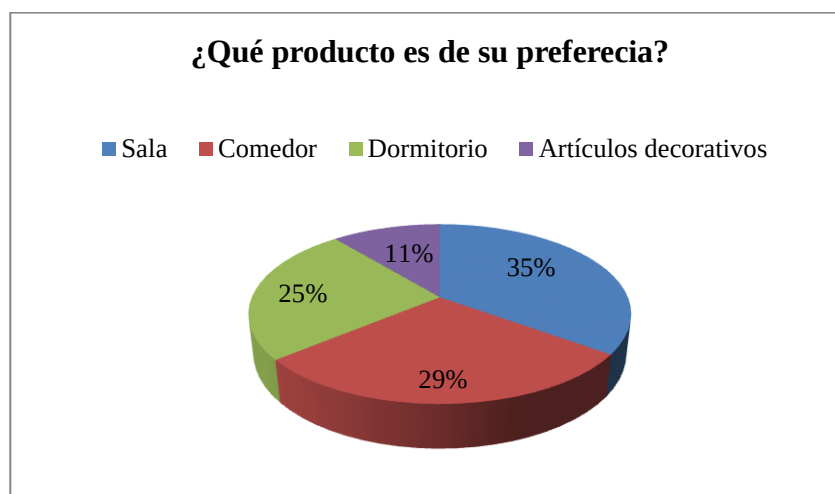


Figura 21 Segunda Pregunta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada nos permite saber cuáles serán los productos que tendrán mayor demanda, siendo un punto muy importante para medir las necesidades de los consumidores finales.

3) ¿Con que frecuencia usted compra muebles para el hogar?

Tabla 25

Tercera Pregunta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Seis meses a un año	40	10,8	10,8
Un año a dos años	152	41,1	51,9
Tres años a más	178	48,1	100,0
Total	370	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

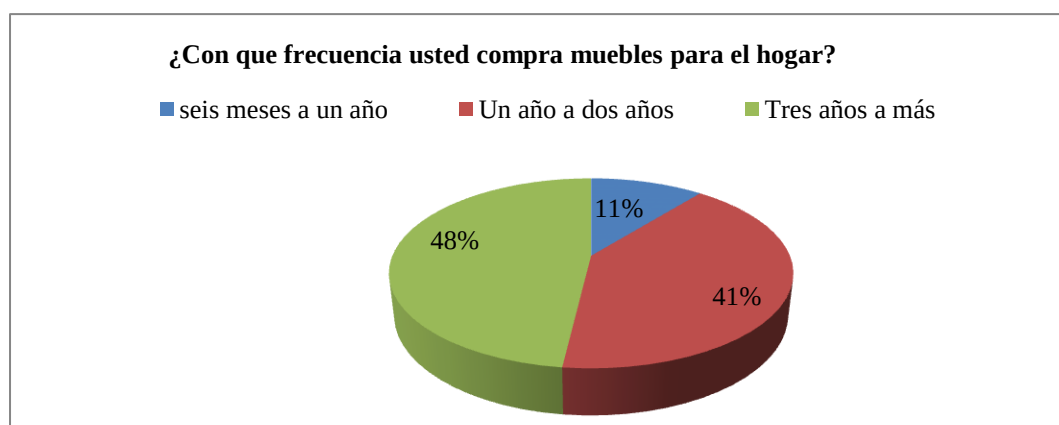


Figura 22 Tercera Pregunta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos refleja que la frecuencia de compra frecuencia es de tres años en adelante, seguido también los clientes adquieren el producto de uno a dos años lo que significa que en la actualidad las personas compran con más frecuencia beneficiando al producto.

4) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un juego de sala hecho en caña guadua?

Tabla 26

Cuarta Pregunta (a)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
400-500	310	83,8	83,8
500-600	60	16,2	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

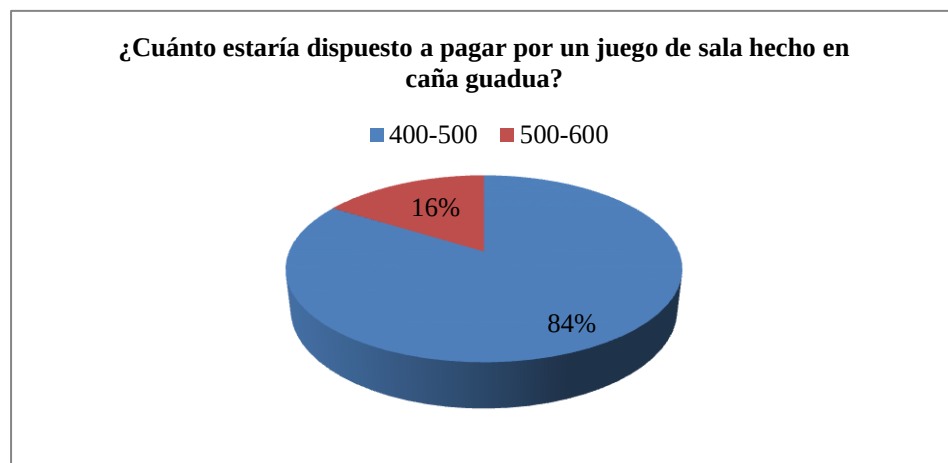


Figura 23 Cuarta Pregunta (a)

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta nos indica el valor que las personas están dispuestas a pagar por un juego de sala, un precio aceptable ya que está acorde con las expectativas del presente proyecto.

4.1) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un juego de comedor hecho en caña guadua?

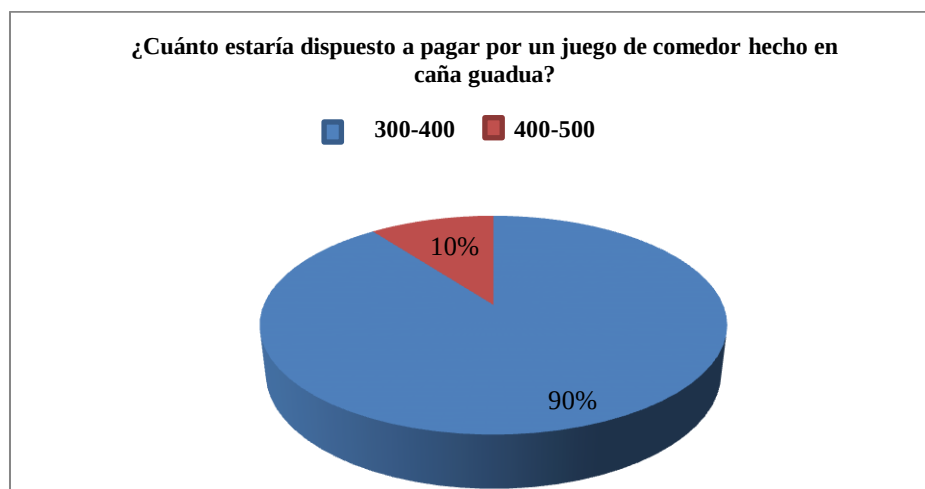
Tabla 27

Cuarta Pregunta (b)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
300-400	332	89,7	89,7
400-500	38	10,3	100,0
Total	370	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta nos indica el valor que las personas están dispuestas a pagar por un juego de comedor, un precio aceptable ya que está acorde con las expectativas del presente proyecto.

4.2) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un juego de dormitorio hecho en caña guadua?

Tabla 28

Cuarta Pregunta (c)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
200-300	266	71,89	97,3
300-400	103	28,11	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

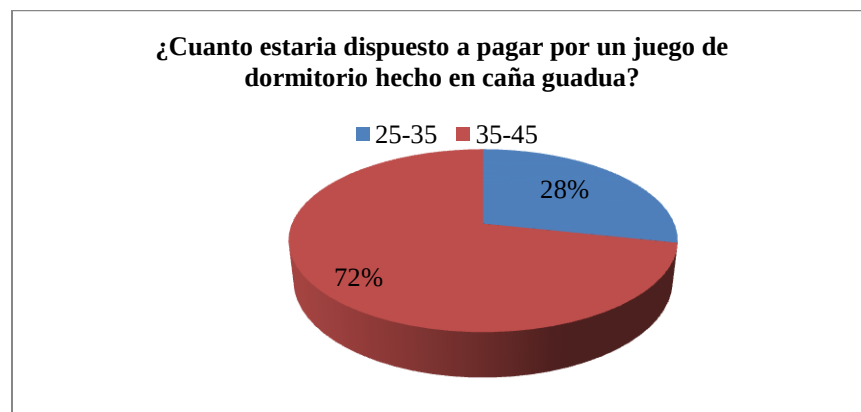


Figura 24 Cuarta Pregunta (c)

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta nos indica el valor que las personas están dispuestas a pagar por un juego de dormitorio un precio aceptable ya que está acorde con las expectativas del presente proyecto.

5) ¿Con que frecuencia compra artículos decorativos para su hogar?

Tabla 29

Quinta Pregunta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Trimestral	47	12,7	12,7
Semestral	185	50	62,7
Anual	138	37,3	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

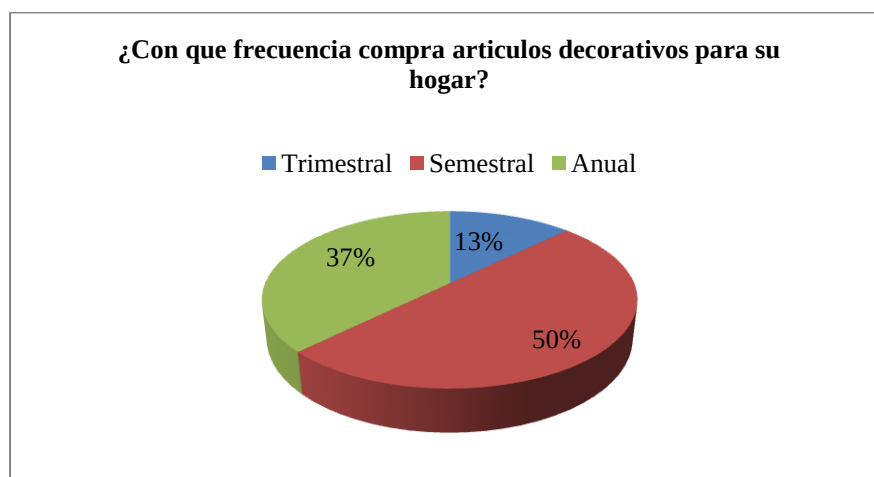


Figura 25 Quinta Pregunta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos refleja que la mitad de los encuestados nos indican que la frecuencia del cliente al comprar un artículo decorativo es semestral, lo que significa que en la actualidad las personas adquieren productos con más frecuencia beneficiando al presente proyecto.

6) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por artículos decorativos hecho en caña guadua?

Tabla 30

Sexta Pregunta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
10-20	296	80	80
20 a más	74	20	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

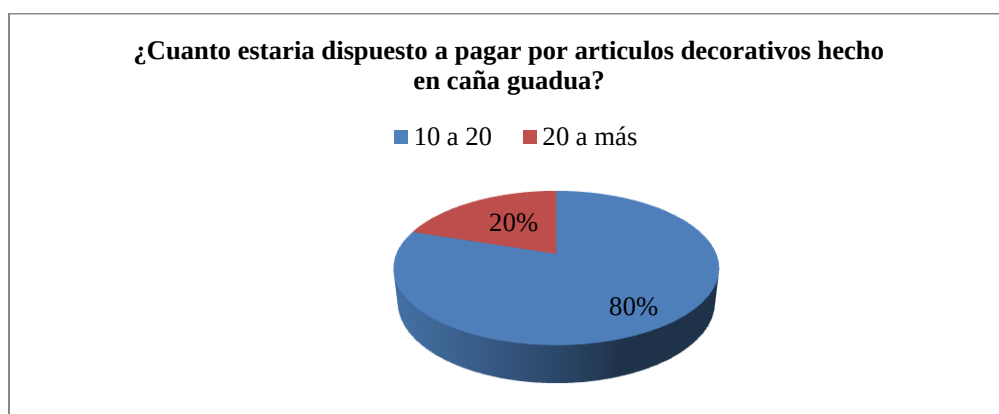


Figura 26 Sexta Pregunta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta nos indica el valor que las personas están dispuestas a pagar por artículo decorativo, un precio aceptable ya que está acorde con las expectativas del presente proyecto.

7 ¿Por lo general que tipo de muebles y accesorios compra usted para su hogar?

Tabla 31

Séptima Pregunta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Estilo colonial	77	20,8	20,8
Contemporáneos	93	25,1	45,9
Rústicos	62	16,8	62,7
Clásico y tradicional	138	37,5	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

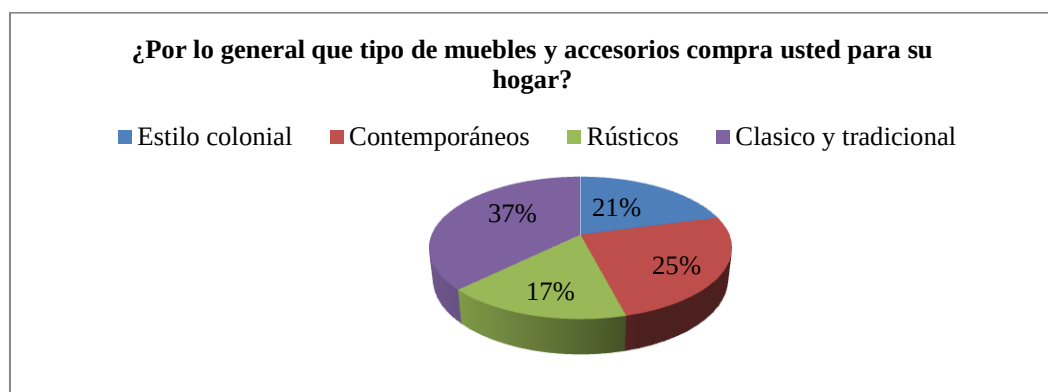


Figura 27 Séptima pregunta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

Se visualiza que las personas prefieren clásicos y tradicionales, considerando como una oportunidad para la empresa ya que los muebles y artículos que se va a ofrecer serán de tipo rústicos, sencillos y tradicionales.

8) ¿Qué lugares son de su preferencia al momento de adquirir un mueble y artículos decorativos?

Tabla 32

Octava pregunta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Mueblerías	52	14,1	14,1
Centros comerciales	55	14,9	28,9
Punto de venta propio	221	59,7	88,6
Ferias	42	11,4	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

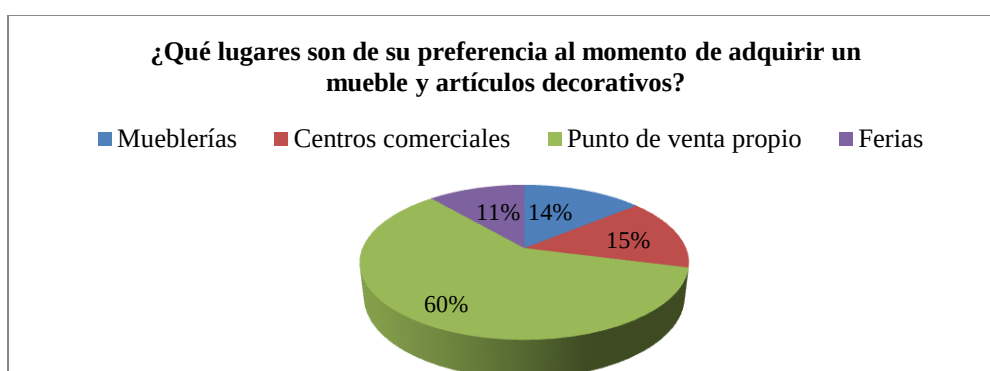


Figura 28 Octava pregunta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

Según los datos obtenidos se observa que un 60% de las personas encuestadas prefiere adquirir el producto en un punto de venta propio lo cual es de gran beneficio abrir un punto de venta, dando a conocer los productos que se ofrecerá en el mercado.

9) ¿Qué aspecto valora para comprar un producto?

Tabla 33

Novena Pregunta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Precio	80	21,6	21,6
Calidad	156	42,2	63,8
Diseño	124	33,5	97,3
Garantía	10	2,7	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

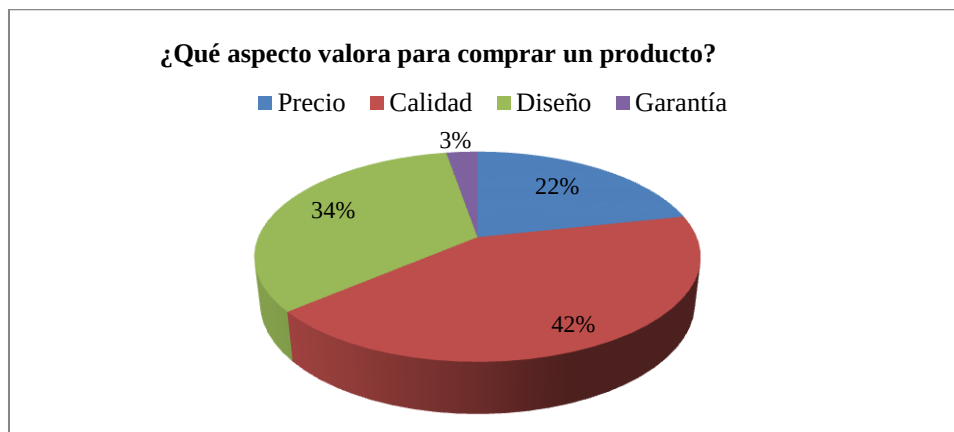


Figura 29 Novena Pregunta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

Según los datos obtenidos en la encuesta nos da a conocer que las personas buscan calidad y a su vez diseño, lo que representa para el proyecto el compromiso de elaborar un producto con materiales de calidad y mano de obra especializada, además esto representa una ventaja ya que sus diseños son innovadores.

10) ¿Le gustaría que se elaboren diseños de acuerdo a su estilo?

Tabla 34

Décima Pregunta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	354	95,7	95,7
No	16	4,3	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay



Figura 30 Décima Pregunta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos nos indican que las personas encuestadas si les gustaría que se elaboren diseños de acuerdo a su estilo, permitiéndonos crear modelos exclusivos para los clientes.

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

Tabla 35

Pregunta Once

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	157	42,4	42,4
No	213	57,6	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

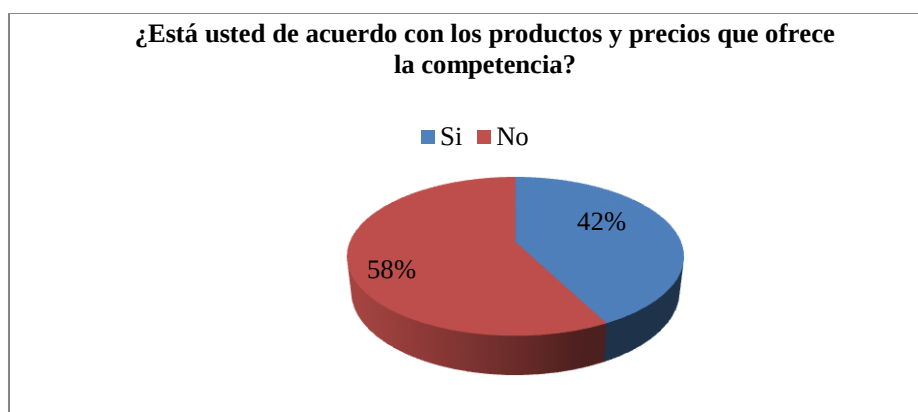


Figura 31 Pregunta Once

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas realizadas nos indica que el 58% de las personas no están de acuerdo con los precios que ofrece la competencia, esto es un factor considerable, porque los precios que se ofrece en los productos del presente proyecto son accesibles para todo cliente.

12) ¿En caso de realizar la compra como es su forma de pago?

Tabla 36

Pregunta Doce

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Efectivo	298	80,5	80,5
Tarjetas de Crédito	72	19,5	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

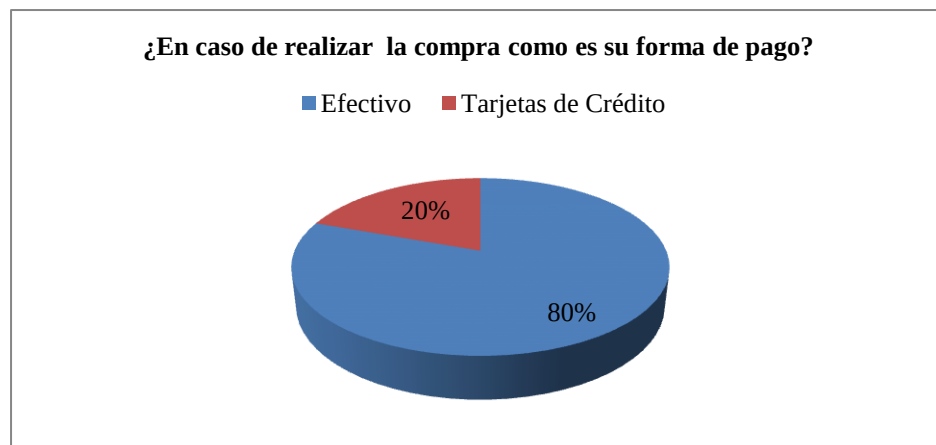


Figura 32 Pregunta Doce

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos nos indica que un mayor porcentaje de las personas encuestadas realizan sus pagos en efectivo, lo que representa que existirá dinero líquido y disponible para la empresa.

13) ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de una fábrica de muebles y artículos decorativos hechos en caña guadua?

Tabla 37

Pregunta Trece

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	350	94,6	94,6
No	20	5,4	100
Total	370	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

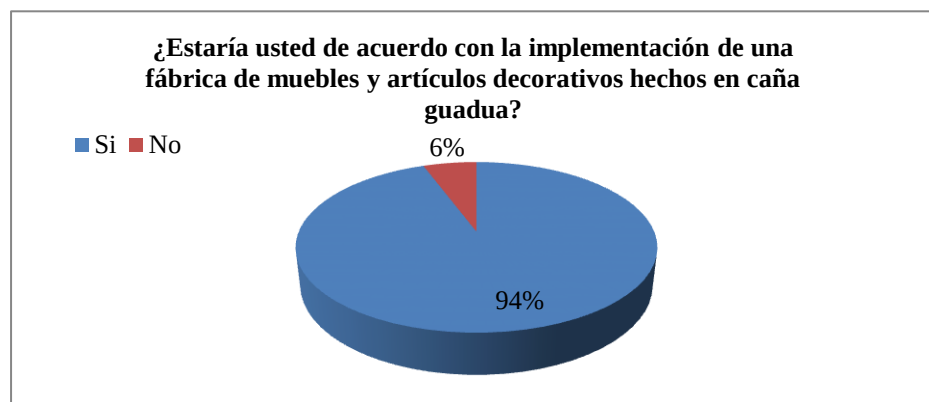


Figura 33 Primera Pregunta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos refleja las personas encuestadas están de acuerdo con la implementación del producto lo que abarca una demanda aceptable.

3.05 Demanda

“Es la cantidad de bienes y servicios que los agentes económicos “consumidores” están dispuestos a adquirir a un precio determinado, para satisfacer sus necesidades” (Lara B. , 2011, pág. 31).

La demanda de la caña guadua en el Ecuador, se enfoca en el sector industrial y artesanal. A su vez satisfacen la demanda interna tanto como muebles y otros productos con valor agregado representando un rubro importante en la economía del país.

3.05.01 Demanda Actual

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

Datos para calcular la demanda actual

Tabla 38

Demanda Actual

Población	16517
Total Encuestas	370
Tasa de Industria Manufacturera	4,8 %
Porcentaje mayor de aceptación	94,60%
Porcentaje mayor de frecuencia	48,10%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

3.05.01.01 Cálculo de la demanda Muebles en Caña Guadua

Tabla 39

Cálculo de la demanda Muebles en Caña Guadua

Cálculo de la Demanda			
Aceptación			
Población	*	Porcentaje de mayor aceptación	
16517	*	94,60%	
=		15.625,08	
Frecuencia			
Habitantes	*	Mayor porcentaje de frecuencia	* Tiempo
15625,08	*	48,10%	* 1
=		7.515,66	
Precio		350	
=		350	
Cálculo de la Demanda Actual			
Resultado de la frecuencia	*	Precio	
7515,66	*	350,00	
=		\$ 2.630.482,55	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

3.05.02 Demanda proyectada Muebles en Caña Guadua

Para realizar el cálculo de la demanda proyectada se utilizará la Tasa de la Industria Manufacturera 4,8%.

Tabla 40

Demanda proyectada Muebles en Caña Guadua

Cálculo de la Demanda Proyectada			
Años	Demanda actual	Tasa del sector	Demanda proyectada
2015	\$ 2.630.482,55	1,000	\$ 2.630.482,55
2016	\$ 2.630.482,55	1,0480	\$ 2.756.745,72
2017	\$ 2.756.745,72	1,0480	\$ 2.889.069,51
2018	\$ 2.889.069,51	1,0480	\$ 3.027.744,85
2019	\$ 3.027.744,85	1,0480	\$ 3.173.076,60
2020	\$ 3.173.076,60	1,0480	\$ 3.325.384,28

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

3.06 Oferta

(Clemente, 2010) “Define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones, es la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos” Pág. 45

El propósito de la oferta es definir y medir las cantidades o condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio las cuales tienden a variar en relación directa con el precio es decir si el precio baja, la oferta baja y aumenta si el precio sube.

3.06.01 Oferta Actual Muebles en Caña Guadua

Tabla 41 Oferta

Actual Muebles en Caña Guadua

Oferta actual			
Años	Demanda	Porcentaje de la competencia	Oferta
2015	2.630.482,55	0,42	\$ 1.104.802,67

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

3.06.02 Oferta Proyectada Muebles en Caña Guadua

Para al realizar la proyección de la oferta se tomó en consideración la pregunta de la encuesta en la cual se mide el grado de satisfacción con la competencia, la cual fue 42%.

Tabla 42

Oferta Proyectada Muebles en Caña Guadua

Cálculo Oferta Proyectada			
Años	Demanda Proyectada	Tasa de aceptación	Oferta Proyectada
2016	\$ 2.756.745,72	0,42	\$ 1.157.833,20
2017	\$ 2.889.069,51	0,42	\$ 1.213.409,19
2018	\$ 3.027.744,85	0,42	\$ 1.271.652,84
2019	\$ 3.173.076,60	0,42	\$ 1.332.692,17
2020	\$ 3.325.384,28	0,42	\$ 1.396.661,40

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

3.07 Balance de la oferta y la demanda

Balance Actual

La Demanda Insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que posiblemente el mercado consuma en los años futuros, que no ha podido ser cubierta y sobre la cual ningún productor actual podrá satisfacer si se mantienen las condiciones en las cuales se realizó el cálculo, y al cual el proyecto pretende llegar.

Tabla 43

Demanda insatisfecha actual Muebles en Caña Guadua

Balance Actual			
Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2015	\$ 2.630.482,55	\$ 1.104.802,67	\$ 1.525.679,88

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

3.07.01 Balance Proyectado

Con los datos de la demanda y la oferta, se establece la demanda insatisfecha que existe en el mercado, la cual se obtiene restando la demanda menos la oferta.

Tabla 44

Proyección de la Demanda Insatisfecha Muebles en Caña Guadua

Año	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha	Gestión de Proyectos 4% de la Demanda Insatisfecha
2016	\$ 2.756.745,72	\$ 1.157.833,20	\$ 1.598.912,52	\$ 63.956,50
2017	\$ 2.889.069,51	\$ 1.213.409,19	\$ 1.675.660,32	\$ 67.026,41
2018	\$ 3.027.744,85	\$ 1.271.652,84	\$ 1.756.092,01	\$ 70.243,68
2019	\$ 3.173.076,60	\$ 1.332.692,17	\$ 1.840.384,43	\$ 73.615,38
2020	\$ 3.325.384,28	\$ 1.396.661,40	\$ 1.928.722,88	\$ 77.148,92

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

La gestión de proyectos establece que cuando se trata de una nueva unidad de producción, la misma está en la capacidad de cubrir la demanda entre un 2% y un 6%. En este caso, la demanda cubierta por la empresa será de un 4% al año lo que corresponde a \$5329,71 mensuales.

3.08 Demanda Actual Productos Decorativos en Caña Guadua

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

Tabla 45

Cálculo de la Demanda Productos Decorativos en Caña Guadua

Aceptación			
Población	*	Porcentaje de mayor aceptación	
16517	*	94,60%	
=		15.625,08	
<u>Frecuencia</u>			
Habitantes	*	Mayor porcentaje de frecuencia	* Tiempo
15625,08	*	50%	* 2
=		7.812,54	
<u>Precio</u>		(10+ 20)	
		2	
=		15	
Cálculo de la Demanda Actual			
Resultado de la frecuencia	*	Precio	
7812,54	*	15,00	
=		\$117.188,12	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

3.08.01 Demanda proyectada Productos Decorativos en Caña Guadua

Para realizar el cálculo de la demanda proyectada se utilizara la Tasa de la Industria Manufacturera 4,8%.

Tabla 46

Demanda Proyectada Productos Decorativos en Caña Guadua

Años	Demanda actual	Tasa del sector	Demanda proyectada
2015	\$ 117.188,12	1,000	\$ 117.188,12
2016	\$ 117.188,12	1,0480	\$ 122.813,14
2017	\$ 122.813,14	1,0480	\$ 128.708,18
2018	\$ 128.708,18	1,0480	\$ 134.886,17
2019	\$ 134.886,17	1,0480	\$ 141.360,70
2020	\$ 141.360,70	1,0480	\$ 148.146,02

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

3.09 Análisis de la Oferta

3.09.01 Oferta Actual Productos Decorativos en Caña Guadua

Tabla 47

Oferta Actual Productos Decorativos en Caña Guadua

Oferta actual			
Años	Demanda	Porcentaje de la competencia	Oferta
2015	117.188,12	0,42	\$ 49.219,01

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

3.09.02 Oferta Proyectada Productos Decorativos en Caña Guadua

Para realizar la proyección de la oferta se tomó en consideración la pregunta de la encuesta en la cual se mide el grado de satisfacción con la competencia, la cual fue 42%.

Tabla 48

Oferta Proyectada Productos Decorativos Caña Guadua

Cálculo Oferta Proyectada			
Años	Demanda Proyectada	Tasa de aceptación	Oferta Proyectada
2016	\$ 122.813,14	0,42	\$ 51.581,52
2017	\$ 128.708,18	0,42	\$ 54.057,43
2018	\$ 134.886,17	0,42	\$ 56.652,19
2019	\$ 141.360,70	0,42	\$ 59.371,50
2020	\$ 148.146,02	0,42	\$ 62.221,33

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

3.10 Balance de la oferta y la demanda Productos Decorativos

Balance Proyectado

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

Tabla 49

Proyección de la Demanda Insatisfecha Productos Decorativos en Caña Guadua

Año	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha	Gestión de Proyectos 4% de la Demanda Insatisfecha
2016	\$ 122.813,14	\$ 51.581,52	\$ 71.231,62	\$ 2.849,26
2017	\$ 128.708,18	\$ 54.057,43	\$ 74.650,74	\$ 2.986,03
2018	\$ 134.886,17	\$ 56.652,19	\$ 78.233,98	\$ 3.129,36
2019	\$ 141.360,70	\$ 59.371,50	\$ 81.989,21	\$ 3.279,57
2020	\$ 148.146,02	\$ 62.221,33	\$ 85.924,69	\$ 3.436,99

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

La gestión de proyectos establece que cuando se trata de una nueva unidad de producción, la misma está en la capacidad de cubrir la demanda entre un 2% y un 6%. En este caso, la demanda cubierta por la empresa será de un 4% al año correspondiendo a \$237,44 mensuales.

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.” (Chain, 2007, pág. 32)

Este capítulo nos permite determinar el tamaño, su localización, las instalaciones requeridas y los equipos para el presente proyecto.

4.01 Tamaño del Proyecto

Para el presente proyecto se dispone de un área de $20,6\text{m} \times 14,5\text{m} = 298.70$, la misma que contará con un punto de venta el cuál será $5.6 \times 10\text{m} = 56 \text{ m}^2$ y se divide de la siguiente manera.

Tabla 50

Tamaño del Proyecto

Área de Administración	4m x 4m	=	16m ²
Área de Producción	12.05m x 10m	=	120.50 m ²
Área de Ventas	5.6m x 10m	=	56m ²
Área de Diseño	2m x 4m	=	8m ²
Bodega	6m x 8m	=	48m ²
Mantenimiento	4m x 3m	=	12m ²
Baños	3m x 3m	=	9m ²
Parqueadero	2.5m x 10m	=	25m ²
Total			298.70 m²

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada corresponde a la capacidad máxima disponible permanente dentro de un proyecto.

La disponibilidad de la infraestructura con la que contara “Bamboo Muebles y Decoración”, será de 12.05m x 10m= 120.5m² los cuales cubrirán las necesidades de nuestros clientes, ya que el espacio físico ha sido considerando para la producción de nuestros productos.

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad opima del presente proyecto es cuando se opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica, es decir la capacidad de

producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para el tipo de proyecto que se trata.

4.02 Localización

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

La localización del presente proyecto tiene como objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer un lugar q ofrece los máximos beneficios, a su vez obtener la máxima ganancia.

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

4.02.01 Macro Localización

Tabla 51

Macro Localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Cantón	Quito
Parroquia	San Antonio de Pichincha
Sector	Mitad del Mundo
Punto de Venta	Av. Equinoccial y calle 13 de Junio S1-39

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

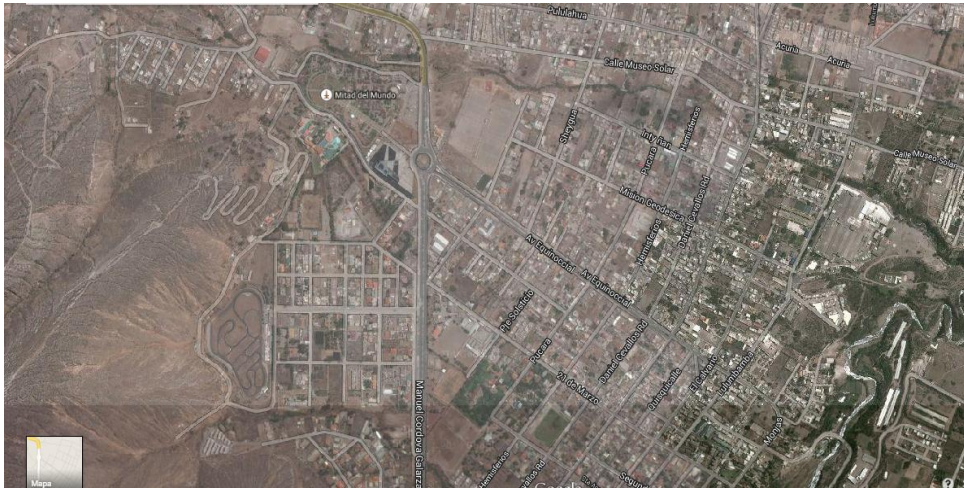


Figura 34 Macro localización

Fuente: Estudio de Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

4.02.02 Micro Localización

El presente proyecto estará ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha, en la Av. Equinoccial y calle 13 de Junio S1-39.

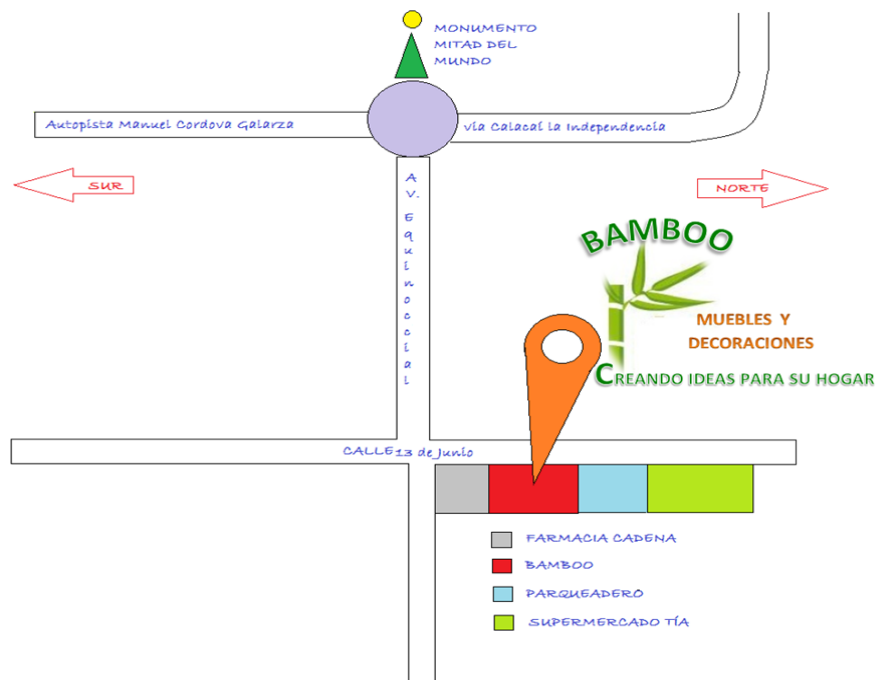


Figura 35 Micro Localización

Fuente: Estudio de Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

4.02.03 Localización Óptima

La localización para la implementación del proyecto estará ubicada en el sector de la Mitad del Mundo, parroquia de San Antonio de Pichincha, debido a que existe cercanía con sus proveedores, vías de acceso adecuadas, cuenta servicios básicos, buena seguridad y cercanía al mercado. Considerando que es un sector muy turístico por el monumento de la mitad del mundo y la UNASUR que son los más destacados, lo cual beneficiará al proyecto para su implementación.

4.03 Ingeniería del Proyecto

4.03.01 Razones de Cercanía

Nos permite definir las razones claras y coherentes de por qué una área debe estar cerca de otra y su relación.

Tabla 52

Razones de Cercanía

Valor	Cercanía
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía Indeseable

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

4.03.02 Código de Cercanía

Tabla 53

Código de Cercanía

1	Proceso
2	Gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

4.03.03 Matriz Cruzada

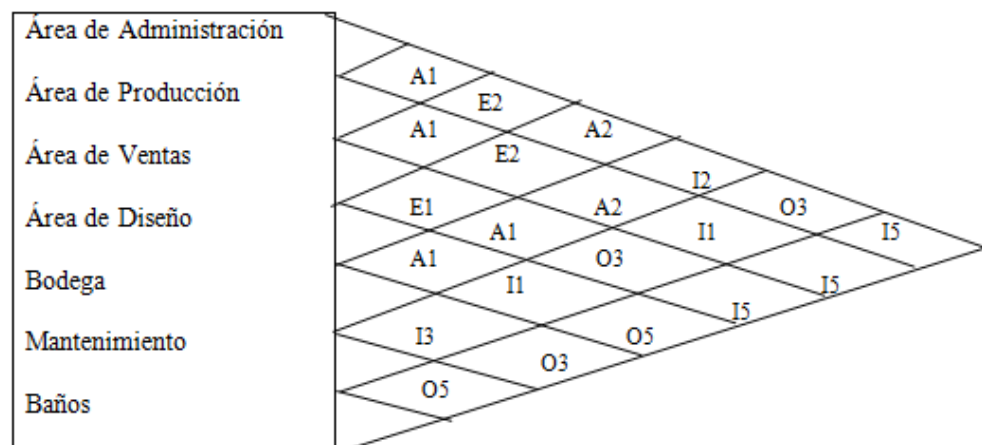


Figura 36 Matriz Cruzada

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabulación

Se realizara con cada departamento de esta manera:

Tabla 54

Tabulación

A		E
	I	
O	U	X

Figura 37 Tabulación

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

A1,,2	E2	
	I2,5	
O3		

Figura 38 Área de Administración

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

A1,2,1	E 2	
	I 1,5	

Figura 39 Área de Producción

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

A1,1 E 1,2 I5 O3	
--	--

Figura 40 Área de Ventas

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

A1,2 E 1,2 I 1 O5	
---	---

Figura 41 Área de Diseño

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

A 1,1,2 I 3,2 O3	
---------------------------------------	--

Figura 42 Área de Bodega

Fuente: Estudio de Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



Figura 43 Área de mantenimiento

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay



Figura 44 Baños

Fuente: Estudio de Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

4.04 Distribución de planta

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE
 FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA
 ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS
 PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO
 METROPOLITANO DE QUITO

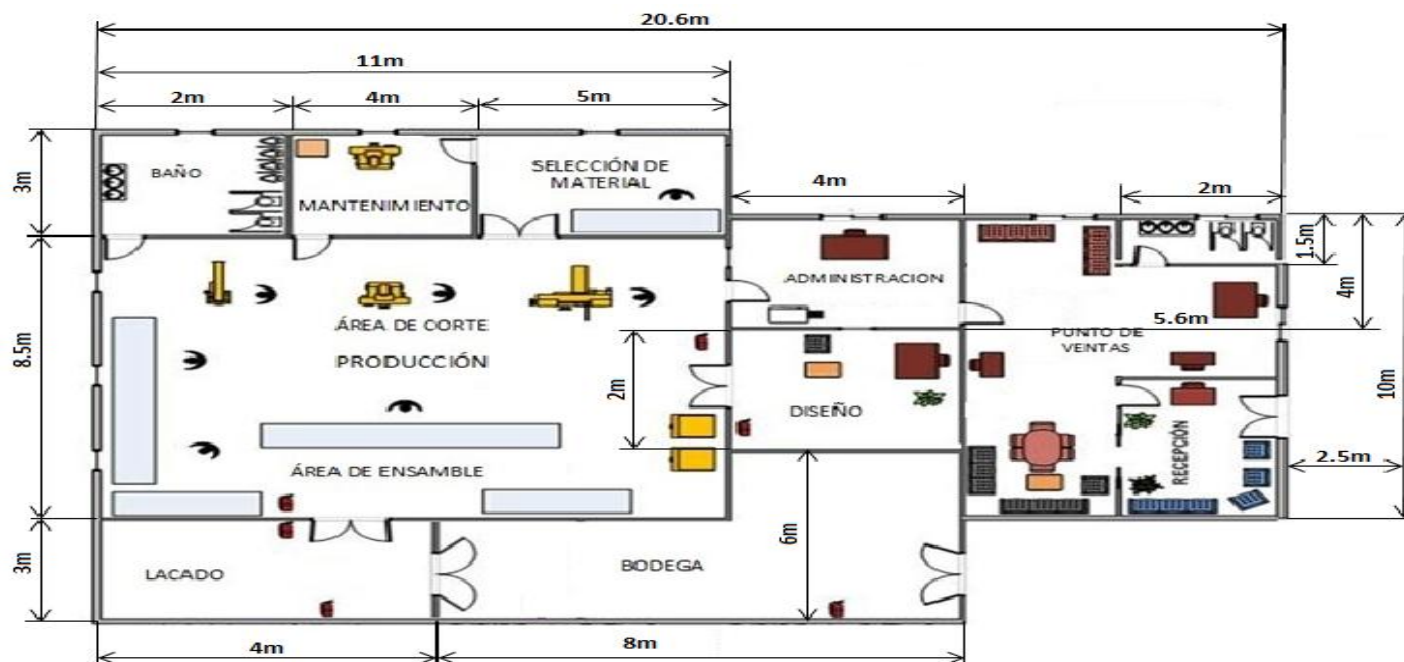


Figura 45 Distribución de la planta

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

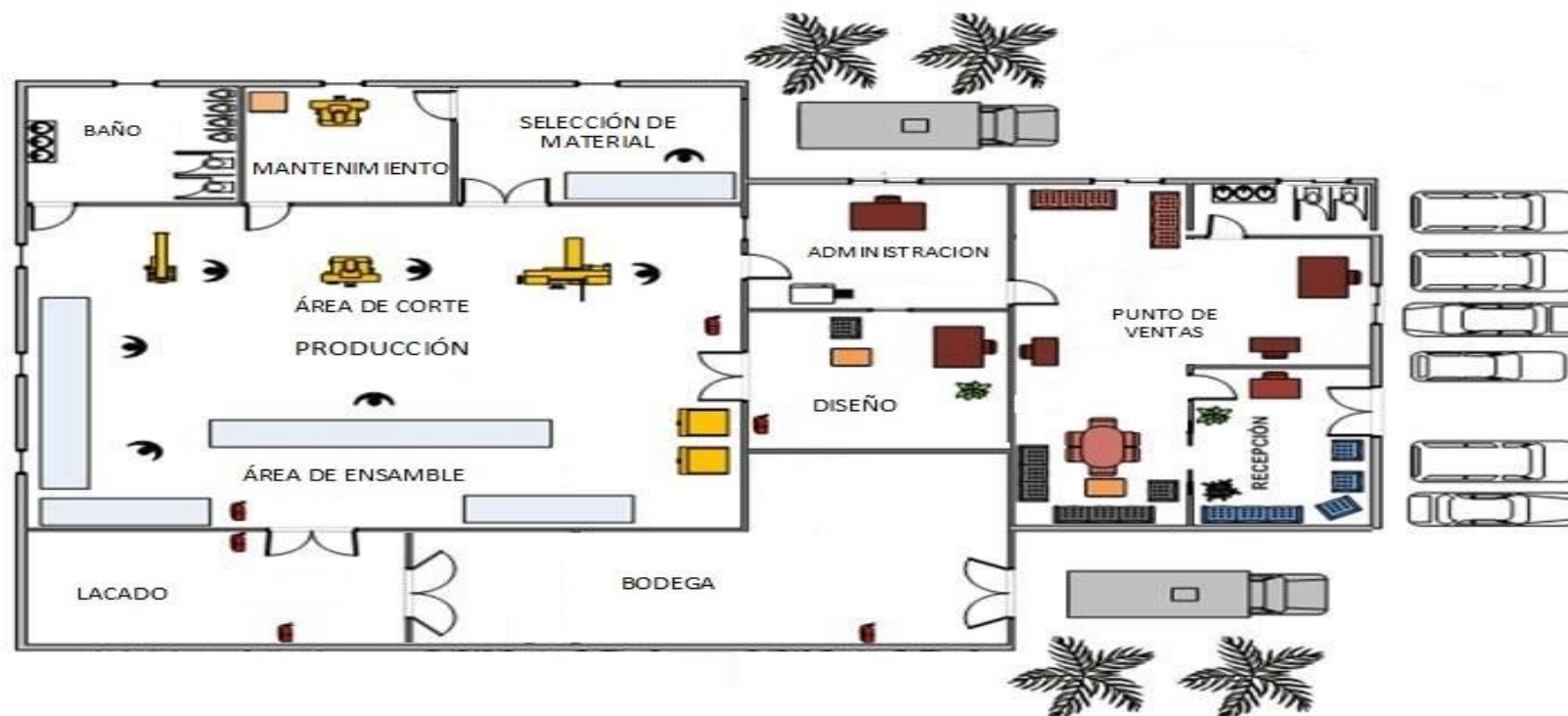


Figura 46 Distribución la planta 2D

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

4.05 Determinación Maquinaria y Equipos

Tabla 55

Maquinaria y Equipos

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Activo Fijo			
Vehículo	1	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00
Maquinaria y equipo			
Cierra banco	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Disco de corte 9" x 40	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Caladora de cinta	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Taladro percutor	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Amoladora angular	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Lijadora orbital	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Compresor de aire 2hp	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Soplete de propano	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Juego de formones	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Herramientas de carpintería	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Total Maquinaria y Equipos			\$ 3.140,00
Muebles y Enseres			
Escritorios	2	\$ 175,00	\$ 350,00
Sillas	5	\$ 70,00	\$ 350,00
Sillón	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Mesa de estación de trabajo	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Total Muebles y Enseres			\$ 1.220,00
Equipo de Computación			
Computadoras	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Impresora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total Equipo de computación			\$ 1.500,00
Equipos de oficina			
Calculadoras	4	\$ 12,00	\$ 48,00
Grapadoras – Perforadoras	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Bolígrafos	4	\$ 0,80	\$ 3,20
Teléfono	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Archivador grande	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Total Equipos de Oficina			\$ 128,20
Total activos			\$ 22.988,20

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

4.06 Tiempo de proceso

Tabla 56

Tiempo Productivo Juego de Sala

N.	Actividad	Estación de Trabajo	Tiempo Total
1	Selección de la Caña Guadua	Área de selección de materia	1:00:00
2	Corte de piezas según su diseño	Área de Corte	2:30:00
3	Limpiar y Lijar las piezas	Área de lijado	3:00:00
4	Ensamblaje de piezas cortadas	Área de ensamblaje	3:30:00
5	Masillado de asperezas y lijado	Área de lacado	2:00:00
6	Protección con sellador	Área de lacado	2:00:00
7	Lacado	Área de lacado	2:00:00
8	Tapizado	Bodega	2:30:00
9	Empacado de los muebles	Bodega	1:00:00
Total Tiempo de Producción			19:30:00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 57

Tiempo Productivo Juego de Comedor

N.	Actividad	Estación de Trabajo	Tiempo Total
1	Selección de la Caña Guadua	Área de selección de materia	0:45:00
2	Corte de piezas según su diseño	Área de Corte	2:30:00
3	Limpiar y Lijar las piezas	Área de lijado	2:00:00
4	Ensamblaje de piezas cortadas	Área de ensamblaje	3:00:00
5	Masillado de asperezas y lijado	Área de lacado	1:30:00
6	Protección con sellador	Área de lacado	1:30:00
7	Lacado	Área de lacado	1:45:00
8	Tapizado	Bodega	1:45:00
9	Empacado de los muebles	Bodega	1:00:00
Total Tiempo de Producción			15:45:00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 58

Tiempo Productivo Juego de Dormitorio

N.	Actividad	Estación de Trabajo	Tiempo Total
1	Selección de la Caña Guadua	Área de selección de materia	0:45:00
2	Corte de piezas según su diseño	Área de Corte	2:00:00
3	Limpiar y Lijar las piezas	Área de lijado	2:30:00
4	Ensamblaje de piezas cortadas	Área de ensamblaje	2:45:00
5	Masillado de asperezas y lijado	Área de lacado	1:30:00
6	Protección con sellador	Área de lacado	1:30:00
7	Lacado	Área de lacado	1:00:00
9	Empacado de los muebles	Bodega	1:00:00
Total Tiempo de Producción			13:00:00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 59

Tiempo Productivo Artículos Decorativos

N.	Actividad	Estación de Trabajo	Tiempo Total
1	Selección de la Caña Guadua	Área de selección de materia	0:10:00
2	Corte de piezas según su diseño	Área de Corte	0:25:00
3	Masillado de asperezas y lijado	Área de lijado	0:30:00
6	Protección con sellador	Área de lacado	0:20:00
7	Lacado	Área de lacado	0:20:00
9	Empacado del producto	Bodega	0:15:00
Total Tiempo de Producción			2:00:00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis: Bamboo Muebles y Decoración cuenta con 4 trabajadores para el área de producción y cada uno producirá 8 juegos de sala, 10 Juegos de Comedor, 12 juegos de Dormitorio, 60 artículos decorativos Mensualmente.

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión” (Lara A. , 2012, pág. 40).

“Su objetivo es determinar a través de los indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar con detalles los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.”
(Eslava, Las Claves del Análisis Económico- Financiero, 2010, pág. 130)

Los resultados que se obtengan nos permite mostrar cuales son los recursos financieros que se puede necesitar para la ejecución del proyecto, determinar las posibilidades de inversión, mediante el análisis de los indicadores financieros se verá si el proyecto es sustentable o viable.

5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales

Los ingresos operacionales son los que se relacionan directamente a la razón de ser del negocio y el ingreso no operacional, al no ser propio del giro del negocio.

“Los ingresos operacionales son los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas, en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes o servicios, así como los dividendos, participantes y demás ingresos por concepto de intermediación financiera siempre y cuando se identifiquen con el objeto social principal de la empresa. (Eslava, Las Claves de Analisis Económico y Financiero, 2010, pág. 180).

Para poder realizar el cálculo de los ingresos operacionales, es necesario identificar los tres costos fundamentales que se requieren para su cálculo:

MOD (Mano de obra directa)

MPD (Materia prima directa)

CIF (Costos Indirectos de fabricación)

5.01.02 Materia Prima Directa (MPD)

La materia prima directa hace referencia a todos los materiales que integran físicamente el producto terminado o que se asocian con el producto. Por lo tanto en el proyecto se utilizara la siguiente materia prima directa, la cual será expresada por unidades, valores mensuales y anuales.

Tabla 60

Materia Prima Por Juego de Sala

Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Total	Valor Mensual	Valor Anual
10	\$ 3,50	\$ 35,00	\$ 140,00	\$ 1.680,00
34	\$ 0,30	\$ 10,20	\$ 40,80	\$ 489,60
2	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 48,00	\$ 576,00
1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 20,00	\$ 240,00
10	\$ 0,28	\$ 2,80	\$ 11,20	\$ 134,40
1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 720,00
2	\$ 7,00	\$ 14,00	\$ 56,00	\$ 672,00
1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 40,00	\$ 480,00
2	\$ 7,00	\$ 14,00	\$ 56,00	\$ 672,00
8	\$ 4,00	\$ 32,00	\$ 128,00	\$ 1.536,00
5	\$ 3,80	\$ 19,00	\$ 76,00	\$ 912,00
10	\$ 5,00	\$ 50,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
		\$ 219,00	\$ 876,00	\$ 10.512,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 61

Materia Prima Por Juego de comedor

MPD	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Total	Valor Mensual	Valor Anual
Caña guadua 6m	10	\$ 3,50	\$ 35,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Hilo de Nylon por metro	36	\$ 0,30	\$ 10,80	\$ 108,00	\$ 1.296,00
Masilla Mustang 1/4	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Pega Blanca	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Pliego de lijas	8	\$ 0,28	\$ 2,24	\$ 22,40	\$ 268,80
Sellador por galón	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Laca Brillante 1/4	2	\$ 7,00	\$ 14,00	\$ 140,00	\$ 1.680,00
Pintura x galón	2	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Thinner galón	2	\$ 7,00	\$ 14,00	\$ 140,00	\$ 1.680,00
Esponja	5	\$ 4,00	\$ 20,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Plástico por metro	2	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Tela Tapizado por metro	5	\$ 5,00	\$ 25,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Total			\$ 170,04	\$ 1.500,40	\$ 18.004,80

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 62

Materia Prima Por Juego de Dormitorio

MPD	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Total	Valor Mensual	Valor Anual
Caña guadua 6m	9	\$ 3,50	\$ 31,50	\$ 378,00	\$ 4.536,00
Hilo de Nylon por metro	27	\$ 0,30	\$ 8,10	\$ 97,20	\$ 1.166,40
Masilla Mustang 1/4	2	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 1.728,00
Pega Blanca	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Pliego de lijas	6	\$ 0,28	\$ 1,68	\$ 20,16	\$ 241,92
Sellador por galón	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Laca Brillante 1/4	2	\$ 7,00	\$ 14,00	\$ 168,00	\$ 2.016,00
Pintura x galon	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Thinner 1/4	2	\$ 7,00	\$ 14,00	\$ 168,00	\$ 1.680,00
Total			\$ 111,28	\$ 1.335,36	\$ 15.688,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 63

Materia Prima Productos para Decorar

MPD	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Total	Valor Mensual	Valor Anual
Caña guadua 4m	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Laca Brillante	1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Total			\$ 3,00	180	2160

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.01.03 Mano de Obra Directa

“Es el esfuerzo físico y mental 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.”(Medina, 2011, pág. 120)

Tabla 64

Mano de Obra Directa

Concepto	Sueldo mensual	Aporte personal	Décimo cuarto	Décimo tercero	Fondos de reserva	Total mensual	Total
Trabajador 1	\$ 350,00	\$ 33,08	\$ 29,17	\$ 29,17	\$ 29,17	\$ 404,44	\$ 4.853,22
Trabajador 2	\$ 350,00	\$ 33,08	\$ 29,17	\$ 29,17	\$ 29,17	\$ 404,44	\$ 4.853,22
Trabajador 3	\$ 350,00	\$ 33,08	\$ 29,17	\$ 29,17	\$ 29,17	\$ 404,44	\$ 4.853,22
Trabajador 4	\$ 350,00	\$ 33,08	\$ 29,17	\$ 29,17	\$ 29,17	\$ 404,44	\$ 4.853,22
Total MOD						\$ 1.617,74	\$ 19.412,88

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 65

Mano de Obra Directa Por Juego de Sala

Concepto	Sueldo Anual	Mes	Día	Hora	Valor Minuto	Tiempo Minutos	Total
Trabajador 1	\$ 4.853,22	\$ 350,00	\$ 17,50	\$ 2,19	\$ 0,036	1158	\$ 41,67

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 66

Mano de Obra Directa Por Juego de Comedor

Concepto	Sueldo Anual	Mes	Día	Hora	Valor Minuto	Tiempo Minutos	Total
Trabajador 2	\$ 4.853,22	\$ 350,00	\$ 17,50	\$ 2,19	\$ 0,036	927	\$ 33,37

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 67

Mano de Obra Directa Por Juego de Dormitorio

Concepto	Sueldo Anual	Mes	Día	Hora	Valor Minuto	Tiempo Minutos	Total
Trabajador 3	\$ 4.853,22	\$ 350,00	\$ 17,50	\$ 2,19	\$ 0,036	780	\$ 28,08

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 68

Mano de Obra Directa Por Artículo Decorativo

Concepto	Sueldo Anual	Mes	Día	Hora	Valor Minuto	Tiempo Minutos	Total
Trabajador 4	\$ 4.853,22	\$ 350,00	\$ 17,50	\$ 2,19	\$ 0,036	120	\$ 4,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.01.04 Costos

“Son los desembolsos causados por el proceso de fabricación de un producto, o por la prestación de un servicio” (Charles, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 96).

En otras palabras los costos son los valores que se desembolsan para realizar la elaboración del producto y son recuperables. Se clasifican en costos directos y costos indirectos.

5.01.04.01 Costos Directos

Son aquellos que tienen relación directa con la elaboración del producto.

Dentro de los costos directos tenemos:

MOD (Mano de Obra Directa)

MPD (Materia Prima Directa)

Tabla 69

Costos Directos

MPD	\$ 3.891,76
MOD	\$ 1.617,74
Total Costo Directo Mensual	\$ 5.509,50
Total Costo Directo Anual	\$ 66.114,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.01.04.02 Costos Indirectos de Fabricación

“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 sobre dicho objetivo” (Rivadeneira, 2012, pág. 6).

Dentro del presente proyecto se utilizaran los siguiente (Costos Indirectos de Fabricación) estos pueden variar de acuerdo al modelo que el cliente elija.

Tabla 70

Servicios Básicos

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual	Producción 70% Anual	Administración 20% Anual	Ventas 10% Anual
Agua	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 168,00	\$ 48,00	\$ 24,00
Luz	\$ 70,00	\$ 840,00	\$ 588,00	\$ 168,00	\$ 84,00
Teléfono	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 210,00	\$ 60,00	\$ 30,00
Total	\$ 115,00	\$ 1.380,00	\$ 966,00	\$ 276,00	\$ 138,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 71

Costos Indirectos Juego de Sala

CIF	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios Básicos	1	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 17,60	\$ 211,2
Viruta de acero	1	\$ 1,40	\$ 1,40	\$ 5,60	\$ 67,2
Plásticos	6	\$ 0,80	\$ 4,80	\$ 19,20	\$ 230,4
Total			\$ 8,30	\$ 42,40	508,8

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 72

Costos Indirectos Juego de Comedor

CIF	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios Básicos	1	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 22,00	\$ 264,00
Clavos por libra	1	\$ 0,90	\$ 0,90	\$ 3,60	\$ 43,20
Vidrio	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Plástico	2	\$ 0,30	\$ 0,60	\$ 2,40	\$ 28,80
Total			\$ 13,70	\$ 68,00	\$ 816,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 73

Costos Indirectos Juego de Dormitorio

CIF	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios Básicos	1	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 26,40	\$ 316,80
Clavos por libra	1	\$ 0,90	\$ 0,90	\$ 3,60	\$ 43,20
Viruta de acero	2	\$ 0,80	\$ 1,60	\$ 6,40	\$ 76,80
Tela	4	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 32,00	\$ 384,00
Total			\$ 12,70	\$ 68,40	\$ 820,80

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 74

Costos Indirectos Artículos Decorativos

CIF	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios Básicos	1	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 12,50	\$ 150,00
Cintas	1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Total			\$ 2,25	\$ 20,50	\$ 246,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.01.05 Costo de Producción Unitario

Es importante conocer todos los ingresos que se llevará a cabo para el siguiente proyecto los cuales serán obtenidos mediante los siguientes costos.

MOD (Mano de Obra Directa)

MPD (Materia Prima Directa)

CIF (Costos Indirectos de Fabricación)

Tabla 75

Costo Unitario de Producción Juego de Sala

MPD	\$ 219,00
MOD	\$ 41,67
CIF	\$ 8,30
CUP	\$ 268,97

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 76

Costo Unitario de Producción Juego de Comedor

MPD	\$ 170,04
MOD	\$ 33,37
CIF	\$ 13,70
CUP	\$ 217,11

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 77

Costo Unitario de Producción Juego de Dormitorio

MPD	\$ 111,28
MOD	\$ 28,08
CIF	\$ 12,70
CUP	\$ 152,06

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 78

Costo Unitario de Artículos Decorativos

MPD	\$ 3,00
MOD	\$ 4,32
CIF	\$ 2,00
CUP	\$ 9,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.01.06 Cálculo de los Ingresos Operacionales

Una vez cuando estén obtenidos los principales costos realizamos el cálculo de los ingresos operacionales, tomando en consideración la utilidad en la siguiente tabla.

Tabla 79

Ingresos Operacionales Juego de Sala

Costo de producción unitario	\$ 268,97
Utilidad Neta 68%	\$ 182,90
P.V.P	\$ 451,87
Producción Mensual	8
Ingresos Mensuales	\$ 3.614,96
Ingresos Anuales	\$ 43.379,48

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 80

Ingresos Operacionales Juego de Comedor

Costo de producción unitario	\$ 217,11
Utilidad Neta 62%	\$ 134,61
P.V.P	\$ 351,72
Producción Mensual	10
Ingresos Mensuales	\$ 3.517,18
Ingresos Anuales	\$ 42.206,18

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 81

Ingresos Operacionales Juego de Dormitorio

Costo de producción unitario	\$ 152,06
Utilidad Neta 65%	\$ 98,84
P.V.P	\$ 250,90
Producción Mensual	12
Ingresos Mensuales	\$ 3.010,79
Ingresos Anuales	\$ 36.129,46

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 82

Ingresos Operacionales Artículos Decorativos

Costo de producción unitario	\$ 9,45
Utilidad Neta 65%	\$ 6,14
P.V.P	\$ 15,59
Producción Mensual	60
Ingresos Mensuales	\$ 935,55
Ingresos Anuales	\$ 11.226,60

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.01.06.01 Ingresos Operacionales Proyectados

Se procederá posteriormente a su proyección en el tiempo determinado del proyecto que es de 5 años, tomando en consideración la tasa de crecimiento del sector, los cuales se expresan con la siguiente tabla.

Tabla 83

Ingresos Operacionales Proyectados

Años	Ingreso Actual	Tasa de Crecimiento del Sector	Ingreso Proyectado
2015 (año base)	\$ 132.941,72	1	\$ 132.941,72
2016	\$ 132.941,72	1,048	\$ 139.322,92
2017	\$ 139.322,92	1,048	\$ 146.010,42
2018	\$ 146.010,42	1,048	\$ 153.018,92
2019	\$ 153.018,92	1,048	\$ 160.363,83
2020	\$ 160.363,83	1,048	\$ 168.061,30

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.01.07 Ingresos no Operacionales

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

5.02 Gastos Administrativos

“Son aquellos gastos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización o las operaciones de producción” (Maria D & Garcia, 2009, pág. 30).

De esta manera los gastos de administración se relacionan con la organización en su conjunto, frente a los gastos relacionados con los distintos departamentos.

Tabla 84

Gastos de Personal

Concepto	Sueldo	Aporte Personal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Mensual	Total Anual
Gerente General	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 41,67	\$ 29,17	\$ 523,59	\$ 6.283,04
Contador	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 33,33	\$ 29,17	\$ 424,70	\$ 5.096,44
Secretaria	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 33,33	\$ 29,17	\$ 424,70	\$ 5.096,44
Diseñador	\$ 350,00	\$ 33,08	\$ 29,17	\$ 29,17	\$ 364,54	\$ 4.374,48
Vendedor	\$ 350,00	\$ 33,08	\$ 29,17	\$ 29,17	\$ 375,26	\$ 4.503,14
Total	2.000,00	\$ 189,00	\$ 166,67	\$ 145,85	\$ 2.112,80	\$ 25.353,54

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 85

Material de Aseo y Limpieza

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual
Escobas	3	\$ 2,20	\$ 6,60
Trapeadores	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Recogedores	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Desinfectantes	10	\$ 1,90	\$ 19,00
Ambientador	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Total		\$ 11,10	\$ 44,60

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 86

Suministros de Oficina

Concepto	Cantidad	Costo	Costo Anual
Resma de Papel Bond	4	\$ 2,60	\$ 10,40
Block de Facturas	4	\$ 12,00	\$ 48,00
Bolígrafos	5	\$ 0,40	\$ 2,00
Cuadernos	5	\$ 1,50	\$ 7,50
Perforadora	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Grapadora	2	\$ 3,20	\$ 6,40
Archivador grande	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Total		\$ 23,70	\$ 82,30

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 87

Otros Gastos Administrativos

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Servicios Básicos	\$ 23,00	\$ 276,00
Renta	\$ 420,00	\$ 5.040,00
Total	\$ 583,00	\$ 5.316,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

5.02.01 Gastos de Ventas

“Son los desembolsos hechos para realizar la comercialización de un producto o servicio; abarcan varias actividades, como mercadotecnia, investigación, estudios, desarrollo, promotores, entre otros” (Horngren, Foster, & Datar, 2007, pág. 55).

Tabla 88

Gastos de Ventas

Servicios Básicos	1	\$ 11,50	\$ 138,00
Gasolina	1	\$ 80,00	\$ 960,00
Tarjetas de presentación	1000	\$ 30,00	\$ 360,00
Página Redes Sociales	1	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total		\$ 221,50	\$ 2.658,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.02.02 Proyección de los Costos y Gastos

Se realiza la proyección de costos y gastos, para los 5 años que es el tiempo de duración estándar del proyecto. Se toma en cuenta la tasa de inflación.

Tabla 89

Proyección de los Costos y Gastos

Concepto	Inflación 3,67%	2015 Año Base	2016	2017	2018	2019	2020
MOD	1,0367	\$ 19.412,88	\$ 20.125,33	\$ 20.863,93	\$ 21.629,64	\$ 22.423,45	\$ 23.246,39
MPD	1,0367	\$ 48.045,12	\$ 49.808,38	\$ 51.636,34	\$ 53.531,40	\$ 55.496,00	\$ 57.532,70
CIF	1,0367	\$ 4.449,60	\$ 4.612,90	\$ 4.782,19	\$ 4.957,70	\$ 5.139,65	\$ 5.328,27
Total Proyección		\$ 71.907,60	\$ 74.546,61	\$ 77.282,47	\$ 80.118,74	\$ 83.059,09	\$ 86.107,36

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 90

Proyección de los Gastos Administrativos

Descripción	Inflación	2015 Año Base	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Personal	1,0367	\$ 25.353,54	\$ 26.284,01	\$ 27.248,64	\$ 28.248,66	\$ 29.285,39	\$ 30.360,16
Materiales de Limpieza y Aseo	1,0367	\$ 44,60	\$ 46,24	\$ 47,93	\$ 49,69	\$ 51,52	\$ 53,41
Suministros de Oficina	1,0367	\$ 82,30	\$ 85,32	\$ 88,45	\$ 91,70	\$ 95,06	\$ 98,55
Otros gastos administrativos	1,0367	\$ 5.316,00	\$ 5.511,10	\$ 5.713,35	\$ 5.923,03	\$ 6.140,41	\$ 6.365,76
Total		\$ 30.796,44	\$ 31.926,67	\$ 33.098,38	\$ 34.313,09	\$ 35.572,38	\$ 36.877,89

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 91

Proyección de los Gastos de Ventas

Descripción	Inflación	2015 Año Base	2016	2017	2018	2019	2020
Servicios Básicos	1,0367	\$ 138,00	\$ 143,06	\$ 148,32	\$ 153,76	\$ 159,40	\$ 165,25
Gasolina	1,0367	\$ 960,00	\$ 995,23	\$ 1.031,76	\$ 1.069,62	\$ 1.108,88	\$ 1.149,57
Tarjetas de Presentación	1,0367	\$ 360,00	\$ 373,21	\$ 386,91	\$ 401,11	\$ 415,83	\$ 431,09
Página Redes Sociales	1,0367	\$ 1.200,00	\$ 1.244,04	\$ 1.289,70	\$ 1.337,03	\$ 1.386,10	\$ 1.436,97
Total		\$ 2.658,00	\$ 2.755,55	\$ 2.856,68	\$ 2.961,52	\$ 3.070,20	\$ 3.182,88

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.02.03 Costos Financieros

Son los intereses que se deben pagar debido a los capitales obtenidos en préstamo.

5.02.04 Costos Fijos y Variables

Los costos fijos con gastos de la actividad que no depende del nivel de bienes y servicios producidos por la empresa, los cuales cambian con el tiempo, pero no varían con la cantidad de producción. Los Costos Variables, son los gastos que cambian de acuerdo la proporción de la actividad de la empresa. (Eslava J. , 2012, pág. 67)

Tabla 92

Costos Fijos y Costos Variables Proyectados

CONCEPTO	2015 (AÑO BASE)	2016	2017	2018	2019	2020
Costos Fijos						
Depreciación	\$ 4.797,64	\$ 4.797,64	\$ 4.797,64	\$ 4.797,64	\$ 4.297,64	\$ 4.297,64
Amortización de la Inversión Diferida	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Sueldos Administrativos	\$ 25.353,54	\$ 26.284,01	\$ 27.248,64	\$ 28.248,66	\$ 29.285,39	\$ 30.360,16
Otros Gastos Administrativos	\$ 5.316,00	\$ 5.511,10	\$ 5.713,35	\$ 5.923,03	\$ 6.140,41	\$ 6.365,76
Total Costos Fijos	\$ 35.667,18	\$ 36.792,75	\$ 37.959,63	\$ 39.169,34	\$ 39.923,44	\$ 41.223,57
Costos Variables						
MOD	\$ 19.412,88	\$ 20.125,33	\$ 20.863,93	\$ 21.629,64	\$ 22.423,45	\$ 23.246,39
MPD	\$ 48.045,12	\$ 49.808,38	\$ 51.636,34	\$ 53.531,40	\$ 55.496,00	\$ 57.532,70
CIF	\$ 4.449,60	\$ 4.612,90	\$ 4.782,19	\$ 4.957,70	\$ 5.139,65	\$ 5.328,27
Gastos Ventas	\$ 2.658,00	\$ 2.755,55	\$ 2.856,68	\$ 2.961,52	\$ 3.070,20	\$ 3.182,88
Total Costos Variables	\$ 74.565,60	\$ 77.302,16	\$ 80.139,15	\$ 83.080,25	\$ 86.129,30	\$ 89.290,24
Total Costos Fijos y Variables	\$ 110.232,78	\$ 114.094,91	\$ 118.098,78	\$ 122.249,59	\$ 126.052,74	\$ 130.513,81

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.03 Inversión

“La inversión es el capital inicial, o los recursos necesarios que se colocan en un proyecto o iniciativa empresarial con el fin de dar inicio a sus actividades, para recuperarlo con intereses en caso de que genere ganancia” (Crespo, 2012, pág. 156).

5.03.01 Inversión Fija

“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” (Crespo, 2012, pág. 158)

5.03.01.01 Activos Fijos

“Son activos tangibles que son retenidos por una empresa para ser usados en la producción o abastecimiento de bienes o servicios, se que el activo fijo es el conjunto de bienes que son propiedad de la empresa” (Espinoza, 2007, pág. 190)

5.03.01.02 Activos Nominales (diferidos)

Corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

5.03.02 Capital de Trabajo

“Es el dinero en efectivo que la empresa requiere para adquirir bienes y servicios necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, desembolsos con los cuales se cancelan los insumos iniciales para producir los productos o servicios que se consumirán en el primer ciclo de trabajo” (Fierro, 2011, pág. 98)

Tabla 93

Cuadro de Inversiones

Concepto	Uso de fondo	Recurso Propio	Recurso Financiado
Activos Fijos			
Vehículo	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00	\$ 0,00
Maquinaria y Equipos	\$ 3.140,00	\$ 0,00	\$ 3.140,00
Equipo de oficina	\$ 128,20	\$ 0,00	\$ 128,20
Equipo de computación	\$ 1.500,00	\$ -	\$ 1.500,00
Muebles y enseres	\$ 1.220,00	\$ -	\$ 1.220,00
Total de activos fijos	\$ 22.988,20	\$ 17.000,00	\$ 5.988,20
Activos Diferidos			
Gastos de constitución	\$ 1.000,00		\$ 1.000,00
Total de activos diferidos	\$ 1.000,00	\$ 0,00	\$ 1.000,00
Capital de Trabajo			
Costos de Producción	\$ 6.714,58	\$ 6.714,58	\$ -
Gasto Administrativo	\$ 2.566,37	\$ 2.566,37	\$ -
Gasto de Ventas	\$ 221,50	\$ 221,50	\$ -
Total capital de Trabajo	\$ 9.502,45	\$ 9.502,45	\$ 6.988,20
Total de Inversión	\$ 33.490,65	\$ 26.502,45	\$ 6.988,20
Participación	100,00%	79,13%	20,87%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis

La inversión total será de \$ 33.927,06 de la cual el 79,40 % provendrá de recursos propios, mientras que el 20,60 % será financiado a través de un préstamo que se realizará en la Cooperativa Cooprogreso.

5.03.03 Fuente de Financiamiento y uso de fondos

Las fuentes del financiamiento hace referencia en cómo será financiado el proyecto, es decir cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir sus necesidades económicas, en donde los recursos serán: propios, familiares y de instituciones financieras.

5.03.04 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

“Es el método por el cual se va liquidando la deuda en pagos parciales, se demuestra que el capital va disminuyendo conforme se van dando los pagos hasta su liquidación total” (Martinez, 2013). Se realizará un préstamo en la Cooperativa Cooprogreso con un tasa de interés del 11,83%, a dos años plazo cuotas mensuales.

Tabla 94

Cuadro de Financiamiento

Inversión	:	100%	33.490,65	
Cap. Propio	:	79,13%	26.502,45	
Financiamiento	:	20,87%	6.988,20	
Plazo	:		24	Mensual
Interés	:		11,83%	0,493%
Pagos	:	Mensuales		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Tabla 95

Tabla de Amortización del préstamo

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	\$ 6.988,20	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 6.988,20
1	\$ 6.988,20	\$ 34,45	\$ 309,45	\$ 275,01	\$ 6.713,19
2	\$ 6.713,19	\$ 33,09	\$ 309,45	\$ 276,36	\$ 6.436,83
3	\$ 6.436,83	\$ 31,73	\$ 309,45	\$ 277,73	\$ 6.159,10
4	\$ 6.159,10	\$ 30,36	\$ 309,45	\$ 279,09	\$ 5.880,01
5	\$ 5.880,01	\$ 28,98	\$ 309,45	\$ 280,47	\$ 5.599,54
6	\$ 5.599,54	\$ 27,60	\$ 309,45	\$ 281,85	\$ 5.317,69
7	\$ 5.317,69	\$ 26,21	\$ 309,45	\$ 283,24	\$ 5.034,44
8	\$ 5.034,44	\$ 24,82	\$ 309,45	\$ 284,64	\$ 4.749,81
9	\$ 4.749,81	\$ 23,41	\$ 309,45	\$ 286,04	\$ 4.463,77
10	\$ 4.463,77	\$ 22,00	\$ 309,45	\$ 287,45	\$ 4.176,31
11	\$ 4.176,31	\$ 20,59	\$ 309,45	\$ 288,87	\$ 3.887,45
12	\$ 3.887,45	\$ 19,16	\$ 309,45	\$ 290,29	\$ 3.597,15
13	\$ 3.597,15	\$ 17,73	\$ 309,45	\$ 291,72	\$ 3.305,43
14	\$ 3.305,43	\$ 16,29	\$ 309,45	\$ 293,16	\$ 3.012,27
15	\$ 3.012,27	\$ 14,85	\$ 309,45	\$ 294,61	\$ 2.717,67
16	\$ 2.717,67	\$ 13,40	\$ 309,45	\$ 296,06	\$ 2.421,61
17	\$ 2.421,61	\$ 11,94	\$ 309,45	\$ 297,52	\$ 2.124,09
18	\$ 2.124,09	\$ 10,47	\$ 309,45	\$ 298,98	\$ 1.825,11
19	\$ 1.825,11	\$ 9,00	\$ 309,45	\$ 300,46	\$ 1.524,65
20	\$ 1.524,65	\$ 7,52	\$ 309,45	\$ 301,94	\$ 1.222,71
21	\$ 1.222,71	\$ 6,03	\$ 309,45	\$ 303,43	\$ 919,28
22	\$ 919,28	\$ 4,53	\$ 309,45	\$ 304,92	\$ 614,36
23	\$ 614,36	\$ 3,03	\$ 309,45	\$ 306,43	\$ 307,94
24	\$ 307,94	\$ 1,52	\$ 309,45	\$ 307,94	-
Cuota mensual			\$309,45		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.03.04.01 Amortización del Diferido

Tabla 96

Amortización del Diferido

Concepto	Valor	Vida útil del proyecto	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Constitución	\$ 1.000	5	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Total Amortización del Diferido			\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.03.05 Depreciaciones (tabla de depreciaciones)

Hace referencia al valor que pierden los bienes con su uso.

Tabla 97

Cuadro de Depreciaciones

Descripción	Valor	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	\$ 17.000,00	5	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00
Equipo y maquinaria	\$ 3.140,00	5	\$ 628,00	\$ 628,00	\$ 628,00	\$ 628,00	\$ 628,00
Muebles y Enseres	\$ 1.220,00	5	\$ 244,00	\$ 244,00	\$ 244,00	\$ 244,00	\$ 244,00
Equipos de Oficina	\$ 128,20	5	\$ 25,64	\$ 25,64	\$ 25,64	\$ 25,64	\$ 25,64
Equipos de Computación	\$ 1.500,00	3	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	-	-
Total Depreciaciones			\$ 4.797,64	\$ 4.797,64	\$ 4.797,64	4.297,64	4.297,64

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.03.06 Estado de Situación Inicial

“El estado de situación inicial, también llamado balance general es un informe financiero o estado contable refleja la situación del patrimonio de una empresa en momento determinado. Se estructura por tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio” (Lahoud, 2006, pág. 58)

Tabla 98

Estado de Situación Inicial

BAMBOO MUEBLES Y DECORACIONES CIA LTDA			
ESTADO DE SITUACION INICIAL			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015			
ACTIVOS		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
CAJA BANCOS	\$ 9.502,45	CUENTAS POR PAGAR	\$ -
CUENTAS POR COBRAR	\$ -	DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ -
INVENTARIOS	\$ -	TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 9.502,45	PASIVO A LARGO PLAZO	
ACTIVO NO CORRIENTE		PRÉSTAMOS L/P	\$ 6.988,20
TERRENO	\$ -	TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 6.988,20
CONSTRUCCIÓN	\$ -	TOTAL PASIVO	\$ 6.988,20
VEHICULO	\$ 17.000,00	PATRIMONIO	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.140,00		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 128,20		
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1.500,00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 1.220,00		
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 22.988,20	CAPITAL	\$ 26.502,45
OTROS ACTIVOS	\$ -	TOTAL PATRIMONIO	\$ 26.502,45
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.000,00		
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 1.000,00		
TOTAL ACTIVO	\$ 33.490,65	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 33.490,65

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.03.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

Es el resultado de los ingresos y costos operativos como las ventas, costos de operación, costos financieros entre otros, el cual permite calcular los flujos netos de efectivo, y la utilidad neta, que son el beneficio real de la operación de la empresa, de esta manera se realiza la evaluación financiera.

Tabla 99

Estado de Resultados Proyectado

EMPRESA BAMBOO MUEBLES Y DECORACIONES CIA LTDA ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016						
Descripción	2015 Año base	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$ 132.941,72	\$ 139.322,92	\$ 146.010,42	\$ 153.018,92	\$ 160.363,83	\$ 168.061,30
(-) Costo de Producción		\$ 74.546,61	\$ 77.282,47	\$ 80.118,74	\$ 83.059,09	\$ 86.107,36
(-) Gastos Administrativos		\$ 31.926,67	\$ 33.098,38	\$ 34.313,09	\$ 35.572,38	\$ 36.877,89
(-) Gastos de Ventas		\$ 2.755,55	\$ 2.856,68	\$ 2.961,52	\$ 3.070,20	\$ 3.182,88
(-) Depreciaciones		\$ 4.797,64	\$ 4.797,64	\$ 4.797,64	\$ 4.297,64	\$ 4.297,64
(-) Amortizaciones del diferido		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 25.096,46	\$ 27.775,26	\$ 30.627,94	\$ 34.164,52	\$ 37.395,53
(+/-) Otros Ingresos o Gastos	-	-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 25.096,46	\$ 27.775,26	\$ 30.627,94	\$ 34.164,52	\$ 37.395,53
(-) 15% Participación Trabajadores		\$ 3.764,47	\$ 4.166,29	\$ 4.594,19	\$ 5.124,68	\$ 5.609,33
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 21.331,99	\$ 23.608,97	\$ 26.033,75	\$ 29.039,84	\$ 31.786,20
(-) 22% impuesto a la renta		\$ 4.693,04	\$ 5.193,97	\$ 5.727,43	\$ 6.388,76	\$ 6.992,96
(=) UTILIDAD NETA		\$ 16.638,95	\$ 18.415,00	\$ 20.306,33	\$ 22.651,07	\$ 24.793,24

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.03.07 Flujo Caja Proyectado

“La importancia del Flujo de Caja es que éste nos permite conocer la liquidez de la empresa, es decir, conocer con cuánto de dinero en efectivo se cuenta, de modo que, con dicha información podamos tomar decisiones” (ACCID, 2009, pág. 35)

Tabla 100

Flujo Caja Proyectado

EMPRESA BAMBOO MUEBLES Y DECORACIÓN CIA LTDA FLUJO DE CAJA PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016						
DESCRIPCION	2015 (AÑO BASE)	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$ 132.941,72	\$ 139.322,92	\$ 146.010,42	\$ 153.018,92	\$ 160.363,83	\$ 168.061,30
(-) Costo de Producción		\$ 74.546,61	\$ 77.282,47	\$ 80.118,74	\$ 83.059,09	\$ 86.107,36
(-) Gastos Administrativos		\$ 31.926,67	\$ 33.098,38	\$ 34.313,09	\$ 35.572,38	\$ 36.877,89
(-) Gastos de Ventas		\$ 2.755,55	\$ 2.856,68	\$ 2.961,52	\$ 3.070,20	\$ 3.182,88
(-) Depreciaciones		\$ 4.797,64	\$ 4.797,64	\$ 4.797,64	\$ 4.297,64	\$ 4.297,64
(-) Amortización del Diferido		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
(=) Utilidad Bruta		\$ 25.096,46	\$ 27.775,26	\$ 30.627,94	\$ 34.164,52	\$ 37.395,53
(+/-) Otros Ingresos o Gastos		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad Operacional		\$ 25.096,46	\$ 27.775,26	\$ 30.627,94	\$ 34.164,52	\$ 37.395,53
(-) 15% Participación de trabajadores		\$ 3.764,47	\$ 4.166,29	\$ 4.594,19	\$ 5.124,68	\$ 5.609,33
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 21.331,99	\$ 23.608,97	\$ 26.033,75	\$ 29.039,84	\$ 31.786,20
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 4.693,04	\$ 5.193,97	\$ 5.727,43	\$ 6.388,76	\$ 6.992,96
(=) Utilidad Neta		\$ 16.638,95	\$ 18.415,00	\$ 20.306,33	\$ 22.651,07	\$ 24.793,24
(+) Depreciaciones		\$ 4.797,64	\$ 4.797,64	\$ 4.797,64	\$ 4.297,64	\$ 4.297,64
(+) Amortización del Diferido		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
(-) Amortización de la Deuda		(\$ 3.100,75)	(\$ 3.597,15)			
(-) Compra de Activo Fijo		0	0	0	0	0
(-) Inversión	(\$ 23.988,20)					
(-) Capital de Trabajo	(\$ 9.502,45)					
Deuda	\$ 6.988,20					
Depósito de Garantía	\$ 1.000,00					1000
(+) Valor de desecho						\$ -
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	(\$ 25.502,45)	\$ 18.535,84	\$ 19.815,48	\$ 25.303,97	\$ 27.148,71	\$ 30.290,88

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.04 Evaluación

“La Evaluación Financiera en un Proyecto, es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto”. (Jhonny, 2009).

5.04.01 Tasa de Descuento o TMAR

La Tasa de Descuento asegura que ésta es la suma de la tasa activa del sector empresarial o del sector comercial pymes, más la tasa pasiva.

Tabla 101

Cuadro de Inversiones

Concepto	Porcentaje
Tasa Activa	11,83%
(+) Tasa Pasiva	4,10%
TMAR	15,93%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Para el presente proyecto se utilizará una tasa de descuento del 15,93% la cual comprende la tasa activa que es del 11,83% que la Cooperativa Cooprogreso nos cobra por realizar una inversión, mientras que el 4,10% corresponde al porcentaje que la cooperativa pagará por el uso de nuestro dinero.

5.04.02 Cálculo del Valor Presente Neto (VPN o VAN)

“Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable” (Casanovas & Santandreu , 2011, pág. 41).

Tabla 102

Cálculo del Valor Presente Neto (VPN o VAN)

TMAR O TASA DE DESCUENTO		15,93%
INVERSION		(\$ 33.490,65)
AÑO	2016	\$ 18.535,84
AÑO	2017	\$ 19.815,48
AÑO	2018	\$ 25.303,97
AÑO	2019	\$ 27.148,71
AÑO	2020	\$ 30.290,88
VAN		\$ 37.072,69

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

VAN >1 Viable

VAN <1 No es Viable

Si el valor del VAN es mucho más alto significa que el proyecto es mucho más viable.

Análisis:

El cálculo del Valor Actual Neto en el proyecto es de **\$ 37.072,69** de una inversión de **(\$ 33.490,65)** por lo que el VAN es viable.

5.04.03 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

TIR > TMAR	Rentable
TIR < TMAR	No es rentable

La gestión de proyectos indica que la TIR debe ser por lo menos el doble de la TMAR.

Tabla 103

Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Inversión		(\$ 33.490,65)
AÑO	2016	\$ 18.535,84
AÑO	2017	\$ 19.815,48
AÑO	2018	\$ 25.303,97
AÑO	2019	\$ 27.148,71
AÑO	2020	\$ 30.290,88
TIR		58%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

Los resultados obtenidos arrojan una TIR del 58%, lo cual determina que el proyecto es rentable, de acuerdo a los criterios de decisión. Debe ser por lo menos el doble de la TMAR.

5.04.04 Período de recuperación de la inversión (PRI)

Indica el tiempo que tarda en recuperar la inversión inicial del proyecto, es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Tabla 104

Período de recuperación de la inversión (PRI)

Años	Flujos Actuales	Factor de Actualización	Flujos Actualizados	Flujos Acumulados
2016	\$ 18.535,84	\$ 0,86	\$ 15.940,82	\$ 15.940,82
2017	\$ 19.815,48	\$ 0,74	\$ 14.663,46	\$ 30.604,28
2018	\$ 25.303,97	\$ 0,64	\$ 16.194,54	
2019	\$ 27.148,71	\$ 0,55	\$ 14.931,79	
2020	\$ 30.290,88	\$ 0,48	\$ 14.539,62	
Inversión – Flujo	33.490,65			
	16.194,54		12	
	\$ 2.886,37		= \$ 2,14	
			14*30 = 4,20	
PRI = 2 años 2 meses 4 días				

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis: El tiempo en el que se recuperará la inversión será de 2 años, 4 meses y 4 días, lo que indica que el proyecto es rentable.

5.04.05 Relación Costo Beneficio (RC/B)

“La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto” (Váquiro, 2010).

Tabla 105

Relación Costo Beneficio (RC/B)

Años	Sumatoria de flujos actualizados
2016	\$ 15.940,82
2017	\$ 14.663,46
2018	\$ 16.194,54
2019	\$ 14.931,79
2020	\$ 14.539,62
Total	\$ 76.270,23
Inversión	\$ 34.054,64
RC/B	2,24

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Análisis:

Se puede observar que por cada dólar que se invierte en el proyecto, se obtiene \$1.24 de ganancia, lo cual es un excelente indicador de la rentabilidad del proyecto.

5.04.06 Punto de Equilibrio

Tabla 106

Datos Para Calcular el Punto de Equilibrio

Datos	
Costos Fijos	
Depreciación	\$ 4.797,64
Amortización de inversión diferido	\$ 200,00
Sueldos administrativos	\$ 25.353,54
Otros Gastos Administrativos	\$ 5.316,00
Total costos fijos	\$ 35.667,18

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

5.04.06 .01 Punto de equilibrio en unidades

Para sacar las unidades que deberé vender, aplicaremos la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Margen de Contribución Promedio}}$$

$$PE = \frac{\$ 35.667,18}{\$128,44}$$

$$PE = 278 \text{ Unidades}$$

Tabla 107

Calculo del Punto de Equilibrio

Producto	Juego de sala	Juego de comedor	Juego de dormitorio	Artículos decorativos	Total
Precio	451,87	351,72	250,90	15,59	
Costo Variable Unitario	268,97	217,11	152,06	9,45	
Margen de Contribución	182,90	134,61	98,84	6,14	
Estudio de Mercado	35%	29%	25%	11%	
Margen de Contribución Promedio	\$ 64,01	\$ 39,04	\$ 24,71	\$ 0,68	\$ 128,44
Q	277,70	277,70	277,70	277,70	
Estudio de Mercado	35%	29%	25%	11%	
Nivel de Producción	97,20	80,53	69,43	30,55	
Precio	451,87	351,72	250,90	15,59	
Ingreso Total	\$ 43.919,86	\$ 28.325,17	\$ 17.418,82	\$ 476,31	\$ 90.140,16
Q	277,70	277,70	277,70	277,70	
Estudio de Mercado	35%	29%	25%	11%	
Nivel de Producción	97,20	80,53	69,43	30,55	
Costo Variable Unitario	268,97	217,11	152,06	9,45	
Costo Variable Total	\$ 26.142,77	\$ 17.484,68	\$ 10.556,86	\$ 288,67	\$ 54.472,98

Estado de Resultados	
VTs	\$ 90.140,16
(-) CV	\$ 54.472,98
(=)MC	\$ 35.667,18
(-)CF	\$ 35.667,18
(=) Utilidad o Perdida	\$ -

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

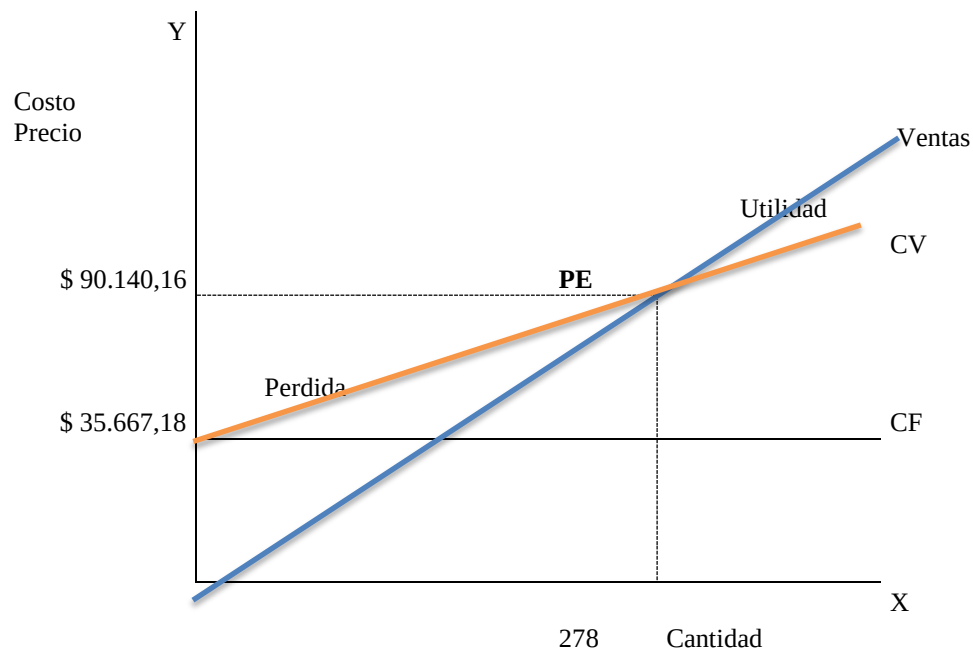


Figura 47 Punto de Equilibrio

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Asitimbay

Eje de las abscisas "X" representa la cantidad de unidades a producir y vender.

Eje de las ordenadas "Y" representa el valor de las ventas (ingresos), costos y gastos en pesos.

Análisis:

Los Ingresos Totales o Ventas, inicia desde el origen o intersección de los dos ejes del plano cartesiano. A medida que se van vendiendo más unidades la curva va en ascenso, hasta llegar a su tope máximo. Los Costos fijos inician en el punto de 300 y permanece constante, es decir, no guarda relación con el volumen de producción y ventas. De los cálculos realizados se concluye que se deberá producir 278 unidades lo que representa \$ 90.140,16 permitiendo cubrir costos y gastos.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

5.04.07.01 Índices de Liquidez

“Miden la capacidad de la empresa para satisfacer o cubrir sus obligaciones a corto plazo, en función a la tendencia de activos líquidos, mas no a la capacidad de generación de efectivo” (Hunger, Wheelen , & Sánchez , 2007, pág. 40).

5.04.07.02 Razones de Apalancamiento

“Mide el grado en que los activos de la empresa han sido financiados, considerando tanto la contribución de terceros (endeudamiento), como la de los propietario (patrimonio)” (Hunger, Wheelen, & Sánchez, 2007, pág. 48).

5.04.07.02.01 Razón de Endeudamiento

Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por la deuda se considera que debe ser menor del 60%.

$$\text{Razón de Endeudamiento} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}}$$

$$\text{Razón de Endeudamiento} = \frac{\$ 6.988,20}{\$33.490,65}$$

$$\text{Razón de Endeudamiento} = 0,21$$

$$\text{Razón de Endeudamiento} = 21\%$$

Análisis:

El grado de endeudamiento del activo total con deuda es del 21%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

5.04.07.02.02 Razón de Apalancamiento Externo

Mide la relación entre la utilización del endeudamiento con mecanismos de financiamiento y el uso de los fondos de los propietarios.

$$\text{Razón de Apalancamiento Externo} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Patrimonio}}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Externo} = \frac{\$6.988,20}{\$26.502,45}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Externo} = 0,26$$

Análisis:

La relación entre el endeudamiento y los fondos propios es del 0,26 el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

5.04.07.02.03 Razón de Apalancamiento Interno

Representa cuantos dólares han sido aportados al financiamiento de la inversión por parte de los propietarios, por cada dólar tomado de terceros.

$$\text{Razón de Apalancamiento Interno} = \frac{\text{Total Patrimonio}}{\text{Total Pasivo}}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Interno} = \frac{\$ 26.502,45}{\$ 6.988,20}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Interno} = 3,79$$

Análisis:

Por cada dólar tomado de terceros, los propietarios han puesto \$ 3,79 dólares.

5.04.07.03 Razones de Actividad o de Gerencia

Miden la capacidad que tiene la gerencia para generar fondos internos, al administrar en forma adecuada los recursos invertidos en estos activos.

5.04.07.03.01 Rotación del Activo Total

Este indicador mide la relación existente entre el monto de los ingresos y el monto inversión total.

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{\$ 132.941,72}{\$ 33.490,65}$$

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = 3,97$$

Análisis:

La rotación del proyecto indica que la empresa genera ingresos equivalentes a 4 veces la inversión del activo total.

5.04.07.04 Razones de Rentabilidad

“Permite medir la capacidad de la empresa para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles” (Pérez, 2007, pág. 170).

5.04.07.04.01 Margen de Utilidad Neta

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

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\$ 16.277,58}{\$ 132.941,72}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 0,13$$

Análisis: El porcentaje para los propietarios por operar la empresa es del 13%.

5.04.07.04.02 Rendimiento sobre Activos ROA

Determina el rendimiento que se obtiene sobre la inversión.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{\$ 16.638,95}{\$ 33.490,65}$$

$$\text{ROA} = 0,50$$

Análisis:

El rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es del 50%, se encuentra dentro de los parámetros lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad.

5.04.07.04.03 Rendimiento sobre Patrimonio o Capital Contable ROE

Mide la rentabilidad que obtienen los inversionistas

$$ROE = \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Total Patrimonio}}$$

$$ROE = \frac{\$ 16.638,95}{\$ 26.502,45}$$

$$ROE = 0,63$$

Análisis:

La rentabilidad sobre el Patrimonio es del 63%, porcentaje a utilizar para generar utilidades.

5.04.07.04.04 Rendimiento sobre la Inversión ROI

Mide la rentabilidad que obtiene la empresa sobre la Inversión y los beneficios obtenidos.

$$ROI = \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Inversión}}$$

$$ROI = \frac{\$ 16.638,95}{\$ 33.490,65}$$

$$ROI = 0,50$$

Análisis:

La rentabilidad sobre la inversión es del 50% del dinero invertido, lo cual indica está dentro de los parámetros establecidos.

CAPITULO VI

ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.01 Impacto Ambiental

Para el presente proyecto se ha considerado de gran importancia la utilización de caña guadua materia prima que una de su ventaja más importante es su regeneración natural, sin necesidad de volver a sembrar como es el caso de los árboles y su crecimiento es alrededor de 3 a 5 años lo que posibilita un rápido aprovechamiento en comparación con los árboles.

Al ser una empresa que elabora y comercializa muebles y artículos decorativos, los impactos ambientales son : polvo, ruido , afectación al suelo y aire, que se origina en su procesamiento, serán eliminados en su mayor parte con la adecuada responsabilidad logrando disminuir la contaminación optimizando tiempo y recursos. A su vez al personal de producción se le entregará los equipos necesarios cuidando su salud.

Hoy en día el cuidado del medio ambiente es un punto muy importante, por lo tanto es nuestro deber contribuir al cuidado del mismo, asumir una responsabilidad social como: clasificar la basura en Papel, Vidrio, Plástico. Reutilizar es decir si en la elaboración de un mueble llega a dañarse este no será desechado se reutilizara para la elaboración de los artículos decorativos. Reciclar para esto utilizaremos lo que son

accesorios que ya no nos sirven para decorar los productos a ofrecer y finalmente logrando así reducir el impacto ambiental.

6.02 Impacto Económico

La utilización de la caña guadua ha evolucionado contribuyendo significativamente al desarrollo de la economía en el Ecuador.

Con el presente proyecto se desea producir nuevos diseños en muebles logrando otorgar un valor agregado y entrar en el mercado ofreciendo productos innovadores. Además se maneja indicadores favorables que determina que es aconsejable invertir en la empresa obteniendo un nivel de ganancia y contribuir en la economía del país generando fuentes de empleo, dando estabilidad laboral, así vender productos acorde a la necesidad del cliente a precios justos.

6.03 Impacto Productivo

Hoy en día la caña guadua es un material muy antiguo pero con la intervención del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap), microempresarios han logrado exportaron una gran cantidad de productos en caña guadua- bambú a Perú, Chile, Argentina, Estados Unidos y Europa.

Además se empieza a mirar a la caña guadua como una alternativa ecológica, ya que su uso en varios procesos productivos reduciría el impacto sobre los bosques nativos, porque la guadua llamado acero vegetal por su resistencia y durabilidad

puede ser un gran sustituto de la madera. Se han creado normas para el aprovechamiento eficiente del recurso de la caña guadua, ya que podría crear un interés desmesurado que puede causar la extinción de esta especie.

6.04 Impacto Social

Con el presente proyecto se considera ofrecer un producto innovador, aprovechando el talento humano de cada uno de los empleados, lo que permitirá contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y crear fuentes de empleo.

El proyecto trata de algo fundamental para la sociedad como es la elaboración y comercialización de muebles- artículos decorativos, que de una satisfacción y garantía al cliente.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

Mediante un estudio de factibilidad para la implementación de un taller dedicado a la elaboración y comercialización de muebles y artículos decorativos para el hogar a base de caña guadua, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, parroquia de San Antonio de Pichincha.

Se concluye los siguientes puntos:

Con la investigación que se realizó se determina que la caña guadua es considerado por su resistencia y durabilidad que son reconocidas y aplicadas internacionalmente, por lo que es posible la utilización de la caña guadua como material alternativo y sustituto de la madera más aun ante la facilidad que posee el Ecuador al adquirir esta materia prima que es un recurso renovable.

En el análisis situacional en donde se determina el ambiente interno y externo existe mayores oportunidades y fortalezas, lo que se considera que es factible poner en marcha Bamboo Muebles y Decoración.

En el estudio de mercado se logró detectar que a las personas les gustaría adquirir muebles y artículos decorativos para el hogar, con diseños exclusivos en tamaño, color y estilo. Los posibles clientes buscan en sus muebles elegancia y confort. También que se genera una demanda y oferta favorable.

En el estudio técnico se determinó varios factores que benefician la correcta ubicación de la empresa y la capacidad óptima de la planta, distribuyendo correctamente el espacio de cada área y la importancia de cercanía con el producto.

El estudio financiero es de mucha importancia porque se puede determinar el monto de la inversión, se logró conocer cuáles son los costos y gastos para la elaboración de producto, que utilidad nos genera, la relación costo beneficio indica que si hay recuperación por cada dólar invertido y cuál será el tiempo para recuperar la inversión, por lo que se recomienda la ejecución del proyecto por los resultados positivos que se obtuvo.

Los impactos económico, productivo y social que genera la empresa Bamboo Muebles y Decoración son favorables porque se está contribuyendo al cambio de la matriz productiva, a su vez también se incluye el impacto ambiental ya que la caña guadua materia prima que se utilizará tiene una ventaja importante y es su regeneración natural, sin necesidad de volver a sembrar como es el caso de los árboles y su crecimiento es alrededor de 3 a 5 años.

7.02 Recomendaciones

Se recomienda invertir en este proyecto por los resultados positivos que se reflejaron los estudios realizados.

Determinar niveles de cobranza hacia los clientes que realicen créditos.

Crear sucursales ya sea dentro de la misma provincia o fuera de ella, esto nos permitirá ser reconocidos a nivel nacional y generar mayores ingresos.

Trabajar con materia prima de calidad y atención personalizada, manejar constantemente variedad en los diseños de los muebles para ofrecer al cliente confianza, seguridad y garantía al momento de adquirir el producto para llegar a la fidelización del cliente.

Mantener capacitado al personal sobre el manejo y aprovechamiento de este recurso, ya que un adecuado manejo influye directamente sobre la calidad final del producto que se va a elaborar.

Seguir realizando investigación de mercado permanente, ya que nos ayuda a prevenir riesgos tomando las decisiones correctas y a su vez identificar gustos, preferencias de los posibles clientes para una mejora continua.

BIBLIOGRAFÍA

- ACCID. (2009). *Valoración de Empresas: Bases conceptuales y aplicaciones prácticas* (1era ed.). España: Bresca Editorial.
- Anaya, J. (2011). *Logística Integral: La gestión operativa de la empresa* (4ta ed.). Madrid: Esic.
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.
- Calix, M. (Junio de 2012). *Contenidos de Administración*. Recuperado el Marzo de 2015, de Gestión Administrativa:
<http://marielgestadmonhond11.blogspot.com/p/contenidos.html>
- Camino, J., & Rua, M. (2012). *Dirreccion de Marketing Fundamentos y Aplicaciones*. España: Esic.
- Casanovas, M., & Santandreu, P. (2011). *Guia Práctica Para la Valoración de Empresas* (3ra ed.). España: Profit.
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de Inversion, Formulación y Evaluación* (1era ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Charles, H., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2006). *Contabilidad Administrativa* (2da ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Clemente, J. (2010). *Dirrección de Marketing y Ventas*. España: Cultural S.A.
- Crespo, J. (2012). *La Valoración de Inversiones* (1era ed.). España: Centro de Libro PAPF,S Deusto.

Diccionario de Economía. (2010). *Riesgo País*. Recuperado el Lunes de Enero de 2015, de <http://www.econlink.com.ar/definicion/riesgopais.shtml>

Diccionario Economía y Finanzas. (Abril de 2010). *Población Económica mnete Activa*. España.

Erossa, V. (2004). *Proyectos de Inversión* (2da ed.). Mexico: Grupo Noriega.

slava, J. (2010). *Las Claves del Análisis Económico- Financiero* (2da ed.). España: Esic.

Espinoza, S. (2007). *Los Proyectos de Inversión* (1era ed.). Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

Faría, H. (2010). *La Inflacion* (1era ed.). Caracas: Cedice.

Férre, J., & Férre, J. (2010). *Los Estudios de Mercado* (3era ed.). Madrid: Santos S.A.

Fierro, Á. (2011). *Contabilidad General* (4ta ed.). Bogota: ECOE Ediciones.

Gimbert, X. (2003). *El enfoque estrategico de la empresa: Principios y esquemas basicos* (2da ed.). España: Deusto.

Horngren, C. T., Foster, G., & Datar, S. (2007). *Contabilidad de Costes, Un enfoque Gerencial* (10ma ed.). Mexico: Pearson Educación.

Hunger, D., Wheelen , T., & Sánchez , M. (2007). *Administración Estratégica y Política de Negocios* (10ma ed.). Mexico: Pearson Educación.

Instituto nacional de estadísticas y censos. (Marzo de 2014). Pobreza

Ecuador. Recuperado el Lunes de Enero de 2015, de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2014/04/Informe-Pobreza-marzo-2014.pdf>

- Jhonny, M. (Marzo de 2009). *GestioPolis*. Recuperado el 19 de Marzo de 2015, de Evaluación financiera de proyectos.: <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constantes.htm>
- Lahoud, D. (2006). *Los Principios de Las Finanzas y Los Mercados* (3era ed.). Venezuela: Publicaciones UCAB.
- Lara, A. (2012). *Medición y Control de Riesgos Financieros* (3era ed.). Mexico: Limus S.A.
- Lara, B. (2011). *Como Eaborar Proyectos de Inversión* (1 era ed.). Quito: Oseas Espin.
- Madexpo, E. (2015). *BAMBÚ: Obtención y preparación*. Ecuador Forestal, 45.
- Maria D, L., & Garcia, M. (2009). *Administración, Gestión y Comercializacion en una Empresa* (1era ed.). España: Graphic Madrid.
- Martinez, D. (Junio de 2013). *Diccionario Económico*. Recuperado el Marzo de 2015, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/amortizacion-contable.html>
- Martinez, G. (Junio de 2013). *Bosque de Paz Ecuador*. Recuperado el Diciembre de 2014, de Restauración Ecológica:
http://www.bospas.org/bospas/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=104
- Medina, A. (2011). *Contabilidad de Costos* (1era ed.). Mexico.
- Ministerio Coordinador de Produccion, Empleo y Competitividad. (Mayo de 2014). *El crecimiento económico y productivo de ecuador es inclusivo y*

democrático. Recuperado el Lunes de Enero de 2015,

<http://www.produccion.gob.ec/el-crecimiento-economico-y-productivo-de-ecuador-es-inclusivo-y-democratico/>

Molins, M. (2008). *Teoría de la Planificación* (2da ed.). Venezuela.

Molla, A., & Berenguen, G. (2006). *Economía Comportamiento del Consumidor* (2da ed.). Barcelona: UOC.

Morán, J. (2013). *Bambú- Caña Guadúa*. Eco Mundial.

Parkin, M. (2007). *Macroeconomía* (7ma ed.). Mexico: Pearson Educación.

Peréz, A. (2007). *Valoración de Empresas* (2da ed.). Madrid: Mundi- Prensa.

Rivadeneira, M. (Mayo de 2012). *La Elaboración de Presupuestos en Empresas*

Manufactureras. Recuperado el Lunes de Marzo de 2015, de

<http://www.eumed.net/>

S.A.C, P. C. (Junio de 2013). *Marketing Mix*. Recuperado el Enero de 2015, de Las 4

P del marketing: <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>

Salazar, F. (2004). *Manangement Advise & Consulting*.

Sánchez, J. (2012). *La Tecnología* (2da ed.). Madrid: Tecnologica de Costa Rica.

Sinisterra, G. (2007). *Contabilidad Administrativa* (2da ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Talaya, E., & Mondejar, J. (2013). *Fundamentos de Marketing* (1era ed.). España: Esic.

Terra Ecuador. (Diciembre de 2013). *Caña guadua nuevas creaciones*. Recuperado el

Lunes de Septiembre de 2014, de Terraecuador:

www.terraecuador.net/revista_56/56_bambu.html

R.Terraecuador. (2009). *Terraecuador*, 2.

Thompson, I. (2009). Pronegocios.Net. *American Marketing Association*, 25.

Váquiro, J. (Febrero de 2010). *Pymes futuro: Gerencia, Finanzas y Proyectos*.

Recuperado el Marzo de 2015, de

<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

Anexos

COMERCIAL KYWI S.A.
RUC 1790041220001
Matriz : AV. 10 DE AGOSTO N24-59 Y LUIS CORDERO
QUITO Telf: 023987900
AGENCIA 05 (CARCELEN) Telf: 022470377 022471293
Sucursal : DIEGO DE VASQUEZ N77-390 Y JAIME ROLDOS
Señor(es): PAOLA ASITIMBAY
Codigo: 888885-000000
Direccion: CONDADO
Ciudad : quito Telf. : 0995626042

AUTOIMPRESORES AUTORIZACION S.R.L. 1114158369 DEL 16/ENE/2014
CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL. SRI 5368

PROFORMA DOLARES
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL
QUITO

RUC : 1725129181
Vend: USUARIO CONSULTAS
Fecha de Emision 02/ABR/2015

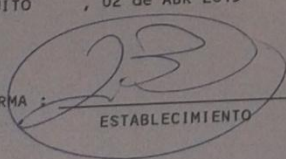
PAG. 1/1

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
452602	TALADRO DEWALT 1/2" PVVR 700W DW508 INDU	1	129,00	129,00
453064	LIJADORA ROTO-ORBITAL DEWALT 5" 275W	1	125,97	125,97
453641	CALADORA DEWALT VV 715W DW331K INDUSTRIA	1	302,37	302,37
454060	INGLETEADORA DW713 10" 1600W 5000RPM IND	1	441,59	441,59
477753	AMOLADORA D28491-B3 7" 2200W 8500RPM IND	1	193,40	193,40
SUBTOTAL				1.192,33
DESCUENTO				0,00
TOTAL				1.192,33

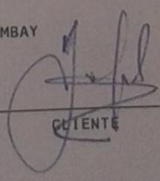
Vta.tarifa 12%	Vta.tarifa 0%	Total Vta.Neta	IVA Tar. 12%	IVA Tar. 0%	TOTAL A PAGAR
1.064,58	0,00	1.064,58	127,75	0,00	1.192,33

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A.
En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias
oficiales que afecten al costo de la mercaderia, nos veremos obligados a actualizar precios en el
momento de la facturacion previo su conocimiento.

Los precios unitarios de esta proforma ** SI incluyen I.V.A. **
QUITO , 02 de ABR 2015

FIRMA :  ESTABLECIMIENTO

PAOLA ASITIMBAY

FIRMA :  CLIENTE

Pomelo Barrio

Figura 48 Proforma de Maquinas
Fuente: Comercial Kiwi S.A
Elaborado por: Comercial Kiwi S.A

Juegos de Sala

Relajarse significa sentirte cómodo, estos son algunas de nuestras ideas para conseguir un espacio en tu casa muy confortable, al ser nuestros productos personalizados pueden darles diferentes tonos de color, diferentes tamaños a su gusto y conveniencia



Figura 49 Fotos de Juegos de Sala

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Juegos de Comedor

Comer es mucho mejor cuando nos sentamos todos juntos a disfrutar del momento. Cuando hay sitio para que todo el mundo esté cómodo sillas alta, acolchonadas, mientras más seamos en la mesa, más diversión y más cosas que compartir.



Figura 50 Juego de Comedor

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

Juegos de Dormitorio

Un buen día empieza siempre con un descanso, por eso es importante crear un espacio que nos brinde confort y relax. El secreto está en hacer de tu dormitorio un refugio



Figura 52 Juego de Dormitorio

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Productos para Decorar

Te gusta crear un ambiente natural, único y elegante, a nosotros también por eso creamos productos que sean durables, creativos y con precios asequibles.



Figura 53 Productos Para Decorar

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Paola Asitimbay

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACIÓN BANCA Y FINANZAS
ENCUESTA**

Objetivo: Recolectar la información necesaria para medir el grado de aceptación de los productos que ofrece la empresa.

INSTRUCCIONES: Llenar con la mayor seriedad posible, ya que esto ayudará a obtener datos precisos sobre la investigación, Por favor marque con una X la opción que usted considere la mejor.

Género: Femenino: ☐ Masculino: ☐
Edad: 25-30 ☐ 31-35 ☐ 36-40 ☐ 41 en adelante ☐

PREGUNTAS:

1. ¿Ha comprado usted algún producto elaborado en caña guadua?

Sí ☐ No ☐

2. ¿Qué producto es de su preferencia en su hogar?

Sala
Comedor
Dormitorio
Artículos Decorativos

☐
☐
☐
☐

3. ¿Con que frecuencia usted compra muebles para el hogar?

6 meses a 1 año
Un año a dos años
Tres años a más

☐
☐
☐

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto hecho en caña guadua?

Juego de sala: 400 -500
Juego de comedor: 300-400
Juego de dormitorio: 200-300

☐
☐
☐

500-600
450-550
300-400

☐
☐
☐

5. ¿Con que frecuencia compra artículos decorativos para su hogar?

Trimestral
Semestral
Anual

☐
☐
☐

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un artículo decorativo hecho en caña guadua?

10-20 ☐

20 a más ☐

7. ¿Por lo general que tipo de muebles y accesorios compra usted para su hogar?

Estilo colonial
Contemporáneos
Rústicos
Clásico y tradicional

☐
☐
☐
☐

8. ¿Qué lugares son de su preferencia al momento de adquirir un mueble?

Mueblerías
Centro comerciales
Punto de venta propio
Ferias

☐
☐
☐
☐

9. ¿Qué aspectos valora al comprar un producto?

Precio
Calidad
Diseño
Garantía

☐
☐
☐
☐

10. ¿Le gustaría que se elaboren diseños a su estilo?

Sí ☐

No ☐

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

Sí ☐

No ☐

12. ¿En caso de realizar la compra como es su forma de pago?

Efectivo
Tarjetas de crédito

☐
☐

13. ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de un local comercial de muebles y artículos decorativos hecho en caña guadua?

Sí ☐

No ☐

Muchas gracias por su colaboración

APOYAR AL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE MUEBLES Y ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EL HOGAR A BASE DE CAÑA GUADUA, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO