



**ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN**

APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE UN PROYECTO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA  
ARTESANAL DE MUEBLES FUNCIONALES PARA EL HOGAR EN EL AÑO  
2017

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Industrial y de la Producción.

Autor: Medina Paredes Javier Andrés

Tutora: Ing. Herrera Mónica

Quito, octubre 2017



### ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **MEDINA PAREDES JAVIER ANDRES** de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: **APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL DE MUEBLES FUNCIONALES PARA EL HOGAR EN EL AÑO 2017**. Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

**Ing. Monica Herrera**  
Tutor del Proyecto

**Ing. German Morillo**  
Lector del Proyecto

**Ing. Galo Cisneros**  
Coordinador de la Unidad de Titulación

**Ing. Fernando Buitrón**  
Director de Escuela

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Dejo constancia que el presente informe es el resultado de la investigación de la autora, quien, basada en los estudios realizados durante la carrera, investigación científica, revisión documental y de campo a llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios vertidos en este informe son de mi absoluta responsabilidad.



-----

**Medina Paredes Javier Andrés**

**CC: 1717798787**

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **MEDINA PAREDES JAVIER ANDRES** alumno de la escuela de Administración en Industrial y de la Producción, portador de la cédula de ciudadanía signada con el No 171779878-7 conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: “La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado , manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“Mejorar el área comercial de la empresa SEMOSER S.A., mediante Marketing Relacional para lograr la fidelización de la cartera de clientes, ubicado en el sector Centro Norte del distrito Metropolitano de Quito.”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.



**FIRMA** \_\_\_\_\_

**NOMBRE:** Medina Paredes Javier Andrés

**CÉDULA:** 1717798787

## AGRADECIMIENTO

Primeramente, doy gracias a Dios por permitirme tener una buena experiencia en el Instituto Tecnológico Superior "Cordillera", gracias al instituto por permitirme convertirme en un ser profesional en lo que tanto me apasiona, gracias a cada maestro que hizo parte de este proceso integral de formación, que deja como producto terminado este grupo de graduados y egresados, como recuerdo y prueba viviente de la historia del instituto; esta tesis que perdurara dentro de los conocimientos y desarrollo de las demás generaciones que están por llegar.

Agradezco a mi tutora Mónica Herrera, que sin su ayuda y conocimientos no hubiese sido posible realizar este proyecto.

Y para finalizar, también agradezco a todos los que fueron mis compañeros de clase durante todos los semestres del instituto ya que gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral han aportado en un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional.

## DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a Dios por a verme dado la vida. La voluntad y la oportunidad de estudiar. Porque desde el cielo eres mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más.

A mis padres Ángel Medina y Amparito Paredes, porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo, comprensión, amor y sus consejos para hacer de mí una mejor persona.

A mis hermanos, mi sobrino y mi cuñada por estar siempre en todo presente apoyándome, por sus palabras de aliento y compañía.

A mi novia con la ayuda que me has brindado ha sido sumamente importante, estuviste a mi lado inclusive en los momentos y situaciones más difíciles, siempre apoyándome.

A mis compañeros Heavy quienes han sido mis amigos, mi mano derecha durante todo este tiempo; les agradezco por su desinteresada ayuda, por echarme una mano cuando siempre la necesité. Les agradezco no solo por la ayuda brindada, sino por los buenos momentos en los que convivimos.

## INDICE GENERAL

<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE</b> .....	<b>i</b>
<b>LICENCIA DE USO NO COMERCIAL</b> .....	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iv</b>
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xi</b>
<b>INDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xv</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>xvii</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>19</b>
1.01 Justificación.....	19
1.02 Antecedentes .....	20
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>23</b>
<b>2. ANÁLISIS SITUACIONAL</b> .....	<b>23</b>
2.01 Ambiente Externo. ....	23
2.01.01 Factor Económico .....	23
2.01.02 Factor Social.....	28
2.01.03 Factor Legal .....	29
2.01.04 Factor Tecnológico.....	30
2.02 Entorno Local.....	30
2.02.01 Clientes.....	30
2.02.02 Proveedores .....	32
2.01.03 Competidores .....	33
2.03 Análisis Interno .....	34
2.03.01 Propuesta Estratégica .....	34
2.03.02 Misión .....	34

---

2.03.03 Visión .....	34
2.03.04 Objetivos .....	34
2.03.05 Principios y/o Valores .....	35
2.04 Gestión Administrativa .....	35
2.05 Gestión Operativa.....	36
2.06 Gestión Comercial.....	37
2.06.01 Producto .....	37
2.06.02 Precio .....	39
2.06.03 Plaza .....	39
2.06.04 Promoción .....	39
2.07 Análisis FODA.....	42
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>44</b>
3. ESTUDIO DE MERCADO .....	44
3.01 Análisis del consumidor.....	44
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	45
3.01.02 Técnicas de Obtención de Información.....	46
3.02 Oferta.....	60
3.02.01 Oferta histórica.....	60
3.02.02 Oferta Actual.....	60
3.02.03 Oferta Proyectada.....	61
3.03 Productos Sustitutos .....	61
3.04 Demanda .....	61
3.04.01 Demanda histórica.....	62
3.04.02 Demanda Actual.....	62
3.04.03 Demanda Proyectada.....	63

3.05 Balance Oferta-Demanda .....	63
3.05.01 Balance Actual .....	63
3.05.02 Balance Proyectado .....	64
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>65</b>
4. ESTUDIO TÉCNICO .....	65
4.01 Tamaño del Proyecto.....	65
4.01.01 Capacidad de Instalada.....	66
4.01.02 Capacidad Óptima .....	67
4.02 Localización .....	67
4.02.01 Macro Localización.....	67
4.02.02 Micro-localización .....	69
4.02.03 Localización óptima .....	69
4.03 Ingeniería del Producto .....	70
4.03.01 Definición del B y S .....	70
4.03.02 Distribución de planta .....	71
4.03.03 Proceso Productivo .....	74
4.03.04 Maquinaria .....	75
4.03.05 Equipos.....	79
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>85</b>
5. ESTUDIO FINANCIERO .....	85
5.01 Ingresos Operacionales y no operacionales .....	85
5.01.01 Ingresos Operacionales .....	85
5.01.02 Ingresos no Operacionales .....	87
5.01.03 MOD (Mano de Obra Directa) .....	87
5.01.04 MPD (Mano Prima Directa).....	89

5.01.05 CIF (Costos Indirectos de Fabricación) .....	91
5.01.06 Servicios Básicos .....	91
5.01.07 Materiales de Seguridad .....	92
5.01.08 Costo Unitario de Producción .....	93
5.01.09 Calculo de Ingresos Operacionales .....	93
5.02 Costos .....	94
5.02.01 Costos Directos .....	94
5.02.02 Costos Indirectos .....	94
5.02.03 Gastos Administrativos .....	95
5.02.04 Mano de Obra Administrativa .....	96
5.02.05 Gastos Administrativo .....	96
5.02.06 Materiales de Limpieza .....	97
5.02.07 Suministros de Oficina .....	97
5.02.08 Costos de Ventas .....	98
5.02.09 Proyección de los costos de producción .....	99
5.02.10 Proyección de Gastos Administrativos .....	99
5.02.11 Proyección de Gastos de Ventas .....	100
5.02.12 Costos Financieros .....	100
5.03 Costos fijos y variables .....	101
5.03.01 Costos fijos .....	101
5.03.02 Costos variables .....	101
5.04 Inversiones .....	101
5.04.01 Inversión Fija .....	101
5.04.02 Activos Fijos .....	101
5.04.03 Activos Nominales (diferidos) .....	104

5.04.04 Capital de trabajo .....	104
5.04.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos .....	105
5.04.06 Amortización de financiamiento (tabla de amortización).....	107
5.04.07 Depreciaciones (tabla de depreciación) .....	107
5.04.08 Estado de Situación inicial .....	108
5.04.09 Estado de resultados proyectado a 5 años .....	109
5.04.10 Flujo de caja .....	110
5.05 Evaluación.....	112
5.05.01 Tasa de descuento .....	112
5.05.02 VAN .....	112
5.05.03 TIR .....	113
5.05.04 PRI (Período de recuperación de la inversión) .....	114
5.05.05 RBC (Relación Costo Beneficio) .....	114
5.05.06 Punto de equilibrio .....	115
5.05.07 Análisis de índices financieros.....	117
5.05.08 Rentabilidad sobre el Patrimonio .....	118
5.05.09 Rentabilidad sobre la Inversión.....	119
5.05.10 Rentabilidad sobre el Activo Total .....	119
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>121</b>
6. ANALISIS DE IMPACTOS .....	121
6.01 Impacto Ambiental.....	121
6.02 Impacto Económico .....	122
6.03 Impacto Productivo .....	122
6.04 Impacto Social.....	122
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>124</b>

---

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	124
7.01 Conclusiones .....	124
7.02 Recomendaciones.....	125
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>126</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clientes.....	31
Tabla 2 Nombre Proveedores .....	32
Tabla 3 Competidores .....	33
Tabla 4 Gestión Operativa .....	36
Tabla 5 Cargos y Horarios .....	36
Tabla 6 FODA.....	43
Tabla 7 Población.....	45
Tabla 8 Pregunta 1 .....	49
Tabla 9 Pregunta 2 .....	50
Tabla 10 Pregunta 3 .....	51
Tabla 11 Pregunta 4 .....	52
Tabla 12 Pregunta 5 .....	53
Tabla 13 Pregunta 6 .....	54
Tabla 14 Pregunta 7 .....	55
Tabla 15 Pregunta 8 .....	56
Tabla 16 Pregunta 9 .....	57
Tabla 17 Pregunta 10 .....	58
Tabla 18 Pregunta 11 .....	59
Tabla 19 Oferta Actual.....	60
Tabla 20 Proyección de la oferta.....	61
Tabla 21 Demanda Actual.....	62
Tabla 22 Resultado de la encuesta .....	62
Tabla 23 Calculo de la demanda .....	63

Tabla 24 Proyección de la demanda.....	63
Tabla 25 Balance demanda .....	63
Tabla 26 Balance Proyectada .....	64
Tabla 27 Capacidad de instalación.....	66
Tabla 28 Capacidad Optima.....	67
Tabla 29 Macro Localización.....	68
Tabla 30 Localización Optima .....	69
Tabla 31 Localización .....	70
Tabla 32 Distribución Planta.....	71
Tabla 33 Código cerámica .....	71
Tabla 34 Razones de cerámica.....	72
Tabla 35 Matriz Triangular .....	72
Tabla 36 Maquinaria .....	75
Tabla 37 Muebles y Enseres .....	80
Tabla 38 Ingresos Operacionales .....	85
Tabla 39 Ingresos Operacionales 2 .....	86
Tabla 40 Ingresos Operacionales 3 .....	86
Tabla 41 MOD .....	87
Tabla 42 Mano de obra directa.....	88
Tabla 43 MPD.....	89
Tabla 44 Mueble Baño .....	90
Tabla 45 Mueble Dormitorio .....	90
Tabla 46 Servicios Básicos .....	91
Tabla 47 Materiales de Seguridad.....	92
Tabla 48 Costo Unitario de Producción.....	93

---

Tabla 49	Calculo de Ingresos Operacionales .....	93
Tabla 50	Costos Directos .....	94
Tabla 51	Costos Indirectos de Fabricación .....	95
Tabla 52	Mano de Obra.....	96
Tabla 53	Gastos administrativos .....	96
Tabla 54	Material de Limpieza .....	97
Tabla 55	Suministro de Oficina .....	97
Tabla 56	Gastos de Ventas.....	98
Tabla 57	Proyección de Gastos de Ventas .....	100
Tabla 58	Activos fijos .....	102
Tabla 59	Maquinaria y Equipo.....	102
Tabla 60	Muebles y Enseres .....	103
Tabla 61	Equipos de Computación .....	103
Tabla 62	Equipos de Oficina.....	103
Tabla 63	Amortización.....	104
Tabla 64	Capital de trabajo .....	104
Tabla 65	Fuentes de financiamiento .....	106
Tabla 66	Balance situación inicial .....	108
Tabla 67	Flujo de caja.....	110
Tabla 68	TMAR.....	112
Tabla 69	VAN.....	113
Tabla 70	TIR .....	113
Tabla 71	PRI .....	114
Tabla 72	Relación Beneficio Costo.....	115
Tabla 73	Relación B/C .....	115

---

Tabla 74 Margen Utilidad .....	118
Tabla 75 ROE.....	118
Tabla 76 ROI.....	119
Tabla 77ROA .....	120

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Fuente INEC .....	24
Figura 2 Tasa Activa Fuente INEC 1 .....	25
Figura 3 Tasa Pasiva .....	25
Figura 4 INFLACIÓN.....	26
Figura 5 RIESGO PAIS .....	27
Figura 6 Encuesta Urbana de Empleo y Desempleo – .....	28
Figura 7 Gestión Administrativa.....	35
Figura 8 Muebles baño.....	37
Figura 9 Muebles Dormitorio.....	38
Figura 10 Muebles Sala.....	38
Figura 11 Croquis ubicación .....	39
Figura 12 Publicidad Facebook.....	41
Figura 13 Publicidad .....	41
Figura 14 Publicidad .....	42
Figura 15 Pregunta 1 .....	49
Figura 16 Pregunta 2 .....	50
Figura 17 Pregunta 3 .....	51
Figura 18 Pregunta 4 .....	52
Figura 19 Pregunta 5 .....	53
Figura 20 Pregunta 6 .....	54
Figura 21 Pregunta 7 .....	55
Figura 22 Pregunta 8 .....	56
Figura 23 Pregunta 9 .....	57
Figura 24 Pregunta 10 .....	58

---

Figura 25 Pregunta 11 .....	59
Figura 26 Mapa Macro localización .....	68
Figura 27 Mapa Micro Localización.....	69
Figura 28 Plano .....	73
Figura 29 Proceso Productivo .....	74
Figura 30 Caladora Electrica.....	76
Figura 31 Sierra Electrica.....	76
Figura 32 Taladro .....	77
Figura 33 Lijadora.....	77
Figura 34 Flexómetro .....	78
Figura 35 Martillo .....	78
Figura 36 Destornillador plano .....	78
Figura 37 Destornillador de estrella.....	79
Figura 38 Brocha.....	79
Figura 39 Computadora.....	81
Figura 40 Laptop .....	81
Figura 41 Teléfono.....	82
Figura 42 Impresora multifuncional.....	82
Figura 43 Perforadora .....	83
Figura 44 Grapadora .....	83
Figura 45 Calculadora .....	84
Figura 46 Punto de Equilibrio .....	117

## RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente proyecto tiene como objetivo apoyar al sector industrial maderero mediante un el estudio de factibilidad de la creación de una empresa de muebles funcionales para el hogar en la parroquia Calderón del Distrito Metropolitano de Quito, y al País con el cambio de matriz productiva.

Para la ejecución del presente proyecto se realizó un estudio de mercado profundo y con la ayuda de la matriz FODA, se pudo determinar que el proyecto tiene gran acogida por parte de la población los cuales se vieron muy interesados al momento de realizar las encuestas e informar sobre los muebles que se van a realizar.

Muebles JM tiene como finalidad elaborar muebles funcionales los cuales ahorran espacio físico en el domicilio, con la alta demanda que existe en el mercado por la creación de estos muebles la empresa recupera su inversión en menos de 3 años, de esta manera se generará fuentes de empleo y podrá brindar estabilidad económica en el País,

Todo esto se llevó a cabo gracias a los conocimientos prácticos, teóricos y científicos adquiridos en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

---

## ABSTRACT

The following project aims to support the lumber industry through a feasibility study of the creation of a functional furniture company for the household in the Calderon parish of Metropolitan District of Quito and the Country whit the change of productive matrix.

For the execution of the present project a deep market study was carried out and with the help of the FODA matrix, it was possible to determine that the project is well received by the population which were very interested in the moment of enhancing the surveys and inform on the furniture which safe physical space in the household, whit the high demand that exists in the market by the creation of these furniture the company recovers its investment in less than 3 years, in this way it will generate sources of employment an can provide economic stability in the country all this was done thanks to the practical, theoretical and scientific knowledge acquired at the Instituto Tecnológico Superior Cordillera

## CAPÍTULO I

### 1.01 Justificación

El proyecto tiene como iniciativa llegar a las familias que se ven en la necesidad de ahorrar espacio en sus domicilios; este sea en muebles de sala, dormitorio o baño, garantizándoles un mejor ambiente de vida y condiciones favorables dentro del mismo, proporcionando a nuestros clientes un producto y un servicio de calidad en un menor tiempo, con las mejores condiciones que nuestro producto ofrece al momento de la recepción del pedido, la entrega y la instalación logrando tener espacio en sus viviendas al momento de convivirlas.

Cuando nos enfrentamos a espacios pequeños (estudios, micro apartamentos, pisos minúsculos, etc.) en los que cada metro cuenta, además de optar por soluciones como separadores de espacios, celosías y paneles móviles o camas en alto, un recurso obligado es utilizar al máximo el mueble multifuncional.

Este tipo de muebles, como su nombre indica, cumplen más de una función, una especie de 2 en 1, lo que nos evita tener que colocar (y comprar, con el consiguiente ahorro) dos muebles para lo que en este caso puede hacerse con uno. Además, si los elegimos de cierto diseño, nos ayudarán a decorar el ambiente donde vayan.

(DECOFILIA, 2013)

## **Análisis**

Uno de los problemas importantes que nuestro proyecto desea combatir es el ahorrar espacio físico que las familias tienen al momento de llegar a vivir en algún domicilio que este corto de espacio y los muebles no puedan ingresar en la misma.

Otra razón importante es el beneficio que se quiere implementar en el interior de los departamentos en construcción logrando la instalación de nuestros muebles en los departamentos de los conjuntos habitacionales ya que los mismos disponen de espacios pequeños los cuales no nos permiten ingresar lo muebles que las familias actualmente disponen, y así ingresar en el mercado de los muebles.

Dentro de los objetivos del plan del buen vivir el proyecto se enfoca en el Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva; Meta: 10.4. Alcanzar el 49,4% de participación de mano de obra capacitada en la ocupación plena.

### **1.02 Antecedentes**

El mueble es un objeto funcional y utilitario fue creado para satisfacer ciertas necesidades: como el dormir, el sentarse y eventualmente algo donde puedan almacenarse cosas. En un tiempo que no puede ser señalado, la gente a más de tener necesidad de utilidad en el mueble comenzó a desear que fueran objetos atractivos.

Todo mueble tiene como finalidad concretar un espacio, el mobiliario es un complemento muy importante para la transformación y adaptación de un espacio habitable.

En un espacio el usuario busca acondicionarlo de mobiliario para poder realizar sus actividades de una manera cómoda de acuerdo a su estilo de vida y a los requerimientos del lugar. Por ejemplo, si el usuario requiere movilidad, en espacios

reducidos como es el caso del tema propuesto en esta tesis, se crearán muebles funcionales que puedan satisfacer las necesidades del usuario.

El mobiliario desempeña un papel muy importante en la vida cotidiana de todas las personas, constituye el equipamiento de un inmueble confiere a las diferentes estancias funciones particulares, como la del dormitorio, comedor, salón o cocina etc. (Salamea, 2012)

Historia de los muebles. Los muebles han existidos desde tiempos remotos, no hay datos precisos del surgimiento de este mobiliario, pero se conoce que datan desde los tiempos primitivos, desde la aparición del homo sapiens, la diferencia es que en ese tiempo estos muebles no eran construidos, más bien, eran objetos de la naturaleza a los cuales estos seres le daban el uso de mueble. Mientras pasaron los años se comenzó a utilizar la madera como un material eficaz para la construcción de objetos que eran útiles para el hombre, estos objetos les permitían ordenar y clasificar sus posesiones y obtener una buena comodidad. (ARQHYS, 2012)

Se entiende normalmente por mobiliario todo aquel elemento o ítem que sirva para decorar los ambientes de una casa, oficinas y otro tipo de locales y que tenga la posibilidad de ser movido de lugar. El mobiliario es el grupo de muebles que existen en una vivienda, aunque también pueden entrar dentro de este grupo elementos de decoración y accesorios que completan el espacio y lo hacen más apropiado para la vivienda. (ECURED, 2015)

### **Análisis**

Este proyecto surge como nueva alternativa para implementar en las viviendas conociendo las necesidades de los clientes, brindando una mejor calidad de vida dentro de sus domicilios.

Nuestro proyecto se va implementando en la creación de muebles para el hogar en base de madera; esta se obtendrá en la fabricación artesanal del mueble que lleva consigo un minucioso proceso de producción, desde el diseño del mueble ahorrador de espacio hasta el montaje en casa del cliente, donde se cuida cada detalle para lograr la total satisfacción de nuestros artesanos y sobre todo de nuestro cliente.

Todos nuestros muebles llevan consigo una madera de calidad con los detalles proporcionados por nuestros clientes y un plus el cual puede ser 2 o 3 tipos incluidos en uno solo, con el valor agregado que nuestro proyecto ofrece.

## CAPÍTULO II

### 2. ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 2.01 Ambiente Externo.

##### 2.01.01 Factor Económico

##### PIB

El PIB se define como el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. La fórmula es:

$$\text{PIB} = \text{Consumo} + \text{Inversión} + \text{Gasto del Gobierno} + (\text{Exportaciones} - \text{Importaciones})$$
, su valoración monetaria se realiza según el precio del mercado. (Kushner, 2012, pág. 236) (Anzil, 2006)

##### Análisis

Para este año 2017 el PIB ha disminuido a un -3% y mejorando este porcentaje nos ayudaría a mejorar nuestros ingresos y utilidades para nuestra compañía y así poder generar más empleo y activar mejor la economía ya que estos empleados llevaran dinero a sus casas y se puede consumir más.

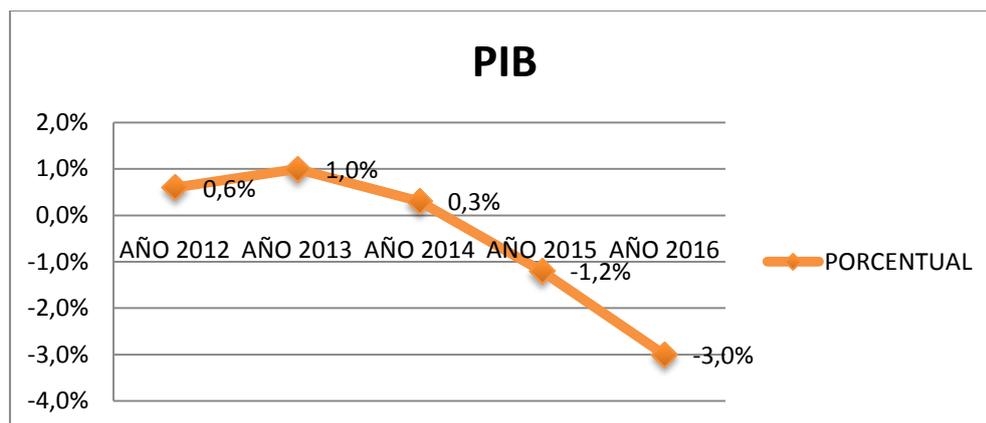


Figura 1 Fuente INEC  
Elaborado por Javier Medina

## TASA ACTIVA

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca.

Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Es decir, la que te cobra el banco por el dinero que te presta. Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. (VERA, 2007-2013)

## Análisis

En base a nuestra empresa y constando al año mayo 2017 se encuentra en un 10.61% anual en el sector inmobiliario de la Tasa Activa referencia y la tasa máxima en 11.33% en la Tasa Activa Efectiva Máxima, lo que nos indica que para nuestra empresa ha subido un buen porcentaje de interés.

Tasas de Interés			
mayo - 2017			
1. 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	7.61	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.76	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.49	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.81	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.37	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.43	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.42	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.80	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.58	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.50	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.61	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.92	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.02	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.42	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.22	Inversión Pública	9.33

Figura 2 Tasa Activa Fuente INEC 1  
Fuente INEC  
Elaborado por Javier Medina

## TASA PASIVA

La Tasa Pasiva es el tipo de interés que los bancos pagan por los préstamos que obtienen en el mercado, que puede ser representado por depósitos a la vista, depósitos a plazo, bonos, créditos de otras entidades de crédito u otros productos de similares características. Se conoce como pasiva porque se centra en las cuentas del pasivo de los bancos.

Cuanto mayor es la diferencia entre este tipo y el tipo de interés recibida por el otorgamiento de créditos (tasa activa), mayor es la ganancia para el banco en su actividad de intermediación financiera. Diferente de las tasas de interés activas y tasas de interés pasivas, se da la denominación de margen de interés neto. (VERA, 2007-2013)

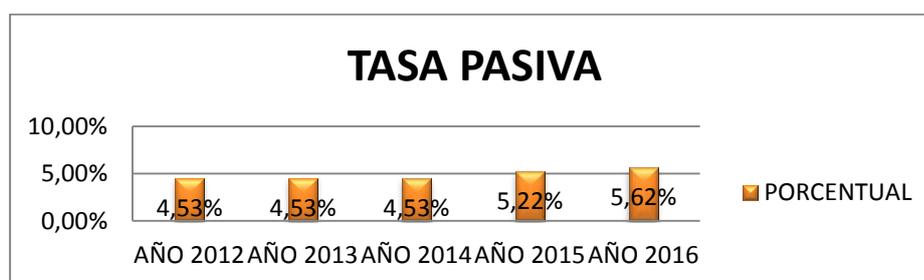


Figura 3 Tasa Pasiva  
Fuente INEC  
Elaborado por Javier Medina 1

## INFLACIÓN

La utilización más habitual del concepto tiene un sentido económico: la inflación es, en este caso, la elevación sostenida de los precios que tiene efectos negativos para la economía de un país.

Existen numerosas definiciones y múltiples teorías explicativas de la inflación. Ninguna de ellas goza, sin embargo, de general aceptación. La inflación es un proceso de alza generalizada y prolongada de los precios.

Una de las primeras explicaciones de la inflación fue la denominada teoría de la inflación de demanda. (Kushner, 2012, pág. 282)

### Análisis:

Para nuestra empresa la inflación nos haría decaer de una forma concreta ya que si sube considerablemente aumentarían los precios y eso con lleva a que se aumente el costo de producción y subirían los precios de los muebles.

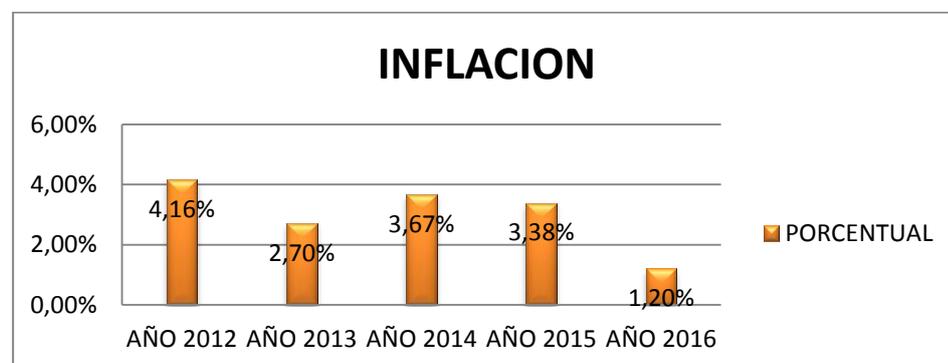


Figura 4 INFLACIÓN

Fuente INEC

Elaborado por Javier Medina 2

## RIESGO PAIS

Riesgo país es un concepto económico que tiene un país para conseguir préstamos con organismos multilaterales de crédito. Este concepto ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole y hasta con cierta reserva por los gobiernos de turno que toman decisiones de endeudamiento agresivo y poco transparente como del Ecuador de administraciones pasadas. (SANCHEZ, 2006, pág. 01)

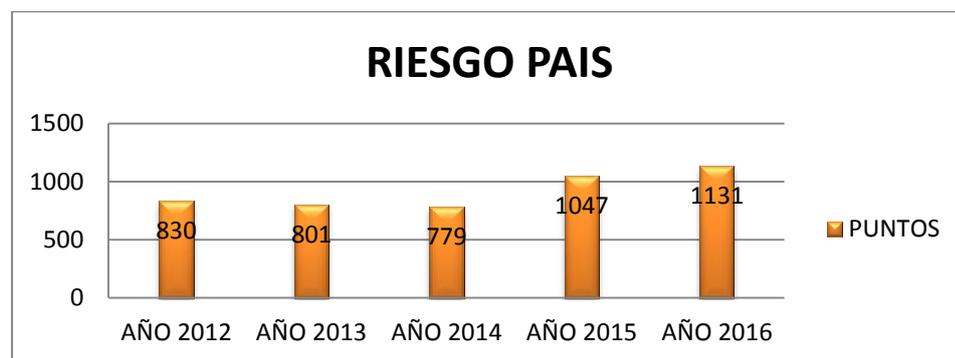


Figura 5 RIESGO PAIS

Fuente INEC

Elaborado por Javier Medina 3

### Análisis

El concepto de Riesgo País, hace referencia a la probabilidad de que un país sea incapaz de responder a sus compromisos de pago de deuda en capital e interés, en los términos acordados.

Se considera también que comprende con la capacidad o incapacidad de cumplir con los pagos de capital o de los intereses al momento de su vencimiento.

Es un índice que pretende manifestar la evolución del riesgo que implica la inversión en instrumentos representativos de la deuda externa emitidos por gobiernos de países emergentes.

## 2.01.02 Factor Social

### Población económicamente activa (PEA)

Se define como el número de personas de 15 años y más que trabajaron al menos una hora en la semana de referencia, o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (personas con empleo), o bien aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar (desempleados). La PEA es el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad. Las personas **económicamente activas** son todas aquellas que, tienen edad para trabajar y están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento. Incluye a las personas que trabajan o tienen trabajo (**ocupados**) y a aquellas que no tienen empleo, pero están dispuestas a trabajar (**desocupados**). Son **inactivos** en cambio, quienes no están en disponibilidad de trabajar ya sea por edad, incapacidad o decisión propia. (Guerrero, Josefina, 2016)

### Análisis

Como nuestro proyecto se direcciona en implementar un producto novedoso en el interior de los hogares y verificando que en los últimos años nuestro PEA incrementa nos beneficia para incrementar nuestras ventas

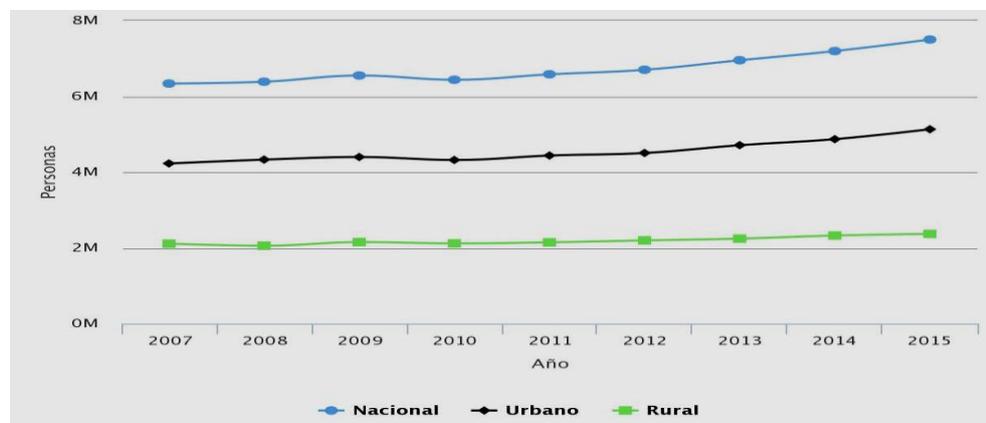


Figura 6 Encuesta Urbana de Empleo y Desempleo –

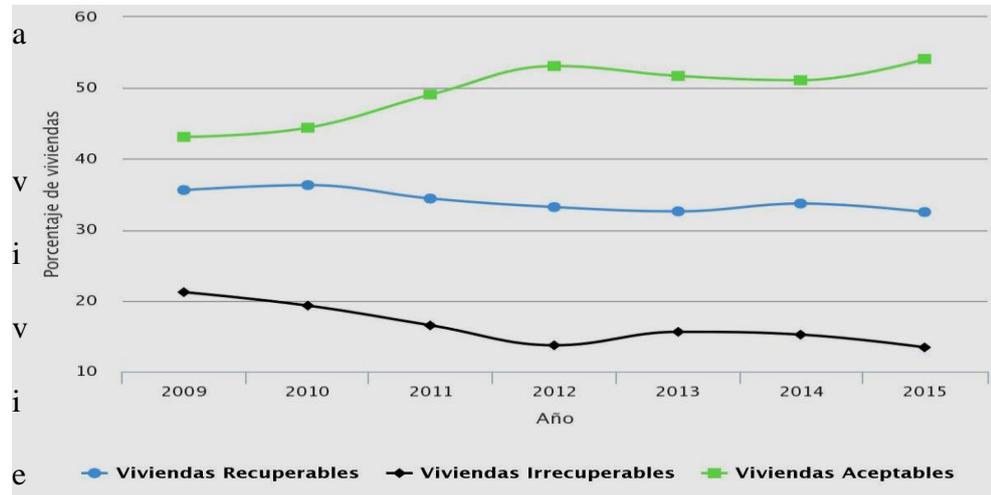
Fuente: INEC

Elaborado por: Javier Medina

## Viviendas

Se presenta una caracterización de la vivienda conceptualizada por los materiales predominantes y estado del piso, techo y paredes. Esta tipología de

l



nda está definida bajo los siguientes criterios.

Ilustración 1 Encuesta Urbana de Empleo y Desempleo –

Fuente: INEC

Elaborado por: Javier Medina

## Análisis

Verificando el cuadro del INEC donde se verifica que tenemos un incremento en viviendas aceptables y como nuestro proyecto se enfoca al 100% en las mismas se puede confirmar que es un indicador muy importante.

### 2.01.03 Factor Legal

En nuestra empresa existen factores legales que hacen referencia a todas las normas y reglamentos que las empresas artesanales nacionales tienen que pasar para el procedimiento de entrar en operaciones en ese país. Como es sacar permiso en la Superintendencia de Compañías, disponer del RUC en el SRI, permisos en el Municipio de Quito.

## **Superintendencia de Compañías**

La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley.

(Superintendencia, s.f.)

## **RUC**

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (SRI, s.f.)

### **2.01.04 Factor Tecnológico**

Las innovaciones y las técnicas en el mercado, tanto en la creación de nuevos productos y en el buen manejo de procesos, va a permitir que nuestra empresa sea más eficiente, de modo que el factor tecnológico nos va ayudar a competir con otras empresas y así poder estar a la altura de ventas y creación de los muebles funcionales, teniendo mayor éxito. Y así agilizar las creaciones y entregas que nuestros clientes requieran.

## **2.02 Entorno Local**

### **2.02.01 Clientes**

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Barquero José Daniel, 2007)

Tabla 1 Clientes

CLIENTES	CLASE	TIPOS
Personas Naturales	Parejas recién casadas, familias nuevas	Activos
Inmobiliarios	Locales comerciales, Distribuidoras de muebles	Potenciales
Carpinteros	Dueños de locales de carpintería para su nueva creación	Activos
Arquitectos de diseño de interiores, entre otro	Adquisición para las nuevas casas, y departamentos	Potenciales

Elaborado por Javier Medina 1

## 2.02.02 Proveedores

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. (Merino, 2014)

Tabla 2 Nombre Proveedores

NOMBRE DEL PROVEEDOR	CEDULA O RUC	DIRECCION, TELEFONO, EMAL	PRODUCTOS ADQUIRIDOS
FERRISARIATO	172211765-5	AV. LA PRENSA (AV. SABANILLA), QUITO, ECUADOR	CLAVOS TORNILLOS RIELES COLA BLANCA MANILLAS VINCHAS
EDIMCA	171447656-8	AV. CAPITAN GIOVANNI CALLES Y CACHA	TIRAS DE MADERA LAMINA
PLACACENTRO MASISA	171918635-7	AV. MARISCAL SUCRE N64-86 Y JOSE FIGUEROA	MDF DE 4 LINEAS MDF VARIOS COLORES DE 15LINEAS

Elaborado por Javier Medina

### 2.01.03 Competidores

Son aquellas organizaciones que producen y comercializan bienes o servicios, con las cuales una empresa compite por la obtención de clientes y consumidores. Los competidores se pueden presentar en dos formas principalmente:

Organizaciones que producen o fabrican bienes o servicios similares a los que ofrece otra empresa.

Organizaciones distintas que pueden influir en los intereses del cliente para modificar sus intenciones de compra. (Barrio, 2011 pág.4)

En este caso nuestros competidores son indirectos ya que la mayoría vende muebles normales y nosotros nos especificamos en venderlos funcionales

Tabla 3 Competidores

Nombre	Ubicación	Productos de competencia	Precio unitario	Fortalezas	Debilidades
Muebles del bosque	Av.10 de agosto e Isaac Abenuz, esq.	Muebles que viven contigo	\$300	Modulares de calidad	No pueden ser muy duraderos
Colineal	Av. de los Chiris 1841	Muebles para toda la vida	\$700	Madera de calidad	Precios elevados
Mueblería rosita	Av. la prensa n45-195y Zamora diagonal al instituto cordillera	Muebles para el hogar	\$300	Maquinaria de última tecnología	No todos los clientes podrían adquirir este producto
Mueblería el pino	Chimborazo 1516, Guayaquil, guayas	Muebles para tu hogar	\$350	Troncos de calidad	La falta de movilidad en todo el país

Elaborado por Javier Medina

## **2.03 Análisis Interno**

### **2.03.01 Propuesta Estratégica**

### **2.03.02 Misión**

Somos una Empresa Artesanal creada para solventar las necesidades de nuestros clientes, con muebles funcionales, innovadores, materia prima seleccionada, mano de obra garantizada y bajos costos orientados al ahorro de espacio dentro de sus hogares.

### **2.03.03 Visión**

Ser una Empresa Artesanal reconocida por sus muebles funcionales, sus diseños ahorradores de espacio con sus más finos acabados incursionando en el mercado nacional.

### **2.03.04 Objetivos**

#### **Objetivo General**

Ser una de las primeras empresas artesanales en crear varios diseños de muebles funcionales para el hogar ahorrando espacio en los hogares, siendo un aporte a la sociedad y generar nuevos empleos.

#### **Objetivos Específicos**

- Diseñar 4 líneas de muebles funcionales diferentes en el primer año
- Obtener un 50% de crecimiento en el mercado local en el segundo año
- Vender muebles funcionales a nivel nacional al alcance de la economía del país

### 2.03.05 Principios y/o Valores

Nuestros valores que transmitimos en nuestra empresa son:

**Honestidad:** Nosotros mantenemos un trato justo para nuestros clientes

**La honradez:** brindando la confianza que nuestros clientes necesitan para poder confiar en nosotros,

**Puntualidad:** Nos conocen por ser serios al momento de la entrega de nuestro producto.

Y nuestros principios son:

- El compromiso de solventar la necesidad de nuestros clientes.
- El trabajo en equipo de nuestros compañeros.
- La seguridad de entregar un producto de calidad.
- Calidad al momento de la instalación.

### 2.04 Gestión Administrativa

“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 de ella dependerá el éxito que tenga dicho negocio o empresa.” (Calix, 2012)

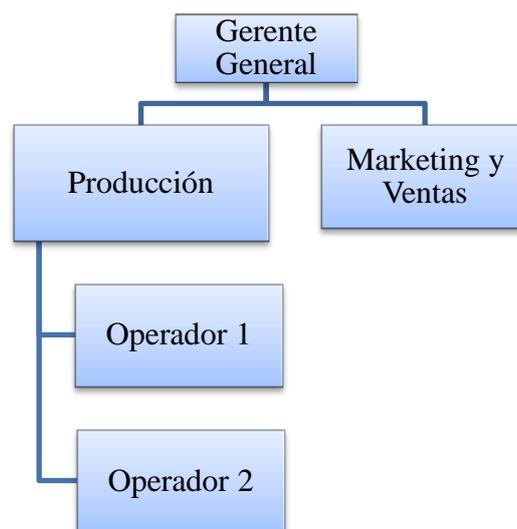


Figura 7 Gestión Administrativa  
Elaborado por: Javier Medina

## 2.05 Gestión Operativa

Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. (Díaz, s.f.)

### Cargos

Tabla 4 Gestión Operativa

<b>CARGO</b>
Gerente General
Gerente de Marketing y Ventas
Gerente de Operaciones
Operador N° 1
Operador N° 2

Elaborado por Javier Medina

### Cargos y Horarios

Tabla 5 Cargos y Horarios

<b>CARGO</b>	<b>HORARIO</b>
Gerente General	DE 9 AM HASTA LAS 5 PM
Gerente de Marketing y Ventas	DE 9 AM HASTA LAS 5 PM
Gerente de Operaciones	DE 8 AM HASTA LAS 5 PM
Operador N° 1	DE 8 AM HASTA LAS 5 PM
Operador N° 2	DE 8 AM HASTA LAS 5 PM

Elaborado por Javier Medina

## 2.06 Gestión Comercial

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad (Martín-Lagos, 2008)

### 2.06.01 Producto

Un Producto es todo aquello que puede ser utilizado con un fin en específico. Es el resultado de una serie de procedimientos para armar, construir, fabricar y elaborar algún objeto con una función útil para las personas. Producto es una palabra netamente genérica la cual describe el logro de una cadena de pasos de fabricación. (Venemedia, 2014)

#### Análisis.

La Empresa se va a dedicar a la elaboración de muebles para el hogar y en especial para el baño, sala y dormitorio, previa necesidad del cliente



Figura 8 Muebles baño  
Elaborado por: Javier Medina



Figura 9 Muebles Dormitorio  
Elaborado por: Javier Medina



Figura 10 Muebles Sala  
Elaborado por: Javier Medina

### 2.06.02 Precio

Precio, es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación. (Merino, 2014)

### 2.06.03 Plaza

Nuestra Empresa va ser ubicada en Carapungo, 3 etapa donde disponemos de un lugar amplio para poder realizar todos los trabajos operativos y administrativos.

### Croquis de la Ubicación

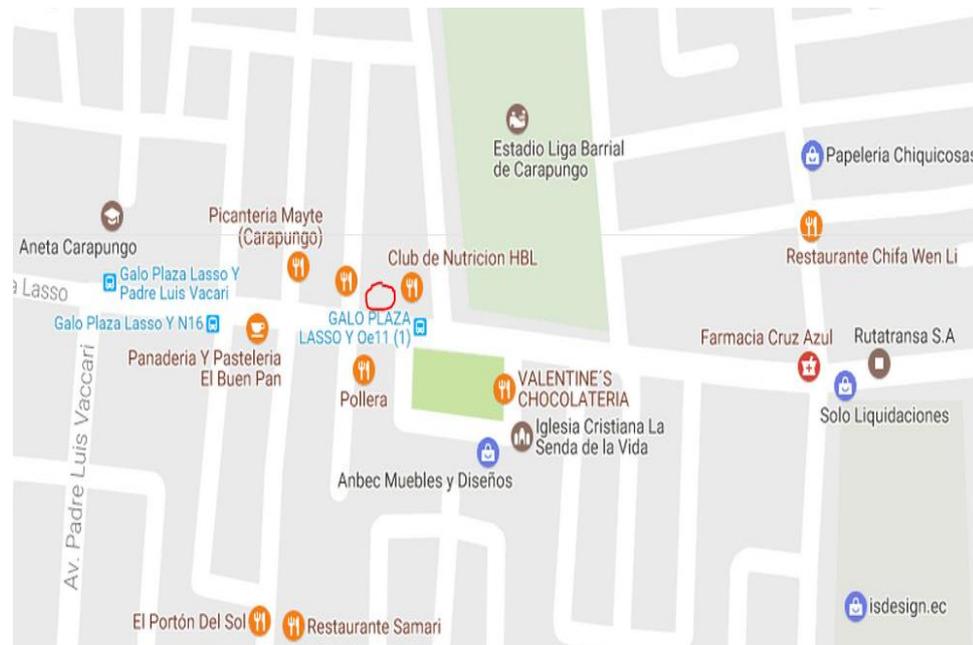


Figura 11 Croquis ubicación  
Fuente INEC  
Elaborado por Javier Medina 4

### 2.06.04 Promoción

La promoción, por otra parte, es una mejora de las condiciones de algo (Merino, 2014)

### **La venta personal**

- En este caso nuestra empresa va a manejarse con el personal del departamento de marketing y ventas, visitando los locales comerciales y ofrecer nuestro producto, bríndales descuentos por la compra del mueble en esos momentos hasta el 20% de descuento.
- Se visitará inmobiliarias para ofrecer nuestro producto al por mayor.

### **La publicidad**

Nuestra empresa va a publicar diariamente los muebles en la página de Facebook indicando que disponen de descuentos hasta la fecha que culmine el mes, hasta un 15%, se repartirá trípticos en puntos específicos para que el cliente tenga más conocimiento de nuestro producto

### **La promoción en el local**

- En nuestro local se va a proceder a brindar la promoción por la celebración de días importantes como el día de la Madre, Padre incluso día del niño, con varios descuentos hasta un 25% de descuento.
- Los clientes podrán visitar nuestro local donde se le mostrara el catálogo de los muebles, manifestándoles que los muebles adquiridos se les armara e instalara gratuitamente en los domicilios.
- Los clientes pueden llevar las ideas del tipo de mueble funcional que deseen y nosotros lo haremos realidad

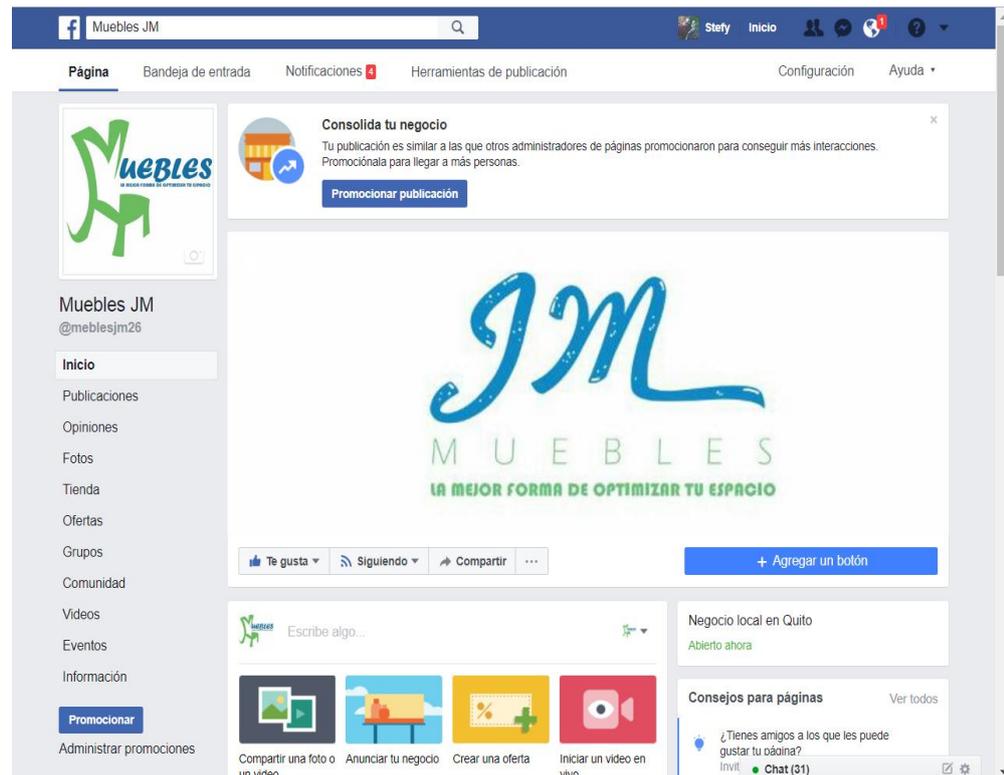


Figura 12 Publicidad Facebook



Figura 13 Publicidad  
Elaborado por: Javier Medina

**Muebles JM**  
Cuando se cuenta con poco espacio se sufre porque los muebles que en realidad deberían ayudar parecen un estorbo. Sin embargo, lo que puede ser una gran limitación de espacio puede convertirse en un cambio hacia el diseño de nuevas avatancias gracias a los muebles multifuncionales para espacios pequeños.

**Fortalezas**

- Compañía muy comprometida
- Compañía muy seria
- Compañía muy notable

**Muebles funcionales**

Para los urbanitas, la conservación del espacio es crucial, especialmente con la población cada vez más densa de las áreas metropolitanas. Se trata de artículos para el hogar más compactos que permiten vivir con mayor comodidad.

**Muebles para ahorrar espacio.**  
En el último tiempo las **casas** y departamentos se caracterizan por sus pocos metros, pero esto no significa que además de pequeñas sean viviendas incómodas, al bien las construcciones muchas veces se las busca para lograr toda la comodidad en pocos metros, los muebles pueden ayudar, y mucho.

Porque recién nos mudamos, o vivimos en una ciudad pequeña, o porque la familia se agrandó y la casa ahora queda chica, por las razones que sea que necesites más espacio te damos una alternativa para que optimices tu hogar. Muebles funcionales que transforman el espacio, dando más lugar para almacenar o para disfrutar, la innovación del diseño al servicio del confort, en este post vas a ver diferentes opciones que seguro vas a querer adoptar a tu hogar.

Afortunadamente cada día hay más y más piezas únicas de mobiliario que consiguen que vivir en pequeños espacios sea más una alegría que un sufrimiento. Échales un vistazo, incluso si ya no estás en un apartamento, porque seguro que estos productos son interesantes tenerlos en cualquier hogar.

**Muebles JM**  
CARAPUNGO  
Quito, Ecuador  
0992823798  
javy-medi12@hotmail.com

**Póngase en contacto con nosotros**

Figura 14 Publicidad  
Elaborado por: Javier Medina

## 2.07 Análisis FODA

La FODA es un análisis o técnica, herramienta estratégica que se utiliza para evaluar la situación presente. Es una estructura conceptual que identifica amenazas y oportunidades que surgen del ámbito externo (teniendo en cuenta los factores: político, social, económico, tecnológico), las debilidades y fortalezas que poseen en el ámbito interno a su Empresa (teniendo en cuenta los aspectos comerciales, administración y finanzas, producción y operaciones, estructura organizacional y la planificación estratégica). (ECURED, 2015)

Tabla 6 FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ser la primera empresa en crear muebles funcionales en el Ecuador.</li> <li>➤ Obtención de hasta 3 muebles en uno solo.</li>   <li>➤ Personal capacitado al 100%.</li> <li>➤ Disponer de materia prima de buena calidad y económicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ No contar con proveedor de fábrica directo de madera.</li> <li>➤ Altos costos de la materia prima.</li>   <li>➤ No disponer de movilización propia para la entrega de los muebles.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ingresar al mercado inmobiliario del país.</li> <li>➤ Apoyo por parte del gobierno a las empresas artesanales.</li> <li>➤ Creación de conjuntos habitacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nuevos competidores.</li> <li>➤ Creación de una ley para no talar árboles.</li> <li>➤ Que se genere un cambio decreciente en la economía del país.</li> <li>➤ Precios bajos de los competidores.</li> </ul>

Elaborado por Javier Medina

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio.

Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización. (Rico, 2005-2017)

El estudio de mercado nos ayuda a recoger datos de la población para analizarlos con ayuda de programas estadísticos para usarlos en nuestro proyecto y verificar la factibilidad de nuestro producto.

#### 3.01 Análisis del consumidor.

El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición y que decide demandar para satisfacer algún tipo de necesidad en el mercado. El consumidor es la etapa final del proceso productivo. De este modo, se convierte en un elemento clave dentro de la cadena de producción, de la que es el cliente final. Por lo que es un actor vital para el desarrollo de las economías (ECONOMIPEDIA, 2015)

### 3.01.01 Determinación de la población y muestra

El estudio que se va a realizar es en el cantón Quito de la Parroquia de Calderón con el número de habitantes de 170 508,25 en el año 2016, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC

Tabla 7 Población

Tasa de crecimiento	2,00%	1,96%	1,93%	1,89%	1,85%	1,81%	
<b>o</b>							
Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Población</b>	15224	155280,	158329,	161379,	164427,	167471,	<b>170508,</b>
<b>Proyectada</b>	2	8	7	7	9	6	<b>3</b>

Fuente INEC  
Elaborado por Javier Medina

#### Fórmula para determinar la muestra

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N-1)E^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

#### Identificador:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo

P= Posibilidad de éxito (50%)

Q= Población de fracaso (50%)

E<sup>2</sup>= Margen de error (5%) <sup>2</sup>

Z<sup>2</sup>= Nivel de confianza (1.25) <sup>2</sup>

#### Desarrollo de la muestra

N= 170508,25

E= 0.05%

P= 0.50%

Q= 0.50%

Z= 1.25%

$$\begin{aligned} &= \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N - 1)E^2 + P \cdot Q \cdot Z^2} \\ n &= \frac{170508.25 \times 0.50 \times 0.50 \times 1.25^2}{0.05^2(170508.25 - 1) + 0.50 \times 0.50 \times 1.25^2} \\ n &= 156,10 = 156 \end{aligned}$$

### 3.01.02 Técnicas de Obtención de Información

Para esta ocasión la técnica de obtención de información que vamos a utilizar es la encuesta

#### **Encuesta:**

Son una serie de preguntas que se realiza a una población determinada y esta nos ayuda a recolectar datos importantes para nuestro proyecto.



**Instituto Tecnológico Superior Cordillera**  
**Escuela de Ciencias Administrativas**  
**Administración Industrial y de la Producción**

**Encuesta**

**Indicaciones:** Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una (x) la respuesta que considere correcta o responda según su criterio propio de ser el caso

**Objetivo:** Recoger información sobre la implementación de muebles funcionales en los domicilios en la ciudad de Quito.

**1. Edad:**

- a) Hasta 20  b) 21-25  c) 26-30  d) 31-35  e) 36-45  f) 46 o más

**2. Estado Civil:**

- a) Soltero  b) Casado  c) Divorciado  d) Viudo  e) Unión Libre  f)

Otro

**3. Tiene Hijos**

- a) Si  b) no

**4. Sector de Domicilio**

- a) Norte  b) Sur  c) Centro  d) Valles  e) Fuera de la ciudad

**5. Está de acuerdo con los muebles y precios que ofrece la competencia.**

a) Si  b) No

**6. Con que frecuencia compra muebles.**

a) Diario  b) Mensual  c) Trimestral  d) Anual

**7. ¿En su domicilio dispone de suficiente espacio para sus muebles?**

a) Si  b) no

**8. Desearía ahorrar espacio físico en su domicilio.**

a) Si  b) no

**9. Estaría dispuesto a comprar un mueble funcional.**

a) Si  b) no

**10. Lugar del domicilio donde le gustaría ahorrar espacio físico.**

a) Dormitorio  b) Baño  c) Cocina  d) Sala  e) Otros

**11. Qué precio estaría a dispuesto a pagar por el mueble seleccionado.**

a) Menos de 150\$  b) 151\$ a 300\$  c) 301\$ a 400\$  d) más de 400\$

3.1.3.1 Datos generales

## 1. Edad:

Tabla 8 Pregunta 1

		frecuencia	Porcentaje
Válido	31-35	32	20,6
	36-45	26	16,8
	21-25	32	20,6
	26-30	24	15,5
	MENOS DE 20	26	16,8
	MAYOR DE 45	15	9,7
	Total	155	100,0

Elaborado por: Javier Medina

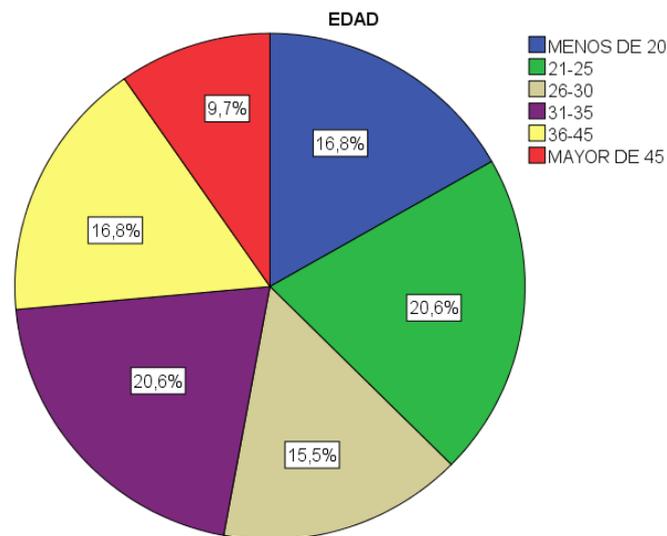


Figura 15 Pregunta 1  
Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas a hombres y mujeres el 16.6 % pertenece a edades menos de 20 años, el 20.6 % a edades entre 21 – 25 años, el 15.5 % al rango de edades de 26-30 años, seguido del 20.6 % que van edades desde 31-35 años, el 16.8% pertenece a edades de 36-45 y 9.7 % a mayores de 45 años en adelante.

## 2. Estado Civil:

Tabla 9 Pregunta 2

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	SOLTERO	53	34,2
	CASADO	54	34,8
	DIVORSIADO	20	12,9
	VIUDO	5	3,2
	UNION LIBRE	23	14,8
	Total	155	100,0

Elaborado por: Javier Medina

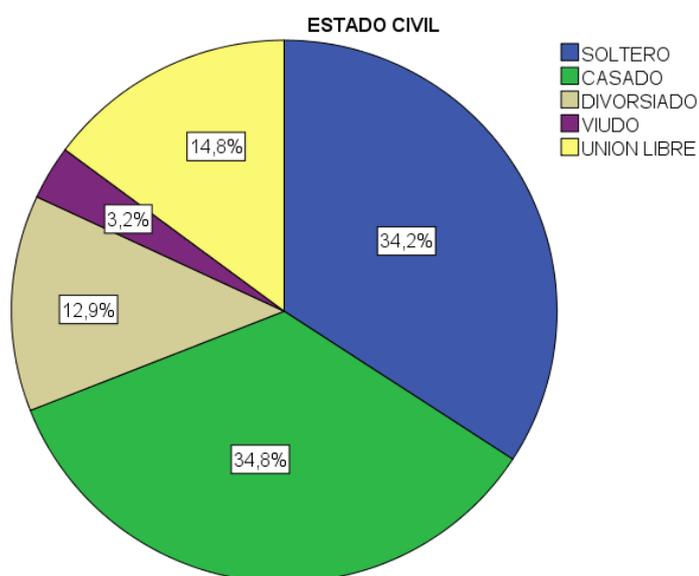


Figura 16 Pregunta 2  
Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas a hombres y mujeres el 34.2 % son solteros, el 34.6 % son casados, el 12.9 % al rango de divorciados, seguido del 3.2% son viudos, y 14.8 % tiene relación en unión libre.

### 3. Tiene Hijos

Tabla 10 Pregunta 3

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	84	54,2
	NO	71	45,8
	Total	155	100,0

Elaborado por: Javier Medina

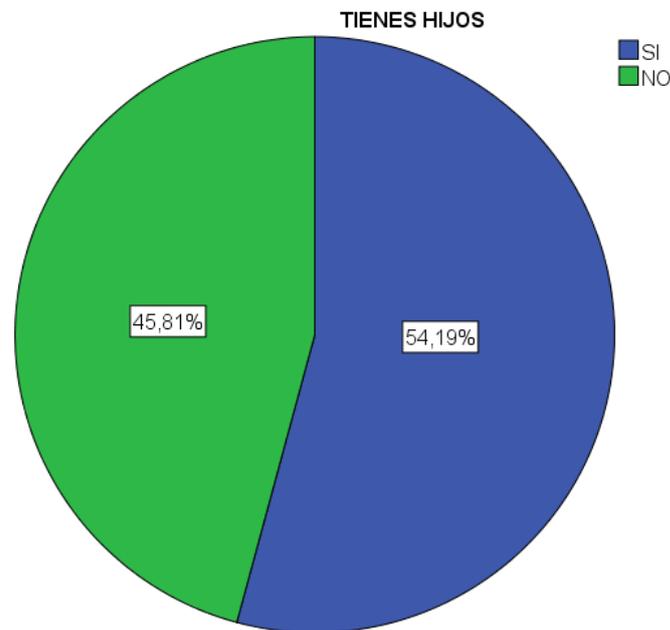


Figura 17 Pregunta 3  
Elaborado por: Javier Medina

#### Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada el 54.2 % de las personas tienen hijos, mientras que el 45.8 % no tienen hijos lo que nos puede ayudar a vender más muebles en las salas de la casa.

#### 4. Sector de Domicilio

Tabla 11 Pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	NORTE	55	35,5
	SUR	40	25,8
	CENTRO	14	9,0
	VALLES	27	17,4
	OTROS	19	12,3
	Total	155	100,0

Elaborado por: Javier Medina

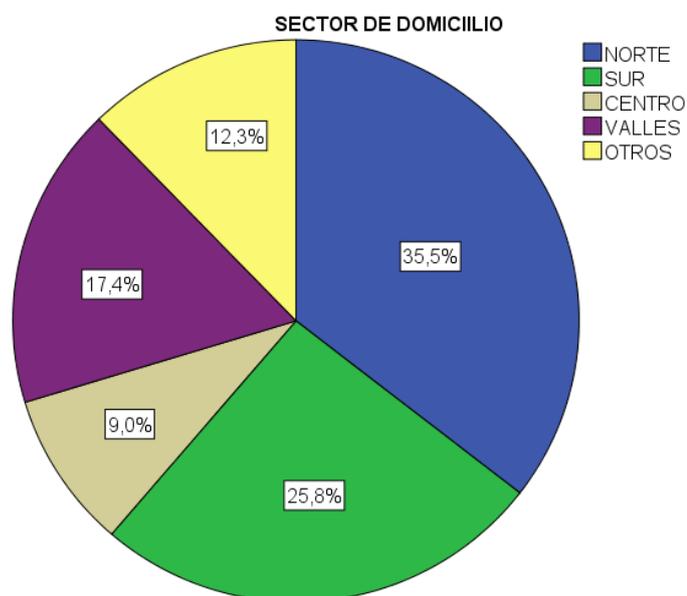


Figura 18 Pregunta 4  
Elaborado por: Javier Medina

#### Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada el 35.5% viven en el sector norte, el 25.8 % viven en el sector sur, el 9.0 % en el sector centro, seguido del 17.4% en los valles, y por ultimo con el 12.3% personas que viven otro sector. Indicándonos que es factible la venta de los muebles en el sector norte.

## 5. Está de acuerdo con los muebles y precios que ofrece la competencia

Tabla 12 Pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	52	33,5
	NO	103	66,5
	Total	155	100,0

Elaborado por: Javier Medina

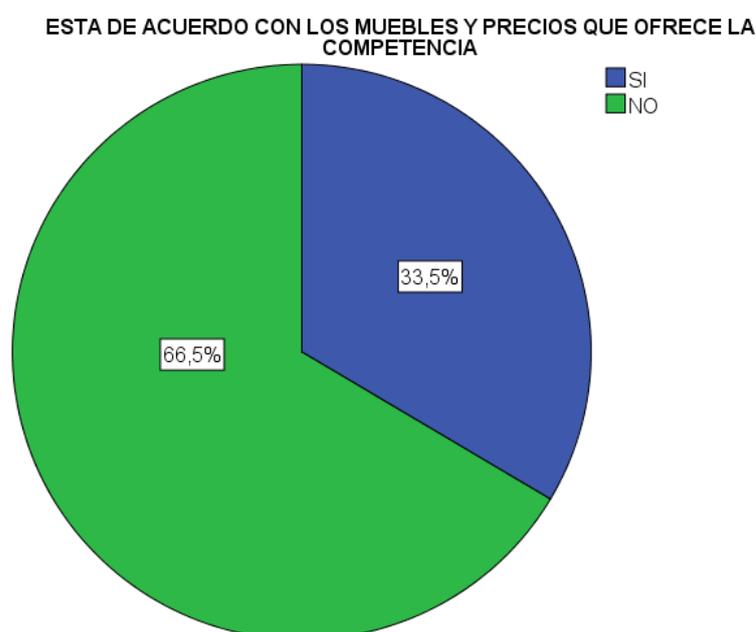


Figura 19 Pregunta 5  
Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada el 66.5% no está de acuerdo con los precios y muebles que oferta la competencia, el 33.5% están de acuerdo, lo que nos indica que tenemos más posibilidad de vender nuestros muebles.

## 6. Con que frecuencia compra muebles

Tabla 13 Pregunta 6

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	MENSUAL	16	10,3
	TRIMESTRAL	43	27,7
	ANUAL	96	61,9
	Total	155	100,0

Elaborado por: Javier Medina

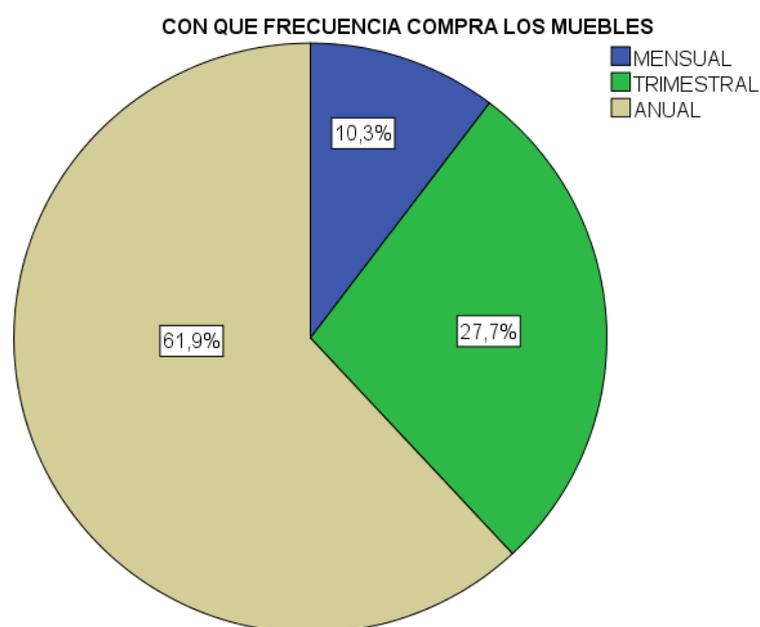


Figura 20 Pregunta 6  
Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

Según la encuesta obtenemos que un 61.9% compran con frecuencia los muebles, el 27.7% compran trimestralmente muebles, el 10.3% compran mensualmente los muebles.

**7. ¿En su domicilio dispone de suficiente espacio para sus muebles?**

Tabla 14 Pregunta 7

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	49	31,6
	NO	106	68,4
	Total	155	100,0

Elaborado por: Javier Medina

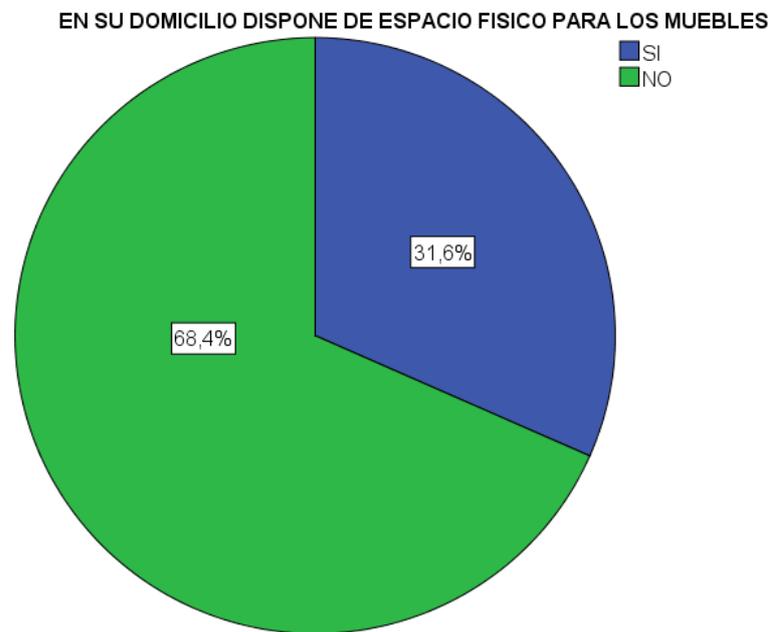


Figura 21 Pregunta 7  
Elaborado por: Javier Medina

**Análisis**

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada el 31.6% de las personas tienen espacio físico para sus muebles, mientras que el 68.4% no espacio físico, aclarando nuestra hipótesis de que la gente necesita muebles funcionales.

## 8. Desearía ahorrar espacio físico en su domicilio

Tabla 15 Pregunta 8

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	126	81,3
	NO	29	18,7
	Total	155	100,0

Elaborado por: Javier Medina



Figura 22 Pregunta 8  
Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada el 81.3% de las personas desean ahorrar espacio físico para sus muebles, mientras que el 18.7% no desean, apoyando esta pregunta para que sea factible la creación de estos muebles funcionales para los hogares.

## 9. Estaría dispuesto a comprar un mueble funcional.

Tabla 16 Pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	129	83,2
	NO	26	16,8
	Total	155	100,0

Elaborado por: Javier Medina

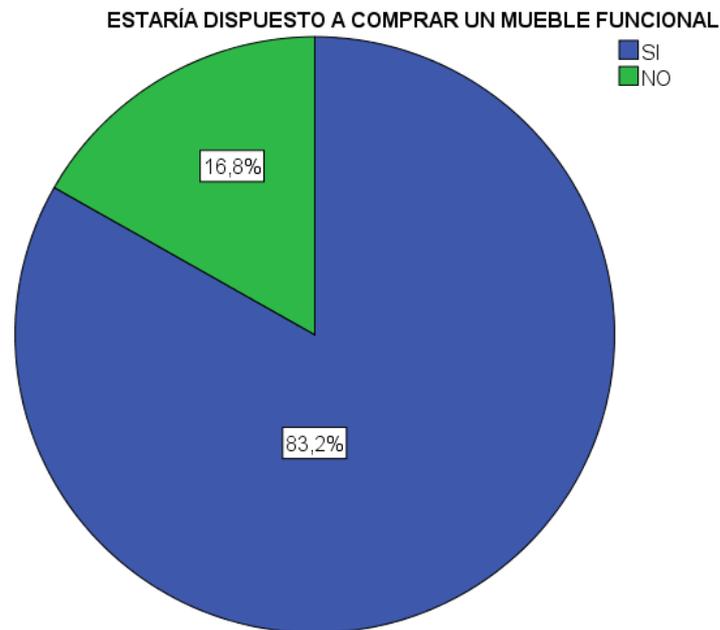


Figura 23 Pregunta 9  
Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada el 83.23% de las personas están dispuestos a comprar muebles funcionales, mientras que el 16.8% no desean comprar, garantizándonos que nuestros muebles serán vendidos.

## 10. Lugar del domicilio donde le gustaría ahorrar espacio físico

Tabla 17 Pregunta 10

	Frecuencia	Porcentaje
DORMITORIO	33	21,3
BAÑO	37	23,9
Válido COCINA	18	11,6
SALA	56	36,1
OTROS	11	7,1
Total	155	100,0

Elaborado por: Javier Medina

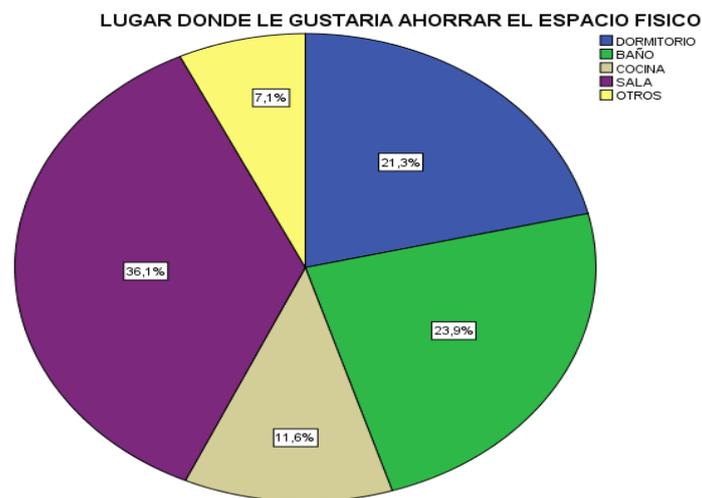


Figura 24 Pregunta 10  
Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada el 21.3 le gustaría ahorrar espacio en el dormitorio, el 23.9 % le gustaría ahorrar espacio en el baño, el 7.1 % le gustaría ahorrar espacio en la cocina, seguido del 36.1% le gustaría ahorrar espacio en la sala, y por ultimo con el 7.1% le gustaría ahorrar espacio en otros lugares de sus hogares. Generando la factibilidad de enfocarnos más a muebles de Sala.

## 11. Qué precio estaría a dispuesto a pagar por el mueble seleccionado

Tabla 18 Pregunta 11

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Menos de 150\$	35	22,6
	151\$ a 300\$	80	51,6
	301\$ a 400	27	17,4
	Más de 400\$	13	8,4
	Total	155	100,0

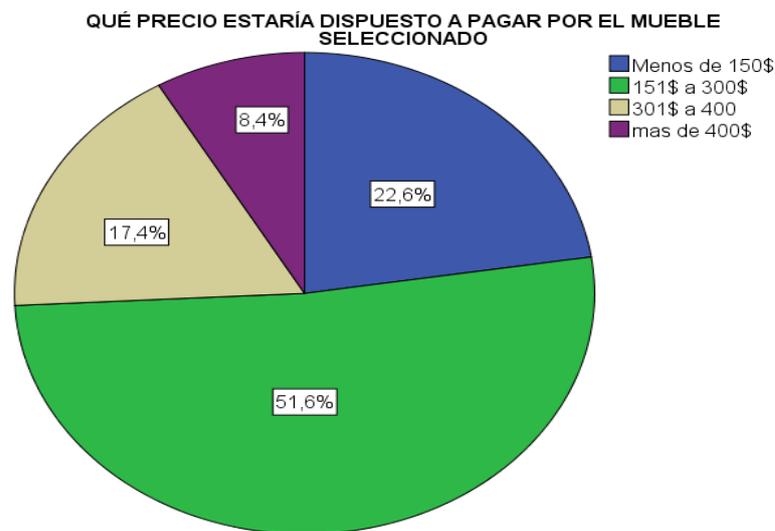


Figura 25 Pregunta 11  
Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada al 22.6 % le gustaría comprar el mueble en menos de 150\$, el 51.6 % le gustaría comprar entre 151\$ y 300\$, el 17,4% le gustaría comprar entre 301\$ y 400\$ y por ultimo con el 6.4% le gustaría comprar el mueble en más de 400\$.

### 3.02 Oferta

“La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un período de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos”. (Promonegocios.net, 2012)

#### 3.02.01 Oferta histórica

“Se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro, además permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores” (Orjuela, 2009, pág. 145)

#### 3.02.02 Oferta Actual

Para determinar la Oferta Actual es necesario comparar los caracteres que tiene la competencia y verificarlos con los nuestros como se puede verificar en base a la demanda proyectada.

Tabla 19 Oferta Actual

		OFERTA ACTUAL		
Año	<b>Demanda</b>	* <b>Aceptación de la competencia</b>	=	<b>Oferta</b>
<b>2017</b>	\$ 19.801.856,9	* 33,50%	=	\$ .633.622,07

Elaborado por: Javier Medina

### 3.02.03 Oferta Proyectada

Tabla 20 Proyección de la oferta

PROYECCIÓN DE LA OFERTA					
Año	Demanda proyectada	*	Aceptación de la competencia	=	Oferta proyectada
2017	20110765,91	*	33,50%	=	\$ 6.737.106,6
2018	20424493,86	*	33,50%	=	\$ 6.842.205,4
2019	20743115,96	*	33,50%	=	\$ 6.948.943,8
2020	21066708,57	*	33,50%	=	\$ 7.057.347,4
2021	21395349,22	*	33,50%	=	\$ 7.167.442,0

Elaborado por: Javier Medina

### 3.03 Productos Sustitutos

Los productos sustitutivos limitan el potencial de una empresa, ya que la política de productos sustitutivos consiste en buscar otros que puedan realizar la misma función que el que fabrica la empresa líder. Este concepto es el que hace que entre en competencia directa con el producto al que se le presenta como sustitutivo, ya que cumple la misma función dentro del mercado y satisface la misma necesidad en el consumidor. (Foromarketing, s.f., pág. 2013)

#### Análisis

En nuestro proyecto los productos sustitutos que puedan hacer la misma función serían los muebles elaborados por pallets de madera.

### 3.04 Demanda

Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca. (Simón, 2006, pág. 215)

### 3.04.01 Demanda histórica

“La evolución histórica de la demanda de bienes o servicios determinados se analiza estadísticamente a partir de la cuantía de esos bienes o servicios que se ha puesto a disposición de la colectividad y que ella ha utilizado en el pasado” (ILPES, 2001, pág. 75)

### 3.04.02 Demanda Actual

Se conoce como Demanda Actual a la muestra tomada de las encuestas realizadas a la población, en este caso de la población de Calderón.

Tabla 21 Demanda Actual

Población	170508,25
Total, de las Encuestas	156
Porcentaje mayor de aceptación	0,832
Porcentaje mayor de frecuencia	0,619

Elaborado por: Javier Medina

Tabla 22 Resultado de la encuesta

<b>RESULTADO DE LAS ENCUESTAS</b>					
<b>Aceptación</b>					
Población	*	Porcentaje de mayor aceptación	=	Total de Aceptación de las Personas	
170508,25	*	0,832	=	141862,864	
<b>Frecuencia</b>					
Aceptación	*	Porcentaje de la frecuencia	*	Tiempo	= Frecuencia de Compra
141862,864	*	0,619	*	1	= \$ 87.813,11
<b>Precio Promedio</b>					
Rango de Precio			=	Precio Promedio	
151	+	\$ 300,00	=	\$ <b>225,50</b>	

Elaborado por: Javier Medina

Tabla 23 Calculo de la demanda

<b>CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL</b>			
Frecuencia de Compra	*	Precio Promedio Aceptado	= Aceptación de Personas
\$87.813,11	*	\$ 225,50	= <b>19801856,94</b>

Elaborado por: Javier Medina

### 3.04.03 Demanda Proyectada

Tabla 24 Proyección de la demanda

<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</b>			
Años	Demanda actual	Tasa de crecimiento población	Demanda proyectada
2017	19801856,94	1	19801856,94
2018	19801856,94	1,0156	20110765,91
2019	20110765,91	1,0156	20424493,86
2020	20424493,86	1,0156	20743115,96
2021	20743115,96	1,0156	21066708,57
2022	21066708,57	1,0156	21395349,22

Elaborado por: Javier Medina

### 3.05 Balance Oferta-Demanda

#### 3.05.01 Balance Actual

Tabla 25 Balance demanda

<b>BALANCE OFERTA - DEMANDA ACTUAL</b>			
Año	Demanda proyectada	- Oferta proyectada	= Balance o demanda insatisfecha
2017	\$ 19.801.856,94	- \$ 6.633.622,07	= \$ 13.168.234,87

Elaborado por: Javier Medina

### 3.05.02 Balance Proyectado

Tabla 26 Balance Proyectada

<b>BALANCE OFERTA - DEMANDA</b>					
Año	Demanda proyectada	-	Oferta proyectada	=	Balance o demanda insatisfecha
2018	\$ 19.801.856,94	-	\$ 6.737.106,58	=	\$ 13.064.750,36
2019	\$ 19.801.856,94	-	\$ 6.842.205,44	=	\$ 12.959.651,50
2020	\$ 20.110.765,91	-	\$ 6.948.943,85	=	\$ 13.161.822,06
2021	\$ 20.424.493,86	-	\$ 7.057.347,37	=	\$ 13.367.146,49
2022	\$ 20.743.115,96	-	\$ 7.167.441,99	=	\$ 13.575.673,97

Elaborado por: Javier Medina

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, ¿dónde, ¿cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio. (Córdoba, 2011, pág. 106)

#### **Análisis**

Nuestro proyecto realizara un estudio técnico para verificar la viabilidad del mismo, y así sacar conclusiones claras de nuestros productos.

#### **4.01 Tamaño del Proyecto**

“Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”. (Padilla C. , 2011, pág. 107)

#### **Análisis**

Nuestro Proyecto se apoyará con mano de obra altamente calificada en la elaboración de muebles para poder cumplir con la demanda en el mercado, así lograremos verificar cuantos muebles podemos producir al día, mes o año

#### 4.01.01 Capacidad de Instalada

“Que corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.” (Padilla C. , 2011, pág. 108)

Tabla 27 Capacidad de instalación

CAPACIDAD INSTALADA DEL MUEBLE CENTRO				
DE SALA				
MESES	No. de Obreros	Producción mensual	turno en horas x día	Producción mensual por dos obreros
Enero	1	12	8	24
Febrero	1	12	8	24
Marzo	1	12	8	24
Abril	1	12	8	24
Mayo	1	12	8	24
Junio	1	12	8	24
Julio	1	12	8	24
Agosto	1	12	8	24
Septiembre	1	12	8	24
Octubre	1	12	8	24
Noviembre	1	12	8	24
Diciembre	1	12	8	24
<b>TOTAL</b>		<b>144</b>	<b>96</b>	<b>288</b>

Elaborado por: Javier Medina

#### 4.01.02 Capacidad Óptima

“Aquella en que la productividad técnica media es máxima, o creciente tendiente a la máxima”. (Ribé, Capacidad Óptima, 2008, pág. 51)

Tabla 28 Capacidad Optima

Semanas efectivas al año	48
Horas en producción en la semana	40
horas anuales subtotal	1920
Ineficiencia (-10%)	192
Horas Anuales total	1728
Horas semanales anuales	36
Producción por semana	3
Producción anual por operador	108
Producción anual total	216

Elaborado por: Javier Medina

#### 4.02 Localización

“Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo”. (Padilla C. , 2011, pág. 112)

##### 4.02.01 Macro Localización

Se conoce como el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como. Mano de obra materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos,

clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zona franca. Condiciones, sociales y culturales. (Juan de Dios, 2012)

Tabla 29 Macro Localización

Macro localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Calderón
Población	170508,25
Localidad	Galo Plaza Lasso n16-18 y Pedro Carbo

Elaborado por: Javier Medina



Figura 26 Mapa Macro localización

Fuente: Google maps

Elaborado por: Javier Medina

#### 4.02.02 Micro-localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizar y operara el proyecto dentro de la macro zona. (Juan de Dios, 2012)



Figura 27 Mapa Micro Localización  
Fuente: Google maps  
Elaborado por: Javier Medina

#### 4.02.03 Localización óptima

Tabla 30 Localización Optima

Factores relevantes de la macro localización	Ponderación	Carapungo		Calderón		Llano Grande	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Cercanía al mercado	10%	4	0,40	3	0,30	3	0,30
Costo renta	15%	4	0,60	5	0,75	5	0,75
Vías de acceso	25%	5	1,25	4	1,00	2	1,00
Servicios básicos	10%	5	0,50	3	0,30	3	0,30
Transporte	20%	5	1,00	5	1,00	5	1,00
Seguridad	10%	4	0,40	4	0,40	3	0,40
Parqueadero	10%	5	0,50	5	0,50	2	0,50
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>32</b>	<b>4,65</b>	<b>29</b>	<b>29,00</b>	<b>23</b>	<b>29,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

Tabla 31 Localización

Factores relevantes de la macro localización	Ponderación	Carapungo		Calderón		Llano Grande	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Cercanía al mercado	10%	4	0,40	3	1,60	3	0,64
Costo renta	15%	4	0,60	4	2,40	4	1,44
Vías de acceso	25%	5	1,25	4	6,25	4	7,81
Servicios básicos	10%	5	0,50	3	2,50	3	1,25
Transporte	20%	5	1,00	5	5,00	2	5,00
Seguridad	10%	4	0,40	4	1,60	4	0,64
Parqueadero	10%	5	0,50	5	2,50	3	1,25
Total	100%	32	4,65	28	21,85	23	18,033

Elaborado por: Javier Medina

#### 4.03 Ingeniería del Producto

“El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto”.

(PADILLA, 2011, pág. 122)

##### 4.03.01 Definición del B y S

“Resultado de un proceso de manufactura identificado por medio de una marca. Aglutina características tangibles e intangibles en virtud de las cuales los posibles compradores identifican un posible interés para satisfacer con ello alguna necesidad, gusto, deseo o preferencia.” (CASTILLO, 2009, pág. 202)

### 4.03.02 Distribución de planta

Tabla 32 Distribución Planta

Áreas	Medidas de cada área	Total medidas
Área de administración	4m. x 3m.	12 m2
Área de operativa	13m. x 8m.	104 m2
Área de bodega	4m. x 4m.	16 m2
Área de comercialización y Ventas	4m. x 4m.	16 m2
2 Baños	1.5m. x 1.8m.	5.54 m2
1 Corredor	6m. x 1.85m.	11.09 m2
4 Parqueadero	6m. x 5 m.	60 m2
Total		224,63m2

Elaborado por: Javier Medina

### Código de cercanía

Tabla 33 Código cerámica

#### CÓDIGO DE CERCANÍA

Código	Descripción
A	¿Que esté cerca? Absolutamente necesario que esté cerca
E	¿Que esté cerca? Especialmente necesario
I	¿Que esté cerca? Importante
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

Elaborado por: Javier Medina

## Razones de cercanía

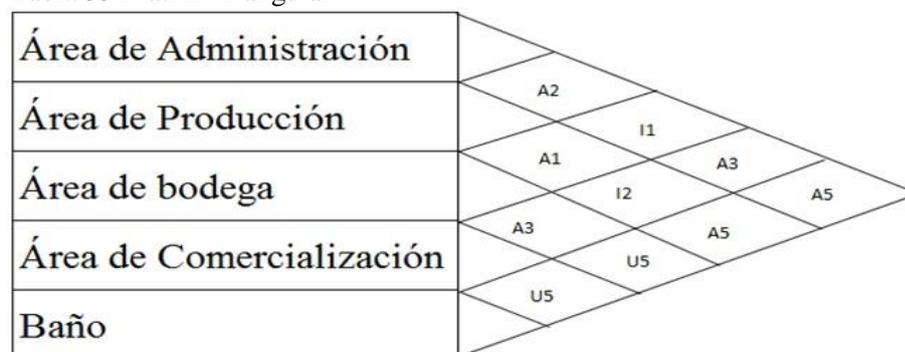
Tabla 34 Razones de cerámica

CÓDIGO DE CERCANÍA	
Código	Descripción
1	Por proceso
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Elaborado por: Javier Medina

## Matriz Triangular.

Tabla 35 Matriz Triangular



Elaborado por: Javier Medina

## Plano

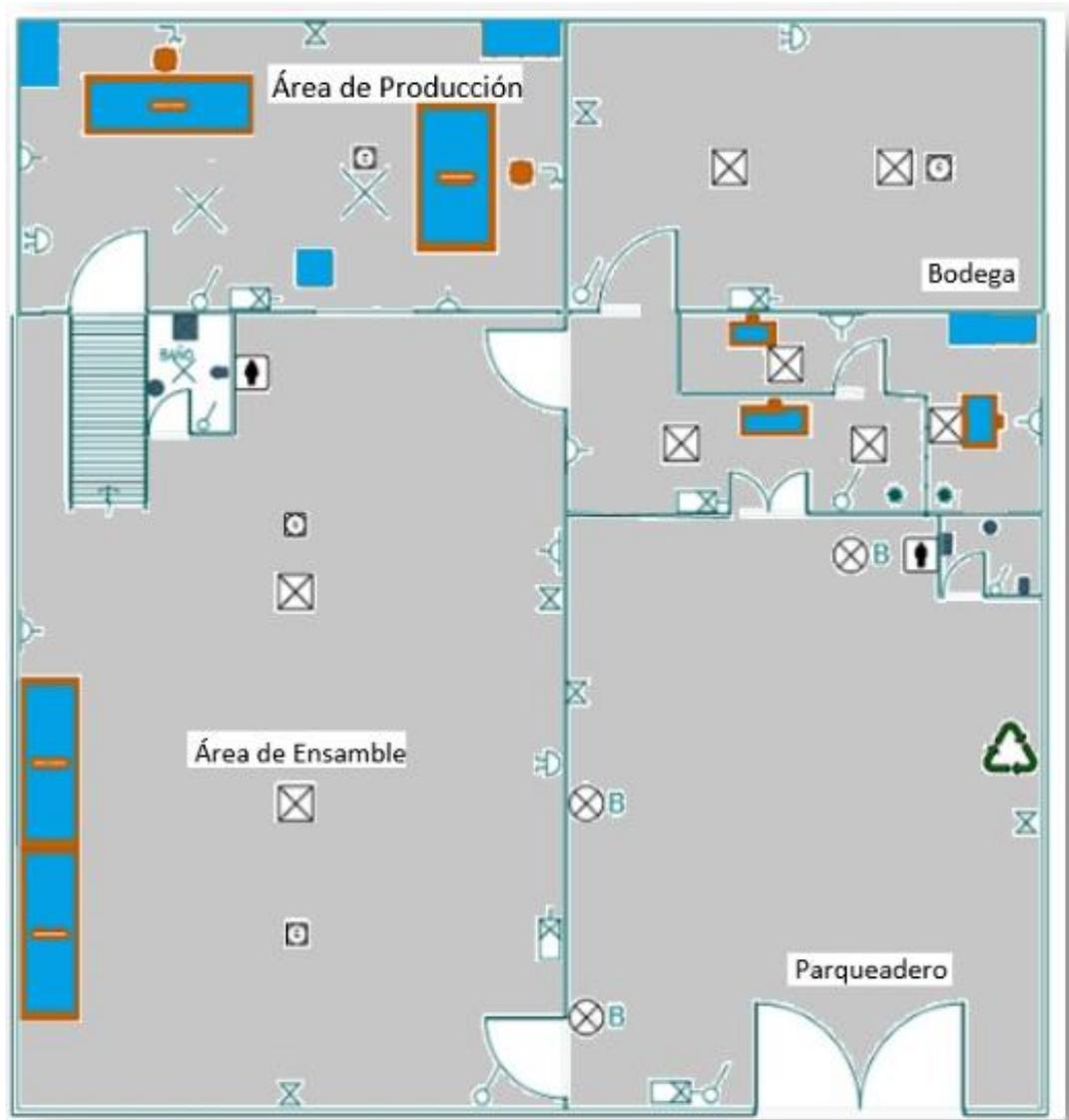


Figura 28 Plano  
Elaborado por: Javier Medina

### 4.03.03 Proceso Productivo

“Toda transformación de factores en un producto acabado mediante una determinada técnica”. (Ribé, Diccionario de Administración y Contabilidad de Empresa, 2008, pág. 231)

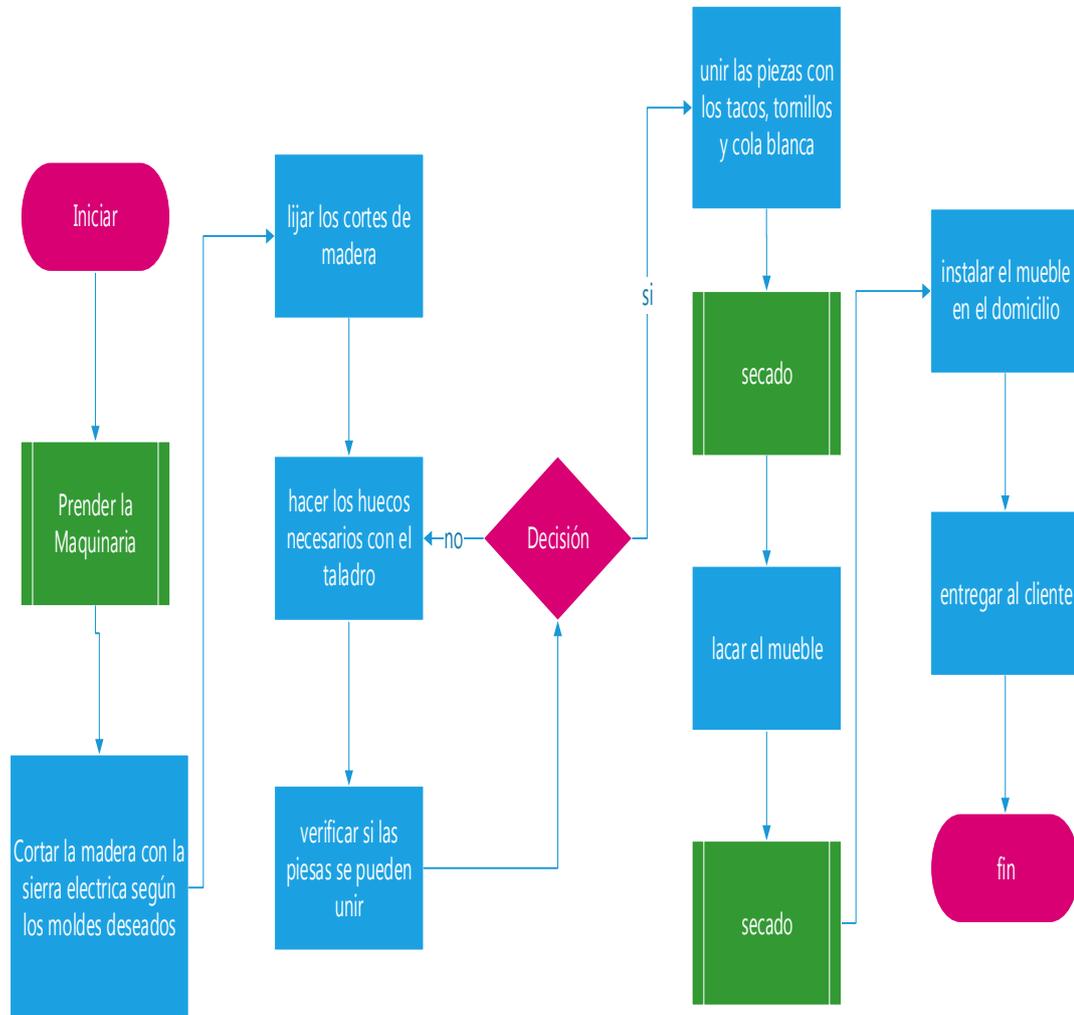


Figura 29 Proceso Productivo  
Elaborado por: Javier Medina

#### 4.03.04 Maquinaria

Se conoce como maquinaria al conjunto de máquinas que al momento de unirse o trabajar al mismo tiempo realizan un proceso de producción.

Tabla 36 Maquinaria

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Sierra Eléctrica	2	200,00	400,00
Compresor	2	200,00	400,00
Taladro	2	75,00	150,00
Martillo	2	6,00	12,00
Flexómetro	4	5,00	20,00
Destornillador plano	4	5,00	20,00
Destornillador estrella	4	5,00	20,00
Brocha	4	5,00	20,00
Serrucho	4	15,00	60,00
Moladora	4	80,00	320,00
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>1422,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

#### Caladora Eléctrica



Figura 30 Caladora Eléctrica  
Elaborado por: Javier Medina

- Caladora eléctrica DE WALT de alta carga.

### Sierra Eléctrica



Figura 31 Sierra Eléctrica  
Elaborado por: Javier Medina

- Sierra eléctrica DE WALT alta carga

## Taladro



Figura 32 Taladro  
Elaborado por: Javier Medina

- Taladro DE WALT multifunción.

## Lijadora Eléctrica



Figura 33 Lijadora  
Elaborado por: Javier Medina

- Lijadora eléctrica DE WALT alta carga

## Flexómetro



Figura 34 Flexómetro  
Elaborado por: Javier Medina

- Precio Flexómetro DE WALT manual

## Martillo



Figura 35 Martillo  
Elaborado por: Javier Medina

- Martillo DE WALT manual

## Destornillador Plano



Figura 36 Destornillador plano  
Elaborado por: Javier Medina

- Destornillador plano STANLEY manual

## Destornillador Estrella



Figura 37 Destornillador de estrella  
Elaborado por: Javier Medina

- Destornillador estrella STANLEY manual

## Brocha



Figura 38 Brocha  
Elaborado por: Javier Medina

- Precio brocha TUCÁN \$ 5,00

### 4.03.05 Equipos

Se conoce como equipos a las unidades disponibles que se encuentran en activos fijos de las empresas utilizadas para realizar procesos productivos y estos pueden ser Equipos de producción, Equipos de Computación, Equipos de Oficina.

Tabla 37 Muebles y Enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorio	4	120,00	480,00
Silla Giratoria	4	50,00	200,00
Silla de trabajo	4	30,00	120,00
Archivador Aéreos	4	60,00	240,00
Mesa de trabajo	4	20,00	80,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>1120,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computador	4	500,00	2000,00
Laptop	2	900,00	1800,00
Impresora	1	85,00	85,00
<b>TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			<b>3885,00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Teléfono	2	27,00	54,00
Calculadora	4	15,00	60,00
Perforadora	4	4,00	16,00
Grapadora	4	4,00	16,00
Regulador de Energía	10	9,00	90,00
<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>			<b>236,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

## Computador de Escritorio



Figura 39 Computadora  
Elaborado por: Javier Medina

- Computador de escritorio HP Cori 7

## Laptop

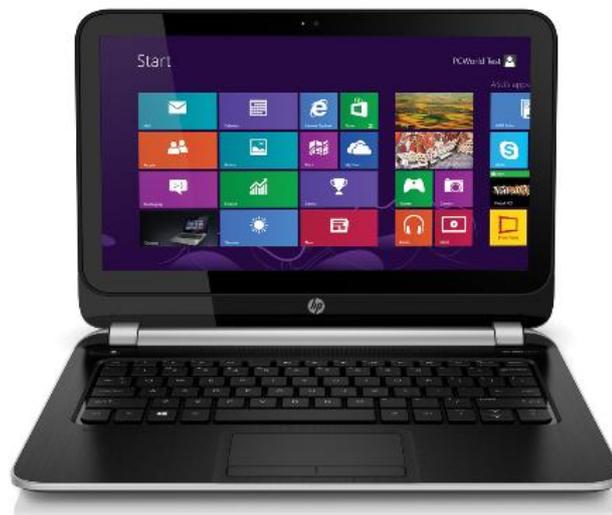


Figura 40 Laptop  
Elaborado por: Javier Medina

- Laptop HP Cori 7

## Teléfono



Figura 41 Teléfono  
Elaborado por: Javier Medina

- Teléfono VTECH

## Impresora Multifunción



Figura 42 Impresora multifuncional  
Elaborado por: Javier Medina

- Impresora multifunción EPSON

## Perforadora



Figura 43 Perforadora  
Elaborado por: Javier Medina

- Perforador NHITAN \$ 4,00

## Grapadora



Figura 44 Grapadora  
Elaborado por: Javier Medina

- Grapadora DEXTER

## Calculadora

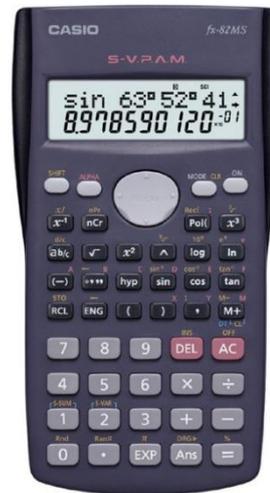


Figura 45 Calculadora  
Elaborado por: Javier Medina

- Calculadora CASIO

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (ANZIL, 2012)

#### 5.01 Ingresos Operacionales y no operacionales

##### 5.01.01 Ingresos Operacionales

Son los ingresos principales de nuestro producto ofrecido en el mercado siendo así nuestra principal actividad económica

Tabla 38 Ingresos Operacionales

<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Muebles Sala</b>	<b>Costo de ventas</b>
Costo de Ventas Unitario	154,25	<b>1851</b>
Utilidad del 55%	84,84	0,00
P.V.P	239,09	0,00
Venta Mensual ..Q	12	12
Ingresos Mensuales	2.869,05	-
Ingresos Anuales	34.428,60	-
	TOTAL CV	1851
	MENSUAL	

Elaborado por: Javier Medina

Tabla 39 Ingresos Operacionales 2

<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Muebles Baño</b>	<b>Costo de ventas</b>
Costo de Ventas Unitario	154,25	<b>617</b>
Utilidad del 50%	77,13	0,00
P.V.P	231,38	0,00
Venta Mensual ..Q	4	4
Ingresos Mensuales	925,50	-
Ingresos Anuales	11.106,00	-
	TOTAL CV	617
	<u>MENSUAL</u>	

Elaborado por: Javier Medina

Tabla 40 Ingresos Operacionales 3

<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Muebles Dormitorio</b>	<b>Costo de ventas</b>
Costo de Ventas Unitario	154,25	<b>1234</b>
Utilidad del 60%	92,55	0,00
P.V.P	246,80	0,00
Venta Mensual ..Q	8	8
Ingresos Mensuales	1.974,40	-
Ingresos Anuales	23.692,80	-
	TOTAL CV	1234
	<u>MENSUAL</u>	

Elaborado por: Javier Medina

### 5.01.02 Ingresos no Operacionales

Estos ingresos se consideran como no operacionales debido a que no son ingresos propios de nuestra principal actividad económica, al contrario, son ingresos originados de forma indirecta como por ejemplo la venta de activos fijos.

### 5.01.03 MOD (Mano de Obra Directa)

Tabla 41 MOD

	Cantidad	Producción	Total unidades	Mensual	
Presentación	semanal	semanal de	producidas	(20 días al	Annual
	producida	tandas	diarias	mes)	
Mueble	3	3	3	12	144
Centro					
Mueble	2	2	2	8	96
Dormitorio					
Mueble	1	1	1	4	48
Baño					
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>24</b>	<b>288</b>

Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

En la tabla que anterior se puede verificar que las unidades producidas son de 24 al mes en 20 días trabajados siendo un total de 288 anuales.

Tabla 42 Mano de obra directa

**MANO DE OBRA DIRECTA**

Concepto	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (12,15%)	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual	Precio hora laborada
Gerente de Operaciones	450,00	37,50	37,50	50,18	37,49	512,31	6147,72	1,07
Operador 1	375,00	31,25	31,25	41,81	31,24	426,93	5123,10	0,89
Operador 2	375,00	31,25	31,25	41,81	31,24	426,93	5123,10	0,89
Total						853,85	10246,20	35,58

Elaborado por: Javier Medina

**Análisis**

Nuestra empresa contará con un jefe de producción y dos operadores que están encargados de la elaboración de los muebles, la entrega y la instalación en el domicilio del cliente.

### 5.01.04 MPD (Mano Prima Directa)

Tabla 43 MPD

<b>Mueble Sala</b>					
<b>M.P D</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad Utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Valor</b>	
				<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Tablones	UNIDADES	10	\$ 25,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Tablones melaminicos	UNIDADES	10	\$ 35,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Tabla Triplex	UNIDADES	15	\$ 15,00	\$ 225,00	\$ 2.700,00
Clavos	CAJA (X 50)	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Tornillos	CAJA (X 50)	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Pega blanca	LITROS	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Laca	LITROS	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Tapones	CAJA (X 50)	1	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Tiraderas	CAJA (X 10)	2	\$ 9,00	\$ 18,00	\$ 216,00
Pintura	LITROS	2	\$ 8,00	\$ 16,00	\$ 192,00
Bisagras	UNIDADES	16	\$ 1,50	\$ 24,00	\$ 288,00
Lija # 150	UNIDADES	10	\$ 0,75	\$ 7,50	\$ 90,00
<b>Total</b>		<b>70</b>	<b>\$ 154,25</b>	<b>\$ 950,50</b>	<b>\$ 11.406,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

Tabla 44 Mueble Baño

<b>Mueble Baño</b>					
<b>M.P D</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad Utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor Anual</b>
				<b>Mensual</b>	
Tablones	UNIDADES	8	\$ 25,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Tablones melaminicos	UNIDADES	8	\$ 35,00	\$ 280,00	\$ 3.360,00
Tabla Triplex	UNIDADES	12	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Clavos	CAJA (X 50)	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Tornillos	CAJA (X 50)	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Pega blanca	LITROS	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Laca	LITROS	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Tapones	CAJA (X 50)	1	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Tiraderas	CAJA (X 10)	1	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Pintura	LITROS	2	\$ 8,00	\$ 16,00	\$ 192,00
Bisagras	UNIDADES	8	\$ 1,50	\$ 12,00	\$ 144,00
Lija # 150	UNIDADES	5	\$ 0,75	\$ 3,75	\$ 45,00
<b>Total</b>		<b>49</b>	<b>\$ 154,25</b>	<b>\$ 760,75</b>	<b>\$ 9.129,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

Tabla 45 Mueble Dormitorio

<b>Mueble Dormitorio</b>					
<b>M.P D</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad Utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor Anual</b>
				<b>Mensual</b>	
Tablones	UNIDADES	10	\$ 25,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Tablones melaminicos	UNIDADES	15	\$ 35,00	\$ 525,00	\$ 6.300,00
Tabla Triplex	UNIDADES	20	\$ 15,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Clavos	CAJA (X 50)	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Tornillos	CAJA (X 50)	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Pega blanca	LITROS	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Laca	LITROS	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Tapones	CAJA (X 50)	1	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Tiraderas	CAJA (X 10)	2	\$ 9,00	\$ 18,00	\$ 216,00
Pintura	LITROS	2	\$ 8,00	\$ 16,00	\$ 192,00
Bisagras	UNIDADES	16	\$ 1,50	\$ 24,00	\$ 288,00
Lija # 150	UNIDADES	10	\$ 0,75	\$ 7,50	\$ 90,00
<b>Total</b>		<b>80</b>	<b>\$ 154,25</b>	<b>1.200,50</b>	<b>14.406,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

### 5.01.05 CIF (Costos Indirectos de Fabricación)

Son elementos diferentes a materia prima y mano de obra, pero que se hacen necesarios para fabricar el producto o prestar el servicio. (Quijano, 2009)

### 5.01.06 Servicios Básicos

Estos Servicios son indispensables en la empresa debido a que sin ellos no se podría llevar a cabo el proceso productivo.

Tabla 46 Servicios Básicos

<b>SERVICIOS BASICOS</b>					
<b>Servicios Básicos</b>	<b>Producción Administración Ventas</b>				
	<b>Costo</b>	<b>Costo</b>	<b>60%</b>	<b>25%</b>	<b>15%</b>
<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>	<b>Anual</b>	<b>Anual</b>	<b>Anual</b>
Agua	35,00	420,00	252,00	105,00	63,00
Luz	50,00	600,00	360,00	150,00	90,00
Teléfono	45,00	540,00	-	135,00	81,00
Internet	50,00	600,00	-	150,00	90,00
<b>TOTAL</b>	<b>180,00</b>	<b>2160,00</b>	<b>612,00</b>	<b>540,00</b>	<b>324,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

En esta tabla podemos verificar que vamos a tener un costo mensual de \$180,00 y \$2160,00 anuales divididos en un 60% en el Área de Producción, 25% Administrativo y 15% en Ventas.

### 5.01.07 Materiales de Seguridad

Tabla 47 Materiales de Seguridad

<b>MATERIALES DE SEGURIDAD</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Costo por unidad</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Gafas	12,00	2	24,00	288,00
Guantes	12,00	2	24,00	288,00
Waipes	0,50	20	10,00	120,00
Mascarilla 1 caja	18,00	2	36,00	432,00
Botas	20,00	2	40,00	480,00
Franelas	0,50	20	10,00	120,00
Mandil 1	5,00	2	10,00	120,00
<b>TOTAL</b>			154,00	1848,00

Elaborado por: Javier Medina

#### **Análisis**

En esta tabla podemos verificar que la empresa invertirá \$154,00 mensuales y \$1848,00 anuales para Materiales de Seguridad y así nuestro personal pueda trabajar de una mejor manera y con seguridad.

### 5.01.08 Costo Unitario de Producción.

Tabla 48 Costo Unitario de Producción

<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>	
MPD (Materia prima directa)	154,25
MOD (Mano de obra directa )	106,73
CIF (Costos Indirectos de Fabricación )	11,13
<b>Total</b>	<b>272,11</b>

Elaborado por: Javier Medina

#### Análisis

Se puede verificar en la tabla que los costos unitarios de producción de nuestros muebles son \$272,11.

### 5.01.09 Calculo de Ingresos Operacionales

Tabla 49 Calculo de Ingresos Operacionales

Año	Ingreso Actual	Tasa de Crecimiento del sector 1.56%	Ingreso Proyectado
<b>2017</b>	\$69.227,40	1	\$69.227,40
<b>2018</b>	\$69.227,40	1,0156	\$70.307,35
<b>2019</b>	\$70.307,35	1,0156	\$71.404,14
<b>2020</b>	\$71.404,14	1,0156	\$72.518,05
<b>2021</b>	\$72.518,05	1,0156	\$73.649,33
<b>2022</b>	\$73.649,33	1,0156	\$74.798,26

Elaborado por: Javier Medina

#### Análisis

Se puede verificar que nuestra tasa de crecimiento es del 1.56% y el ingreso proyectado al año 20022 es de \$74.798,26.

## 5.02 Costos

### 5.02.01 Costos Directos

Son aquellos que pueden identificarse directamente con un objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad, como, por ejemplo, los materiales directos y la mano de obra directa destinados a la fabricación de un producto, o los gastos de publicidad efectuados directamente para promocionar los productos en un territorio particular de ventas. (contabilidad.com.py, 2006)

Tabla 50 Costos Directos

<b>COSTOS DIRECTOS</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Valor Mensual</b>		<b>Valor Anual</b>	
Materia Prima Directa	\$	2.911,75	\$	34.941,00
Mano Obra Directa	\$	853,85	\$	10.246,20
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>3.765,60</b>	<b>\$</b>	<b>45.187,20</b>

Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

En la tabla se verifica nuestros costos directos conllevan a un total de \$ 3765,60 mensuales y \$ 45187,20 Anuales

### 5.02.02 Costos Indirectos

Son aquellos costos cuya identificación con un objeto de costos específico es muy difícil, o no vale la pena realizarla. Para imputar los costos indirectos a los distintos departamentos, productos o actividades, es necesario, normalmente, recurrir a algún tipo de mecanismo de asignación, distribución o

reparto. Los costos comunes a varios productos, o costos conjuntos, reciben también el tratamiento de costos indirectos. (contabilidad.com.py, 2006)

Tabla 51 Costos Indirectos de Fabricación

<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>		<b>Unitario</b>
Servicios Básicos	180,00	2160,00	30	6,00
Materiales de seguridad	154,00	1848,00	30	5,13
<b>TOTAL</b>	<b>334,00</b>	<b>4008,00</b>		<b>11,13</b>

Elaborado por: Javier Medina

### **Análisis**

Se puede verificar en nuestra tabla que los Servicios Básicos y los Materiales de Seguridad forman parte de nuestros Costos Indirectos de fabricación, dando un costo mensual de \$334,00 y \$4008,00 anuales.

### **5.02.03 Gastos Administrativos**

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

(ENCICLOPEDIA FINANCIERA, 2015)

### 5.02.04 Mano de Obra Administrativa.

Tabla 52 Mano de Obra

<b>GASTOS DE PERSONAL</b>							
<b>Concepto</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Aporte Patronal (11,15%)</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Gerente General	600,00	50,00	31,25	66,90	49,98	664,33	7971,96
<b>Total</b>	<b>600,00</b>	<b>50,00</b>	<b>31,25</b>	<b>66,90</b>	<b>49,98</b>	<b>664,33</b>	<b>7971,96</b>

Elaborado por: Javier Medina

#### Análisis

La empresa cuenta con un Gerente General que tendrá unos ingresos mensuales del \$664.33 y \$7971.96 anuales, y este será el encargado de llevar un orden y buen manejo de la empresa para que esta pueda surgir y cumplir los objetivos planteados.

### 5.02.05 Gastos Administrativo

Tabla 53 Gastos administrativos

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Gastos de Personal	664,33	7971,96
Materiales de limpieza	10,55	126,60
Suministros de oficina	17,61	211,30
Servicios básicos	100,00	1200,00
Arriendo	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>792,49</b>	<b>9509,86</b>

Elaborado por: Javier Medina

#### Análisis

La empresa tendrá Gastos Administrativos de \$ 792,49 mensuales y \$ 9509,86 anuales divididos en gastos del personal administrativo, materiales de limpieza, suministros de oficina, servicios básicos y arriendos.

### 5.02.06 Materiales de Limpieza

Tabla 54 Material de Limpieza

<b>MATERIAL DE LIMPIEZA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Anual</b>
Waipes	12	0,50	6,00
Franela	12	0,50	6,00
Recogedor	6	1,30	7,80
Desinfectante	24	2,20	52,80
Escoba	12	2,25	27,00
Trapeador	12	2,25	27,00
<b>TOTAL</b>	<b>78</b>	<b>9</b>	<b>126,6</b>

Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

La empresa tendrá invertirá \$126.6 Anuales en los materiales de limpieza lo que nos ayudará a trabajar en óptimas condiciones en nuestros lugares de trabajo.

### 5.02.07 Suministros de Oficina

Tabla 55 Suministro de Oficina

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Anual</b>
Resma de Papel	10	3,80	38,00
Bolígrafos	30	0,50	15,00
Lápices	36	0,30	10,80
Grapas	5	0,70	3,50
Clips	12	2,00	24,00
Tóner de impresora	12	10,00	120,00
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>17,3</b>	<b>211,3</b>

Elaborado por: Javier Medina

## Análisis

La empresa invertirá \$211,3 anuales lo que nos ayudará a mejorar y nuestro trabajo y ser más eficientes.

### 5.02.08 Gastos de Ventas

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende. (Gerencie.com, 2016)

Tabla 56 Gastos de Ventas

<b>GASTOS DE VENTAS</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Publicidad	3000	0,04	10,00	120,00
Tarjetas de Presentación	3000	0,1	25,00	300,00
Flyers	3000	0,1	25,00	300,00
Servicio de Transporte	240	25	500,00	6000,00
Gasto Personal			453,30	5439,64
<b>TOTAL</b>		<b>25,24</b>	<b>1013,30</b>	<b>12159,64</b>

Elaborado por: Javier Medina

## Análisis

La empresa tendrá gastos de ventas mensuales de \$ 1013,30 y anuales de \$12159.

## Proyección de Gastos y Costos

### 5.02.09 Proyección de los costos de producción

PROYECCION COSTOS DE PRODUCCION							
Concepto	Año	Inflación	2018	2019	2020	2021	2022
	Actual	anual					
	(2017)	( 1,20% )					
Materia Prima							
Directa	<b>34941,00</b>	1,0120	35360,29	35784,62	36214,03	36648,60	37088,38
Mano Obra							
Directa	<b>10246,20</b>	1,0120	10369,15	10493,58	10619,51	10746,94	10875,90
Costos Indirectos de Fabricación							
Fabricación	<b>4008,00</b>	1,0120	4056,10	4104,77	4154,03	4203,87	4254,32
<b>TOTAL</b>	<b>49195,20</b>	-	<b>51803,54</b>	<b>52401,97</b>	<b>53007,56</b>	<b>53620,42</b>	<b>54240,61</b>

Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

La empresa tendrá una proyección de los costos de producción para el año 2022 de \$ 54240,61 con el 1.20% de inflación anual.

### 5.02.10 Proyección de Gastos Administrativos

PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Descripción	Año	Tasa de	2018	2019	2020	2021	2022
	Actual	inflación					
	(2017)	1,12%					
Gastos de Personal	7971,96	1,0112	8.061,25	8.151,53	8.242,83	8.335,15	8.428,50
Materiales de limpieza	126,60	1,0112	128,02	129,45	130,90	132,37	133,85
Suministros de oficina	211,30	1,0112	213,67	216,06	218,48	220,93	223,40
Servicios básicos	1200,00	1,0112	1.213,44	1.227,03	1.240,77	1.254,67	1.268,72
<b>TOTAL</b>	<b>9509,86</b>	-	<b>9616,37</b>	<b>9724,07</b>	<b>9832,98</b>	<b>9943,11</b>	<b>10054,48</b>

Elaborado por: Javier Medina

## Análisis

La empresa tendrá una proyección de los Gastos Administrativos para el año 2022 de \$ 10054,48 con el 1.20% de inflación anual.

### 5.02.11 Proyección de Gastos de Ventas

Tabla 57 Proyección de Gastos de Ventas

<b>PROYECCIÓN GASTO DE VENTAS</b>							
<b>Descripción</b>	<b>Año Actual (2017)</b>	<b>Tasa de inflación 1,20%</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Gastos de Ventas	12159,64	G1,012	12305,56	12453,22	12602,66	12753,89	12906,94
<b>TOTAL</b>			12305,56	12453,22	12602,66	12753,89	12906,94

Elaborado por: Javier Medina

## Análisis

La empresa tendrá una proyección de los Gastos de Ventas para el año 2022 de \$ 12906,94 con el 1.20% de inflación anual.

### 5.02.12 Costos Financieros

“Incluye normalmente los gastos para allegarse fondos como son: intereses, descuento de documentos, comisiones y substituciones, gastos de cobranzas, castigo por cuentas incobrables” (ECHEVERRY, 2008, pág. 36)

En nuestro caso el proyecto no tendrá financiamiento por ningún banco ya que si dispone de propia inversión.

## 5.03 Costos fijos y variables

### 5.03.01 Costos fijos

“Los costos fijos son gastos de la actividad que no dependen del nivel de bienes y servicios producidos por la empresa. Con frecuencia se hace referencia a ellos con el término gastos generales” (Financiera, s.f.)

### 5.03.02 Costos variables

Los costos variables son los gastos que cambian en proporción a la actividad de una empresa. El costo variable es la suma de los costos marginales en todas las unidades producidas. Así, los costos fijos y los costos variables constituyen los dos componentes del costo total. (Financiera, s.f.)

## 5.04 Inversiones

“Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias” (ABC, 2007-2017)

### 5.04.01 Inversión Fija

“Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.” (PADILLA, 2011, pág. 191)

### 5.04.02 Activos Fijos

“En términos generales, el activo fijo es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para explotado por la empresa” (Gerencie.com, 2016)

Tabla 58 Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	
Activos Fijos	Valor Total
Maquinaria y Equipo	1422,00
Muebles y Enseres	1120,00
Equipo de Computación	3885,00
Equipo de Oficina	236,00
<b>Total</b>	<b>6663,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

### Análisis

La empresa contara con un total de \$6663,00 de Activos fijos.

### Maquinaria y Equipos

Tabla 59 Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Sierra Eléctrica	2	200,00	400,00
Compresor	2	200,00	400,00
Taladro	2	75,00	150,00
Martillo	2	6,00	12,00
Flexómetro	4	5,00	20,00
Destornillador plano	4	5,00	20,00
Destornillador estrella	4	5,00	20,00
Brocha	4	5,00	20,00
SERRUCHO	4	15,00	60,00
Moladora	4	80,00	320,00
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>1422,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

Tabla 60 Muebles y Enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorio	4	120,00	480,00
Silla Giratoria	4	50,00	200,00
Silla de trabajo	4	30,00	120,00
Archivador Aéreos	4	60,00	240,00
Mesa de trabajo	4	20,00	80,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>1120,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

Tabla 61 Equipos de Computación

<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computador	4	500,00	2000,00
Laptop	2	900,00	1800,00
Impresora	1	85,00	85,00
<b>TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			<b>3885,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

Tabla 62 Equipos de Oficina

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Teléfono	2	27,00	54,00
Calculadora	4	15,00	60,00
Perforadora	4	4,00	16,00
Grapadora	4	4,00	16,00
Regulador de Energía	10	9,00	90,00
<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>			<b>236,00</b>

Elaborado por: Javier Medina

### 5.04.03 Activos Nominales (diferidos)

“Son aquellas inversiones que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto. El valor de la inversión realizada en estos activos se recupera mediante el mecanismo de la amortización” (Meza, 2002, pág. 95)

Tabla 63 Amortización

AMORTIZACIÓN DEL DIFERIDO							
Concepto	Valor	Vida	2017	2018	2019	2020	2021
		Útil					
Gasto de Constitución	500,00	5	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Elaborado por: Javier Medina

### 5.04.04 Capital de trabajo

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios) (Gerencie.com, 2016)

Tabla 64 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Valor Total
Costo de Producción	1.234,00	1.234,00	1.234,00	3.702,00
Gasto Administrativo	792,49	792,49	792,49	2.377,47
Gasto de Ventas	1.013,30	1.013,30	1.013,30	3.039,91
<b>Total</b>	<b>3039,79</b>	<b>3039,79</b>	<b>3039,79</b>	<b>9119,38</b>

Elaborado por: Javier Medina

#### **5.04.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos**

Las fuentes de financiamiento designan el conjunto de capital interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones.

Al decidir qué fuente de financiamiento usar, la opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna. Esta elección debe pesar, entre otras cuestiones, la pérdida o ganancia de autonomía financiera, la facilidad o posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento, cargabilidad /plazo para su devolución, garantías requeridas y el costo financiero (intereses) del financiamiento. (Nunes, 2016).

Tabla 65 Fuentes de financiamiento

<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>			
<b>CUADRO DE INVERSIONES</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Uso de Fondo</b>	<b>Recurso Propio</b>	<b>Recurso Financiero</b>
<b>Activos Fijos</b>			
Maquinaria y Equipo	1422,00	1422,00	0,00
Muebles y Enseres	1120,00	1120,00	0,00
Equipo de Computación	3885,00	3885,00	0,00
Equipo de Oficina	236,00	236,00	0,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>6663,00</b>	<b>6663,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Activos Diferidos</b>			
Gasto de constitución	500,00	500,00	0,00
Estudio de Factibilidad	0,00	0,00	0,00
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>500,00</b>	<b>500,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>			
Costo de Producción	1234,00	1234,00	0,00
Gasto Administrativo	792,49	792,49	0,00
Gasto de Ventas	1013,30	1013,30	0,00
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>3039,79</b>	<b>3039,79</b>	<b>0,00</b>
<b>Total de Inversión</b>	<b>10202,79</b>	<b>10202,79</b>	<b>0,00</b>
<b>Participación</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>

Elaborado por: Javier Medina

#### 5.04.06 Amortización de financiamiento (tabla de amortización)

“La amortización financiera se refiere a reintegrar un capital, generalmente un pasivo (un préstamo por ejemplo), a través de la distribución de pagos en el tiempo. Aunque también se puede acordar el pago de todo el préstamo de una sola vez” (ECONOMIPEDIA, 2015)

Nuestro proyecto cuenta con recursos propios para el total de inversiones.

#### 5.04.07 Depreciaciones (tabla de depreciación)

La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo. Este concepto se relaciona con la contabilidad de un bien, dado que es muy importante dotar provisiones en una empresa para que sus gestores tengan en cuenta la pérdida que se produce año tras año del valor en libros de ese activo. (ECONOMIPEDIA, 2015)

**Cuadro de Depresiones**

Descripción	Valor de Compra	Vida Útil	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Maquinaria y Equipo	1422,00	10	142,20	142,20	142,20	142,20	142,20	142,20
Muebles y Enseres	1120,00	10	112,00	112,00	112,00	112,00	112,00	112,00
Equipo de Computación	3885,00	3	1295,00	1295,00	1295,00	0,00	0,00	0,00
Equipo de Oficina	236,00	10	23,60	23,60	23,60	23,60	23,60	23,60
<b>TOTAL</b>	<b>6663,00</b>	<b>-</b>	<b>1572,80</b>	<b>1572,80</b>	<b>1572,80</b>	<b>277,80</b>	<b>277,80</b>	<b>277,80</b>

Elaborado por: Javier Medina

#### 5.04.08 Estado de Situación inicial

“Al comenzar sus actividades, todo ente económico debe elaborar un balance general que permita conocer de manera clara y completa la situación inicial de su patrimonio”. (Carvalo, 2009, pág. 94)

Tabla 66 Balance situación inicial

<b>MUEBELS JM</b>			
<b>BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>AL 31 DE DICIEMBRE 2017</b>			
<b>Activos</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Activos Corriente</b>		<b>Pasivo Corriente</b>	
Caja Bancos	3039,79	Cuentas por pagar	-
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>3039,79</b>	<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>0,00</b>
<b>Activos Fijos</b>		<b>Pasivo a Largo plazo</b>	
Maquinaria y Equipo	1422,00	Préstamo bancario	0,00
Muebles y Enseres	1120,00	<b>Total Pasivo a Largo plazo</b>	<b>0,00</b>
Equipo de Computación	3885,00		
Equipo de Oficina	236,00	<b>Total Pasivos</b>	<b>0,00</b>
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>6663,00</b>		
<b>Otros Activos</b>			
Gasto de constitución	500,00	<b>Patrimonio</b>	
Estudio de Factibilidad	0,00	Capital	10202,79
<b>Total Otros Activos</b>	<b>500,00</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>10202,79</b>
<b>Total Activos</b>	<b>10202,79</b>	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>10202,79</b>

Elaborado por: Javier Medina

### 5.04.09 Estado de resultados proyectado a 5 años

“El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una

<b>MUBLES JM</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Ventas</b>					
Muebles Sala	34.965,69	35.511,15	36.065,12	36.627,74	37.199,13
Muebles Baño	11.279,25	11.455,21	11.633,91	11.815,40	11.999,72
Muebles Dormitorio	24.062,41	24.437,78	24.819,01	25.206,19	25.599,40
<b>Total Ventas</b>	<b>70.307,35</b>	<b>71.404,14</b>	<b>72.518,05</b>	<b>73.649,33</b>	<b>74.798,26</b>
(-) Costo de Producción	44.957,09	45.496,57	46.042,53	46.595,04	47.154,18
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>25.350,26</b>	<b>25.907,57</b>	<b>26.475,51</b>	<b>27.054,29</b>	<b>27.644,07</b>
(-) Gastos Administrativos	9.616,37	9.724,07	9.832,98	9.943,11	10.054,48
(-) Gasto de Ventas	12.305,56	12.453,22	12.602,66	12.753,89	12.906,94
(-) Depreciaciones	1.572,80	1.572,80	1.572,80	277,80	277,80
(-) Amortización del Diferido	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>1.755,53</b>	<b>2.057,47</b>	<b>2.367,07</b>	<b>3.979,48</b>	<b>4.304,86</b>
(+/-) Otros Ingresos o Gastos	-	-	-	-	-
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>1.755,53</b>	<b>2.057,47</b>	<b>2.367,07</b>	<b>3.979,48</b>	<b>4.304,86</b>
(-) 15% Participación de Trabajadores	263,33	308,62	355,06	596,92	645,73
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>1.492,20</b>	<b>1.748,85</b>	<b>2.012,01</b>	<b>3.382,56</b>	<b>3.659,13</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>1.492,20</b>	<b>1.748,85</b>	<b>2.012,01</b>	<b>3.382,56</b>	<b>3.659,13</b>

empresa durante un periodo de tiempo determinado.” (CreceNegocios, 2012)

Elaborado por: Javier Medina

### 5.04.10 Flujo de caja

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado. Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa. (ECONOMIPEDIA, 2015)

Tabla 67 Flujo de caja

MUEBLES JM						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	Año Actual 2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Ventas</b>						
Muebles Sala		34.965,69	35.511,15	36.065,12	36.627,74	37.199,13
Muebles Baño		11.279,25	11.455,21	11.633,91	11.815,40	11.999,72
Muebles Dormitorio		24.062,41	24.437,78	24.819,01	25.206,19	25.599,40
<b>Total Ventas</b>		<b>70.307,35</b>	<b>71.404,14</b>	<b>72.518,05</b>	<b>73.649,33</b>	<b>74.798,26</b>
<b>(-) Gastos Producción</b>						
		44.957,09	45.496,57	46.042,53	46.595,04	47.154,18
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>						
		25.350,26	25.907,57	26.475,51	27.054,29	27.644,07
<b>(-) Gastos Administrativos</b>						
		9.616,37	9.724,07	9.832,98	9.943,11	10.054,48
<b>(-) Gasto de Ventas</b>						
		12.305,56	12.453,22	12.602,66	12.753,89	12.906,94
<b>(-) Depreciaciones</b>						
		1.572,80	1.572,80	1.572,80	277,80	277,80
<b>(-) Amortización del Diferido</b>						
		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>(=) Utilidad Bruta</b>						
		1.755,53	2.057,47	2.367,07	3.979,48	4.304,86
<b>(+/-) Otros Ingresos o Gastos</b>						
		-	-	-	-	-

<b>(=) Utilidad Operacional</b>		1.755,53	2.057,47	2.367,07	3.979,48	4.304,86
(-) 15% Participación de Trabajadores		263,33	308,62	355,06	596,92	645,73
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		1.492,20	1.748,85	2.012,01	3.382,56	3.659,13
(-) 22% Impuesto a la Renta						
<b>(=) Utilidad Neta</b>		1.492,20	1.748,85	2.012,01	3.382,56	3.659,13
(+) Depreciaciones		1.572,80	1.572,80	1.572,80	277,80	277,80
(+) Amortización del Diferido		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
(-) Amortización de la Deuda						
(-) Inversión	(10.202,79)					
(-) Capital de Trabajo	(3.039,79)					
(+) Préstamo	-					
<b>(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO</b>	(13.242,58)	3.165,00	3.421,65	3.684,81	3.760,36	4.036,93

Elaborado por: Javier Medina

## 5.05 Evaluación

“El estudio de evaluación económica – financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable” (Córdoba, 2011, pág. 231)

### 5.05.01 Tasa de descuento

La tasa de descuento es el coste de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. La tasa de descuento se utiliza para “descontar” el dinero futuro. Es muy utilizado a la hora de evaluar proyectos de inversión. Nos indica cuánto vale ahora el dinero de una fecha futura.

(ECONOMIPEDIA, 2015)

Tabla 68 TMAR

<b>TASA DE DESCUENTO(TMAR)</b>	
TASA PASIVA REFERENCIAL	4,96%
TASA ACTIVA REFERENCIAL	11,83%
TASA DE EVALUACIÓN	16,79%
INFLACIÓN	1,20%
<b>TMAR</b>	<b>18,19%</b>

Elaborado por: Javier Medina

### 5.05.02 VAN

El 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. (CreceNegocios, 2012)

Tabla 69 VAN

<b>Cálculo del VAN</b>	
<b>TMAR</b>	<b>18,19%</b>
<b>Inversión</b>	-10202,79
Año 2017	\$ 3165,00
Año 2018	\$ 3421,65
Año 2019	\$ 3684,81
Año 2020	\$ 3760,36
Año 2021	\$ 4036,93
<b>VAN</b>	<b>\$ 2259,11</b>

Elaborado por: Javier Medina

### 5.05.03 TIR

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0). (CreceNegocios, 2012)

Tabla 70 TIR

<b>Cálculo de la TIR</b>	
<b>Inversión</b>	-10202,79
Año 2017	3165,00
Año 2018	3421,65
Año 2019	3684,81
Año 2020	3760,36
Año 2021	4036,93
<b>TIR</b>	<b>21,61%</b>

Elaborado por: Javier Medina

#### 5.05.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)

“Mide la bondad de un proyecto de inversión en términos del tiempo que se demora en recuperar la inversión. Equivale al número de períodos requeridos para que los flujos de caja netos recuperen la inversión al 0% de interés”. (Toro, 2016, pág. 324)

Tabla 71 PRI

<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN</b>		<b>TMAR:18.00%</b>	
<b>PERÍODO</b>	<b>FLUJOS DE EFECTIVOS</b>	<b>DESCUENTO</b>	<b>ACUMULADO</b>
0	\$ -10.202,79	\$-10.202,79	\$ -10.202,79
1	\$ 3.165,00	\$ 3.165,00	\$ -7.037,79
2	\$ 3.421,65	\$ 3.421,65	\$ -3.616,14
3	\$ 3.684,81	\$ 3.684,81	\$ 68,67
4	\$ 3.760,36	\$ 3.760,36	\$ 3.829,03
5	\$ 4.036,93	\$ 4.036,93	\$ 7.865,96

Elaborado por: Javier Medina

#### 5.05.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

“Se define como la relación entre el valor (presente, anual o futuro) de los beneficios y el valor de los costos del mismo proyecto” (Toro, 2016, pág. 324)

Tabla 72 Relación Beneficio Costo

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO</b>				
<b>Años</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>COSTOS</b>	<b>FNE</b>
<b>0</b>	\$ 10.202,79	\$ -	\$ -	\$ -10.202,79
<b>1</b>		\$ 70.307,35	\$ 44.957,09	\$ 25.350,26
<b>2</b>		\$ 71.404,14	\$ -	\$ 71.404,14
<b>3</b>		\$ 72.518,05	\$ -	\$ 72.518,05
<b>4</b>		\$ 73.649,33	\$ -	\$ 73.649,33
<b>5</b>		\$ 74.798,26	\$ -	\$ 74.798,26

Elaborado por: Javier Medina

Tabla 73 Relación B/C

<b>Suma Ingreso</b>	\$ 225.683,07
<b>Suma Costos</b>	\$ 38.099,23
<b>suma costos + inversión</b>	\$ 48.302,02
<b>RELACIÓN B/C</b>	\$ 4,67

Elaborado por: Javier Medina

### 5.05.06 Punto de equilibrio

“Se define como la cantidad del producido tal que iguala los ingresos totales con los costos totales, lo cual equivale a decir que es el volumen de producido para el cual el ingreso operacional es cero”. (Toro, 2016, pág. 15)

### Formula del Punto de equilibrio

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

#### Muebles JM

Costos Fijos:	11296,78
---------------	----------

Costo Variable Unitario:	154,25
--------------------------	--------

Precio:	239,09
---------	--------

#### Fórmula:

P.E=	$\frac{CF}{P-CVU}$
------	--------------------

P.E=	$\frac{11296,78}{239,09 - 154,25}$
------	------------------------------------

PE=	$\frac{11296,78}{84,84}$
-----	--------------------------

PE=	<b>133,16 unidades</b>
-----	------------------------

#### Demostración

<b>Ventas</b>	31836,38	pvu * q
---------------	----------	---------

(-) Costo Variable	20539,60	cvu* q
--------------------	----------	--------

(=) Margen de Contribución	11296,78
-------------------------------	----------

(-) Costo Fijo	-11296,78
----------------	-----------

( = ) Utilidad Operacional	0
----------------------------	---

**Grafica del Punto de equilibrio**

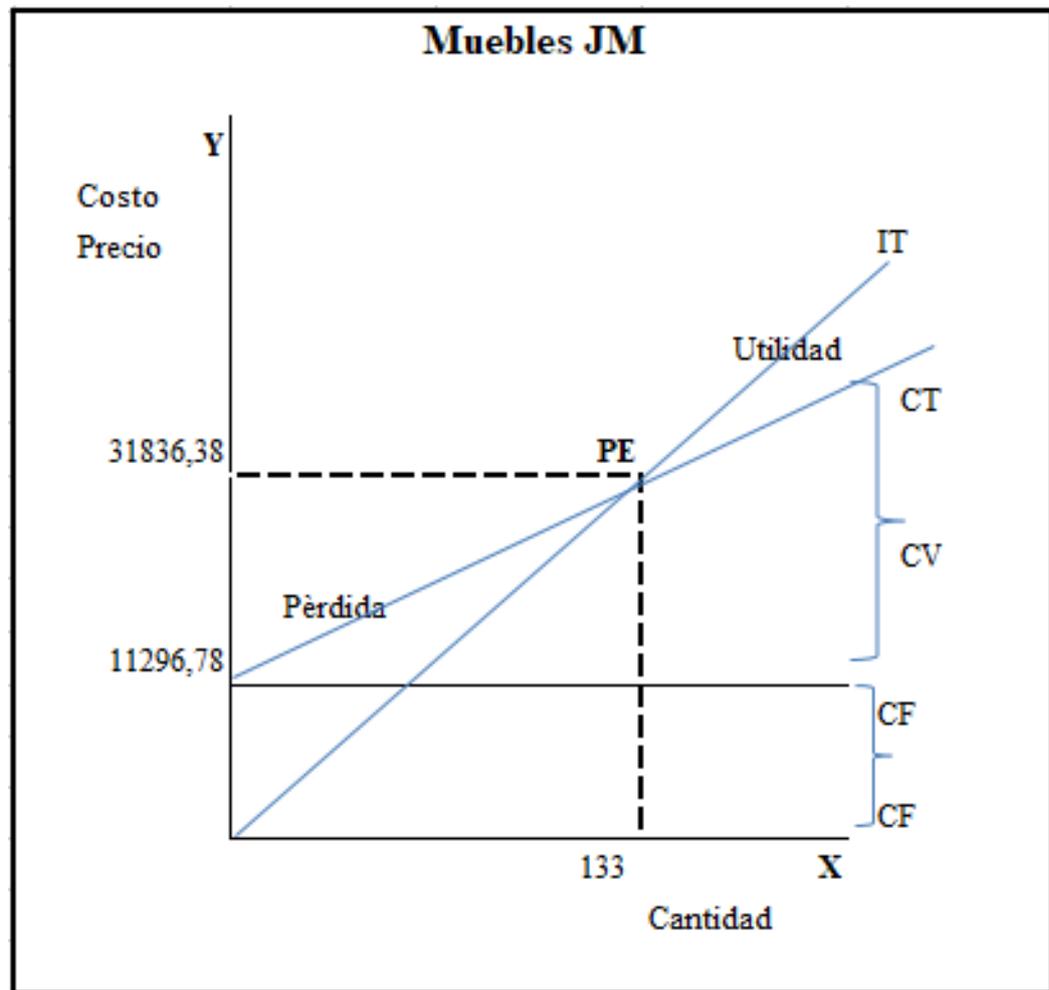


Figura 46 Punto de Equilibrio  
Elaborado por: Javier Medina

**5.05.07 Análisis de índices financieros**

“El objetivo de Módulo de Valoración Financiero es evaluar la viabilidad financiera de la inversión, concentrándose en la Inversión de Capitales y su impacto en los procesos comerciales”. (Flores, 2007, pág. 34)

## Margen de utilidad neta

Tabla 74 Margen Utilidad

<b>Margen de Utilidad</b>	
<b>Margen de Utilidad</b>	Utilidad Neta
<b>Neta =</b>	Ventas
<hr/>	
<b>Margen de Utilidad</b>	1492,20
<b>Neta =</b>	70307,35
<hr/>	
<b>Margen de Utilidad</b>	2%
<b>Neta =</b>	

Elaborado por: Javier Medina

### 5.05.08 Rentabilidad sobre el Patrimonio

“Esta razón la obtenemos dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista”. (Cesar Aching Guzman, 2006, pág. 28)

Tabla 75 ROE

<b>ROE</b>	
<b>ROE=</b>	Utilidad Neta
	Capital Contable
<hr/>	
<b>ROE=</b>	1492,20
	10202,79
<hr/>	
<b>ROE=</b>	15%

Elaborado por: Javier Medina

### 5.05.09 Rentabilidad sobre la Inversión

Lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa para establecer la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles. Es una medida de rentabilidad del negocio como proyecto independiente de los accionistas. (Cesar Aching Guzman, 2006, pág. 28)

Tabla 76 ROI

<b>ROI</b>	
<b>ROI=</b>	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$
<b>ROI=</b>	$\frac{1492,20}{10202,79}$
<b>ROI=</b>	<b>15%</b>

Elaborado por: Javier Medina

### 5.05.10 Rentabilidad sobre el Activo Total

El índice que mide la rentabilidad sobre el activo total resulta de dividir la utilidad neta por el activo total. Esta razón mide la utilidad que genera la inversión total realizada en la empresa, tanto por los accionistas como los acreedores. (Nova, 2008, pág. 92)

Tabla 77ROA

<b>ROA</b>	
<b>ROA=</b>	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$
<b>ROA=</b>	$\frac{1492,20}{10202,79}$
<b>ROA=</b>	<b>15%</b>

Elaborado por: Javier Medina

## CAPÍTULO VI

### 6. ANALISIS DE IMPACTOS

#### 6.01 Impacto Ambiental

Puede ser definido (Sanz, 1991) como la alteración producida en el medio natural donde el hombre desarrolla su vida, ocasionada por un proyecto o actividad dados. El IA tiene una clara connotación de origen humano, dado que son las actividades, proyectos y planes desarrollados por el hombre, los que inducen las alteraciones mencionadas, las cuales pueden ser o bien positivo, cuando impliquen mejoramiento de la calidad ambiental, o bien negativas cuando ocurra la situación contraria. Los IA se caracterizan por varios factores, los cuales son usualmente considerados - entre otros- en las técnicas de valoración de impactos (Sanz, 1991) (PELÁEZ, 2004, pág. 3)

#### **Análisis**

Nuestro proyecto tiene un grado alto en el Impacto Ambiental debido a que la materia prima principal de nuestros muebles es la madera, y esto conlleva a que se produzca deforestación de los bosques y produzca desequilibrios ambientales.

Otro aspecto importante es el impacto en la flora y fauna del país debido a la tala se está perdiendo en muchas ocasiones árboles que se encuentran en peligro de extinción y a la vez se produce la pérdida de animales nativos en estos bosques.

Cabe recalcar que nuestro proyecto va ayudar a la disminución de tala de árboles ya que como son muebles funcionales se ocupara poca madera y se ganara

espacio físico lo que conlleva al ser humano no comprar tantos muebles para varios lugares en sus hogares.

### **6.02 Impacto Económico**

“Los beneficios logrados con la ejecución de un proyecto se miden por las repercusiones directas que influyen en el desarrollo económico y social de la zona.”

(Padilla C. , 2011, pág. 276)

#### **Análisis**

En este proyecto el Impacto Económico es alto ya que se está generando nuevas plazas de trabajo que beneficiará a la persona de la zona y por ende a sus familias, otro aspecto importante es que se beneficiaran de forma indirecta a los comerciantes que se encargaran de adquirir nuestros productos para venderlos en locales comerciales y así ellos puedan aumentar sus ingresos.

### **6.03 Impacto Productivo**

“Uno de los beneficios más comunes en los proyectos se relaciona con el aumento de la producción y productividad”. (Padilla C. , 2011, pág. 277)

#### **Análisis**

Este proyecto tiene como objetivo ayudar al país con el cambio de la matriz productiva en el sector industrial maderero, haciendo la transformación de la materia prima en bienes para el consumidor.

### **6.04 Impacto Social**

“Los beneficios relevantes de un proyecto desde el punto de vista de la sociedad deben incluir toda la ganancia de riqueza producida para la sociedad con independencia de quién se apropia de la misma”. (Padilla C. , 2011, pág. 277)

---

### **Análisis:**

Este proyecto genera un impacto social alto ya que en el país no existe una empresa que elabore muebles 100% funcionales y ahorradores de espacio, permitiendo a nuestra empresa posesionarse en el mercado, con bajos costos siendo un producto innovador y así cumplir con los pedidos de nuestros clientes

## CAPÍTULO VII

### 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.01 Conclusiones

Una vez concluido el estudio de Factibilidad de la creación de la Empresa Muebles JM, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- Este Proyecto tiene una gran acogida por parte de los clientes que desean adquirir los muebles para sus hogares por los precios bajos y su gran innovación.
- El producto es factible teniendo un VAN (Valor Anual Neto) de \$ 2259,11 siendo mayor a 0 y es positivo.
- Tomando en cuenta el estudio de mercado se pudo concluir que los clientes tienen poco conocimiento de los muebles funcionales, lo que nos ayuda a incursionar a fondo en el mercado.
- El proyecto es rentable ya que tiene un TIR del %21,61 y la inversión se la recuperara a finales del segundo año.

## 7.02 Recomendaciones

- Se recomienda invertir en el proyecto ya que el análisis financiero obtenido es positivo.
- Se recomienda incursionar a fondo en el mercado ya que es un producto nuevo para los clientes generando más publicidad y adquiriendo una página WEB.
- Tomar en cuenta las necesidades del cliente al momento de realizar el producto, ya que esto nos ayudará a cumplir al 100% con el pedido solicitado.
- Fomentar el trabajo en equipo en la empresa ya que esto ayudará a la mejora continua y crecimiento de nuestra empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABC, D. (2007-2017). *Definición ABC*. Obtenido de  
<https://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>
- Anzil, F. (30 de 12 de 2006). *ZONA ECONOMICA*. Recuperado el 03 de 03 de 2017,  
de <http://www.zonaeconomica.com/producto-interno-bruto>
- ANZIL, F. (ENERO de 2012). *Zonaeconomica.com*. Obtenido de  
<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- ARQHYS. (2012). *ARQHYS*. Obtenido de  
<http://www.arqhys.com/construccion/muebles-historia.html>
- Barquero José Daniel, R. d.-H. (2007). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente*. Interamericana de España.
- BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales* . (2009).  
Recuperado el 24 de 05 de 2017, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>
- Carvalo, J. (2009). *Estados Financieros (Segunda ed.)*. bogota: Ecoe.
- CASTILLO. (2009). *DEFINICIÓN DEL PRODUCTO*.
- Cesar Aching Guzman, J. (2006). *Ratios Financieros y Matematicas de la mercancia*. Prociencia y Cultura.
- contabilidad.com.py. (08 de 06 de 2006). *contabilidad.com.py*. Obtenido de  
[http://www.contabilidad.com.py/articulos\\_73\\_costos-directos-e-indirectos.html](http://www.contabilidad.com.py/articulos_73_costos-directos-e-indirectos.html)
- Córdoba, P. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos. (Segunda ed.)*. Bogota: Ecoe.
- CreceNegocios. (03 de 05 de 2012). Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/el-estado-de-resultados/>

DECOFILIA. (11 de 18 de 2013). Obtenido de <http://decofilia.com/blog/mueble-multifuncional-para-espacios-pequenos/>

Díaz, E. J. (s.f.). *BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales*. Recuperado el 24 de 05 de 2017, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>

ECHEVERRY, H. (2008). *Gestion de Costos en las Pymes*. BOGOTA: Universidad Libre.

ECONOMIPEDIA. (2015). Obtenido de JAVIER SANCHEZ GALAN: <http://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>

ECURED. (2015). Obtenido de <https://www.ecured.cu/Mobiliario>

ENCICLOPEDIA FINANCIERA. (2015). Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>

Financiera, E. (s.f.). *Enciclopedia Financiera*. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-costos-fijos.html>

Flores, M. (2007). *“PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA EVALUACIÓN DEL . Cordova: El CID.*

Foromarketing. (s.f.). *Foromarketing*. Obtenido de <http://www.foromarketing.com/diccionario/productos-sustitutivos/>

Gerencie.com. (2016). *Gerencie.com*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>

Guerrero, Josefina. (2016). *inec.gob.ec*. Obtenido de [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com\\_content&view=article&id=278](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=278)

ILPES. (2001). *Instituto Latinoamericano de Planificación*.

Juan de Dios. (24 de enero de 2012). *blogspot*. Obtenido de

<http://macromicrolocalizacin.blogspot.com/>

Kushner, M. (04 de 2012). *LIBRO DE MACRO ECONOMIA Y POLITICA FISCAL*.

Recuperado el 02 de 02 de 2017, de

<http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2012/04/Fun-Econ/11.pdf>

Martín-Lagos, B. d. (2008). *Francisco. Sistematización de la Función Comercial*.

Editorial Netbiblo.

Merino, J. P. (2014). *Definición de proveedor*. Recuperado el 24 de 05 de 2017, de

<http://definicion.de/proveedor/>

Meza, G. (2002). *Los criterios de decisión para la evaluación de inversiones*. Cuba:

Universitaria.

MINISTERIO COORDINADOR DE DESAROLLO SOCIAL. (s.f.). *MINISTERIO*

*COORDINADOR DE DESAROLLO SOCIAL*. Recuperado el 24 de 05 de

2017, de <http://www.siise.gob.ec/agenda/index.html?serial=13>

Nova, A. (2008). *Finanzas para no financistas (Cuarta ed.)*. Bogota: Pontificia.

Nunes, P. (2016). Liaboa.

Orjuela, M. &. (2009).

Padilla, C. (2011). *Capacidad de Instalada*.

Padilla, C. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos (Segunda ed.)*. Bogota:

Ecoe Ediciones.

PADILLA, C. (2011). *INGENIERIA DEL PRODUCTO*. BOGOTA, COLOMBIA:

Ecoe Ediciones.

Padilla, C. (2011). *Localización de Proyectos*.

PELÁEZ, J. D. (2004). *Evaluación de Impaco Ambiental de Proyectos de Desarrollo*.

Medellin.

- Promonegocios.net. (2012). <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>.
- Quijano, T. d. (2009). *Contabilidad de Costos*. Bucaramanga: Calameo.
- Ribé. (2008). *Capacidad Óptima*.
- Ribé. (2008). *Diccionario de Administración y Contabilidad de Empresa*.
- Rico, V. (2005-2017). *Estudios de mercado y análisis de mercado*. Obtenido de [https://www.estudiosdemercado.org/que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.html](https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)
- Salamea, F. T. (2012). DISEÑO DE MOBILIARIO MULTIFUNCIONAL PARA ESPACIOS HABITABLES REDUCIDOS. CUENCA.
- SANCHEZ, F. M. (07 de 2006). *UEES*. GUAYAQUIL. Recuperado el 03 de 03 de 2017, de <http://www.uees.edu.ec/servicios/biblioteca/publicaciones/pdf/20.pdf>
- Simón, A. (2006). *Diccionario de Economía, Tercera Edición*. Andrade.
- SRI. (s.f.). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-ruc>
- Superintendencia, d. c. (s.f.). <http://www.supercias.gob.ec/portalscvs/>. Obtenido de <http://www.equivida.com/vida-segura/superintendencia-de-bancos-y%20seguros-del-ecuador>
- Toro, F. (2016). *Costos ABC y presupuestos*. Bogota.
- Venemedia. (2014). *Venemedia*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/producto/>
- VERA, S. C. (2007-2013). *EUMED.NET*. Recuperado el 05 de 05 de 2017, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1502/#indice>

# URKUND

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** JAVIER MEDINA PAREDES 6TO A PRODUCCION.pdf (D30286662)  
**Submitted:** 2017-08-30 03:01:00  
**Submitted By:** javy-medi12@hotmail.com  
**Significance:** 7 %

### Sources included in the report:

Daquilema Morelia Trabajo de Grado.docx (D26709372)  
urkund\_villacres\_carlos\_produccion\_2016.docx (D23054416)  
jose carmona-proyecto final.pdf (D30272592)  
CAPITULOS DE 1 AL 7.docx (D22620939)  
Luis Ponce.pdf (D30274120)  
Tesis Final Denys Morales.pdf (D30273227)  
TesisMichellPerez.docx (D26698112)

### Instances where selected sources appear:

35