



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TÍTULO:

***Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la
fabricación de camas plegables y multifuncionales en la ciudad de
Guayaquil***

AUTOR:

Espinosa Escudero, Cristian Fernando

***Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL***

TUTOR:

Econ. Ávila Chiriboga, Franklin Alejandro

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

*Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Cristian Fernando Espinosa Escudero** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional***

TUTOR

Econ. Franklin Alejandro Ávila Chiriboga

DIRECTORA (E) DE LA CARRERA

Lcda. Lucia Francisca Pérez Jiménez, MGE

Guayaquil, a los 9 días del mes de septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Cristian Fernando Espinosa Escudero**

DECLARO QUE:

*El Trabajo de Titulación “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación de camas plegables y multifuncionales en la ciudad de Guayaquil” previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.*

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 9 días del mes de septiembre del año 2014

EL AUTOR

Cristian Fernando Espinosa Escudero



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Cristian Fernando Espinosa Escudero**

*Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación de camas plegables y multifuncionales en la ciudad de Guayaquil**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.*

Guayaquil, a los 9 días del mes de Septiembre del año 2014

EL AUTOR:

Cristian Fernando Espinosa Escudero

AGRADECIMIENTO

Quiero aprovechar estas líneas para agradecer a todas las personas que me han ayudado y me han apoyado a lo largo de estos años de estudio, que han sabido guiarme por el mejor camino y han formado parte de mi vida.

En primer lugar quiero agradecer a Dios por permitirme estar donde estoy, por iluminarme y darme fuerzas para caminar por su sendero.

A mis padres que durante toda mi vida me han brindado su apoyo incondicional y han sabido aconsejarme en momentos oportunos, han sido un pilar fundamental para la culminación del presente trabajo y para cada uno de mis logros alcanzados.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, porque en sus aulas, he recibido el conocimiento intelectual y humano de cada uno de los docentes y experiencias vividas dentro de las mismas.

A mi tutor del trabajo de titulación, el Econ. Franklin Ávila que supo guiarme y ejercer la presión necesaria para terminar el trabajo de la mejor manera y en el tiempo establecido.

También quiero agradecer a todas las personas con las que tuve desacuerdos durante mis años de estudio; ya que me enseñaron a ser más fuerte y a luchar por lo que quiero.

Y finalmente pero no menos importantes a mis amigos, compañeros y todas las personas que influyeron directa e indirectamente con su apoyo, sus experiencias y enseñanzas.

Cristian Fernando Espinosa Escudero



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CALIFICACIÓN

Econ. Franklin Alejandro Ávila Chiriboga

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	3
OBJETIVOS	4
OBJETIVO GENERAL.....	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
DISEÑO METODOLÓGICO	5
TIPO Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	5
CAPÍTULO I	6
MARCO TEÓRICO	6
1.1. Antecedentes.....	6
CAPITULO II	13
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	13
2.1 Análisis del entorno.....	13
Sistema de Inyección.....	14
Sistema de Gaseado	15
Sistema de Cebos	15
2.2. Descripción del producto	16
2.3 Análisis de riesgos y oportunidades	18
Riesgos.....	18
Oportunidades	18
2.4 La demanda	18
2.4.1. Variables de la demanda.....	18
2.4.2. Análisis del mercado.....	19
2.4.2.1. Determinación de la muestra	24
2.4.3. Resultado de las encuestas	26
2.4.4. Proyección de la demanda.....	28
2.4.5. Área de mercado	29
2.5. La oferta	29
2.5.2. Principales mueblerías en la ciudad de Guayaquil.....	30
2.5.3. Localización con respecto al área de consumo	31
Nivel de uso del producto, marcas y ubicación	31
2.5.4. Comportamiento histórico de la oferta.....	32
2.5.5. Proyección de la oferta.....	33

2.6.	<i>Demanda que será atendida por el proyecto</i>	34
2.6.1.	<i>Mercado consumidor</i>	35
CAPITULO III		38
ESTUDIO TÉCNICO		38
3.1.	<i>Capacidad del proyecto</i>	38
3.1.1.	<i>Factores que pueden influir en el tamaño del proyecto</i>	40
	▪ <i>Materia Prima</i>	40
	▪ <i>Mano de obra</i>	41
	▪ <i>Maquinaria</i>	41
	▪ <i>El mercado</i>	42
	▪ <i>Financiamiento</i>	42
3.2.	<i>Estudio de localización</i>	43
3.2.1	<i>Análisis de micro-localización</i>	43
	3.2.1.1. <i>Infraestructura requerida</i>	43
	3.2.1.2. <i>Área requerida</i>	43
	3.2.1.3 <i>Diseño de la planta</i>	45
	3.2.1.4. <i>Necesidad de carreteras y vías de acceso</i>	45
3.2.2.	<i>Análisis de macro-localización</i>	46
	3.2.2.1. <i>Ubicación de la planta</i>	47
3.3.	<i>Mercado consumidor y fuentes de abastecimiento de insumos</i>	47
3.4.	<i>Ingeniería del producto</i>	49
3.4.1.	<i>Proceso de fabricación del producto</i>	49
3.4.2.	<i>Flujograma del proceso de fabricación del producto</i>	51
3.4.3.	<i>Requerimiento de recursos</i>	53
3.4.4.	<i>Especificación de equipos y maquinaria</i>	55
	3.4.4.1. <i>Selección de tecnología</i>	57
	3.4.4.2. <i>Asistencia técnica</i>	57
3.4.5.	<i>Sistema de comercialización de la empresa</i>	58
CAPITULO IV		59
ESTUDIO ADMINISTRATIVO		59
4.1.	<i>Análisis organizacional</i>	59
4.1.1.	<i>Cultura organizacional de la empresa</i>	59

4.1.2.	<i>Visión</i>	60
4.1.3.	<i>Misión</i>	61
4.1.4.	<i>Análisis del ambiente interno y externo</i>	61
4.1.4.1.	<i>F.O.D.A.</i>	63
4.1.4.2.	<i>Marketing Mix</i>	64
	❖ <i>Producto</i>	64
	❖ <i>Precio</i>	67
	❖ <i>Distribución</i>	68
	❖ <i>Promoción</i>	69
4.1.5.	<i>Publicidad para el producto</i>	71
4.1.6.	<i>Brief</i>	74
	❖ <i>Meta de marketing</i>	74
	❖ <i>Análisis de tendencia</i>	75
	❖ <i>Análisis de la marca</i>	76
	❖ <i>Estímulos y barreras</i>	78
	❖ <i>Posicionamiento</i>	78
4.2.	<i>Logística</i>	79
4.3.	<i>Recursos humanos</i>	80
4.3.1	<i>Organigrama organizacional</i>	84
4.4.	<i>Enfoque de gerencia</i>	85
4.5.	<i>Marco legal</i>	86
4.5.1.	<i>Marco legal interno del proyecto</i>	86
4.5.1.1.	<i>Constitución</i>	86
CAPÍTULO V		89
ESTUDIO FINANCIERO.....		89
5.1	<i>Programa de inversiones</i>	89
5.1.1.	<i>Inversión en activos fijos</i>	89
5.1.1.1.	<i>Inversión en maquinaria</i>	89
5.1.1.2.	<i>Inversión en equipos y herramientas</i>	89
5.1.1.3.	<i>Inversión en muebles y enseres</i>	90
5.1.1.4.	<i>Inversión en equipo de oficina</i>	91
5.1.1.5.	<i>Inversión en equipos de computación</i>	91
5.1.1.6.	<i>Inversión en vehículo</i>	92
5.1.2.	<i>Inversión en activos intangibles y diferidos</i>	93
5.2.	<i>Capital de trabajo</i>	94

5.3.	<i>Financiamiento de costos e inversiones</i>	95
5.3.1.	<i>Estructura del capital</i>	96
5.3.2.	<i>Información del crédito</i>	96
5.3.3.	<i>Amortización del crédito</i>	97
5.4.	<i>Costo de producción</i>	98
5.4.1.	<i>Costos de materia prima</i>	98
5.4.2.	<i>Sueldos y Salarios</i>	100
5.4.2.1.	<i>Valor Hora</i>	102
5.4.3.	<i>Costo de mano de obra directa por mueble</i>	102
5.4.4.	<i>Costos Indirectos de Fabricación (CIF)</i>	104
5.4.4.1.	<i>Asignación de los CIF</i>	106
5.4.4.2.	<i>Costos Indirectos de Fabricación mensual</i>	108
5.4.5.	<i>Gastos Operacionales</i>	109
5.4.5.1.	<i>Gastos administrativos</i>	109
5.4.5.2.	<i>Gastos de ventas</i>	109
5.4.5.3.	<i>Gastos de Publicidad</i>	110
5.4.6.	<i>Precio de venta</i>	110
5.5.	<i>Estados Financieros</i>	112
5.5.1.	<i>Estado de resultados</i>	113
5.5.2.	<i>Flujo de caja</i>	114
5.5.3.	<i>Balance Inicial</i>	115
5.6.	<i>Punto de Equilibrio</i>	116
5.7.	<i>Índices Financieros</i>	118
5.7.1.	<i>Tasa Interna de Retorno TIR:</i>	118
5.7.2.	<i>Valor Actual Neto VAN:</i>	118
5.7.3.	<i>Periodo de recuperación de la Inversión PayBack:</i>	119
5.7.4.	<i>Relación Costo - Beneficio</i>	120
 CAPITULO VI		
7.1	CONCLUSIONES	121
7.2	RECOMENDACIONES	
	BIBLIOGRAFÍA	124

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Estructura de la población, rango de edades</i>	21
<i>Tabla 2 Segmentación del mercado por edades</i>	25
<i>Tabla 3 Proyección de la demanda años anteriores</i>	28
<i>Tabla 4 Proyección de la demanda para años de estudio</i>	29
<i>Tabla 5 Proyección de la oferta en años anteriores</i>	33
<i>Tabla 6 Proyección de la oferta para años de estudio</i>	34
<i>Tabla 7 Demanda del mercado consumidor</i>	36
<i>Tabla 8 Tiempo necesario para la fabricación de cada producto</i>	38
<i>Tabla 9 Capacidad de producción mensual</i>	39
<i>Tabla 10 Capacidad del proyecto</i>	39
<i>Tabla 11 Insumos y Fuentes</i>	48
<i>Tabla 12 Requerimiento de material para cama simple plegable</i>	53
<i>Tabla 13 Requerimiento de material para litera plegable</i>	54
<i>Tabla 14 Requerimiento de material para cama-escritorio plegable multifuncional</i>	54
<i>Tabla 15 Matriz FODA</i>	63
<i>Tabla 16 Estímulos y barreras</i>	78
<i>Tabla 17 Inversión en maquinaria</i>	89
<i>Tabla 18 Inversión en equipos y herramientas</i>	90
<i>Tabla 19 Inversión en muebles y enseres</i>	90
<i>Tabla 20 Inversión en equipo de oficina</i>	91
<i>Tabla 21 Inversión en equipos de computación</i>	91
<i>Tabla 22 Inversión en vehículo</i>	92
<i>Tabla 23 Depreciación de activos fijos</i>	93
<i>Tabla 24 Inversión en activos intangibles</i>	93
<i>Tabla 25 Capital de trabajo</i>	94
<i>Tabla 26 Resumen de la inversión inicial</i>	95
<i>Tabla 27 Estructura del capital</i>	96
<i>Tabla 28 Información del crédito</i>	96
<i>Tabla 29 Amortización del crédito</i>	97
<i>Tabla 30 Consumo de MP para los tres tipos de camas</i>	99
<i>Tabla 31 Costo de MP mensual y anual, cama simple</i>	100
<i>Tabla 32 Costo de MP mensual y anual, cama litera</i>	100

<i>Tabla 33 Costo de MP mensual y anual, cama- escritorio multifuncional.....</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 34 Nómina del personal.....</i>	<i>101</i>
<i>Tabla 35 Cálculo del valor hora.....</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 36 Hora hombre en cama simple.....</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 37 Hora hombre en cama litera.....</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 38 Hora hombre en cama - escritorio.....</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 39 Material Indirecto cama simple.....</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 40 Material Indirecto cama- litera.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 41 Material Indirecto Cama- escritorio multifuncional.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 42 CIF servicios básicos.....</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 43 Asignación de CIF horas hombre.....</i>	<i>107</i>
<i>Tabla 44 CIF mensuales.....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 45 Costos de producción de cada mueble.....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 46 Gastos administrativos.....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 47 Gastos de ventas.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 48 Gastos de publicidad.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 49 Precios de Venta al Distribuidor.....</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 50 Estado de Resultado.....</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 51 Flujo de caja.....</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 52 Balance inicial.....</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 53 Punto de equilibrio.....</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 54 Índices Financieros.....</i>	<i>118</i>

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Crecimiento poblacional en la provincia del Guayas</i>	<i>7</i>
<i>Figura 2 Diseño de cama simple en la base</i>	<i>17</i>
<i>Figura 3 Diseño cama simple semi-plegada</i>	<i>17</i>
<i>Figura 4 Diseño cama simple totalmente desplegada.....</i>	<i>17</i>
<i>Figura 5 Tipo de cama griego y romano</i>	<i>8</i>
<i>Figura 6 Mueble clásico del siglo XX</i>	<i>9</i>
<i>Figura 7 Mueble convencional de la época del barroco</i>	<i>10</i>
<i>Figura 8 Escritorio clásico del siglo XX</i>	<i>11</i>
<i>Figura 9 Muebles modernos siglo XXI</i>	<i>11</i>
<i>Figura 10 Tendencia de la vivienda en Guayas</i>	<i>22</i>
<i>Figura 11 Tipo de vivienda en la ciudad.....</i>	<i>22</i>
<i>Figura 12 Estratificación del Nivel socioeconómico.....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 13 Características generales de la población, estado conyugal.....</i>	<i>24</i>
<i>Figura 14 Diseño de la planta de producción</i>	<i>45</i>
<i>Figura 15 Cama simple plegable</i>	<i>65</i>
<i>Figura 16 Cama litera plegable.....</i>	<i>66</i>
<i>Figura 17 Cama - escritorio multifuncional.....</i>	<i>67</i>

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, el crecimiento poblacional en el país ha obligado a que el sector de la construcción enfoque sus obras en viviendas pequeñas, que permitan tener todos los ambientes pero en espacios reducidos. El estudio que se presenta ha sido realizado con la finalidad de conocer la factibilidad que se puede obtener con la creación de una empresa dedicada a la producción de camas plegables y multifuncionales en la ciudad de Guayaquil; con lo cual, se espera demostrar a nuestros clientes que es posible vivir cómodamente en lugares con espacios reducidos sin la necesidad de limitarse a tener todas las cosas que se quiere tener.

Las ventajas que presentan estos muebles ante los muebles convencionales son, la optimización de espacio y los diferentes usos que se les puede dar, gracias a sus diseños técnicamente realizados que permiten transformar, plegar o desplegar las camas. Los materiales que se utilizarán para la fabricación de las camas serán de calidad, duraderos y garantizados, el material que constituirá la materia prima será las planchas de DURAPLAC conocidas comúnmente en el mercado como planchas de RH, que permiten brindar un aspecto moderno y de lujo a las camas, estos son fáciles para cortar y tienen un agradable aspecto; además, de los diferentes materiales de decoración y elaboración como tornillos, bisagras, agarraderas, herrajes, etc.

El valor agregado que ofrece el producto ante los muebles convencionales representa una gran oportunidad y facilidad de penetración en el mercado; así como, la inexistencia de competencia confirma la gran demanda que la empresa tiene por cubrir. Los estudios realizados conforme a los índices de rentabilidad afirman que el proyecto es viable lo que significa que puede entrar en la fase de ejecución.

Palabras clave: RH, optimización de espacio, calidad, beneficios.

ABSTRACT

Currently, the population growth in the country has forced the construction sector approach their work in small houses that yield all environments but in tight spaces. The study presented was conducted in order to know the feasibility which can be obtained by creating a company dedicated to the production of multifunctional folding beds in Guayaquil; thus, it is expected to show our customers that it is possible to live comfortably in small spaces, without the need to stick all the thing you want to have in your house.

The advantages that present this furniture against conventional furniture are optimization of space and the different uses that can be given, thanks to their technically made designs that can transform, fold or unfold the beds. The materials used to manufacture the beds will be in quality, durable and guaranteed; DURAPLAC plates will constitute the raw material, commonly known in the market as RH plates, which provide a modern and luxurious look to beds, these are easy to cut and look nice; in addition, the different materials of decoration and production like screws, hinges, influence, iron-works, etc.

The added value that offers the product against the conventional furniture represents a great opportunity and facility to penetrate the market; as well as, the no presence of competition confirms the great demand that the company has for covering. The studies realized in conformity with the indexes of profitability affirm that the project is viable which means that it can enter in the phase of execution.

Key words: *RH, optimization of space, quality, benefits.*

RÉSUMÉ EXECUTIF

Actuellement, la croissance de la population dans le pays a obligé le secteur de la construction à mettre au point de petites demeures, qui permettent de supporter les climats mais dans des espaces réduits. L'étude que l'on présente a été réalisée dans le but de connaître la faisabilité qui peut être obtenue par la création d'une entreprise dédiée à la production de lits pliants et multifonctionnels dans la ville de Guayaquil; avec cela, on espère démontrer à nos clients qu'il est possible de vivre confortablement dans des lieux avec les espaces réduits sans la nécessité de se limiter à avoir toutes les choses que l'on veut avoir.

Les avantages que ces meubles présentent devant les meubles conventionnels sont, l'optimisation de l'espace et les différents usages que l'on peut leur donner, grâce aux dessins techniquement réalisés qui permettent de transformer, de plier ou de déployer les lits. Les matériels qui seront utilisés pour la fabrication des lits seront de qualité, durable et garantie, le matériel qui constituera la matière première sera les plaques de DURAPLAC connus communément sur le marché comme les plaques de RH, qui permettent d'offrir un apparence moderne et de luxe aux lits, celles-ci sont faciles pour couper et ont un aspect agréable; de plus, de différents matériels de décoration et de l'élaboration comme des vis, charnières, relations, ferrures, etc.

La valeur ajoutée qui offre le produit devant les meubles conventionnels représente une grande opportunité et une facilité de la pénétration sur le marché; de plus, l'inexistence de concurrence confirme la grande demande que l'entreprise aura à couvrir. Les études réalisées conformément aux indices de rentabilité affirment que le projet est viable ce qui signifie qu'il peut entrer dans la phase d'exécution.

Mots clefs: *RH, optimisation d'espace, qualité, bénéfiques.*

INTRODUCCIÓN

Como ya todos sabemos Guayaquil es una ciudad que crece a una gran velocidad, todos los años se construyen miles de casas para satisfacer la demanda de las mismas; pero así mismo cada vez estas casas son más pequeñas e incómodas; la densidad poblacional de la ciudad ha hecho que las constructoras centren sus obras en construir casas diseñadas para un número exacto y específico de habitantes; estas casas cuentan con espacios reducidos e incómodos.

Este tipo de inconvenientes mencionados pueden ser reducidos o eliminados con la implementación de una empresa dedicada a brindar comodidad e innovación en estos hogares, fabricando muebles plegables y multifuncionales que se adapten a las necesidades de las personas y a los espacios con los que se cuenta. Muy aparte de cumplir con sus objetivos propuestos en el proyecto, se desea brindar con estos muebles calidad e innovación para la decoración de una vivienda; gracias a sus diseños y colores modernos. El estudio se encuentra enfocado en un tipo de mueble que es muy útil y de gran necesidad en un hogar, específicamente las camas.

Con la finalidad de dar una posible solución a los problemas de espacios reducidos, falta de innovación, incomodidad y optimización de usos con los muebles de un hogar; se ha decidido realizar un estudio para conocer la factibilidad de la creación de una empresa que fabrique camas plegables y multifuncionales. Molina (2014) señaló que “Ecuador tiene un trabajo artesanal importante, es competitivo, tiene buenos precios pero, veo que en innovación sí están un poco colgados, quedados...”.

Estos tipos de muebles se encuentran direccionados hacia diferentes estratos sociales; como son, personas de estatus medio y medio alto que serían los principales beneficiarios de este proyecto, ya que los muebles

serán diseñados con materiales de calidad que representan mayores costos, pero a su vez garantizan la durabilidad del mueble. Las camas plegables y multifuncionales darán al usuario: confort, optimización de espacios, elegancia e innovación en los dormitorios de las casas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El crecimiento poblacional que se viene dando en los últimos años ha generado mayor fabricación de conjuntos con viviendas de tamaño mediano y pequeño, los cuales son agradables y cuentan con todos los ambientes y habitaciones necesarias para vivir pero con espacios reducidos, obligando a las personas a buscar productos innovadores que se adapten y satisfagan sus necesidades. Al momento de amoblar las viviendas, se debe tomar muy en cuenta el tamaño y servicio que estos van a prestar; así como, la comodidad que van a brindar, lo que dan gran oportunidad de introducir en el mercado de muebles, las camas plegables y multifuncionales objetivo del presente proyecto.

Son muchas las ventajas que presentan los muebles multifuncionales versus los convencionales; por ejemplo, los primeros son de doble uso, lo que equivaldría a dos muebles convencionales. Las camas pueden venir enlazadas con escritorios, sillones o una repisa que permita poner objetos que se tienen normalmente en una habitación.

Población en la que incide

Se puede decir que las personas que se encuentran más afectadas por la falta de espacio y comodidad son aquellos que se encuentran sujetos a los extensos programas de viviendas y conjuntos habitacionales privados; donde, el área de construcción es pequeña. Principalmente se ha direccionado el proyecto a personas solteras que se encuentren en edades

entre 20 y 54 años. En primer lugar, este rango se debe a que las edades indicadas según el INEC se encuentran dentro de la población considerada económicamente activa y su estado civil se debe a que las camas plegables por sus diseños fabricados para optimizar espacio solo son de una plaza y media; lo que quiere decir que por sus tamaños son para una persona; de esta manera, se ha considerado la seguridad de los clientes; ya que la fabricación de camas más grandes podrían ser inestables y sus bases no soportarían el peso.

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La creación de una empresa dedicada a las camas plegables y multifuncionales en el mercado de la ciudad de Guayaquil permitirá llegar a gran parte de la población, específicamente a aquellas que cuentan con viviendas pequeñas, alquilan dormitorios para vivir y desean aprovechar al máximo el espacio posible. Las personas presentan sus molestias y conocen lo difícil e incómodo que representa amoblar una casa de este tipo. Como sabemos es necesario que las familias cuenten con ciertos muebles que son básicos para vivir. El crecimiento poblacional que podemos encontrar en Guayaquil es preocupante considerando la incomodidad a la que se ven abocados.

Hoy en día, existe una tendencia de innovación en la cual las personas buscan tener una casa o dormitorio bien amoblado para poder reflejar una mejor imagen, sentirse bien y sobre todo tener libertad de movimiento dentro de ella. Un aspecto importante que se debe resaltar es que normalmente en las mueblerías de la ciudad no se encuentra con facilidad muebles plegables y multifuncionales que sean de calidad, permitan optimizar espacios y ayuden a dar un toque de innovación, que permita satisfacer las necesidades integrales de los consumidores

En Guayaquil las fábricas de muebles e importadoras enfocan sus diseños, específicamente en aquellos que cumplen una sola función.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- *Determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de camas plegables y multifuncionales en la ciudad de Guayaquil.*

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- *Determinar mediante un marco teórico la necesidad de crear una fábrica de muebles plegables y multifuncionales en la ciudad de Guayaquil.*
- *Analizar la oferta y demanda del producto, mediante un estudio de mercado que permita conocer las preferencias de los consumidores.*
- *Establecer el proceso de producción que optimice los recursos humanos y materiales en la elaboración de las camas multifuncionales.*
- *Plantear un modelo de administración que permita tener una mejor organización, control y facilite la toma de decisiones.*
- *Elaborar el análisis económico financiero para evaluar la viabilidad del proyecto.*

DISEÑO METODOLÓGICO

Para la determinación de nuestro mercado consumidor; objeto de esta investigación, ha sido necesario aplicar el muestreo no probabilístico por cuotas; este tipo de muestreo representa diferentes categorías o estratos de la población objeto de estudio, considerando que para esta selección no se utilizan muestras al azar, sino que el responsable es el investigador que toma la muestra seleccionando los elementos que a él le parecen representativos.

Tipo y método de investigación

El tipo de investigación a emplear será el cuantitativo mediante encuestas, debido a que la mayor parte de información que necesitamos para la elaboración del proyecto debe estar basada en datos reales de consumo; es decir, la información que se pueda obtener por parte de los encuestados nos brindará la posibilidad de conocer y cumplir varios de los objetivos planteados en el proyecto; además, nos permitirá obtener porcentajes y estadísticas de la situación actual del mercado de muebles. (ANEXO 1)

- **Encuestas**

El método de encuestas es importante en este proyecto, ya que por ser un producto innovador que desea ingresar en un mercado en donde existe gran cantidad de fábricas de muebles, buscaríamos la metodología adecuada para posesionar este tipo de mueble, que desde ya ofrece un valor agregado y va a ser plenamente aceptado por los encuestados inicialmente, para luego ser un producto de consumo en nuestra sociedad guayaquileña.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

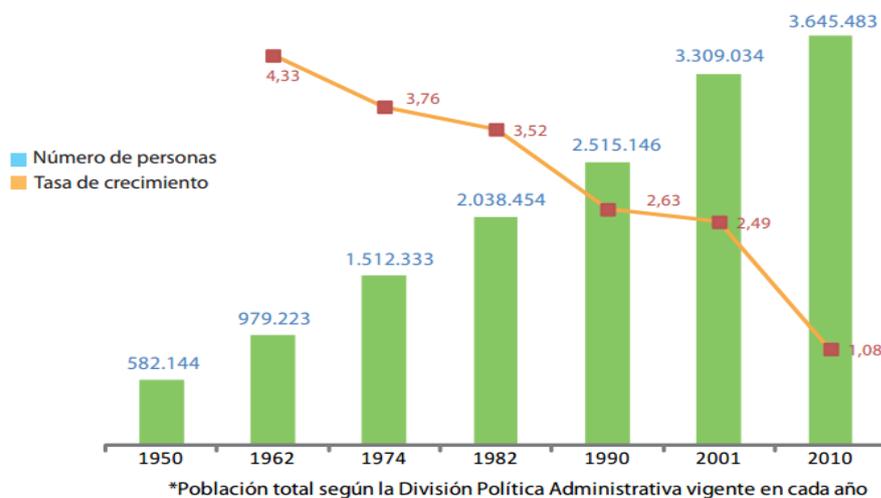
1.1. Antecedentes

Es importante considerar que las principales ciudades del país crecen poblacionalmente a una velocidad superior que la construcción de viviendas; el principal motivo se da, ya que las personas que habitan lugares cercanos a estas ciudades se quedan a vivir en ellas en búsqueda de oportunidades de empleo y crecimiento económico, desarrollándose en las diferentes actividades que se les pueda brindar. Nebot (2011) indicó que “Hay que seguir pensando en el concepto del Gran Guayaquil, y Samborondón y cierto sector de Daule, en la parroquia Las Lojas, sin duda serán receptores de crecimiento en materia de vivienda de clase media”.

Al crecer la población también crecen las necesidades de las personas y una de ella es la vivienda; pero el espacio territorial no se da para mantener a tantas personas, por lo que se considera la construcción de viviendas poco espaciosas. A continuación se indica el crecimiento poblacional de la provincia del Guayas en el tiempo.

Según datos presentados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos “INEC”, determinaron que la ciudad de Guayaquil es la más poblada del país con 2'291.158 habitantes y posee el mayor número de viviendas particulares, cuyos hogares están conformados por 3,8 integrantes y cada una de estas familias tiene sus propias necesidades, para lo cual con el tiempo van adquiriendo artículos o artefactos que las satisfagan.

Figura 1. Crecimiento poblacional en la provincia del Guayas



Fuente: INEC, población Guayaquil, tasa de crecimiento

Normalmente las personas tienen en mente, que un hogar es un lugar en el cual las personas comparten momentos de felicidad y tranquilidad con sus familias, ya sea después del trabajo, colegio, universidad, etc.; para esto es necesario tener comodidad y espacio, dando lugar a la creación de necesidades; las mismas que pueden ser reales como: comida, vestimenta, servicios básicos y muebles para el hogar o creadas, que son aquellas que se desarrollan de acuerdo al ambiente del cual las personas provengan, entre otras, una la sociedad consumista que permite identificar el estatus de vida de cada familia.

La existencia de muebles como: mesas, sillas, escritorios, camas, aparadores, entre otros permiten satisfacer varias necesidades de las personas que lo habitan.

Durante muchos años la elaboración de muebles ha sido considerada como un arte menor o simplemente como artesanía, aunque fue comparada con los otros tipos de artes de diferentes diseños a partir del siglo XIX y a principios del siglo XX.

Considerando elementos que tenemos en la vida cotidiana, podemos darnos cuenta que muchos de ellos fueron utilizados en las antiguas generaciones que permitieron que exista un nivel de comodidad ajustado a aquellas épocas. La única diferencia que se puede encontrar son los tipos de materiales que han sido utilizados en cada etapa de la historia de las camas. Llevándonos al pasado en los tiempos de los egipcios se puede ver una estructura similar a la utilizada hoy en día de una cama; con las diferencias que en aquellos tiempos el lugar donde se ubican los pies mantenían una pendiente levantada que permitía colocar un mosquitero o bloquear la mirada del durmiente.

Figura 2 Tipo de cama griego y romano



Fuente: Wikipedia, historia del mueble

Con el paso del tiempo estas estructuras fueron cambiando cuando se fue adoptado los diseños de los griegos y los romanos, en esta época s comenzó a utilizar el triclinio, que se constituía por una cabecera realzada, con mayor espacio para las personas que iban a utilizarlas; el triclinio contaba con postes en sus esquinar que permitían colocar el mosquitero o simplemente adornar la cama de la manera deseada. La historia se presenta de manera semejante en la mayoría de los muebles del hogar; sus avances y necesidades de las personas han permitido realizar cambios extremos en la fabricación de camas; existen todo tipo de camas con diferentes colores, tamaños, diseños, etc.

En algún tiempo atrás los muebles de la casa representaban el tipo de vida de cada familia y calificaba su nivel económico; mientras mas elaborado ha sido la fabricación de muebles, más costoso se volvía. En ciertos lugares se los consideró como lujos que solamente las personas ricas podían gozar.

En aquellas épocas no existía gran producción de muebles debido a que la gran mayoría se encontraba solamente en casas de las familias mas poderosas del sector; así, las casa comunes contaban con suerte con un par de camas, taburetes y aparadores. En todo caso, ya se empezó a ver cambios en el mobiliario, se empezó a crear nuevas tendencias y diseños que generaban mayor interés por el mercado. Los materiales empleados para este cambio fue determinante para el futuro de la historia de los muebles; entre ellos estuvieron los telamones, cariátides, palmas, laureles, columnas y pilastras. Pronto también se instauró diferentes estilos que surgieron a partir de estas prácticas como el estilo renacentista y aquellos que lo aplicaban tenían que tener conocimiento al menos del rudimento sobre la proporción clásica. Existía cierto interés por los detalles labrados en los muebles, estos representaban mayor trabajo y por ende mayores precios. Los muebles en general representaban el estatus socioeconómico de las familias de aquellos tiempos.

Figura 3 Mueble clásico del siglo XX



Fuente: google imágenes

El barroco conocido como una época de modernización, se acercaba lo más posible al mobiliario moderno, incluso podríamos decir que los muebles son totalmente reconocibles. En esta época existió una expansión del comercio que fue un factor determinante para la venta de muebles; esto facilitó el transporte de materia prima y producto terminado, en este caso los muebles a distintos lugares del mundo, llevándolos a tener una gran aceptación por los clientes. El lugar de donde se expendía mayor cantidad de muebles era de la india, los artesanos supieron adaptar sus muebles a los estilos europeos.

Figura 4 Mueble convencional de la época del barroco



Fuente: Google imágenes

La variación de modelos de muebles que existió durante estas épocas fue increíble; cada continente tenía su diseño ajustado a los gustos de sus habitantes y culturas. Con el paso del tiempo los fabricantes de muebles, entre ellos de camas empezaron a industrializar sus procesos y a crear muebles con modelos estándar y en grandes cantidades; lo que abarató de cierta manera sus precios que en la antigüedad representaban estatus de las familias.

Figura 5 Escritorio clásico del siglo XX



Fuente: Google imágenes

En la actualidad las personas tienden a utilizar productos innovadores que diferencien de cierta manera su forma de vida de las demás; las características principales son los colores, formas y diseños, la mueblería clásica sigue siendo el fuerte para algunos almacenes pero las tendencias vienen cambiando de manera radical y cada vez con mayor fuerza; por lo general, son diseños no muy trabajados y que básicamente son fabricados de manera industrial.

Figura 6 Muebles modernos siglo XXI



Fuente: Google imágenes

En la antigüedad los muebles con diseños más complejos eran considerados como símbolos de riqueza o lujo, de esta manera en la sociedad se podía determinar aproximadamente el nivel social de aquella familia; podemos decir que los muebles representaban de alguna manera el nivel económico de las personas. Esto se da, ya que cada muebles tiene su

diseño y mientras más labrado y más tiempo haya tomado en realizar representaría un mayor costo; en aquellos tiempo era difícil o costoso comprar un mueble con los tipos de diseños mostrados anteriormente.

Un aspecto importante en la historia de los muebles es su demanda, a lo largo de los años se ha presentado un cambio gradual y con rumbos diferentes de los muebles. Por ejemplo, en el pasado las personas por lo general preferían muebles que sean elaborados 100% de madera fina que por lo general eran de roble y cedro, el diseño tenía que ser mucho más elaborado con detalles que resalten elegancia; estos muebles eran pesados, grandes y resistentes. Luis XV era uno de los estilos preferidos por las personas debido a su mayor grado de tallados laboriosos.

El mueble muy aparte de tener un significado de superioridad y de nivel social, en aquellos tiempos representaba un valor sentimental en las personas; ya que, tradicionalmente eran heredados de generación en generación.

Con el transcurso de los años esta tendencia a fabricar muebles con tallados complejos fue disminuyendo, incluso se empezó a disminuir su tamaño también, los diseños empezaron a ser más sencillos y el material que se empleaba era de mala calidad y duración. Podemos decir que este cambio tan drástico empezó a partir de la automatización, la mayoría de productos cambiaron sus procesos de elaboración y eran más mecánicos, la producción masiva empezó a dar fruto y la calidad de muchos productos se empezó a perder. El glamour y los aspectos que antes representaban los muebles se perdieron y las personas tomaron un sentido de mayor utilidad en lugar de uno de lujo.

Una vez analizada la población, vivienda y necesidades de comodidad que con el tiempo las personas requieren; direcciona a realizar el estudio para la fabricación de muebles plegables y multifuncionales que permitan optimizar el espacio en los hogares.

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1 Análisis del entorno

Con respecto al mercado de muebles en Guayaquil, podemos decir que existen varias empresas dedicadas a la fabricación, comercialización y exportación de muebles; por lo que, el ingreso de nuestros muebles será un poco complejo y requerirá de gran esfuerzo para lograr posicionarse en un lugar representativo dentro del mercado.

Es necesario para las pequeñas y medianas empresas establecer estrategias para enfrentar los desafíos que representa ingresar a un mercado que conlleva la globalización, tomando en cuenta que en la actualidad lo que se busca son muebles de calidad con diseños innovadores, que brinden duración y estilos nuevos para las casas. Es necesario tener en cuenta que para este tipo de actividad no existen barreras y cada día la competencia es mayor ya que la aparición de nuevas fábricas y talleres es constante a nivel nacional.

Actualmente gran parte de las mueblerías está empleando el material conocido como RH, el cual es muy resistente y de buena calidad, los procesos para fabricar muebles en general con este tipo de material no son muy complejos y permiten un fácil manejo de las piezas. El RH es un tablero aglomerado, formado por multicapas de partículas de madera, donde las más gruesas están en el centro y las más finas en las superficies. Se aglutinan con resina y son prensadas en condiciones controladas de presión, tiempo y temperatura. En el tablero aglomerado se deberá utilizar herrajes y tornillos adecuados. Para recubrir con laminados, chapas u otros materiales, se puede utilizar colas blancas o cemento de contacto apropiados para estos usos, siguiendo procesos controlados con tecnologías probadas.

La ciudad de Guayaquil tiene un clima caliente, por ende es común encontrar problemas en los muebles de las casas debido al insecto conocido como polilla la misma que designa primariamente a diversos insectos que se proliferan en algunos alimentos o bienes materiales importantes en el hogar como la ropa o los muebles. “Las polillas son insectos saprófagos que en la naturaleza contribuyen a la fracción de la biocenosis la cual en la cadena trófica cierra el ciclo de los nutrientes”, llegando a constituirse en una plaga que afecta directamente a la principal materia prima para la elaboración de los muebles como es la madera; esta también es susceptible al ataque de hongos e insectos xilófagos que son organismos que se alimentan de ella, entre estos tenemos las termitas y las carcomas.. Para su control y eliminación es necesario realizar tratamientos en los que se utilizan sistemas y productos exclusivos que la protegen y recuperan. La mayoría de mueblerías ofrece muebles tratados que no presentan este tipo de problemas, por lo que es importante que una empresa que trabaje con madera, debe tener muy en cuenta este tipo de tratamientos a los cuales debe someterse la madera. Existen varias maneras de tratar la madera como son los siguientes:

Sistema de Inyección

- *Examen de las piezas afectadas para ver la profundidad, gravedad y localización del ataque.*
- *Comprobación de la estabilidad de las piezas atacadas.*
- *Limpieza, si es preciso de la madera a tratar.*
- *Eliminación de la madera que haya perdido su capacidad mecánica y sustitución por otra madera sana tratada previamente.*
- *Retirada de las capas de pintura y barnices que pudiera tener la madera, para dejarla limpia, si fuera necesaria.*
- *Inyección por el sistema de taladro a presión de un insecticida y fungicida en las piezas de madera que así lo requiera.*

- *Pulverizado, pincelado o baño con un insecticida y fungicida las piezas a tratar.*
- *Formación de barreras aislantes en los muros y suelos si es preciso, por el sistema de taladros múltiples en caso de termita subterránea.*

Sistema de Gaseado

- *Examen de las piezas afectadas para ver la profundidad, gravedad y localización del ataque.*
- *Comprobación de la estabilidad de las piezas atacadas.*
- *Limpieza, si es preciso de la madera a tratar.*
- *Eliminación de la madera que haya perdido su capacidad mecánica y sustitución por otra madera sana tratada previamente.*
- *Introducción de las piezas en cámara sellada, donde se utilizan gases totalmente inertes, que no representan ningún tipo de peligro y no alteran el medio ambiente.*

Sistema de Cebos

DISET control de plagas utiliza un nuevo método, totalmente ecológico, para luchar contra las termitas, el Sistema TERMIGARD.

Este sistema consiste en la instalación de estaciones de control en el suelo y en los lugares donde se detecta actividad de termitas. En estas estaciones se introduce un cebo alimenticio biosida, desde el cual se suministra el ingrediente activo que actuará en el organismo biológico de las termitas.

El cebo alimenticio biosida es consumido por las termitas obreras, que se encargan de transportarlo al seno de la colonia, y a causa de los constantes intercambios de alimentos entre los distintos miembros de la colonia, es difundido a la totalidad del termitero.

2.2. Descripción del producto

Cuando hablamos del producto nos referimos a muebles plegables pero en este caso específicamente las camas plegables y multifuncionales que pueden adaptarse a espacios reducidos que se encuentran principalmente en viviendas pequeña y a la vez son muebles multifuncionales que pueden ser utilizados de diferentes maneras; es decir, es un mueble que tiene la capacidad de ser utilizado cumpliendo las funciones de dos muebles convencionales, dependiendo de la forma y la ubicación que se le dé.

Para la elaboración de este tipo de muebles se ha decidido utilizar materiales que brinden facilidad al momento de cortar, sean fáciles de conseguirlos y principalmente que proporcionen un buen aspecto, que sea elegante y a la vez moderno. El principal material a ser empleado en la fabricación de estos muebles serán los tableros aglomerados Duraplac, también conocidos como RH; todos estos materiales vendrán acompañados con otros materiales utilizados para las conexiones, pegado, adiciones, diseño, etc. Estos materiales son tornillos, bisagras, pegamento, clavos, herrajes, etc.

El producto que se ofrece es de calidad y garantizado, ya que la madera que va a ser utilizada para la fabricación ha sido tratada y no sufrirá ningún tipo de problema o alteración por plagas. A continuación se presenta uno de los muebles que se ofrecen al mercado (Figura No.2, 3 y 4). La cama sencilla plegable como se puede ver en la imagen es una cama que se encuentra dentro de una base, la cual tiene varios cajones y repisas para poner objetos de dormitorio, se despliega desde su parte superior con facilidad permitiendo el acceso a la cama y de la misma manera se la recoge regresando a su posición original. La cama sencilla plegable permite ahorrar espacio en un dormitorio; de esta manera no es necesario tener otros muebles para guardar la ropa u objetos que consumen espacio e incomodan.

Figura 7 Diseño de cama simple en la base



Fuente: Blog Hogar, Decoración, camas plegables

Figura 8 Diseño cama simple semi-plegada



Fuente: Blog Hogar, Decoración, camas plegables

Figura 9 Diseño cama simple totalmente desplegada



Fuente: Blog Hogar, Decoración, camas plegables

2.3 Análisis de riesgos y oportunidades

Riesgos

El riesgo que se puede encontrar con la implementación de esta empresa es la falta de conocimiento por parte de los clientes acerca de este tipo de muebles, de sus funciones, de sus ventajas, de las necesidades que pueden cubrir; generando un impacto no deseado que llevaría consigo, no alcanzar el número de ventas esperadas. La aceptación por parte de los clientes es un factor muy importante y decisivo en la ejecución de un proyecto innovador.

Oportunidades

Se puede considerar como una oportunidad a las necesidades de las personas; es decir, hoy en día la mayoría de las personas necesita comodidad, todo el tiempo se está buscando la manera de vivir más cómodos, lamentablemente el tamaño de la vivienda es un factor que no permite cubrir esta necesidad, generando de esta manera la oportunidad de negocio, ya que las personas que habitan en este tipo de viviendas necesitan de muebles plegables y multifuncionales para encontrar la comodidad que están buscando.

Otra oportunidad que es la funcionalidad de los muebles, ya que es la característica principal que diferencia a los muebles plegables y funcionales de los muebles convencionales.

2.4 La demanda

2.4.1. Variables de la demanda

- a. Gustos y preferencias.-** *factor importante que determina la acogida que el producto tenga en el mercado, por lo tanto influye en su nivel de compra.*

- b. **Ingresos.**- este factor influye en el nivel adquisitivo de compra que tiene el cliente debido a su nivel de ingreso, nos permite determinar el comportamiento de la demanda.*
- c. **Precio.**- principalmente este factor determina el incremento o la disminución de la demanda en un producto, ya que si el precio es elevado disminuirá y si este es bajo aumentara, llegando a establecer el nivel de demanda.*
- d. **Bienes relacionados.**- es importante considerar que existen dos tipos de bienes que pueden afectar a la demanda del producto; como son los bienes sustitutos y los complementarios.*

2.4.2. Análisis del mercado

El estudio de mercado según Kotler, Bloom y Hayes, (1997) "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"

Para poder determinar cuál será la proyección de ventas de los muebles es necesario realizar con anticipación un estudio del mercado potencial de los muebles, conocer varios aspectos que influyen en la venta de los muebles; como son los siguientes:

Estilos de vida: *normalmente los muebles son comprados dependiendo del estilo de vida de cada persona; es decir, hay familias en las que todos los que la integran pasan fuera de casa la mayor parte del día y prácticamente solo llegan a dormir buscan un tipo de mueble que les brinde comodidad y las personas que pasan la mayor parte del día en casa por lo general compran los muebles dependiendo de la funcionalidad de cada uno de ellos.*

Geográficas: *la venta de los muebles se encuentra dirigida hacia todos los sectores de la ciudad de Guayaquil, ya que se considera que todas las personas sienten la necesidad de tener comodidad e innovación en sus hogares.*

Sociodemográficas: es uno de los aspectos más importantes, ya que se necesita definir hacia quien va dirigido nuestro producto. La demanda está establecida por personas entre las edades de 20 a 54 años de edad, ya que es una edad en la cual estas, se encuentran económicamente activas y con capacidad de adquirir sus propios bienes. La demanda se dirige a familias o personas con nivel económico medio y medio alto.

Ventajas buscadas: es importante considerar que los segmentos escogidos tendrán ciertas características de preferencia como son: su durabilidad, su precio, calidad, funcionalidad e innovación; se pretende ofrecer las características mencionadas en los muebles a precio cómodo para nuestro mercado objetivo. Los precios definidos no serán sumamente económicos en comparación a la compra de un mueble convencional; la comparación se realiza al momento de decidir entre la compra de un mueble convencional con la de un mueble plegable y funcional, considerando que el último puede cumplir con la función de los dos muebles convencionales y además brinda comodidad e innovación en el hogar.

Considerando estos factores determinantes, se puede decir que nuestro mercado objetivo de encuentra en personas que tengan edad entre los 20 y 54 años , con un nivel económico medio y medio alto; se ha seleccionado este rango de edad, debido a que este rango de personas compra un producto no solamente por necesidades básicas; sino también por buscar diferenciación, que ofrecen los diseños innovadores más el valor agregado que se refiere a las funciones que pueden desempeñar las camas plegables y multifuncionales.

Tomando como referencia este segmento anteriormente mencionado podemos decir que la cobertura que debemos brindar es extensa; ya que como podemos observar en las siguientes tablas estadísticas y gráficas ofrecidas por el INEC existe un número elevado de personas en este rango de edades. De esta manera también se ha escogido personas que se encuentren dentro de la sociedad económicamente activa.

Tabla 1 Estructura de la población, rango de edades.

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	9.743	0,3%	2.281	0,1%
De 90 a 94 años	11.995	0,4%	5.712	0,2%
De 85 a 89 años	17.350	0,5%	13.655	0,4%
De 80 a 84 años	25.477	0,8%	25.924	0,7%
De 75 a 79 años	37.182	1,1%	37.219	1,0%
De 70 a 74 años	51.412	1,6%	53.901	1,5%
De 65 a 69 años	45.703	1,4%	56.752	1,6%
De 60 a 64 años	94.293	2,8%	118.685	3,3%
De 55 a 59 años	91.994	2,8%	138.010	3,8%
De 50 a 54 años	130.270	3,9%	166.684	4,6%
De 45 a 49 años	158.124	4,8%	204.345	5,6%
De 40 a 44 años	200.728	6,1%	220.145	6,0%
De 35 a 39 años	229.555	6,9%	249.779	6,9%
De 30 a 34 años	255.593	7,7%	289.594	7,9%
De 25 a 29 años	276.926	8,4%	307.034	8,4%
De 20 a 24 años	336.609	10,2%	321.308	8,8%
De 15 a 19 años	321.456	9,7%	338.370	9,3%
De 10 a 14 años	332.561	10,1%	373.511	10,2%
De 5 a 9 años	341.476	10,3%	362.896	10,0%
De 0 a 4 años	340.587	10,3%	359.678	9,9%
Total	3.309.034	100,0%	3.645.483	100,0%

Fuente: INEC, Población y demografía

“El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de mercado es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades que el producto resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado”. Es necesario conocer el tipo de viviendas que las familias en la ciudad de Guayaquil utilizan, por lo que se presenta en porcentajes como mayor tendencia de viviendas a la casa propia y totalmente pagada, seguido de arrendada (Gráfico No.10). Es un aspecto importante, debido que por lo general las personas con casas propias tienden a comprar muebles para el hogar que durarán por varios años.

Figura 10 Tendencia de la vivienda en Guayas

¿CUÁL ES LA TENENCIA DE LA VIVIENDA EN GUAYAS?

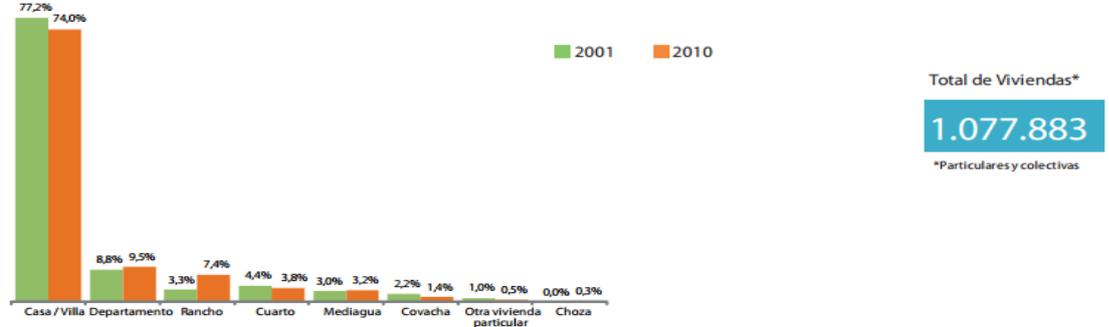


Fuente: INEC, características del hogar

El tipo de muestreo que será utilizado para la investigación será el no probabilístico por cuotas; ya que de esta manera según Hernandez R.(2006) “se puede obtener representatividad no solamente de una categoría sino de varias o estratos de la población de estudio; sin embargo, cabe recalcar que en este tipo de muestreo no se usa el azar. El investigador podrá seleccionar los elementos que a él le parezcan importantes o útiles de la población seleccionada, por lo que depende del criterio de éste.” A continuación se presentan las estadísticas del incremento de viviendas y la cantidad de viviendas que existen en la provincia del guayas. (Gráfico No.11)

Figura 11 Tipo de vivienda en la ciudad

¿QUÉ TIPO DE VIVIENDA TENEMOS?

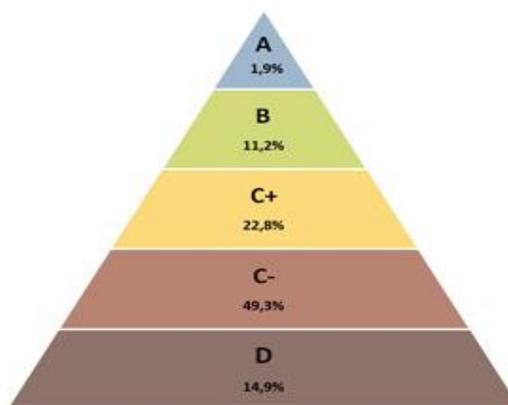


Fuente: INEC, Población y demografía

Podemos observar la cantidad de viviendas que tienen que ser amobladas; este factor representa una oportunidad en la ciudad escogida para crear la empresa; es decir, la demanda que se puede presentar es elevada y positiva para la ejecución del proyecto.

En lo que concierne a los niveles socioeconómicos de los hogares en Guayaquil, podemos decir que existen diferentes estratos que han sido determinados a base de estudios preliminares. (Gráfico No.12)

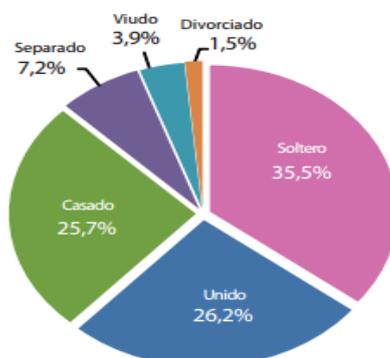
Figura 12 Estratificación del Nivel socioeconómico



Fuente: INEC, estadísticas

Claramente se puede observar que los estratos escogidos para formar parte del target no corresponde a los mayores porcentajes, pero han sido escogidos por su poder adquisitivo y la rotación que existe en sus hogares para la compra de artículos de decoración como son: muebles, camas, etc. en sí, productos que generen satisfacción y comodidad en sus hogares y en sus vidas. Además se considerara el estado civil de nuestros clientes, en este caso se dirige a personas solteras; ya que este aspecto influye en gran parte en la compra de las camas plegables y funcionales. A continuación se presenta el estado conyugal de las personas que habitan en la ciudad de Guayaquil.

Figura 13 Características generales de la población, estado conyugal



Fuente: INEC , Población y demografía

El estado conyugal que se encuentra en la ciudad beneficia a la empresa, debido a que en mayores porcentajes se encuentra las personas solteras que por lo general se presentan en una etapa de independencia en la que quieren obtener sus propias cosas, se considera que existe la necesidad de amoblar el lugar de residencia ya sea solo o en pareja.

2.4.2.1. Determinación de la muestra

Considerando varios de los resultados estadísticos obtenidos por el INEC se procede a realizar un perfil de las personas que constituirán nuestra muestra para ser sometidas a una encuesta de opinión, las mismas que fluctuaran entre los 20 y 54 años de edad, deben pertenecer a una población económicamente activa, con una condición económica media y media alta por los motivos antes mencionados y finalmente que se encuentren solteros.

Considerando todas las características mencionadas, se procederá a delimitar el universo para obtener un número determinado y posteriormente se aplicara la respectiva fórmula para obtener la muestra.

El universo considerado para esta investigación de mercado se presenta de la siguiente manera:

Población en Guayaquil: 2 279.000

% situación económica (media y media alta): 34%

Población económicamente considerada: 774.860

% de personas con estado civil escogido (soltero): 35.5%

Personas con estado civil escogido (soltero): 275.075

En la siguiente tabla (tabla No 2) se representa la delimitación por edades que se han considerado económicamente activas y posibles compradores de las camas.

Tabla 2 Segmentación del mercado por edades

POBLACIÓN DE ESTUDIO		
Grupos de edades	% X EDADES	CANTIDAD
De 20 a 24 años	8.80%	24207
De 25 a 29 años	8.40%	23106
De 30 a 34 años	7.90%	21731
De 35 a 39 años	6.90%	18980
De 40 a 44 años	6%	16505
De 45 a 49 años	5.60%	15404
De 50 a 54 años	4.60%	12653

132586

Una vez delimitada la población de estudio se ha obtenido un resultado de 132.586 personas, que corresponderá a nuestro universo de investigación.

Parámetros:

- **Nivel de confianza:** 95%
- **Intervalo de confianza:** 5
- **Probabilidad:** 50%

Cabe recalcar que basado en teorías de tamaño de muestras para poblaciones infinitas; es decir, de 100.000 o más personas, se determina una muestra de 384, para proceder a realizar las respectivas encuestas que nos permitan determinar gustos, preferencias y necesidades; además, la factibilidad del proyecto.

2.4.3. Resultado de las encuestas

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Datos informativos

Sexo: Masculino Femenino

Edad: 20 a 30 31 a 40 41 a 50 51 a 54

Residencia: Sur Centro Norte Otros

1. Para usted, los muebles de su hogar son:

Elementos decorativos 53%

Artículos necesarios 35%

Artículos de lujo 12%

2. Usted renueva sus muebles debido a:

Deterioro 54% Moda 29%

Cambio de color 15% Otros 0%

3. ¿Con qué frecuencia normalmente renueva los muebles de su hogar?

Cada 3 años 9% Cada 5 años 24%

Cada 7 años 30% Cada 10 años 37%

Otros

4. ¿Qué tipo de muebles prefiere para su hogar?

Modernos 37% Innovadores 34%

Clásicos 29% Otros

5. ¿Ha escuchado sobre muebles plegables o multifuncionales?

Si 36% No 64%

6. **¿Cuál de los siguientes muebles le parecen más importantes en su hogar?**

Mesa	18%	Escritorio	12%
Armario	3%	Cama	67%

7. **Considerando que la cama fue una de sus opciones escogidas. ¿Qué característica llama más su atención?**

Comodidad	27%	Espacio	21%
Calidad	29%	Diseño	23%

8. **¿Estaría dispuesto a comprar una cama plegable y multifuncional que le permita ahorrar espacio y le brinde innovación a su hogar?**

Si	68%	No	32%
----	-----	----	-----

9. **De los siguientes diseños de camas plegables y multifuncionales. ¿Cuál le parece la mejor opción de compra para su hogar?**

Cama simple plegable



41%

Cama litera plegable



26%

Cama – escritorio multifuncional



33%

10. **¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una cama plegable y multifuncional fabricada con materiales de calidad y que cuente con las características antes mencionados?**

\$700 a \$900	38%	\$900 a \$1100	34%
\$1100 a \$1300	19%	\$1300 a \$1500	9%

2.4.4. Proyección de la demanda

Según Kotler (2003): “La demanda se calcula de acuerdo a los hábitos de consumo de la población objetivo, nivel de continuidad en que se da la compra, frecuencia en la utilización del producto, particularidades en el producto y tipo de presentación que se le dé al producto.

En la tabla (Tabla No.3) podemos observar la demanda de muebles en general de años anteriores, de la misma que se ha obtenido la tasa de crecimiento para el consumo de muebles de los próximos años a ser estudiados. Estos valores se los obtuvo del estudio base del proyecto antes mencionado.

Tabla 3 Proyección de la demanda años anteriores

Años	Consumo
2008	25,257,031.00
2009	27,104,217.00
2010	28,951,403.00
2011	30,798,589.00
2012	32,645,775.00
2013	34,492,961.00

Fuente: Proyecto guía

Se puede observar que la demanda en general aumenta con el paso de los años, pero sigue siendo representativo en cuanto a la oferta de muebles que hay en el mercado. En la siguiente tabla (Tabla No. 4) se muestra la demanda para los años de estudio del proyecto; es decir los próximos 10 años.

Tabla 4 Proyección de la demanda para años de estudio

Años	Consumo
2014	36,340,147.00
2015	38,187,333.00
2016	40,034,519.00
2017	41,881,705.00
2018	43,728,891.00
2019	45,576,077.00
2020	47,423,263.00
2021	49,270,449.00
2022	51,117,635.00
2023	52,964,821.00

Fuente: Autor

Con los resultados obtenidos se puede considerar que existe una demanda a la alza; lo cual, es un incentivo para la fabricación de muebles y en este caso, para las camas plegables y multifuncionales.

2.4.5. Área de mercado

Como ya ha sido mencionada el área o lugar donde se distribuirán las camas plegables y multifuncionales es, en la ciudad de Guayaquil.

Una vez elaboradas las camas, estos serán entregados en los distintos puntos de venta (distribuidores) de muebles para el hogar en la ciudad; tomando en cuenta locales con gran acogida y prestigio, los mismos que están ubicados en lugares donde existe la mayor afluencia de personas del sector norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil.

2.5. La oferta

En el mercado de muebles se puede encontrar muchas empresas dedicadas a la fabricación de estos, pero es importante recalcar el valor agregado de los muebles que se ofrecen.

En la venta de muebles existe una clasificación específica que se la realiza por tipos, entre los cuales tenemos:

- *Muebles para el hogar: camas, mesas, sillas, guardarropas, comedor, sala, escritorios, etc.*
- *Muebles para oficina: archivadores, armarios de oficina, estanterías, escritorios para oficina, repisas, etc.*
- *Muebles para cocina: armarios de cocina, armario de alimentos, mesas, sillas, etc.*

2.5.2. Principales mueblerías en la ciudad de Guayaquil

Considerando que nuestro producto será comercializado en la ciudad de Guayaquil, a continuación se presenta un listado de las principales mueblerías

- *La Fragata*
3. *La línea*
 4. *Dassconfort*
 5. *Colineal*
 6. *Acacia*
 7. *Mueblería Palito*
 8. *El bosque*
 9. *Villegas*
 10. *Rosita*
 11. *Alboarte*
 12. *Atelier*
 13. *Almacenes Elmue*
 14. *Credisa*
 15. *El tigre*
 16. *Kare*
 17. *Ecuamueble*
 18. *Bienstar*
 19. *Madeform*

Teniendo en cuenta que las empresas antes mencionadas son aquellas que manejan la mayor parte del mercado de muebles, se procederá a presentarles una propuesta de venta de las camas plegables y multifuncionales; con la finalidad de aprovechar el mercado ya constituido y de esa manera insertarnos en el mercado rápidamente.

2.5.3. Localización con respecto al área de consumo

Nivel de uso del producto, marcas y ubicación

Entre las principales marcas que se encuentran en el mercado y que tienen mayor preferencia, podemos mencionar: Colineal, Palito, El bosque, ModernMueble y Villegas. En este tipo de mueblerías el producto está dirigido a un grupo de mercado de condición económica media alta y alta; el cual toma parte de nuestro mercado objetivo.

Las personas de condiciones económicas media y media alta tienden a comprar los muebles por dos motivos específicos; el primero basado en su marca y el segundo en el diseño del mueble, este tipo de personas aprecian las ventajas del producto y enfocan su compra en cualidades que resalten los beneficios que tendría la compra de dicho mueble.

Con respecto a la ubicación, se ha considerado buscar almacenes que comercialicen muebles en el sector norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil con la finalidad de captar la mayor cantidad de clientes; así como tener presencia en gran parte de la ciudad, que les permita tener facilidad de acceso y comodidad al momento de buscar un mueble para su hogar; además, se pretende encontrar almacenes que se encuentren en lugares públicos y transcurridos, que sean seguros y bien cuidados.

2.5.4. Comportamiento histórico de la oferta

Se puede decir que los cambios que se han dado con el paso de los años en la fabricación de muebles se deben a la búsqueda por satisfacer las necesidades de los clientes

Hace varios años atrás los artesanos acostumbraban a fabricar un solo mueble o pieza a lo largo de los procesos productivos sin la ayuda de otras personas que no sean sus maestros que les dieron la sabiduría para poder realizarlo, de esta manera ellos conocían la totalidad del proceso del proyecto, pero el crecimiento de la población en Guayaquil obligo de la misma manera a fabricar con mayor rapidez y en mayores cantidades mediante el uso de maquinaria y equipos acorde a la actualidad.

Debido a la aparición de la industrialización se puede decir que el sistema artesanal de producción de muebles está desapareciendo de a poco; y de la misma manera todas aquellas personas que eran los encargados de ensamblaje, de diseño de los muebles, obreros, etc.

Con el paso del tiempo, ya ahora en el siglo XXI se producen muchos de los artículos en grandes cantidades y los consumidores tienen una amplia gama para escoger en diferentes gustos, necesidades y presupuesto. Por lo tanto, hoy en día se encuentra una gran cantidad de ofertas de un mismo producto pero con precios diferentes, basados en sus ventajas y características. La pelea por así decirlo se encuentra en cubrir mayor cantidad de necesidades en los clientes.

Ahora los grandes y pequeños productores emplean sistemas de producción que permiten reducir sus costos operativos sin dejar atrás las características pedidas comúnmente en el mercado por los consumidores. Por lo general, en el caso de los pequeños productores se lo realiza de una manera más artesanal, donde no se necesita de mucho personal para arrancar la producción; ya que, se encargan de la mayoría de procesos entre todos.

Haciendo un pequeño análisis de lo antes mencionado se puede decir que en la actualidad la producción de muchos objetos no es realizada para cubrir las necesidades reales de los consumidores; sino que se crean necesidades inexistentes para no detener la producción en uso de las maquinarias.

2.5.5. Proyección de la oferta

De la oferta de muebles en general de años anteriores, se ha obtenido la tasa de crecimiento para la venta de muebles de los próximos años a ser estudiados (Tabla No 5). Estos valores se los obtuvo del estudio base del proyecto antes mencionado, que nos ha brindado los valores necesarios para proyectar la oferta.

Tabla 5 Proyección de la oferta en años anteriores

Años	Consumo
2008	23,104,768.00
2009	24,400,628.00
2010	25,696,487.00
2011	26,992,346.00
2012	28,288,206.00
2013	29,584,065.00

Fuente: Proyecto guía

Se puede ver que la oferta incrementa en relación a la demanda pero con un porcentaje inferior. En la siguiente tabla (Tabla No. 6) se observa el crecimiento de la oferta en muebles de los próximos años.

Tabla 6 Proyección de la oferta para años de estudio

Años	Consumo
2014	30879924.47
2015	32175783.84
2016	33471643.21
2017	34767502.58
2018	36063361.95
2019	37359221.32
2020	38655080.7
2021	39950940.07
2022	41246799.44
2023	42542658.81

Fuente: Autor

2.6. Demanda que será atendida por el proyecto

Para determinar la demanda que será cubierta por el proyecto se ha tomado en cuenta los datos obtenidos en la encuesta; la cual, presenta un alto interés por el producto

La cantidad de viviendas en Guayaquil se ha expandido en los últimos años y es necesario amoblarlas para poder vivir en ellas, un factor que influye en la demanda es el nivel de rotación que existe en la renovación de muebles en una casa. Con la cantidad de familias y hogares en Guayaquil y su rotación en muebles podemos decir que la demanda a cubrir será muy grande para un producto que no es muy conocido en el mercado y que no es fabricado en grandes cantidades.

Cabe recalcar que existen ciertos factores que podrían ocasionar variaciones en la demanda a cubrir como por ejemplo:

- 3. Cambio en los gustos y preferencias de los consumidores*
- 4. Cambio en tendencias del mercado de muebles.*
- 5. Elaboración de nuevos productos*
- 6. Cambios políticos que afecten a la economía*

7. *Variación en los precios*

De la misma manera la oferta puede verse afectada por ciertos factores determinantes como pueden ser los siguientes:

8. *Precios, estructura de costos*
9. *Falta de publicidad*
10. *Disminución en volúmenes de producción*
11. *Baja calidad de producto*
12. *Ubicación con respecto al área de consumo*
13. *Restricciones*
14. *Participación de mercado*

2.6.1. Mercado consumidor

Datos:

Universo de investigación: 132.586 personas

En la pregunta número 8 se pudo obtener como resultado que el 68% de las personas estarían dispuestas a comprar una cama plegable y multifuncional; es decir, 90.158 personas que se encuentran interesadas en nuestro tipo de mueble. Cabe recalcar que estos clientes potenciales de las camas plegables podrían realizar la compra cada 10 años, considerando las respuestas de la pregunta número 3 de la encuesta; por lo cual, se dividirá las 90.158 personas para diez con el fin de obtener la cantidad por año y posteriormente este resultado para 12 para obtener la cifra mensual del consumo de muebles, así:

$$90.158 \text{ personas} / 10 \text{ años} = 9.015$$

$$9.015 \text{ personas} / 12 \text{ meses} = 751$$

Son 751 el número de personas que podrían realizar la compra de las camas plegables en un mes; de los cuales, el 41% respondió que estaría dispuesto

a comprar la cama simple plegable, el 26% la cama litera plegable y el 33% la cama-escritorio multifuncional.

Realizando la operación correspondiente con cada uno de estos porcentajes se obtuvo los siguientes resultados:

1. Cama simple plegable = 308
2. Cama litera plegable = 195
3. Cama – escritorio multifuncional = 248

Con los resultados obtenidos podemos decir que existe un gran interés por la compra de productos innovadores que diciéndolo de manera simple, permitan facilitar la vida de las personas y brinden comodidad en su hogar.

A continuación, en la siguiente tabla se presenta la información anterior de manera reducida. **(Tabla No. 7)**

Tabla 7 Demanda del mercado consumidor

Tamaño del mercado	132.586
% de personas que comprarían una cama	68%
Demanda del producto por periodo de compra(10 años)	90.158
Demanda del producto anual	9.015
Demanda del producto mensual	751
Demanda mensual del producto	
Cama simple plegable	308
Cama litera plegable	195
Cama - escritorio multifuncional	248

Fuente: Autor

Debido al presupuesto con el que se cuenta para la ejecución del proyecto, considerando que la empresa es nueva y representa un alto riesgo de aceptación en el mercado; la capacidad máxima de producción que se ha determinado con la cantidad de trabajadores que se contratará; se ha establecido tener una captación de mercado del 8% con un crecimiento anual del 3% en la producción; lo cual quiere decir que la demanda del

mercado consumidor para el primer año que será atendida mensualmente por el proyecto será de:

- *Cama simple plegable = 25*
- *Cama litera plegable = 15*
- *Cama-escritorio multifuncional = 20*

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Capacidad del proyecto

Tabla 8 Tiempo necesario para la fabricación de cada producto

CAMA SIMPLE				
Mano de Obra Directa	No. de personas	Horas	Costo hora	Costo Total
Corte y arreglo de RH	1	1.8	\$ 2.50	\$ 4.50
Ensamblado	2	6	\$ 5.89	\$ 70.71
Acabado	1	2	\$ 2.50	\$ 5.00
TOTAL	4	9.8		\$ 80.21
CAMA LITERA PLEGABLE				
Mano de Obra Directa	No. de personas	Horas	Costo hora	Costo Total
Corte y arreglo de RH	1	2.8	\$ 2.50	\$ 7.00
Ensamblado	2	8	\$ 5.89	\$ 94.29
Acabado	1	2	\$ 2.50	\$ 5.00
TOTAL	4	12.8		\$ 106.29
CAMA - ESCRITORIO MULTIFUNC				
Mano de Obra Directa	No. de personas	Horas	Costo hora	Costo Total
Corte y arreglo de RH	1	2	\$ 2.50	\$ 5.00
Ensamblado	2	7	\$ 5.89	\$ 82.50
Acabado	1	2	\$ 2.50	\$ 5.00
TOTAL	4	11		\$ 92.50

Fuente: Autor

Conociendo el tiempo que toma la elaboración de cada tipo de cama y el número de trabajadores que se contratará, las actividades han sido repartidas de acuerdo a las necesidades de la demanda con los porcentajes establecidos para cada tipo de cama. La planta trabajará durante cinco días a la semana por 8 horas diarias; éste tiempo determinará la capacidad de cada tipo de cama considerando la demanda de los mismos; como se muestra en la tabla No 9.

Tabla 9 Capacidad de producción mensual

Capacidad de producción mensual	
Producto	Capacidad de producción mensual
<i>Cama simple plegable</i>	25
<i>Cama litera plegable</i>	15
<i>Cama- escritorio plegable</i>	20
Producción total	60

Fuente: Autor

Es importante tomar en cuenta que no se contratarán cuatro trabajadores por tipo de mueble, las actividades se encontrarán distribuidas de la siguiente manera:

Cuatro grupos conformados por un operario de máquinas, un maestro de ensamblado, un operario de ensamblado y un operario de acabados. Debido a que el proceso de cortes y acabados es de tiempo corto y sencillo, los dos operarios tanto de máquinas como acabados trabajarán en los cuatro grupos, optimizando tiempo; mientras que los maestros y operarios de ensamblado se enfocarán en un solo tipo de mueble y serán estables en dicho grupo. Uno de los cuatro grupos tendrá que ensamblar los tres tipos de camas pero en las cantidades necesarias para cubrir la cantidad de muebles que no alcancen a producir los otros tres para completar el pedido; es decir, éste grupo trabajará en los tres tipos de muebles pero solo en las cantidades que falten.

Tabla 10 Capacidad del proyecto

Tipo de cama	Horas de produccion x cama	Horas laborales al mes	Camas al mes	Estimación de venta	Faltantes	Tiempo camas faltantes
Cama Simple	9.8	168	17	25	8	78
Cama Litera	12.8	168	13	15	2	26
Cama-escritorio	11	168	15	20	5	55
			45	60	15	159

Fuente: Autor

En el cuadro anterior se presencia primeramente la cantidad que se puede producir con 8 trabajadores como está especificado en la tabla No.8; es decir, con esta cantidad de trabajadores se podría producir 45 camas al mes, lo que quiere decir que faltarían 15 camas para completar el pedido mensual, para cubrir estas camas se contratarán 2 personas más para ensamblado y 1 para los cortes que soporten el arreglo del material de RH.

3.1.1. Factores que pueden influir en el tamaño del proyecto

▪ Materia Prima

Es necesario tener proveedores que puedan facilitarnos el material para construir los muebles que principalmente será HR, tela, resortes, y en algunos casos tornillos, lijas, laca, herrajes, herramientas, etc. La disponibilidad de estos materiales debe ser de manera inmediata y con precios factibles para la empresa. Una de las ventajas que podemos encontrar es que existen varias comercializadoras de estos tipos de producto; lo que nos permitirá elegir precios y calidad. En el caso del HR se tendrá varios proveedores que nos entregaran el material con los cortes especificados.

Los tableros de RH, son más confiables y eficientes que otros porque:

- ✓ Son de calidad superior que cumple los más altos estándares.*
- ✓ Contienen menos impurezas por lo que facilitan el corte y reducen el desgaste de las herramientas.*
- ✓ Tienen una mejor estructura interna, más homogénea y consistente ya que utiliza mejor madera que la competencia.*
- ✓ Tiene formatos manejables y adecuados para modulación por lo que incrementan el aprovechamiento .*
- ✓ No se despostillan al cortarse por lo que ahorran tiempo de trabajo y problemas de calidad.*

- ✓ *Son apoyados por una extensa red de servicio y capacitación al cliente que ofrece una rápida respuesta a sus reclamos dentro de 72 horas.*
- ✓ *Cuidan el ambiente y el futuro de nuestras familias al ser fabricados con madera de bosques reforestados o plantados.*
- ✓ *Ofrecen una amplia gama de recubrimientos y texturas actualizados con las tendencias.*
- ✓ *Son fabricados y despachados al cliente rápidamente.*
- ✓ *Cumplen pedidos especiales del cliente en cuánto a largos y combinaciones de recubrimientos.*

▪ **Mano de obra**

En lo que concierne a la disponibilidad de mano de obra no existirá problema alguno en el caso de obreros, debido a que en la ciudad hay gran cantidad de personas que sabe trabajar con este material y tiene los conocimientos necesarios para realizar su trabajo en los muebles. Otro factor importante es que no se requiere de estudios superiores en el caso de los obreros; lo cual nos permite tener un fácil acceso ya sea mediante anuncios en los periódicos o recomendaciones. Por tratarse de un producto innovador requerimos de una persona especializada en diseños, el mismo que se encargara de realizar los mecanismos para una buena funcionalidad de los muebles.

▪ **Maquinaria**

La maquinaria empleada para la fabricación de muebles y camas, en este caso en específico no tiene un valor alto y tampoco requiere de tecnología de punta. La maquinaria se la puede encontrar en diferentes puntos de venta en la ciudad sin necesidad de importar.

Entre las maquinas que básicamente se utilizan tenemos: los taladros, cortadora y lijadora.

- **El mercado**

En la realización de un producto innovador es importante tener en cuenta factores como la demanda, la oferta actual y proyectada, así como la demanda que se tiene pensado cubrir. Al realizar el estudio de mercado se pudo determinar que la demanda para los próximos años tiende a seguir creciendo, lo cual nos brinda una tranquilidad sabiendo que es un mercado al que puede dirigirse la empresa y poder cumplir objetivos que han sido planteados para el proyecto. En este caso podríamos decir que el mercado no sería un limitante para determinar el tamaño de la empresa.

- **Financiamiento**

Recurso importante que puede determinar la continuación de la puesta en marcha del proyecto. Como en la mayoría de los casos de empresas nuevas que quieren ser creadas para ingresar al mundo de los negocios es complicado empezar con un capital propio que financie la totalidad del proyecto, por lo que recurren en busca de un crédito bancario o dinero de terceros que ayuden a cubrir los costos que implican la ejecución del proyecto. Este proyecto se encontrará constituido por un 30% de capital propio que será aportación de los socios y el 70% restante por un crédito a la CFN, mediante el CREDIPYME para capital de trabajo, el cual financia hasta el 70% para la ejecución de un proyecto nuevo.

3.2. Estudio de localización

3.2.1. Análisis de micro-localización

Este análisis de refiere a como se encontrará constituida precisamente la fábrica de los muebles; así como algunos de los factores que pueden influir en la localización de la misma.

3.2.1.1. Infraestructura requerida para la fabricación del producto

La fábrica se encontrará distribuida de manera que se pueda optimizar espacios, brindando comodidad para el personal de planta, facilitando el movimiento tanto de personal como de los materiales, adecuando las áreas disponibles correctamente para lograr un mejor desarrollo de los trabajadores con eficiencia y eficacia.

3.2.1.2. Área requerida

Área administrativa

El área administrativa se encontrará subdividida en diferentes oficinas para lograr una mejor organización y creando un ambiente agradable; éste contará con la oficina de gerencia y su secretaria con un área de 12m² con sus respectivas divisiones, el área de ventas será compartida con el departamento financiero, éste contara con un espacio de 15m². y la oficina del jefe de producción y su asistente que será de 15m² también. El área del jefe de producción se la ha diseño de tal forma que tenga visibilidad con la planta de procesamiento de donde podrá observar si los procedimientos se están cumpliendo según lo establecido. Desde esta ubicación será posible incluso observar la bodega de materiales, productos terminados y área de acabados.

Área de ensamblado

El área de producción será adecuada considerando el factor de movimiento de personal y materiales, se busca la optimización de espacios para un mejor desempeño. Esta área contará con un espacio de 120 m².

Área de acabados

En esta área el mueble pasa por el proceso de lacado, arreglos de fallas, tapizado, brillo, etc. Tendrá un espacio de 35m².

Bodegas

El espacio de las bodegas se encontrará dividido en tres. Primero tendremos la bodega de materia prima la cual contará con un espacio de 30m². La siguiente bodega será un espacio peque de 5m² donde se colocarán las herramientas y equipos de protección, y finalmente la bodega de productos terminados listos para su despacho que contará con un área de 55m².

Baños

Se contará con dos baños uno para los obreros de planta que tendrá un espacio de 10 m² con cubículos para guardar la ropa u objetos personales y otro baño destinado para el área de oficinas con un espacio de 4 m².

Garaje

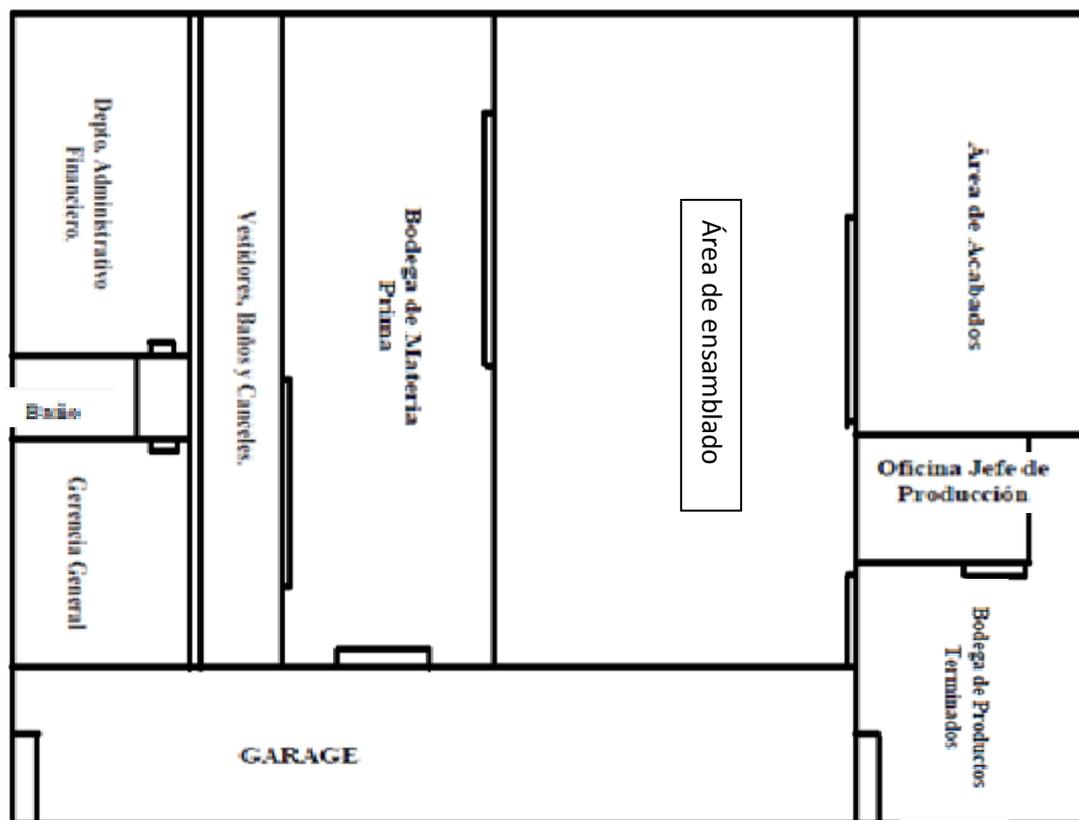
Este espacio será utilizado para guardar vehículos de la empresa y para facilitar el despacho de los productos terminados, por lo cual se encuentra ubicado cerca de las bodegas. Contará con un espacio de 30m²

El área total para la planta de producción será de 400m², dentro de los cuales tendrá un área de construcción para las instalaciones antes mencionadas de 331m² que representa un costo de \$45.000,00. Este

terreno con las instalaciones incluidas formará parte del capital de la empresa. A continuación se presenta el diseño de la empresa.

3.2.1.3. Diseño de la planta

Figura 14 Diseño de la planta de producción



Fuente: Autor

3.2.1.4. Necesidad de carreteras y vías de acceso a la empresa

La ubicación de la planta de fabricación es esencial; ya que de no ser un buen lugar esto podría elevar los costos de transporte, ya sea para la obtención de la materia prima, la facilidad de transporte del recurso humano o para el despacho del producto terminado. Dos preguntas que son necesarias contestar en este tema son las siguientes:

¿Dónde quiero?

¿Dónde puedo?

Guayaquil es una ciudad que tiene diversos lugares industriales ubicados de manera específica para facilitar el acceso a las diferentes fábricas. Por lo general, en estos sectores industriales cuentan con vías de acceso y carreteras en buen estado; lo cual podemos tomar como una ventaja para la ejecución del proyecto.

Como se conoce Guayaquil es la ciudad comercial del Ecuador, no se podría decir que existe un lugar en específico en el que todo negocio marcha bien por su ubicación; ya que, en la zona norte, centro o sur de la ciudad se puede encontrar clientes potenciales y proveedores eficientes; por tal motivo es necesario realizar un estudio que determine el mejor lugar considerando costos, oportunidades, proveedores, clientes, vías de acceso, etc. Y que pueda responder a las preguntas antes generadas.

3.2.2. Análisis de macro-localización

Se pueden determinar ciertos factores que influyen directamente con la ubicación de la fábrica de muebles. Como se lo menciono hace un momento estos pueden determinar costos importantes para la empresa.

- 2. Terrenos disponibles*
- 3. Facilidades de transporte*
- 4. Accesibilidad a materia prima*
- 5. Disponibilidad de mano de obra*
- 6. Leyes y reglamentos*
- 7. Clima*
- 8. Condición económica del sector*
- 9. Disponibilidad de servicios básicos*
- 10. Magnitud del mercado*
- 11. Localización del mercado*
- 12. Facilidad de distribución*

3.2.2.1. Ubicación de la planta

Después de haber analizado los factores antes mencionados y tomando en cuenta la disponibilidad de un terreno para la ejecución del proyecto se estableció que el lugar con mayor beneficios para crear la empresa será en el Km 6.5 vía a Duran Boliche en el Parque Industrial Leinati; de esta manera no será necesario comprar un terreno. Este sector industrial cuenta con las facilidades y disponibilidad de materia prima, debido a que varias empresas madereras y ferreterías de la ciudad tienen sus locales en este sector; de la misma manera las vías de acceso se encuentran en buen estado y no representa un problema para los clientes, proveedores, ni trabajadores al ingreso a la fábrica. (ANEXO 3)

3.3. Mercado consumidor y fuentes de abastecimiento de insumos

El proceso que se seguirá para que el producto terminado pueda llegar al consumidor será por medio de distribuidoras y diferentes mueblerías del mercado que se encuentren interesadas. Los muebles serán entregados con un camión que permita un manejo cuidadoso de los muebles para que estos lleguen en excelentes condiciones a su destino. Dependerá del tipo de contrato que se firme con las distribuidoras para saber quién es el encargado de transportar los muebles. Los pedidos deberán ser realizados con anticipación para poder cumplir de manera correcta y a tiempo.

Los materiales empleados para la fabricación de las camas los podemos encontrar en lugares muy conocidos de la ciudad, debido a que no se necesitan insumos en cantidades extremadamente grandes y escasas; los proveedores que han sido escogidos son aquellos que representan mejores precios en el mercado y con un buen nivel de calidad en sus productos.(Anexos 3,4,5,6,7,8)

Tabla 11 Insumos y Fuentes

INSUMOS	FUENTES
<i>Maquinaria y equipos</i>	<i>MegaKywi o Ferrisariato</i>
<i>Insumos para armado y terminado</i>	<i>MegaKywi o Ferrisariato</i>
<i>Materia prima HR</i>	<i>EDIMCA o NOVOPAN</i>
<i>Mano de obra</i>	<i>Mercado local</i>
<i>Computadores</i>	<i>Novicompu</i>

Fuente: Autor

- ✓ **MegaKywi:** comercializadora de productos de ferretería, hogar, acabados y materiales de construcción



- ✓ **Ferrisariato:** Distribuidor de productos de ferretería hogar, acabados y materiales de construcción



- ✓ **Edimca:** Provee soluciones de madera y complementos para la industria del mueble, la construcción y la decoración.



- ✓ **Novicompu:** Importación y venta de productos electrónicos con mejores precios en el mercado.



3.4. Ingeniería del producto

3.4.1. Proceso de fabricación del producto

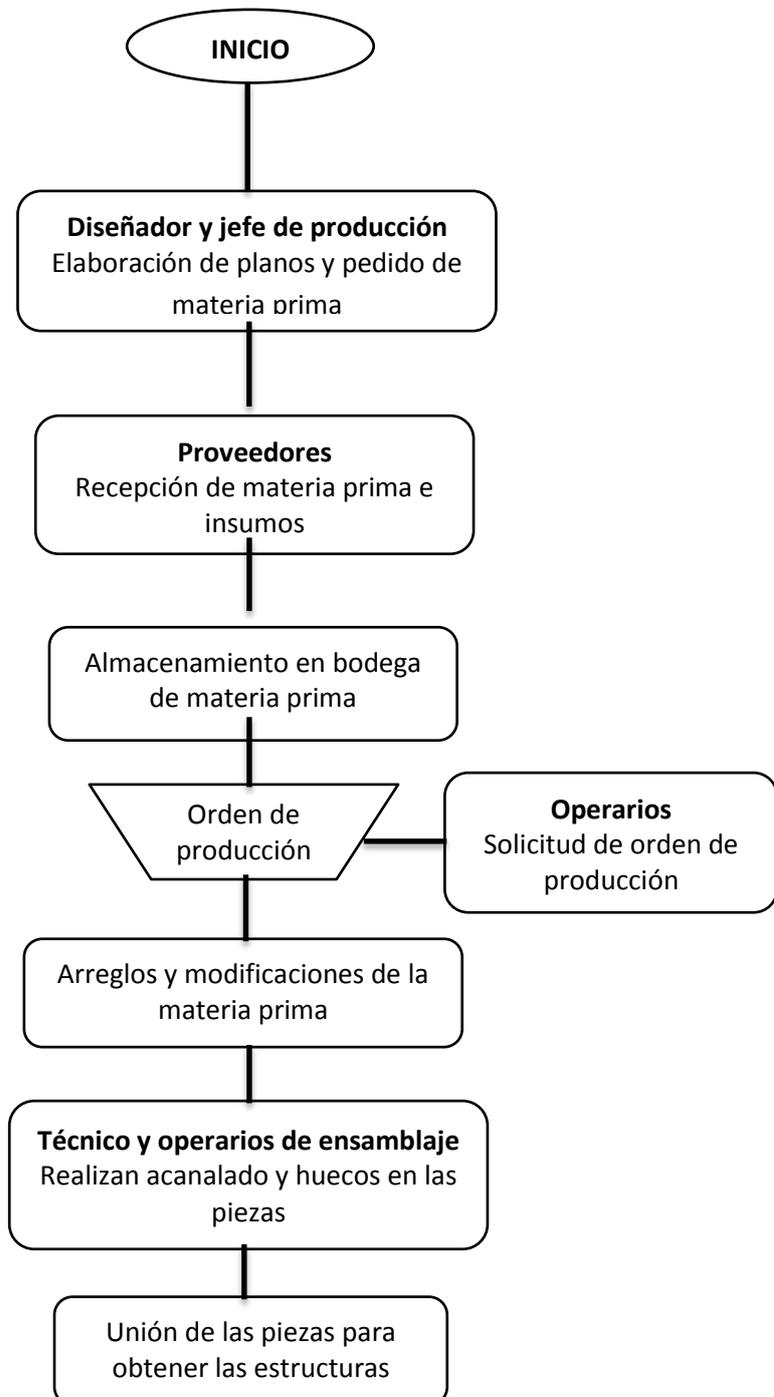
El proceso para fabricar las camas plegables y multifuncionales es muy simple y poco costoso; no es necesario el uso de maquinarias de alta tecnología y tampoco implica gran inversión de recursos humanos. El proceso es similar para los tres tipos de camas que se ofrecen al mercado, ya que sus mecanismos y base utilizada es la misma. A continuación se presenta el proceso y los pasos necesarios para obtener una cama plegable y multifuncional fabricada con RH.

- **Elaboración de planos y pedido de materia prima:** *en primer lugar es necesario realizar los planos en los que se encontrará detallado, las medidas y formas de corte que se necesitan para la cama; dentro de esto consta la base, la cama en sí, el mueble, el escritorio y cajones que serán añadidos a los diferentes modelos. Una vez establecidas las medidas se procederá a realizar el pedido a nuestro proveedor principal que es Edimca, quienes se encargaran de entregarnos el material con las medidas especificadas en el tiempo determinado en el contrato.*
- **Arreglos y modificaciones del RH:** *una vez receptado el pedido de la materia prima se procede a realizar una cautelosa revisión de las medidas y posibles fallas en el material que podrían presentar imperfecciones como: astillas, protuberancias o rayones; para lo cual, se cortan los excesos, se los lija y se procede a pegar nuevamente el Canto Duro que es el material que cubre los bordes del RH para no mostrar su interior.*
- **Ensamblado:** *en esta fase del proceso se unen las piezas de RH con la ayuda de tornillos y taco fisher; para esto se utilizan los taladros industriales que permiten hacer los huecos en el RH e ir poniendo las piezas según el orden de los planos. También se acoplan los rieles de*

extensión para los cajones y los brazos hidráulicos que permiten que las camas se desplieguen de sus bases y suban de la misma manera. En el caso de la cama-sofá plegable se implementa un mecanismo similar al de un sofá-cama que comúnmente se lo encuentra en las mueblerías.

- ***Prueba de los mecanismos:*** *Para estar seguros que los mecanismos que son esenciales en las camas plegables se encuentren en perfectas condiciones se realiza una prueba para comprobar que no se atasquen o que los brazos hidráulicos estén bien sujetos a sus bases. Caso contrario, regresa a ser reparado y ensamblado.*
- ***Acabado:*** *Una vez que las camas han sido probadas ya solo queda colocar las bisagras, herrajes, tapas adhesivas, garruchas y tiraderas. Para el mantenimiento y brillo del RH se le pasa una capa de aceite rojo que es el paso final para su entrega.*

3.4.2. Flujograma del proceso de fabricación del producto





3.4.3. Requerimiento de recursos según el proceso de producción

Tabla 12 Requerimiento de material para cama simple plegable

CAMA SIMPLE PLEGABLE			
	Corte y arreglo de materiales (HR)	Ensamblado	Acabado
Materiales e insumos necesarios	3.25 planchas de RH de 15 plgds	brokas	6 bisagras rectas
	1 plancha de RH de 6 pulgadas	5 pares rieles de extension	35 tapas adhesivas
	1 lija de 300	3 brazos hidraulicos	1 frasco de aceite rojo
	35 m de Canto Duro de 15 plgds	200 tornillos de 1/2 x 7mm	2 herrajes
	22 m de Canto Duro de 6 plgds	100 tornillos de 7x1	4 tiraderas
Maquinaria empleada	Cortadora	Taladro	Destornilladores
		Martillo	Playo
		Destornilladores	Taladro
			Pistolas
Mano de obra	1 operario de ensamblado	1 técnico de ensamblado	1 operario de acabados
		1 operario de ensamblado	

Fuente: Autor

Tabla 13 Requerimiento de material para litera plegable

CAMA LITERA PLEGABLE			
	Corte y arreglo de materiales (HR)	Ensamblado	Acabado
Materiales e insumos necesarios	4.50 planchas de RH de 15 plgds	brokas	6 bisagras rectas
	1.67 planchas de RH de 6 plgds	6 pares rieles de extension	42 tapas adhesivas
	1 lija de 300	6 brazos hidraulicos	1 frasco de aceite rojo
	35 m de Canto Duro de 15 plgds	250 tornillos de 1/2 x 7mm	2 herrajes
	22 m de Canto Duro de 6 plgds	100 tornillos de 7x1	12 tiraderas
Maquinaria empleada	Cortadora	Taladro	Destornilladores
		Martillo	Playo
		Destornilladores	Taladro
			Pistolas
Mano de obra	1 operario de ensamblado	1 técnico de ensamblado	1 operario de acabados
		1 operario de ensamblado	

Fuente: Autor

Tabla 14 *Requerimiento de material para cama-escritorio plegable multifuncional*

CAMA - SOFA MULTIFUNCIONAL			
	Corte y arreglo de materiales (HR)	Ensamblado	Acabado
Materiales e insumos necesarios	5 planchas de RH de 15 plgds	brokas	4 bisagras rectas
	1 y media plancha de RH de 6 plgds	6 pares rieles de extension	48 tapas adhesivas
	1 lija de 300	5 brazos hidraulicos	1 frasco de aceite rojo
	40 m de Canto Duro de 15 plgds	250 tornillos de 1/2 x 7mm	2 herrajes
	33 m de Canto Duro de 6 plgds	110 tornillos de 7x1	10 tiraderas
Maquinaria empleada	Cortadora	Taladro	Destornilladores
		Martillo	Playo
		Destornilladores	Taladro
			Pistolas
Mano de obra	1 operario de ensamblado	1 técnico de ensamblado	1 operario de acabados
		1 operario de ensamblado	

Fuente: Autor

3.4.4. Especificación de equipos y maquinaria

Los equipos y maquinarias son esenciales para la fabricación de las camas, especialmente cuando el proceso principal de la empresa es ensamblar las piezas de forma que las camas queden funcionales para su entrega a los clientes potenciales.

o **Maquinaria:**

Sierra radial: es utilizada para hacer cortes rectos en el material HR que estén de más o igualar niveles según el diseño del mueble.

Taladro industrial: se lo necesita para hacer los orificios al momento de ensamblar las piezas, donde entraran los tornillos para justar las partes.

- **Herramientas:**
- Martillo grande
- Martillo pequeño
- Serrucho
- Juego de herramientas
- Juego de desarmadores
- Playo pequeño
- Playo grande
- Esmeril
- Escuadras fijas
- Brokas

Para la fabricación de las camas son necesarios ciertos muebles en los cuales los trabajadores podrán apoyar las piezas, herramientas, maquinas, etc.

- **Muebles:**
- Bancas de trabajo
- Mesas de ensamblado
- Caballetes
- Anaquel para herramientas
- Mesas de apoyo

El equipo mencionado se lo distribuirá dentro del área de producción de acuerdo a las necesidades y procesos establecidos; para poder facilitar el trabajo en el taller y movilidad dentro del mismo.

Para seguridad de los trabajadores se utilizará equipos de protección, entre estos tenemos los siguientes:

Respirador.- utilizado para cubrir la nariz y la boca; sin permitir el ingreso de partículas que puedan afectar a la persona. Sirve para filtrar el aire.

Gafas protectoras. sirve para cubrir los ojos de las partículas en el ambiente, principalmente serán usadas en la fase de cortado del HR.

Guantes.- es usado para cubrir los dedos, manos y muñeca de posibles cortes.

3.4.4.1. Selección de tecnología

Para la fabricación de las camas abatibles no es necesaria la utilización de tecnología de punta debida a que sus procesos no son complejos, ni existe transformación de algún material. Esencialmente la elaboración de las camas abatibles se basa en los diseños, cortes y ensamblaje de los productos; para lo cual se utilizan las herramientas antes mencionadas. Estos equipos pueden ser adquiridos fácilmente, aunque es necesario que brinden facilidad de manejo para poder realizar las actividades con mayor precisión y rapidez.

En el sector administrativo se utilizara computadoras, impresoras, teléfono entre otros equipos que son muy comunes de oficina; por lo tanto se podría decir, que la tecnología no es un factor dispensable en el proyecto.

3.4.4.2. Asistencia técnica

Para la maquinaria empleada en la fabricación de las camas plegables se realizará un chequeo técnico semanal el cual nos permitirá determinar si algunas de las maquinas no está trabajando de manera correcta o tiene algún tipo de anomalía. Para esto será necesario establecer términos de garantía con el proveedor de maquinaria para la solución oportuna de dicha falla.

El área administrativa contará con una persona encargada de sistemas; el cual se hará cargo de realizar mantenimiento a las computadoras y llevar un control del sistema que se emplee para la contabilidad de la empresa.

3.4.5. Sistema de comercialización de la empresa

Por motivos de falta de recursos económicos no se podrá realizar una comercialización directa con los clientes, la implementación de almacenes que distribuyan las camas plegables y multifuncionales podrían resultar muy costosos para poder cubrir la demanda esperada. El presupuesto con el cual se consta será indicado posteriormente en el estudio financiero. Por tal motivo, se ha decidido aplicar un sistema de comercialización mediante un canal de distribución de segundo nivel, ya que serán utilizados almacenes ya establecidos en el mercado para la distribución de las camas al consumidor final.

Las camas serán entregadas a los almacenes distribuidores de acuerdo a las necesidades de éstos, por lo general se pretende realizar de una a dos entregas por mes, con un plazo de 30 días para efectuar el pago de los mismo, una vez que se realice el ingreso de las camas en el almacén

CAPITULO IV

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. Análisis organizacional

4.1.1. Cultura organizacional de la empresa

Un tema que hoy en día influye en gran parte en el manejo de todas las empresas es la cultura que tiene cada una de ellas; primeramente se debe definir ¿qué es cultura? La cultura es considerada un factor importante que permite conocer que aspectos tienen los miembros de una organización en común, dentro de los cuales entra la conducta, creencias y valores. La cultura organizacional pretende que todas las personas que forman parte de una organización tengan la capacidad de participar directamente en procesos de decisiones, dar a conocer molestias presentadas en los distintos departamentos, poder evaluar de cierta manera a los demás miembros de la organización sin buscar amedrantar a nadie; sino a motivar a la mejora de las actividades con criterios justos de conocimiento y su desempeño. Según Bretones, F Y Silva, M. (2009) los "supuestos implícitos y explícitos que los miembros tienen respecto de cuál es el comportamiento legítimo dentro de la organización" permite la separación de diversos grupos de trabajo dentro de la empresa que con el tiempo muestran su propia cultura. La finalidad de tener una buena cultura organizacional es que permite tener una mejor comunicación entre todas las personas de la empresa estableciendo canales abiertos de comunicación

Como se conoce el talento humano es indispensable en una empresa por lo cual es necesario que se encuentre bien organizado y estructurado de una manera que permita facilidad en la dirección de la empresa. Las fases que deben ser consideradas para tener una buena cultura organizacional son las siguientes:

- *Planeación: en esta fase se plantean todas las metas que la empresa desea alcanzar, involucrando a todo el personal. Indicar hacia donde se dirige la empresa.*
- *Organización: En esta fase se define la manera como se va a lograr alcanzar esas metas; es decir, definir las tareas para cada una de las personas.*
- *Integración de personal: en esta fase se logra realizar capacitaciones al personal que permiten mejoría en el trabajo y adquirir conocimientos actuales sobre temas específicos en cada área.*
- *Control: es necesario que la administración de la empresa se encargue de motivar a las personas de las diferentes áreas con la finalidad de mantener un autocontrol en la realización de sus actividades.*
- *Dirección: en esta etapa se debe llevar una buena comunicación con los colaboradores de la empresa para poder tener una buena relación con el personal y entre ellos, y de esta manera apuntar hacia la misma dirección.*

4.1.2. Visión

Ser una empresa pionera en la fabricación exclusiva de camas plegables-multifuncionales en la ciudad de Guayaquil, con altos rendimientos, económicamente rentable y con personal de calidad.

4.1.3.Misión

Fabricar camas plegables-multifuncionales que permitan brindar comodidad a las personas que habitan en casas con espacios reducidos y captar la atención del mercado con la innovación de nuestro producto.

4.1.4.Análisis del ambiente interno y externo

Internamente se podría mencionar aspectos positivos y negativos que tiene la empresa. En lo positivo, la producción de este tipo de mueble que resalta por su innovación, funcionalidad y calidad se espera que tenga una respuesta de satisfacción por parte del cliente; que llegue a tener una gran acogida en el mercado. Especialmente se espera respuesta por aquellas personas que habitan en viviendas pequeñas con espacios reducidos donde la incomodidad predomina; como también, de aquellas personas que buscan innovación en su hogar. Otro aspecto que beneficia a la empresa es que los recursos técnicos necesarios para la producción de las camas se encuentran ya establecidos, lo cual representa una ventaja.

En cuanto a la venta de muebles se lo realizará por medio de almacenes distribuidores; lo cual representa un gran ahorro en adecuación, alquiler y/o construcción de un local que sería una inversión muy fuerte con la cual no se cuenta. En un futuro se espera poder implementar los almacenes distribuidores que vendan específicamente y únicamente la marca del proyecto.

De la misma manera existen aspectos negativos que podrían afectar a procedimiento de ejecución del proyecto, uno de ellos sería la falta de experiencia en la fabricación de muebles ya que es un producto que no se lo puede encontrar aquí en el país comúnmente, pero como un proyecto de emprendimiento es el riesgo que se toma y la meta es alcanzarlo. Como se mencionó hace un momento los procesos de producción se encuentran establecidos pero la práctica es la que hace la perfección, en este caso podemos decir que en conjunto para todos los trabajadores de la empresa

será algo nuevo que se tiene que emprender, por lo tanto las capacitaciones a los colaboradores serán esenciales para el progreso de la empresa. Un aspecto a considerar como negativo puede ser la falta de recursos económicos; ya que al ser un producto nuevo que se está lanzando al mercado necesita de una fuerte publicidad para llegar a los consumidores; una campaña publicitaria de gran nivel es muy costosa pero necesaria para poder acatar la mayor parte del mercado en el menor tiempo posible.

En el ambiente externo podemos mencionar que la tendencia a la construcción de casas en la ciudad de Guayaquil debido al gran crecimiento poblacional son de tamaños reducidos, últimamente se están construyendo conjuntos de casa a las afueras de la ciudad por el motivo de espacio territorial, este problema que enfrenta la ciudad representa una ventaja para la empresa ya que, por lo general las casas generan incomodidad en los que las habitan por sus tamaños; enfocándonos especialmente en los dormitorios se puede decir que son los lugares más pequeños e incómodos de una casa como estas, ya que simplemente las diseñan con espacios para una cama y un velador; con la fabricación de nuestras camas plegables y multifuncionales brindaríamos espacios para ingresar al menos un mueble más y poder tener movilidad dentro de la habitación.

Externamente puede afectar el hecho de que aquí en el país no se acostumbra el uso de muebles plegables y al ser un producto nuevo no tenga la acogida esperada. Un factor que también afecta a la aceptación de los productos nuevos suele ser la falta de conocimiento por parte de los consumidores, por tal motivo se mencionó anteriormente la importancia que tiene la publicidad dentro del lanzamiento de esta línea de muebles. Y como último tenemos el tema de la inestabilidad económica que puede enfrentar el país. Esta situación puede afectar directamente a la economía de las personas lo cual disminuye su poder de adquisición e inversión para productos del hogar.

4.1.4.1. F.O.D.A.

Tabla 15 Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Es un producto novedoso en el mercado.</i> • <i>Los almacenes distribuidores se encontrarán ubicados en el norte, centro y sur de la ciudad.</i> • <i>Los procesos técnicos para la elaboración de las camas están establecidos.</i> • <i>El producto es llamativo a simple visto por su funcionalidad.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Fácil adquisición de maquinaria y materia prima para la elaboración de las camas plegables</i> • <i>Convenios con los almacenes distribuidores de muebles en la ciudad</i> • <i>Mercados no explotados en la ciudad, específicamente el de muebles plegables.</i>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Recursos financieros escasos para la ampliación de la fábrica.</i> • <i>Falta de experiencia en la fabricación de camas plegables y funcionales.</i> • <i>Capacitación para los colaboradores de la empresa, lo cual representa mayores costos.</i> • <i>Falta de técnicos especializados en la fabricación de camas plegables multifuncionales.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Falta de conocimiento del producto por parte de los consumidores.</i> • <i>Situación económica y política del país.</i> • <i>Aceptación del producto por parte de los clientes.</i> • <i>Ingreso de nueva competencia de muebles plegables en el mercado.</i>

Fuente: Autor

4.1.4.2. Marketing Mix

Según Kloter P., Amstrong G., Saunders J. y Wong V. (2002) la mercadotecnia es “es un proceso en el que interviene el enfoque social y administrativo; por el cual grupos o individuos satisfacen necesidades de crear e intercambiar bienes y servicios”. A continuación se hace el análisis de las 4P del marketing.

❖ Producto

Dentro de la amplia variedad de muebles plegables y funcionales, la empresa se encuentra enfocada en la fabricación de camas plegables y multifuncionales. De este tipo de camas se tiene 3 diseños diferentes que serán fabricados y distribuidos.

- Cama-escritorio plegable
- Cama-sofa plegable y funcional
- Cama litera plegable

Logotipo

El logotipo es la imagen de la empresa en sí, ya que por medio de esté los consumidores reconocen de donde proviene un producto. Y se basan en el para criticar características del mismo en comparación a productos elaborados por otras empresas. La marca del producto llevará el nombre de INECUA FURNITURE. El logotipo que se ha diseñado para la empresa es el siguiente:



Fuente: Autor

Slogan

Se ha diseñado un slogan conforme al valor agregado que brindan estos tipos de muebles para las personas con un hogar con espacios reducidos. “CONFORT E INNOVACION EN EL HOGAR A TU ALCANCE” de esta manera se intenta transmitir el objetivo de la fabricación de estas camas en dos palabras.

A continuación se describen los tipos de camas plegables y funcionales que se van a ofrecer al mercado: (Gráfico No. 15 y 16)

- **Camas sencillas y literas plegables**

Figura 15 Cama simple plegable



Fuente: Blog Hogar, decoración, camas plegables

Figura 16 Cama litera plegable



Fuente: Decorablog, camas abatibles

Estos tipos de camas se encuentran en el interior de una base de madera construida con las dimensiones necesarias para que el momento en que las camas son desplegadas no tenga ningún tipo de roce con la base y puedan salir con facilidad. Estas bases que son utilizadas como escondite de las camas por así decirlo, serán fabricadas con modelos que permitan ser utilizados como closets para guardar la ropa o una repisa para acomodar objetos comunes de un dormitorio. El sistema utilizado para poder desplegar las camas permite que estas se desplacen con suavidad hasta llegar al suelo y de la misma manera al momento de plegarlas a su posición original.

En el caso de las literas, la base soporta dos camas de tamaños promedio que se encuentran separadas una encima de la otra; este modelo consta con una base más fuerte y sólida debido al peso que debe soportar. Al momento de desplegar los dos camas, desde la cama superior se puede desprender escaleras hechas a la medida para tener un fácil acceso a la parte de arriba.

- **Camas – escritorio plegables**

Figura 17 Cama - escritorio multifuncional



Fuente: Decorablog, camas escritorio

Este modelo de cama es multifuncional debido a que se convierte en escritorio y viceversa; el sistema de esta cama permite que al momento de desplegar la cama de su base no sea necesario retirar o mover ningún artículo que se encuentre encima del escritorio. La ventaja de este mueble es que puede ser utilizado durante el día como un escritorio para realizar actividades como trabajos, deberes, planos, etc. Y en la noche sin la molestia de mover todo convertirlo en cama. Al día siguiente con un fácil movimiento puedo tener una vez más mis objetos de estudio y continuar con mis actividades.

❖ **Precio**

Debido a que el producto es novedoso en el mercado se ha establecido una estrategia de precio por penetración del mercado; en primer lugar se quiere obtener una gran acogida por parte de las principales distribuidoras; por lo tanto se establecerá un precio bajo que permita ingresar al mercado de una manera más fácil y llamativa para el cliente.

Estos precios se establecerán considerando los costos de fabricación aumentando un % de utilidad de 20 puntos en promedio. Además, se analizarán precios de la competencia para poder conocer si los precios de las camas son competitivos.

El precio no tendrá algún tipo de varianza durante el año; ya que el producto que se ofrece es de uso diario y no existe fecha especificada para que las personas realicen una renovación de camas. La variación que se podrá presentar durante el tiempo dependerá de la demanda del mercado. Cabe resaltar que los precios serán accesibles para personas con un nivel económico medio y medio alto, los cuales son considerados como nuestros clientes potenciales en el mercado. Se debe considerar las fechas especiales para la promoción Pull que se explica en el punto correspondiente.

❖ Distribución

Debido a que la empresa no se encargara de distribuir el producto directamente al consumidor se ha diseñado el siguiente canal de distribución.

- **El productor:** *en este caso sería la empresa que está encargada de fabricar las camas plegables y multifuncionales*
- **El almacén distribuidor:** *serán los clientes directos de la empresa; ya que las camas serán vendidas a distribuidoras que tendrán el deber de exponer el producto al público y analizar sus métodos de distribución. Se pretende que el producto terminado sea recogido por las diferentes distribuidoras debido a que el presupuesto para realizar el proyecto no es muy elevado.*
- **El cliente:** *Es la persona que compra el producto terminado en los diferentes almacenes de distribución de muebles en la ciudad.*

Cabe recalcar que la utilización de terceros en el canal de distribución se debe a la falta de recursos económicos; por lo tanto, la fábrica o productor de las camas plegables y funcionales hará la entrega de las camas a los diferentes almacenes de distribución, quienes se encargarán de la venta directa con el consumidor final.

La empresa se enfocará en las siguientes políticas de cobros:

- *Se dará un plazo de 60 días para el pago de las camas.*
- *Se castigará cartera de clientes que no cumplan con sus obligaciones*
- *Se otorgará un cupo límite de compra de acuerdo a las referencias comerciales que nos brinden cada cliente.*
- *Se realizará seguimiento de los clientes con la finalidad de recordar sus obligaciones de pago.*

❖ Promoción

La promoción es un factor muy importante para dar a conocer a los consumidores las características del producto y sus beneficios ante los muebles convencionales. Siempre tratando de llevarlo de manera correcta para no crear problemas de tipo ético o legal, como es el caso de la publicidad engañosa en la que se ofrece lo que no se puede cumplir.

La promoción es estrategia utilizada por las empresas para crear fidelización del cliente hacia la marca o producto que se está vendiendo. Además, permite que los clientes sean voceros de la empresa y ayuden a crecer en el mercado mucho más rápido.

Se necesita conocer muy bien al cliente, saber cómo se siente con el producto, observar la primera reacción que tuvo al momento de ver el producto, su funcionamiento, la innovación, etc. De esta manera podemos determinar la calidad de percepción que el producto tiene ante los consumidores.

Aspecto importante que se debe considerar es que en la folletería de los camas fabricadas por la empresa, deben tener el logo y el slogan de la empresa, para crear de esta manera una imagen que pueda grabar el consumidor de manera fácil permita que se posicione en el mercado.

Una estrategia muy utilizada por las empresas es la de push&pull

- **Push** :*“La estrategia Push es una estrategia de sentido descendente, es decir, se realiza de forma escalonada del productor al consumidor; y orienta sus esfuerzos de comunicación en e l distribuidor.”. Con esta estrategia se intenta que el distribuidor promueva su producto cada vez que sea necesario para incrementar las ventas, esto se lo realiza a base incentivos para los almacenes por valor monetario.*

A continuación se mencionan ciertas estrategias Push que pueden servir para aumentar las ventas de la empresa

- *Ofrecer descuentos de acuerdo al nivel de ventas en las distribuidoras, porcentajes de descuento llamativo para el distribuidor.*
 - *Ofrecer un porcentaje de comisión por un monto especificado en cada una de las mueblerías*
 - *Entregar material publicitario con la información de las camas y sus ventajas.*
-
- **Pull**: *Por el otro lado ésta es una estrategia ascendente, la cual orienta su comunicación directa con el consumidor; haciendo que cree una situación de necesidad del producto en ellos y exijan nuestros productos en los diferentes puntos de venta, forzando al minorista a realizar mayores pedidos para no quedarse sin existencia en los locales.*

Las siguientes estrategias Pull serán implementadas para la venta de camas plegables:

- *Utilizar las redes sociales y correos electrónicos para difundir información sobre el producto.*
- *Entregar flyers con información de los puntos de ventas más cercanos en la ciudad y las ventajas de las camas plegables.*
- *Realizar ciertas promociones en fechas especiales, como por ejemplo: Navidad, fin de año, día del padre, etc.*

4.1.5. Publicidad para el producto

La publicidad es un factor muy importante para una empresa nueva en el mercado que quiere introducir un nuevo producto, incrementar sus ventas, fidelizar a sus clientes, incrementar participación de mercado y generar estímulo de la demanda. Por lo tanto, se ha buscado diferentes medios que pueden ser utilizados para difundir la información del producto y la ubicación de los locales distribuidores. Así mismo, se pueden difundir las promociones que los clientes podrían aprovechar para obtener sus camas plegables a precios más convenientes.

A continuación se presentan los diferentes medios por los cuales se podría transmitir la información:

Radio: *por lo general medio utilizado en las empresas para difundir información de sus productos, marcas o promociones. Utiliza el habla de las personas y sonidos, ya sean canciones preparadas por la empresa o anuncios. Es recomendable que tono adoptado para transmitir este tipo de información sea alto y convencedor, con actitud positiva.*

Ventajas

- *Brinda gran amplitud y está disponible para cualquier tipo de mercado*
- *Sus costos no son muy elevados y tiene gran eficiencia en transmisión de información.*
- *Comúnmente los anuncios por radio son llamativos y quedan grabados en la mente de las personas*

Desventajas

- *No permite visualizar el producto*
- *Existen frecuencia con poca disponibilidad en horarios específicos*

La radio puede ser una buena opción para llegar al cliente por su amplitud, sin embargo los costos que implica realizar anuncios por este medio son elevados para la empresa que no cuenta con los recursos financieros suficientes.

Prensa: *este medio se basa en publicitar el producto de manera escrita diariamente dirigido a aquellos lectores que les gusta mantenerse informados a diario.*

Ventajas

- *Presenta diversidad de información en la cual el lector puede buscar su artículo de interés, siendo una fuente confiable de información.*
- *Las personas buscan en la prensa anuncios para realizar compras de bienes y servicios.*

Desventajas

- *El costo de publicitar un anuncio en la prensa depende del tamaño y de los días que se desea que aparezca; por lo general son costosos.*
- *La información tiene un plazo corto de duración, ya que todos los días se la está renovando.*

La prensa no es un medio correcto para realizar la publicidad de las plegables, debido a que no es un producto común en el mercado y se necesita ser explicativos en sus ventajas y características; lo cual, demandaría un costo elevado que no podría cubrir la empresa.

Televisión: este medio de comunicación tiene un gran potencial para influir en la mentalidad de los televidentes. Con la ayuda de las imágenes y sonidos puede llegar mucho más fácil y rápido al cliente.

Ventajas

- Es un medio masivo que tiene gran alcance en casi todo tipo de personas.
- Permite explicar de manera precisa lo que se quiere dar a entender del producto
- Tiene gran influencia en la mente de los consumidores

Desventajas

- Es muy costoso el tiempo en la televisión.

Se puede considerar a la televisión como a la mejor opción para presentar el producto al mercado, a no ser por el costo que representa la publicidad en pantalla.

Publicidad al aire libre: se la realiza por medio de la entrega de volantes, cartas, flyers, trípticos, etc. Busca informar al cliente sobre el producto con la finalidad de encontrar una aprobación e interés por el mismo.

Ventajas

- Costos bajos
- Permite transmitir gran cantidad de información en imágenes y letras
- Ayuda a reforzar los beneficios de su uso, genera el conocimiento de la marca y establece un gusto general por la misma.

Desventajas

- Poco interés de las personas por leer papeles recibidos en las calles o locales.

Se puede considerar una opción viable para el proyecto inicialmente, debido a sus bajos costos.

Internet: *este tipo de publicidad se la puede realizar de diferentes maneras, por ejemplo: por medio de correos electrónicos, redes sociales o la creación de una página web de la empresa con información sobre los productos, precios, promociones, etc.*

Ventajas

- *Es un medio masivo con gran alcance en la actualidad*
- *Sus costos son bajos*
- *Se tiene la facilidad de publicar la información que sea necesaria para que un cliente entienda correctamente de que se trata el producto*
- *Permite ingresar videos, imágenes, textos, etc.*

Desventajas

- *Importancia de las personas a anuncios en internet*

Al ser un medio que cumple con las características positivas antes mencionadas se puede decir que sería una de las mejores opciones por el momento para la transmisión de información con los clientes. Por lo tanto, se ha concluido que las mejores opciones para aplicar serian publicidad al aire libre y el uso de internet.

4.1.6. Brief

Dentro del brief se establecen los siguientes pasos:

❖ Meta de marketing

Posicionar la marca de las camas plegables en el mercado, dando a conocer sus características y ventajas a los clientes potenciales.

Estrategias para alcanzar la meta:

- *Utilizar las redes sociales tales como: Facebook, twitter, Instagram y whatsapp; difundiendo información sobre el producto y los puntos de venta.*
- *Enviar correos electrónicos a las personas que consten en bases de datos de compradores potenciales.*
- *Entregar flyers con información del producto en las calles y dentro de los almacenes de distribución.*
- *Realizar descuentos en fechas especiales y en fechas de pagos especiales.*
- *Obsequiar trípticos, afiches, calendarios, etc.*

❖ *Análisis de tendencia*

➤ *Tendencias en la calle*

Por lo general las personas en la ciudad de Guayaquil tienden a enfocar su compra de muebles y por ende de camas para el hogar, en segundo plano están los muebles de oficina y finalmente muebles como para el trabajo, bancos, etc. En lo que son camas, existen diferentes tipos de materiales de lo que son fabricadas; tenemos camas de madera, de metal, bases y de cemento; pero la tendencia fue, es y será la compra de camas de madera; esto se debe a la durabilidad, los diseños, calidad y estilo que brinda en el hogar.

En cuanto a las camas plegables y multifuncionales no existe una competencia directa, debido a que las mueblerías del país no acostumbran a fabricar este tipo de producto. La falta de conocimiento de las personas de un producto que permita ahorrar espacio en un dormitorio y a la vez proporcione un toque de innovación y calidad, no ha permitido que los clientes se interesen por estos tipos de productos.

➤ **Tendencias en el hogar**

La tendencia que se da en las casas en la actualidad es con diseños sencillos y llamativos. Es importante que el estilo de la cama sea moderno y que encaje precisamente en el dormitorio. Se busca innovación ante todo, debido a que los muebles en general de un hogar representan de cierta manera el estilo de vida de las familias.

En la calidad de las camas, las personas prefieren que se encuentren fabricadas con maderas curadas que no permitan el ingreso de plagas que con el tiempo dañan la madera.

❖ **Análisis de la marca**

Empresa dedicada a la fabricación y/o venta de productos iguales o similares al ofrecido en el proyecto. Factor importante que influye en el desarrollo de la empresa y en el cumplimiento de las metas. Exige la creación de estrategias para competir con los rivales en el mercado.

Colineal



Fuente: Google imágenes

Ventajas:

- *35 años de trayectoria en el mercado*
- *Marca reconocida por la calidad de sus muebles*
- *Amplia red de distribución*

Desventajas:

- *Precios elevados en sus productos*
- *Disponibilidad inmediata del producto*

FADEL



Fuente: Google imágenes

Ventajas:

- *Exportación de muebles hacia Europa; por lo tanto, reconocimiento internacional de la marca*
- *Los muebles fabricados por FADEL cuentan con diseños exclusivos*
- *Alta calidad en el producto por los materiales utilizados como: el cedro y la caoba*

Desventajas:

- *Debido a la calidad de los muebles, sus precios son elevados y dirigidos específicamente a personas de clase económica media alta y alta.*
- *Bajo nivel de publicidad*

Modermueble



Fuente: Google imágenes

Ventajas:

- *Uso de maderas nobles como canelo, nogal y laurel negro.*
- *Fabricación de muebles innovadores y clásicos*
- *Precios accesibles para diferentes segmentos del mercado*

Desventajas

- *Bajo nivel de publicidad*
- *Pocos almacenes distribuidores en los diferentes sectores de la ciudad*

❖ Estímulos y barreras

Tabla 16 Estímulos y barreras

Estímulos	Barreras
<i>Inexistencia de competencia directa dedicada a la fabricación de camas plegables y multifuncionales</i>	<i>Aparición de competencia directa inesperada, con mayores recursos financieros.</i>
<i>Existencia de demanda insatisfecha por la falta de productos innovadores</i>	<i>Aceptación del producto por parte de nuestros clientes potenciales.</i>
<i>Monto de inversión considerable para ejecutar el proyecto</i>	<i>Trámites legales extensos y cautelosos</i>

Fuente: Autor

❖ Posicionamiento

Como ha sido mencionado anteriormente se han escogido dos métodos tradicionales por así de decirlo, pero los más apropiados para la empresa que depende en gran cantidad de su inversión y gestión de los recursos financieros. Se ha establecido realizar la entrega de flyers en lugares específicos de la ciudad como son: centros comerciales, ferias de muebles, eventos particulares, etc. Estos flyers contendrán información sobre todo atractiva de las camas plegables y funcionales. Por otra parte, se enviará correos electrónicos con la misma información de los flyers a personas que se

encuentren registradas en la base de datos; otro medio a utilizarse serán las redes sociales como Facebook, twitter, Instagram, etc. que permitirán informar al mercado el producto que se está ofreciendo.

4.2. Logística

La fabricación y la distribución son factores esenciales para gestionar la logística dentro de una empresa, la dirección correcta y coordinada de estas actividades conlleva a ser productivos de manera eficiente. Este proceso de logística permite añadir valor al producto y permite trabajar de una manera más ordenada en comunicación con los proveedores y clientes.

Para ser un poco más precisos, se puede decir que la logística es “la parte del proceso de la cadena de suministros que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficiente y efectivos de bienes y servicios, así como de la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes”.

Es necesario contar con una estrategia de distribución en la empresa; por lo tanto se ha escogido la de distribución diferenciada que consiste en basarse en las necesidades o frecuencia de requerimiento de los almacenes distribuidores, determinando cuáles de ellos tienen mayor volumen de ventas del producto y de esta manera poder fabricar las camas que realmente son requeridas en el mercado. El beneficio de esta estrategia consiste en fabricar el número de camas necesario para no mantener un inventario en el que se tenga escases ni exceso del producto. Así mismo, el pedido realizado por la empresa a los diferentes proveedores tendrá mayor control, planeación y eficacia; estableciendo fechas de entrega de acuerdo a las necesidades del mercado.

4.3. Recursos humanos

El recurso más importante de la empresa; los trabajadores serán personas que tengan experiencia en la fabricación de muebles o que hayan trabajado con madera y ensamblado. Se busca producir un producto de calidad para lo cual se necesita colaboradores de calidad. Los trabajadores son el motor que empuja a la empresa hacia sus objetivos y si ellos están laborando de la mejor manera con certeza la empresa irá por un buen camino.

A continuación se describen los diferentes puestos de trabajo con sus respectivas obligaciones y actividades a ejercer.

- ❖ **Gerente general.-** *es la persona que está a la cabeza del negocio; por lo tanto tiene que estar pendiente y controlar que todas las actividades se las esté llevando a cabo de la manera estipulada y correcta. Se encarga de tomar decisiones fundamentales para la empresa que pueden afectar o mejorar su desarrollo.*

Funciones:

- *Administrar la empresa*
- *Representar a la empresa legalmente*
- *Comunicarse constantemente con los trabajadores para conocer inquietudes y resolverlas.*
- *Autorizar pagos por medio de la emisión de cheques*
- *Aplicar sanciones según lo sucedido*
- *Direccionar a la empresa hacia sus objetivos*

- ❖ **Secretaria.-** *encargada de asistir a su jefe inmediato.*

- *Realizar cartas y oficios solicitados por el jefe inmediato*
- *Trato con proveedores*
- *Enviar y recibir correspondencia*
- *Contestar llamadas*

❖ **Jefe administrativo financiero:** es la persona encargada de gestionar la viabilidad de la empresa, administrar los flujos de efectivo y mantener la solvencia del proyecto.

Funciones:

- Analizar las compras de la empresa
- Gestionar el patrimonio de la empresa
- Llevar la contabilidad de la empresa
- Asesorar a la gerencia general a partir del análisis adecuado de los resultados de los balances.
- Control de las ventas de la empresa
- Registrar ingresos y egresos, los sueldos del personal de la empresa, costos, etc.
- Comunicarse de manera directa con los proveedores para mantener un lazo de negocios.
- Realizar análisis económico financiero de la empresa

❖ **Gerente de producción.-** encargado del área de operaciones, control y procesos de la producción.

Funciones:

- Control de actividades en los procesos productivos
- Programar la producción de camas
- Emisión de las solicitudes de materia prima
- Control de ingreso y salida de materia prima
- Pedido de materiales varios
- Control de bodegas de materia prima y producto terminado
- Realizar capacitaciones a obreros

❖ **Técnico de ensamblaje.-** se encuentra coordinado con el área de producción y realizan la actividad de ensamblado de acuerdo a las necesidades.

Funciones:

- *Revisar que los materiales que llegan para ser ensamblados se encuentren perfectas condiciones.*
- *Controlar que los operarios realicen sus actividades correctamente*
- *Realizar reportes de la situación en el área de ensamblaje*
- *Realizar un seguimiento de las actividades en el proceso de ensamblado*

❖ **Operarios de ensamblaje.-** *realizan el proceso de ensamblado de las camas plegables y multifuncionales en sí.*

Funciones:

- *Informar sobre el uso de los materiales en cada cama*
- *Colocar las partes y piezas de las camas en el orden correcto*
- *Revisar que la base y estructura se encuentren en buenas condiciones.*
- *Realizar actividades acorde a los planos de producción*
- *Informar sobre el tiempo requerido para fabricar el producto*

❖ **Operario de acabados.-** *Realizan el proceso de acabado en las camas plegables y multifuncionales en sí.*

Funciones:

- *Ejecutar las actividades de acabados de la manera estipulada*
- *Informar acerca del tiempo que toma el proceso de acabados en una cama*
- *Buscar apoyo en el técnico de acabados para cualquier duda*
- *Hacer que los acabados de las camas queden en perfectas condiciones*
- *Entregar las camas a la bodega de productos terminados*

❖ **Operarios de maquinaria** *encargados de arreglar y moldear ciertas piezas que requieren del uso de maquinaria, principalmente piezas de RH que posteriormente son ensambladas.*

Funciones:

- Realizar las piezas necesarias para la fabricación de muebles
- Operar las máquinas de manera correcta y cumpliendo las normas de seguridad
- Registrar materiales que sobren o falten para la fabricación de las piezas y realizar pedidos con anterioridad.
- Hacer la entrega de las piezas en perfectas condiciones a los operarios de ensamblaje

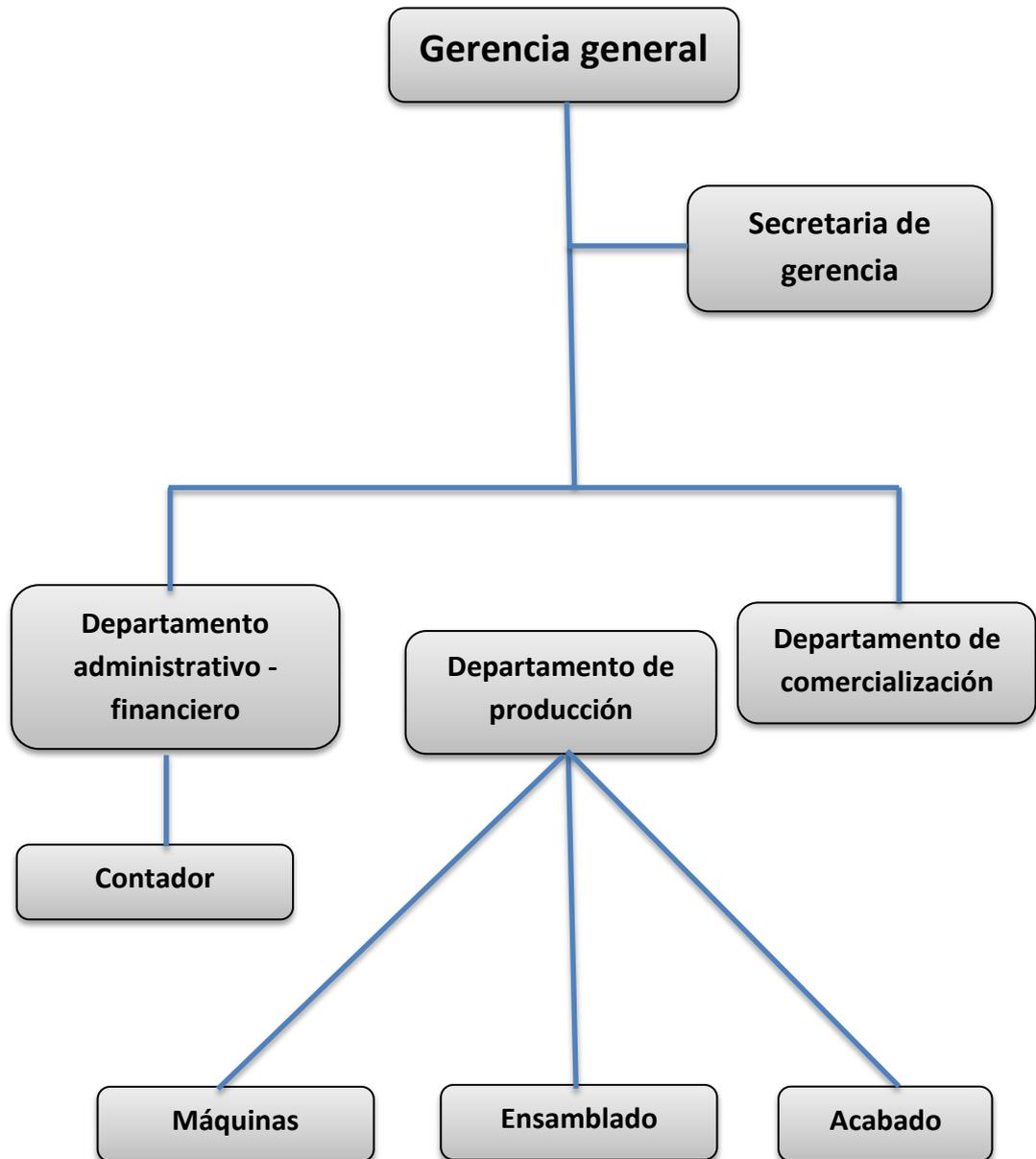
❖ **Ejecutivo de ventas.-** encargado de la venta de los muebles a las distribuidoras y promociones presentadas.

Funciones:

- Comunicarse con los clientes para coordinar cantidades, fechas de entrega y formas de pago.
- Distribuir la información de los muebles por los diferentes medios escogidos para posicionarse en el mercado.
- Atender a clientes que lleguen a la empresa y motivar a la compra de las camas.
- Ejecutar las estrategias de publicidad establecidas.
- Reportar cualquier inconveniente con la venta de las camas, quejas y reclamos de los clientes.

❖ **Diseñador de las camas.-** será la persona encargada de ingeniar nuevos diseños para las camas plegables y multifuncionales. Esta persona será contratada como recurso humano externo, una persona con conocimiento en la fabricación de este tipo de muebles y con ideas innovadoras.

4.3.1. Organigrama organizacional



4.4. Enfoque de gerencia

Para una buena gestión de la empresa y con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados se ha decidido aplicar el enfoque de gerencia por sistemas; según Rodríguez, M(2000). es “enfaticar la importancia de las interrelaciones entre los diferentes elementos que forman un sistema de producción, los cuales a su vez son jerarquizados en función del objetivo que da la razón de ser al sistema”.

Comúnmente se suele utilizar en las empresas el método clásico; el cual comprende en agrupar a las personas de acuerdo a su especialidad profesional integrándolos en grupos complementarios que permiten estructurar la conocida pirámide organizacional; en este caso, la empresa no se constituye por jefes que se responsabilicen por procesos completos sino por el grupo de personas que tienen a cargo con las diferentes especialidades. Finalmente estos procesos acuden a la alta gerencia, al punto más alto de la pirámide para su respectiva evaluación y coordinación de actividades. En el enfoque de sistemas, se considera a cada uno de los colaboradores de la empresa planificando un objetivo general que nos permita definir estrategias, procedimientos y metas para los diferentes subsistemas; por lo tanto, en este tipo de enfoque de gerencia participan todos para la toma de decisiones y así mismo toman responsabilidad de las consecuencias que estas puedan causar.

4.5. Marco legal

4.5.1. Marco legal interno del proyecto

4.5.1.1. Constitución

Es de suma importancia que la empresa se encuentre legalmente constituida para que esta pueda calificar como sujeto de crédito, que se puede emitir comprobantes de pago y sin problema alguno sin restricciones poder producir, comercializar y promocionar las camas plegables en el mercado.

El primer paso para constituir la empresa es determinar se ésta será persona natural o jurídica.

- ✓ **Persona natural.**-es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. Al ser dueño total de la empresa cae sobre aquella persona la responsabilidad de todas las actividades en general que sean realizadas por la misma.
- ✓ **Persona jurídica.**-es una empresa que ejerce derechos y cumple obligaciones a nombre de ésta. En este caso la empresa es la que adquiere y asume las obligaciones y responsabilidades de las actividades de la misma.

Se ha establecido constituir la empresa como persona jurídica debido a la actividad económica que va a ejercer en el mercado.

Una vez que se ha elegido como se va a encontrar constituida la empresa se tiene que determinar qué tipo de empresas será.

- **Tipos de empresa como Persona Natural**

Como Persona Natural solo es posible ser una Empresa Unipersonal (Persona Natural con negocio):

- *Empresa Unipersonal: en este caso el propietario de la empresa asume la capacidad legal del negocio, es decir, asume las*

obligaciones a título personal y de forma ilimitada. Una Empresa Unipersonal tiene un solo propietario o dueño denominado micro empresario, el cual es responsable del manejo de la empresa.

- ***Tipos de empresa como Persona Jurídica***

Como Persona Jurídica es posible elegir los siguientes tipos de empresa:

- ***Sociedad Anónima (S.A):*** *empresa conformada por un mínimo de 2 socios, no tiene un número máximo de socios. Funciona bajo una razón social y/o denominación. El capital está conformado por acciones, no por participaciones sociales.*

Obtener los documentos habilitantes. *Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.*

Inscribir el nombramiento del representante. *Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.*

4.5.1.2. LEYES

Según los artículos 9, 11 y 22 de la Ley de Fomento Artesanal para los artesanos que obtengan el Acuerdo Interministerial tienen derecho a los siguientes beneficios registrada en el RO.446 del 29 de mayo de 2000.

-  *Exoneración de los impuestos de los artículos y productos artesanales exportados.*

- ✚ *Exoneración de los impuestos a los capitales en giro.*
- ✚ *Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía.*
- ✚ *Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales para fines de instalación, funcionamiento, ampliación o mejoramiento de los talleres, centros y almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades.*
- ✚ *Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios, de conformidad con la Ley.*
- ✚ *Aprovechamiento del régimen de depreciación acelerada de la maquinaria y equipos auxiliares.*
- ✚ *Derecho a afiliarse al Seguro Social del Artesano y grupo familiar que contribuya con su trabajo al funcionamiento del taller amparándose en el régimen especial salarial artesanal, gestión que será calificada previamente por el IESS.*

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Programa de inversiones

5.1.1. Inversión en activos fijos

Para poner en marcha el proyecto es necesaria la inversión en activos fijos que permita elaborar los procesos establecidos de manera correcta, los mismos que se los define como bienes muebles e inmuebles y tienen una vida útil mayor a un año. A continuación se presentan las tablas con sus respectivos precios de los activos fijos considerados en la inversión inicial del proyecto. (Anexo 4)

5.1.1.1. Inversión en maquinaria

La maquinaria es muy importante para la elaboración de las camas, necesaria para obtener la materia prima corregida y con bordes en condiciones apropiadas para su accesibilidad de uso.

Tabla 17 Inversión en maquinaria

MAQUINARIA			
Concepto	Unidades	V. Unitario	V. Total
Sierra radial	2	\$ 383.04	\$ 766.08
Total			\$ 766.08

Fuente: Ferrisariato

5.1.1.2. Inversión en equipos y herramientas

Para el ensamblado de las camas se requerirá herramientas que permitan juntar las piezas de manera precisa para presentar un producto sin fallas en las medidas y calidad de fabricación. En este rubro se presentan los

equipos y herramientas necesarias para lograr cortar, ensamblar y dar los acabados a las camas.

Tabla 18 Inversión en equipos y herramientas

EQUIPO Y HERRAMIENTAS			
CONCEPTO	UNIDADES	V. Unitario	V. Total
Taladro industrial perc rev 1/2-3/4" Bosch	4	\$ 243.66	\$ 974.64
Taladro 1/2" VVR	4	\$ 85.62	\$ 342.48
Lijadora	4	\$ 105.65	\$ 422.60
Martillo 29mm	5	\$ 5.45	\$ 27.25
Jgo. 65 pzs herramientas	4	\$ 24.37	\$ 97.48
Escuadras fijas	4	\$ 4.15	\$ 16.60
Atornillador inalambrico 6v C/M	8	\$ 70.54	\$ 564.32
SERRUCHO manual mediano	3	\$ 6.75	\$ 20.25
Prensas medianas	3	\$ 7.35	\$ 22.05
Jgo. De pistolas	2	\$ 51.25	\$ 102.50
Total			\$ 2,590.17

Fuente: ferrisariato

5.1.1.3. Inversión en muebles y enseres

En la parte administrativa y de operaciones es necesario contar con los muebles que permitan trabajar de forma correcta y que brinden comodidades a los colaboradores de la empresa.

Tabla 19 Inversión en muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
PRODUCCIÓN			
Concepto	Unidades	V. Unitario	V. Total
Mesas de ensablado	4	\$ 70.00	\$ 280.00
Bancos de trabajo	4	\$ 50.00	\$ 200.00
Caballate	2	\$ 20.00	\$ 40.00
Anaquele de heramientas	1	\$ 45.00	\$ 45.00
Total			\$ 565.00
OFICINAS			
Escritorios	5	\$ 320.00	\$ 1,600.00
Sillas	8	\$ 80.00	\$ 640.00
Archivadores	3	\$ 115.00	\$ 345.00
TOTAL			\$ 2,585.00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 3,150.00

Fuente: kywi

5.1.1.4. Inversión en equipo de oficina

En este rubro ingresan equipos como teléfonos y aire acondicionado, que son considerados como cuantía menor por sus bajos costos.

Tabla 20 Inversión en equipo de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Concepto	Unidad	V. Unitario	V. total
Teléfono	4	\$ 30.00	\$ 120.00
Aire acondicionado Split Prima ASW24	2	\$ 764.95	\$ 1,529.90
Grapadoras	12	\$ 11.34	\$ 136.08
Perforadoras	12	\$ 10.93	\$ 131.16
			\$ 1,917.14

Fuente: Mi comando

5.1.1.5. Inversión en equipos de computación

Este rubro representa la inversión que se realizará para los equipos de computación, necesarios para el área administrativa, de ventas y comercial. Se buscó precios que sean accesibles y que tengan las cualidades necesarias para trabajar sin problemas.

Tabla 21 Inversión en equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Concepto	Unidad	V. Unitario	V. total
Computadora Toshiba Lx 83 PQQ14U	4	\$ 714.00	\$ 2,856.00
Impresora L210 Epson	2	\$ 234.00	\$ 468.00
			\$ 3,324.00

Fuente: Novicompu

5.1.1.6. Inversión en vehículo

En este rubro se especifica el tipo de vehículo que se utilizará para transportar el material terminado hacia los diferentes distribuidores

Tabla 22 Inversión en vehículo

VEHÍCULO			
Concepto	Unidades	V. unitario	V. Total
Camion Hino serie 300 Dutro 616	1	\$ 36,400.00	\$ 36,400.00
			\$ 36,400.00

Fuente: Teojama comercial S.A.

El total de la inversión en activos fijos es de \$48,147.39; el cual, por efectos contables se ha sujetado a depreciación. Como se puede observar en la tabla No. 22 la depreciación se aplica en todos los activos fijos antes mencionados; el método utilizado para el cálculo fue por medio de línea recta, en el cual se emplean cuotas fijas o constantes que van en función de la vida útil del producto y de los porcentajes establecidos por la ley.

- Para instalaciones, equipos y maquinas 10% anual;
- Para vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual
- Para equipos de cómputo y software 33.33%

A continuación se presentan los valores correspondientes a la depreciación anual de cada uno de los activos fijos que pertenecerán a la empresa y su clasificación de acuerdo a cada área.

Tabla 23 Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS							
AÑO	PRODUCCIÓN		ADMINISTRACIÓN			VENTAS	Total depreciación
	Maquinaria	Equipo y herramientas	Muebles y enseres	Equipo de oficina	Equipo de computación	Vehículo	
	\$ 766.08	\$ 2,590.17	\$ 565.00	\$ 1,649.90	\$ 3,324.00	\$ 36,400.00	
2015	\$ 76.61	\$ 259.02	\$ 113.00	\$ 329.98	\$ 1,108.00	\$ 7,280.00	\$ 9,166.61
2016	\$ 76.61	\$ 259.02	\$ 113.00	\$ 329.98	\$ 1,108.00	\$ 7,280.00	\$ 9,166.61
2017	\$ 76.61	\$ 259.02	\$ 113.00	\$ 329.98	\$ 1,108.00	\$ 7,280.00	\$ 9,166.61
2018	\$ 76.61	\$ 259.02	\$ 113.00	\$ 329.98		\$ 7,280.00	\$ 8,058.61
2019	\$ 76.61	\$ 259.02	\$ 113.00	\$ 329.98		\$ 7,280.00	\$ 8,058.61
2020	\$ 76.61	\$ 259.02					\$ 335.63
2021	\$ 76.61	\$ 259.02					\$ 335.63
2022	\$ 76.61	\$ 259.02					\$ 335.63
2023	\$ 76.61	\$ 259.02					\$ 335.63
2024	\$ 76.61	\$ 259.02					\$ 335.63

Fuente: El Autor

5.1.2. Inversión en activos intangibles y diferidos

Se los denomina activos intangibles a aquellos activos que se encuentran constituidos por servicios o derechos que permiten la funcionalidad de la empresa, para que esta comience a laborar. Ciertas inversiones intangibles se pueden encontrar sujetas a amortización.

Tabla 24 Inversión en activos intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES			
Licencia de software	4	\$ 170.00	\$ 680.00
Gastos de constitución	1	\$ 800.00	\$ 800.00
TOTAL			\$ 1,480.00

Fuente: El Autor

5.2. Capital de trabajo

Contablemente podemos decir que el valor del capital de trabajo se lo obtiene restando los activos corrientes con los pasivos corrientes; mientras que, en la parte financiera es considerado como la inversión de capital distinta a la que se realiza por activos fijos y diferidos, sustancial para poner en marcha las actividades de la empresa hasta recibir los primeros ingresos; para lo cual, se estima un tiempo específico. En este caso, para el proyecto de factibilidad se ha estimado un periodo de 3 meses preoperativos para el cálculo del capital de trabajo, debido a que un lote de muebles es fabricado en el lapso de un mes para posteriormente, en el mes siguiente ser vendidos a las diferentes distribuidoras de la ciudad de Guayaquil; se otorga un plazo máximo de 30 días para la cancelación de los productos que han sido entregados; por lo tanto se puede decir que los primeros ingresos se efectuaran al tercer mes del comienzo de la fabricación.

Tabla 25 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
Concepto	Valor mensual	Valor x 3 meses	V. Total
Nomina	\$ 20,937.88	\$ 62,813.64	\$ 62,813.64
Servicios prestados	\$ 750.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00
Servicios básicos	\$ 376.50	\$ 1,129.50	\$ 1,129.50
Suministros de oficina	\$ 234.38	\$ 703.14	\$ 703.14
Otros gastos	\$ 150.00	\$ 450.00	\$ 450.00
Arriendo	\$ 3,300.00	\$ 9,900.00	\$ 9,900.00
Materia prima	\$ 28,494.86	\$ 85,484.58	\$ 85,484.58
TOTAL			\$ 162,730.86

Fuente: El Autor

5.3. Financiamiento de costos e inversiones

Tabla 26 Resumen de la inversión inicial

MAQUINARIA			
Concepto	Unidades	V. Unitario	V. Total
Sierra radial	2	\$ 383.04	\$ 766.08
Total			\$ 766.08
EQUIPO Y HERRAMIENTAS			
CONCEPTO	UNIDADES	V. Unitario	V. Total
Taladro industrial perc rev 1/2-3/4" Bosch	4	\$ 243.66	\$ 974.64
Taladro 1/2" VVR	4	\$ 85.62	\$ 342.48
Lijadora	4	\$ 105.65	\$ 422.60
Martillo 29mm	5	\$ 5.45	\$ 27.25
Jgo. 65 pzs herramientas	4	\$ 24.37	\$ 97.48
Escuadras fijas	4	\$ 4.15	\$ 16.60
Atornillador inalambrico 6v C/M	8	\$ 70.54	\$ 564.32
SERRUCHO manual mediano	3	\$ 6.75	\$ 20.25
Prensas medianas	3	\$ 7.35	\$ 22.05
Jgo. De pistolas	2	\$ 51.25	\$ 102.50
Total			\$ 2,590.17
MUEBLES Y ENSERES			
PRODUCCIÓN			
Concepto	Unidades	V. Unitario	V. Total
Mesas de ensablado	4	\$ 70.00	\$ 280.00
Bancos de trabajo	4	\$ 50.00	\$ 200.00
Caballate	2	\$ 20.00	\$ 40.00
Anaquele de heramientas	1	\$ 45.00	\$ 45.00
Total			\$ 565.00
OFICINAS			
Escritorios	5	\$ 320.00	\$ 1,600.00
Sillas	8	\$ 80.00	\$ 640.00
Archivadores	3	\$ 115.00	\$ 345.00
TOTAL			\$ 2,585.00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 3,150.00
EQUIPOS DE OFICINA			
Concepto	Unidad	V. Unitario	V. total
Teléfono	4	\$ 30.00	\$ 120.00
Aire acondicionado Split Prima ASW24	2	\$ 764.95	\$ 1,529.90
Grapadoras	12	\$ 11.34	\$ 136.08
Perforadoras	12	\$ 10.93	\$ 131.16
			\$ 1,917.14
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Concepto	Unidad	V. Unitario	V. total
Computadora Toshiba Lx 83 PQQ14U	4	\$ 714.00	\$ 2,856.00
Impresora L210 Epson	2	\$ 234.00	\$ 468.00
			\$ 3,324.00
VEHÍCULO			
Concepto	Unidades	V. unitario	V. Total
Camion Hino serie 300 Dutro 616	1	\$ 36,400.00	\$ 36,400.00
			\$ 36,400.00
ACTIVOS INTANGIBLES			
Licencia de software	4	\$ 170.00	\$ 680.00
Gastos de constitución	1	\$ 800.00	\$ 800.00
TOTAL			\$ 1,480.00
CAPITAL DE TRABAJO			
Concepto	Valor mensual	Valor x 3 meses	V. Total
Nomina	\$ 20,676.12	\$ 62,028.35	\$ 62,028.35
Servicios prestados	\$ 750.00	\$ 2,250.00	\$ 2,250.00
Servicios básicos	\$ 376.50	\$ 1,129.50	\$ 1,129.50
Suministros de oficina	\$ 123.03	\$ 369.09	\$ 369.09
Otros gastos	\$ 150.00	\$ 450.00	\$ 450.00
Arriendo	\$ 3,300.00	\$ 9,900.00	\$ 9,900.00
Materia prima	\$ 28,494.86	\$ 85,484.58	\$ 85,484.58
TOTAL			\$ 161,611.52
TOTAL INVERSION INICIAL			\$ 211,238.91

5.3.1. Estructura del capital

El capital de la empresa para poner en marcha la fabricación de las camas se encuentra estructurado por el 30% de capital propio; es decir por medio de los socios de la empresa y el otro 70% autofinanciado por la Corporación Financiera Nacional. Este porcentaje de financiamiento se lo obtiene con el crédito directo que ofrece la CFN a proyectos nuevos en el mercado, con la finalidad de motivar a la implementación de nuevos negocios. (Tabla No. 26)

Tabla 27 Estructura del capital

Financiamiento		
	%	Valor
Capital propio	30%	\$ 63,371.67
Deuda	70%	\$ 147,867.24

Fuente: CFN

5.3.2. Información del crédito

La tasa que ofrece la CFN para proyectos mayores a \$200,000 es de 9.76% nominal semestral con un plazo de 10 años máximo. (Tabla No. 27).

Tabla 28 Información del crédito

INFORMACIÓN DE CRÉDITO	
Valor del préstamo	\$ 147,867.24
Plazo	10
Interés	9.76%
Interés	4.88%
Frequency	2
# de periodos	20
Pago	\$17,084.78
Gracia	2

Fuente: CFN

5.3.3. Amortización del crédito

A continuación se presenta la tabla de amortización del préstamo realizado a la CFN con sus respectivos pagos.

Tabla 29 Amortización del crédito

Tabla de Amortización				
Tasa de interes				
Periodo	Capital	Interest	Payment	Balance
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 147,867.24
1	\$ -	\$ 7,215.92	\$ 7,215.92	\$ 147,867.24
2	\$ -	\$ 7,215.92	\$ 7,215.92	\$ 147,867.24
3	\$ -	\$ 7,215.92	\$ 7,215.92	\$ 147,867.24
4	\$ -	\$ 7,215.92	\$ 7,215.92	\$ 147,867.24
5	\$ 9,241.70	\$ 7,215.92	\$ 16,457.62	\$ 138,625.53
6	\$ 9,241.70	\$ 6,764.93	\$ 16,006.63	\$ 129,383.83
7	\$ 9,241.70	\$ 6,313.93	\$ 15,555.63	\$ 120,142.13
8	\$ 9,241.70	\$ 5,862.94	\$ 15,104.64	\$ 110,900.43
9	\$ 9,241.70	\$ 5,411.94	\$ 14,653.64	\$ 101,658.72
10	\$ 9,241.70	\$ 4,960.95	\$ 14,202.65	\$ 92,417.02
11	\$ 9,241.70	\$ 4,509.95	\$ 13,751.65	\$ 83,175.32
12	\$ 9,241.70	\$ 4,058.96	\$ 13,300.66	\$ 73,933.62
13	\$ 9,241.70	\$ 3,607.96	\$ 12,849.66	\$ 64,691.92
14	\$ 9,241.70	\$ 3,156.97	\$ 12,398.67	\$ 55,450.21
15	\$ 9,241.70	\$ 2,705.97	\$ 11,947.67	\$ 46,208.51
16	\$ 9,241.70	\$ 2,254.98	\$ 11,496.68	\$ 36,966.81
17	\$ 9,241.70	\$ 1,803.98	\$ 11,045.68	\$ 27,725.11
18	\$ 9,241.70	\$ 1,352.99	\$ 10,594.69	\$ 18,483.40
19	\$ 9,241.70	\$ 901.99	\$ 10,143.69	\$ 9,241.70
20	\$ 9,241.70	\$ 451.00	\$ 9,692.70	\$ -

Fuente: autor

5.4. Costo de producción

Para el costo de producción se ha tomado en cuenta tres rubros importantes que ayudarán a determinar posteriormente los precios de venta al distribuidor; los cuales son: Costo de Materia Prima, Costo de Mano de Obra directa y Costos Indirectos de Fabricación. Una vez obtenido todos los datos requeridos se puede proceder a realizar el cálculo del costo que representará producir cada tipo de cama. De acuerdo al costo de producción obtenido se puede establecer el precio de venta al distribuidor considerando los márgenes de ganancia anhelados.

5.4.1. Costos de materia prima

En la siguiente tabla se especifican los costos de materia prima directa por unidad, con su respectivo valor unitario y la cantidad en planchas de RH de los diferentes tamaños. La materia prima se la provee de la empresa Edimca, donde se encargan de realizar los cortes especificados de acuerdo al tipo de cama, el servicio por corte se encuentra incluido en los precios como se muestra en la siguiente tabla. El corte de las planchas de RH no es costoso, este costo va de acuerdo a la cantidad de cortes que se realicen en la misma plancha de RH.

Tabla 30 Consumo de MP para los tres tipos de camas

CAMA SIMPLE PLEGABLE			
Materiales	Cantidad	Precio	Total
Planchas de RH de 15mm	3.25	\$ 97.90	\$ 318.18
Servicio de corte	1	\$ 5.88	\$ 5.88
Planchas de RH de 6mm	1	\$ 67.72	\$ 67.72
Servicio de corte	1	\$ 1.32	\$ 1.32
Total			\$ 393.10
CAMA LITERA PLEGABLE			
Materiales	Cantidad	Precio	Total
Planchas de RH de 15mm	4.5	\$ 97.90	\$ 440.55
Servicio de corte	1	\$ 13.23	\$ 13.23
Planchas de RH de 6mm	1.67	\$ 67.72	\$ 113.09
Servicio de corte	1	\$ 2.40	\$ 2.40
Total			\$ 569.27
CAMA-ESCRITORIO MULTIFUNCIONAL			
Materiales	Cantidad	Precio	Total
Planchas de RH de 15mm	4	\$ 97.90	\$ 391.60
Servicio de corte	1	\$ 11.69	\$ 11.69
Planchas de RH de 6mm	1.5	\$ 67.72	\$ 101.58
Servicio de corte	1	\$ 1.55	\$ 1.55
Total			\$ 506.42

Fuente: Autor

Como se puede observar es fuerte la inversión que se requiere para la materia prima considerando que se compra un producto pre-elaborado con las especificaciones necesarias para ser ensamblados.

En las siguientes tablas se puede presentar los costos de Materia Prima de forma mensual y anual de cada tipo de cama.

Tabla 31 Costo de MP mensual y anual, cama simple

Tipo de mueble	Volumen de producción		Costo Materia Prima		
	Mensual	Anual	Unidad	Mensual	Anual
CAMA SIMPLE PLEGABLE	25	300	\$ 393.10	\$ 9,827.38	\$ 117,928.50

Tabla 32 Costo de MP mensual y anual, cama litera

Tipo de mueble	Volumen de producción		Costo Materia Prima		
	Mensual	Anual	Unidad	Mensual	Anual
CAMA LITERA PLEGABLE	15	180	\$ 569.27	\$ 8,539.09	\$ 102,469.03

Tabla 33 Costo de MP mensual y anual, cama- escritorio multifuncional

Tipo de mueble	Volumen de producción		Costo Materia Prima		
	Mensual	Anual	Unidad	Mensual	Anual
CAMA-ESCRITORIO MULTIFUNC.	20	240	\$ 506.42	\$ 10,128.40	\$ 121,540.80

5.4.2. Sueldos y Salarios

En la siguiente tabla se encuentra de manera detallada el sueldo de cada uno de los colaboradores de la empresa que forma parte del proceso productivo de las camas plegables y multifuncionales. Además se encuentran los beneficios sociales de los trabajadores, los mismos que provocarán un cambio a partir del segundo año debido a los fondos de reserva.

Tabla 34 Nómina del personal

Tasas			8.33%	\$340/12	11.15%	8.33%	4.17%	0.50%	0.50%		
Dotacion de T.Humano	Sueldo Base	Cantidad	Decimo tercero	Decimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Vacaciones	Secap	IECE	Total Año 1 (\$+BSL)	Total Año 2 en Adelante (\$+BSL)
Mano obra Directa										\$ 6,693.75	\$ 7,120.24
Maestro de ensamblaje	\$ 580.00	4	\$ 48.33	\$ 28.33	\$ 64.67	\$ 48.31	\$ 24.17	\$ 2.90	\$ 2.90	\$ 3,005.21	\$ 3,198.47
Operario de ensamblaje	\$ 400.00	4	\$ 33.33	\$ 28.33	\$ 44.60	\$ 33.32	\$ 16.67	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 2,107.73	\$ 2,241.01
Operario de acabados	\$ 400.00	1	\$ 33.33	\$ 28.33	\$ 44.60	\$ 33.32	\$ 16.67	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 526.93	\$ 560.25
Operario de maquinas	\$ 400.00	2	\$ 33.33	\$ 28.33	\$ 44.60	\$ 33.32	\$ 16.67	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 1,053.87	\$ 1,120.51
Gasto Administrativo										\$ 8,368.57	\$ 8,918.35
Gerente General	\$2,000.00	1	\$ 166.67	\$ 28.33	\$ 223.00	\$ 166.60	\$ 83.33	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 2,521.33	\$ 2,687.93
Secretaria	\$ 400.00	1	\$ 33.33	\$ 28.33	\$ 44.60	\$ 33.32	\$ 16.67	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 526.93	\$ 560.25
Jefe administrativo Financiero	\$1,600.00	1	\$ 133.33	\$ 28.33	\$ 178.40	\$ 133.28	\$ 66.67	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 2,022.73	\$ 2,156.01
Jefe de reducción	\$1,600.00	1	\$ 133.33	\$ 28.33	\$ 178.40	\$ 133.28	\$ 66.67	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 2,022.73	\$ 2,156.01
Contador	\$1,000.00	1	\$ 83.33	\$ 28.33	\$ 111.50	\$ 83.30	\$ 41.67	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 1,274.83	\$ 1,358.13
Gasto de Ventas										\$ 5,613.80	\$ 5,979.49
Jefe de ventas	\$1,600.00	1	\$ 133.33	\$ 28.33	\$ 178.40	\$ 133.28	\$ 66.67	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 2,022.73	\$ 2,156.01
Vendedores	\$ 800.00	3	\$ 66.67	\$ 28.33	\$ 89.20	\$ 66.64	\$ 33.33	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 3,076.60	\$ 3,276.52
Chofer	\$ 390.00	1	\$ 32.50	\$ 28.33	\$ 43.49	\$ 32.49	\$ 16.25	\$ 1.95	\$ 1.95	\$ 514.47	\$ 546.96
Total sueldos y Beneficios Sociales Legales										\$ 20,676.12	\$ 22,018.08

5.4.2.1. Valor Hora

Este proceso determina el valor de la hora trabajada de cada empleado como se explica a continuación:

- **Cálculo de días laborables en el mes:**

1 año = 52 semanas

52 x 5 días laborables a la semana = 260 días

260 días – 12 días festivos y feriados = 248 días laborables al año

248 días / 12 meses = 21 días laborables en el mes

- **Cálculo de horas mensuales**

8 horas diarias x 21 días laborables al mes = 168 horas mensuales

- **Cálculo del valor de la hora**

Sueldo maestros: \$ 580

Sueldo operarios: \$ 430

Costo hora técnico: \$ 580 / 168h = \$3.45

Costo hora operario: \$ 430 / 168h = \$ 2.56 (Tabla No.36)

Tabla 35 Cálculo del valor hora

CALCULO DEL VALOR HORA			
	SUELDO	HORAS AÑO	VALOR HORA
MAESTRO	580	168	\$ 3.45
OPERARIOS	430	168	\$ 2.56

Fuente: Autor

5.4.3. Costo de mano de obra directa por mueble

Se presenta el costo de mano de obra directa que implica la fabricación de cada tipo de cama; como se presentó en la tabla No. 35, se toma el

valor de la hora por trabajador y se la multiplica por el número de horas trabajadas empleadas en la fabricación

- **Cama simple plegable:** una de las camas más sencillas y con menos demanda de tiempo para fabricarlas.

Tabla 36 Hora hombre en cama simple

CAMA SIMPLE				
Mano de Obra Directa	No. de personas	Horas	Costo hora	Costo Total
Corte y arreglo de HR	1	1.8	\$ 2.38	\$ 4.29
Ensamblado	2	6	\$ 5.83	\$ 35.00
Acabado	1	2	\$ 2.38	\$ 4.76
TOTAL	4	9.8		\$ 44.05

Fuente: Autor

- **Cama litera plegable:** este tipo de cama demanda la mayor cantidad de horas hombre para la elaboración debido a su complejo proceso de adaptación de las dos camas en una sola base.

Tabla 37 Hora hombre en cama litera

CAMA LITERA PLEGABLE				
Mano de Obra Directa	No. de personas	Horas	Costo hora	Costo Total
Corte y arreglo de HR	1	2.8	\$ 2.38	\$ 6.67
Ensamblado	2	8	\$ 5.83	\$ 46.67
Acabado	1	2	\$ 2.38	\$ 4.76
TOTAL	4	12.8		\$ 58.10

Fuente: Autor

- **Cama – escritorio multifuncional:** el tiempo que toma fabricar una cama escritorio con el de una cama litera plegable es similar pero de procesos diferentes.

Tabla 38 Hora hombre en cama - escritorio

CAMA - ESCRITORIO MULTIFUNC				
Mano de Obra Directa	No. de personas	Horas	Costo hora	Costo Total
Corte y arreglo de HR	1	2	\$ 2.38	\$ 4.76
Ensamblado	2	7	\$ 5.83	\$ 40.83
Acabado	1	2	\$ 2.38	\$ 4.76
TOTAL	4	11		\$ 50.36

Fuente: Autor

5.4.4. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Dentro de los costos indirectos de fabricación como su nombre lo indica, son aquellos costos que no se encuentran relacionados directamente con la manufactura de las camas, pero forman parte de los costos de producción como son: materiales indirectos, mano de obra indirecta, servicios básicos, arrendamiento del edificio, etc.

El primer rubro considerado para los CIF son los materiales indirectos de fabricación como se puede ver en las siguientes tablas:

Materiales Indirectos

- **Cama simple plegable**

Tabla 39 Material Indirecto cama simple

CAMA SIMPLE PLEGABLE			
	Precio Unit.	No.	TOTAL
Bisagras	\$ 1.50	6	\$ 9.00
Tornillo 7 x 1/2	\$ 0.02	200	\$ 3.70
Tornillo 7 x 1	\$ 0.02	100	\$ 1.66
Rieles de extensión	\$ 5.48	5	\$ 27.40
Tapas adhesivas (50)	\$ 1.50	1	\$ 1.50
aceite rojo 1/2 ltr	\$ 1.97	1	\$ 1.97
Brazo hidraulico	\$ 35.00	2	\$ 70.00
Tiraderas	\$ 2.59	4	\$ 10.36
Costo Materiales Indirectos			\$ 125.59

Se requiere \$125.59 de materiales indirectos para fabricar una cama simple plegable.

- **Cama litera plegable**

Tabla 40 Material Indirecto cama- litera

CAMA LITERA PLEGABLE			
	Precio Unit.	No.	TOTAL
Bisagras	\$ 1.50	6	\$ 9.00
Tornillo 7 x 1/2	\$ 0.0185	250	\$ 4.63
Tornillo 7 x 1	\$ 0.0166	100	\$ 1.66
Rieles de extensión	\$ 5.48	6	\$ 32.88
Tapas adhesivas (50)	\$ 1.50	1	\$ 1.50
aceite rojo 1/2 ltr	\$ 1.97	1	\$ 1.97
Brazo hidraulico	\$ 35.00	4	\$ 140.00
Tiraderas	\$ 2.59	12	\$ 31.08
Costo Materiales Indirectos			\$ 222.72

Fuente: Autor

Se requiere \$222.72 de materiales indirectos para fabricar una cama litera plegable.

- **Cama –escritorio multifuncional**

Tabla 41 Material Indirecto Cama- escritorio multifuncional

CAMA - ESCRITORIO MULTIFUNCIONAL			
	Precio Unit.	No.	TOTAL
Bisagras	\$ 1.50	4	\$ 6.00
Tornillo 7 x 1/2	\$ 0.0185	250	\$ 4.63
Tornillo 7 x 1	\$ 0.0166	110	\$ 1.83
Rieles de extensión	\$ 5.48	6	\$ 32.88
Tapas adhesivas (50)	\$ 1.50	1	\$ 1.50
aceite rojo 1/2 ltr	\$ 1.97	1	\$ 1.97
Brazo hidraulico	\$ 35.00	4	\$ 140.00
Tiraderas	\$ 2.59	10	\$ 25.90
Costo Materiales Indirectos			\$ 214.70

Fuente: Autor

Se requiere \$214.70 de materiales indirectos para fabricar una cama litera plegable.

➤ **Servicios básicos**

Los servicios básicos que afectan en los costos indirectos de fabricación son considerados los de administración y ventas. Este es el segundo rubro necesario en el proyecto para determinar los CIF.

Tabla 42 CIF servicios básicos

CIF Servicios básicos			
Especificaciones	Administración	Producción	Ventas
Luz	\$ 70.00	\$ 110.00	\$ -
Agua	\$ 30.00	\$ 15.00	\$ -
Telefono	\$ 20.00	\$ -	\$ 40.00
Internet	\$ 54.90	\$ -	\$ 36.60
Costo Total	\$ 174.90	\$ 125.00	\$ 76.60

Fuente: Autor

5.4.4.1. Asignación de los CIF de acuerdo a las horas hombre

Esta tabla permite de manera exacta conocer en porcentaje la cantidad de trabajo que es aplicado para cada tipo de cama por horas hombre.

Tabla 43 Asignación de CIF horas hombre

Asignación CIF horas hombre			
Concepto	Horas hombre x unidad	Horas hombre mensuales	Tasa aplicable de los CIF
Cama simple plegable	9.8	245	37.29%
Cama litera plegable	12.8	192	29.22%
Cama- escritorio multifunc	11	220	33.49%
Total horas hombre mensual		657	100%

Fuente: Autor

Para asignar los CIF a cada tipo de mueble se lo realiza de la siguiente manera:

Cálculo de las horas hombre mensuales:

- **Cama simple plegable:** 9.8 horas x 25 camas mensuales = 245 horas
- **Cama litera plegable:** 12.8 horas x 15 camas mensuales = 192 horas
- **Cama- escritorio multific:** 11 horas x 20 camas mensuales = 220 horas

Esto nos da un total de 657 horas mensuales

Cálculo de la tasa aplicable de los CIF:

- **Cama simple plegable:** 245 horas /657 horas total = 37%
- **Cama litera plegable:** 192 horas /657 horas total = 29%
- **Cama- escritorio multific:** 220 horas /657 horas total = 34%

La siguiente tabla presenta los CIF mensuales de manera resumida

5.4.4.2. Costos Indirectos de Fabricación mensual

Con los datos obtenidos se ha podido establecer los CIF mensuales, considerando la materia prima indirecta, los servicios básicos y el porcentaje de asignación para cada cama.

Tabla 44 CIF mensuales

% asignación de los CIF	37.29%	29.22%	33.49%
Concepto	Cama simple	Cama Litera	Cama - escritorio
MPI	\$ 3,139.75	\$ 3,340.73	\$ 4,294.02
Servc. Básicos	\$ 46.61	\$ 36.53	\$ 41.86
Totales	\$ 3,186.36	\$ 3,377.25	\$ 4,335.88

Fuente: Autor

Una vez obtenido los datos requeridos se procede a sumar los tres rubros como se muestra en la tabla No. 45 para determinar mi costo de producción de cada tipo de cama. Los costos de producción se encuentran conformados por los costos de mano de obra directa, materia prima directa y los costos indirectos de fabricación. Los valores han sido tomados de los resultados encontrados en las tablas anteriores.

Tabla 45 Costos de producción de cada mueble

COSTO DE PRODUCCION			
Concepto	Cama simple	Cama Litera	Cama - escritorio
Materia Prima	\$ 393.10	\$ 569.27	\$ 506.42
Mano de Obra Directa	\$ 44.05	\$ 58.10	\$ 50.36
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 127.45	\$ 135.09	\$ 173.44
Costo total unitario	\$ 564.60	\$ 762.46	\$ 730.21

Fuente: Autor

5.4.5. Gastos Operacionales

Son gastos necesarios que la empresa tiene que cubrir para poner en marcha las actividades, se pueden mencionar los gastos administrativos, de ventas y publicidad

5.4.5.1. Gastos administrativos

Dentro de los gastos administrativos podemos encontrar los sueldos y beneficios de los colaboradores que trabajan en el área administrativa, que se encuentran señalados en la tabla No. 36 de la nómina de trabajadores. Los suministros de oficina se los especifica en la tabla No. y finalmente el alquiler del galpón donde se tiene pensado realizar el proceso productivo.

Tabla 46 Gastos administrativos

Gastos Administrativos	1er Año	2do Año
Sueldos y Beneficios	\$ 8,368.57	\$ 8,918.35
Suministros de Oficina	\$ 1,476.36	\$ 1,476.36
Alquiler	\$39,600.00	\$39,600.00
Total	\$49,444.93	\$49,994.71

Fuente: Autor

Los suministros de oficina se los ha determinado en la tabla No. 47; la cual permite ver de manera más detallada las necesidades en las oficinas para poder ejecutar sus acciones.

5.4.5.2. Gastos de ventas

Son aquellas erogaciones que se encuentran directamente relacionadas con las operaciones de ventas. Igualmente se puede encontrar de manera más detallada el sueldo y beneficios de los trabajadores de ventas en la tabla No. 36 de la nómina de trabajadores.

Tabla 47 Gastos de ventas

Gastos de Ventas	1er Año	2do Año
Sueldos y Beneficios	\$ 5,613.80	\$ 5,979.49
Movilizacion	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Total	\$ 6,613.80	\$ 6,979.49

Fuente: Autor

5.4.5.3. Gastos de Publicidad

Son gastos discrecionales que permiten que el producto llegue a la cabeza de los consumidores y logren crear la necesidad de comprarlos. Como se mencionó anteriormente la publicidad es muy importante para este proyecto; al saber que es un proyecto nuevo y que los productos ofrecidos no son utilizados comúnmente en nuestra sociedad.

Tabla 48 Gastos de publicidad

Gastos de Publicidad	
Flyers	\$ 760.00
Pag. Web	\$ 800.00
Total	\$ 1,560.00

Fuente: Autor

5.4.6. Precio de venta

Una vez que se ha obtenido los costos fijos y variables, se puede seleccionar el método que será empleado para el cálculo del precio al que se venderán cada tipo de cama. Según Ruiz, J (2004) "Los métodos para establecer precios se basan fundamentalmente en el criterio de generar márgenes de absorción (ventas – costos variables), con los cuales financiar los costos fijos y promover la obtención de utilidades".

La fórmula que se aplicará para obtener el precio de venta es:

$$P = \frac{(CG + GF)(M + 1)}{Q}$$

Donde:

CG = Costos fijos + Costos Variables; Costos Globales

GF = Gastos Financieros atribuibles para cada producto

M = el margen de utilidad que se espera obtener sobre los costos de producción, gastos operacionales y gastos financieros

Q = Cantidad que se espera vender del producto

A continuación se presenta el precio que ha sido establecido para cada tipo de cama con su respectivo margen de contribución (Tabla No. 49). Los márgenes han sido establecidos de acuerdo al precio que se estima vender a las distribuidoras, aplicando la estrategia de precio psicológico, que en este caso se refiere a precios redondos; también se ha considerado el posicionamiento de marca por medio de penetración de mercado; en la cual, se establecen precios bajos que nos permitan tener mayor acogida.

Tabla 49 Precios de Venta al Distribuidor

COSTO DE PRODUCCION			
Concepto	Cama simple	Cama Litera	Cama - escritorio
Materia Prima	\$ 393.10	\$ 569.27	\$ 506.42
Mano de Obra Directa	\$ 44.05	\$ 58.10	\$ 50.36
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 127.45	\$ 135.09	\$ 173.44
Costo total unitario	\$ 564.60	\$ 762.46	\$ 730.21
	Precio de Venta al Distribuidor		
	Margen de Contribucion 26.51%	Margen de Contribucion 28.81%	Margen de Contribucion 22.27%
	149.69	219.69	162.64
	Precio Unitario	Precio Unitario	Precio Unitario
	\$ 714.29	\$ 982.14	\$ 892.86
	IVA (12%)	IVA (12%)	IVA (12%)
	85.71	117.86	107.14
	PVD	PVD	PVD
	\$ 800.00	\$ 1,100.00	\$ 1,000.00

Fuente: Autor

5.5. Estados Financieros

Por medio de los estados financieros se podrá determinar la situación económica y financiera de la empresa dentro de los 10 años de vida del proyecto; esto no quiere decir que al cumplir el tiempo la empresa quebrará o se la cerrará; sino que se ha establecido un tiempo de evaluación del proyecto para determinar futuros resultados. El objetivo principal de los estados financieros es facilitar la toma de decisiones en las empresas con datos proyectados y estimaciones apegadas a la realidad.

5.5.1. Estado de resultados

Tabla 50 Estado de Resultado

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	\$ 565,000.00	\$ 698,340.00	\$ 719,290.20	\$ 740,868.91	\$ 763,094.97	\$ 785,987.82	\$ 809,567.46	\$ 833,854.48	\$ 858,870.12	\$ 884,636.22
Costo de Ventas	\$ 361,404.37	\$ 496,328.66	\$ 511,218.52	\$ 526,555.08	\$ 542,351.73	\$ 558,622.28	\$ 575,380.95	\$ 592,642.38	\$ 610,421.65	\$ 628,734.30
Utilidad Bruta	\$ 203,595.63	\$ 202,011.34	\$ 208,071.68	\$ 214,313.83	\$ 220,743.24	\$ 227,365.54	\$ 234,186.51	\$ 241,212.10	\$ 248,448.46	\$ 255,901.92
Gastos Operacionales										
Gasto Admsintrativos	\$ 49,444.93	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71
Gasto de Ventas	\$ 6,613.80	\$ 6,979.49	\$ 6,979.49	\$ 6,979.49	\$ 6,979.49	\$ 6,979.49	\$ 6,979.49	\$ 6,979.49	\$ 6,979.49	\$ 6,979.49
Sueldos y Salarios	\$ 6,693.75	\$ 7,120.24	\$ 7,120.24	\$ 7,120.24	\$ 7,120.24	\$ 7,120.24	\$ 7,120.24	\$ 7,120.24	\$ 7,120.24	\$ 7,120.24
Publicidad	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00
(-) Depreciacion	\$ 9,422.05	\$ 9,422.05	\$ 9,422.05	\$ 8,314.05	\$ 8,314.05	\$ 650.63	\$ 650.63	\$ 650.63	\$ 650.63	\$ 650.63
(-) Amortizacion	\$ 296.00	\$ 296.00	\$ 296.00	\$ 296.00	\$ 296.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos Operacionales	\$ 54,594.42	\$ 55,936.39	\$ 55,936.39	\$ 57,044.39	\$ 57,044.39	\$ 65,003.81	\$ 65,003.81	\$ 65,003.81	\$ 65,003.81	\$ 65,003.81
Utilidad Operativa	\$ 149,001.21	\$ 146,074.95	\$ 152,135.29	\$ 157,269.44	\$ 163,698.86	\$ 162,361.73	\$ 169,182.69	\$ 176,208.29	\$ 183,444.65	\$ 190,898.11
Intereses	\$ 14,431.84	\$ 14,431.84	\$ 13,980.85	\$ 12,176.87	\$ 10,372.89	\$ 8,568.91	\$ 6,764.93	\$ 4,960.95	\$ 3,156.97	\$ 1,352.99
Utilidad antes Pago Trabajadores	\$ 134,569.37	\$ 131,643.11	\$ 138,154.45	\$ 145,092.58	\$ 153,325.97	\$ 153,792.82	\$ 162,417.77	\$ 171,247.34	\$ 180,287.69	\$ 189,545.12
Beneficio Trabajadores (15%)	\$ 20,185.41	\$ 19,746.47	\$ 20,723.17	\$ 21,763.89	\$ 22,998.90	\$ 23,068.92	\$ 24,362.67	\$ 25,687.10	\$ 27,043.15	\$ 28,431.77
Utilidad antes de impuestos	\$ 114,383.96	\$ 111,896.64	\$ 117,431.28	\$ 123,328.69	\$ 130,327.08	\$ 130,723.90	\$ 138,055.10	\$ 145,560.24	\$ 153,244.53	\$ 161,113.35
Impuesto 22%	\$ 25,164.47	\$ 24,617.26	\$ 25,834.88	\$ 27,132.31	\$ 28,671.96	\$ 28,759.26	\$ 30,372.12	\$ 32,023.25	\$ 33,713.80	\$ 35,444.94
Utilidad despues de impuestos	\$ 89,219.49	\$ 87,279.38	\$ 91,596.40	\$ 96,196.38	\$ 101,655.12	\$ 101,964.64	\$ 107,682.98	\$ 113,536.99	\$ 119,530.74	\$ 125,668.41

5.5.2. Flujo de caja

El flujo de caja es considerado un indicador importante en el estudio financiero ya que permite conocer la liquidez de la empresa, de esta manera se puede saber la rentabilidad o crecimiento de un negocio; además, es la base de cálculo para estudio de índices financieros como el VAN (valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno).

Tabla 51 Flujo de caja

Flujo de Caja Proyectado	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Utilidad despues de impuestos	\$ -	\$ 89,219.49	\$ 87,279.38	\$ 91,596.40	\$ 96,196.38	\$ 101,655.12	\$ 101,964.64	\$ 107,682.98	\$ 113,536.99	\$ 119,530.74	\$ 125,668.41
Depreciacion	\$ -	\$ 9,422.05	\$ 9,422.05	\$ 9,422.05	\$ 8,314.05	\$ 8,314.05	\$ 650.63	\$ 650.63	\$ 650.63	\$ 650.63	\$ 650.63
Amortizacion	\$ -	\$ 296.00	\$ 296.00	\$ 296.00	\$ 296.00	\$ 296.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Pago de Deuda	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (18,483.40)	\$ (18,483.40)	\$ (18,483.40)	\$ (18,483.40)	\$ (18,483.40)	\$ (18,483.40)	\$ (18,483.40)	\$ (18,483.40)
Inversion											
Capital Propio	\$ (63,371.67)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestamo CFN	\$ (147,867.24)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo neta de Efectivo	\$ (211,238.91)	\$ 98,937.55	\$ 96,997.44	\$ 82,831.05	\$ 86,323.03	\$ 91,781.77	\$ 84,131.86	\$ 89,850.20	\$ 95,704.21	\$ 101,697.96	\$ 107,835.64
Flujo Efectivo Acumulada	\$ (211,238.91)	\$ (112,301.36)	\$ (15,303.93)	\$ 67,527.12	\$ 153,850.15	\$ 245,631.91	\$ 329,763.77	\$ 419,613.97	\$ 515,318.18	\$ 617,016.14	\$ 724,851.77

5.5.3. Balance Inicial

Tabla 52 Balance inicial

BALANCE INICIAL	
Activo	
Activo Corriente	\$ 161,611.52
Efectivo	\$ -
Cuentas por Cobrar	\$ -
Capital de Trabajo	\$ 161,611.52
Activo Fijo	\$ 48,147.39
MAQUINARIA	\$ 766.08
EQUIPO Y HERRAMIENTAS	\$ 2,590.17
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3,150.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1,917.14
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 3,324.00
VEHÍCULO	\$ 36,400.00
(-) Depreciacion	\$ -
Activo Diferido	\$ 1,480.00
Licencia de software	\$ 680.00
Gastos de constitución	\$ 800.00
(-) Amortizacion	\$ -
Total Activos	\$ 211,238.91
Pasivos y Patrimonio	
Cuentas por Pagar	\$ -
Deudas de corto plazo	\$ -
Total de Pasivos a corto plazo	\$ -
Deudas de largo plazo	\$ 147,867.24
Otros pasivos de largo plazo	\$ -
Total de Pasivos a largo plazo	\$ 147,867.24
Impuesto a la renta	\$ -
15% Trabajadores	\$ -
Impuestos Por pagar	\$ -
Total de Pasivos	\$ 147,867.24
Patrimonio	
Utilidades retenidas	\$ -
Capital	\$ 63,371.67
Total Patrimonio	\$ 63,371.67
Total Pasivos y Patrimonio	\$ 211,238.91

5.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un método utilizado para conocer la cantidad necesaria de producción para que la empresa no tenga pérdidas, ni ganancias; y su aplicación sirve para la administración en las operaciones de planeación y control. La fórmula empleada para hallar el punto de equilibrio es la siguiente:

$$P.E. (U) = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio de venta (u) - Costo variable (u)}}$$

Debido a que el proyecto cuenta con tres diferentes diseños de camas se tiene que encontrar un punto de equilibrio para cada uno. (Tabla No. 53).

Tabla 53 Punto de equilibrio

ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO										
CV unitario	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cama simple plegable	\$ 564.60	\$ 564.60	\$ 564.60	\$ 564.60	\$ 564.60	\$ 564.60	\$ 564.60	\$ 564.60	\$ 564.60	\$ 564.60
Cama litera plegable	\$ 762.46	\$ 762.46	\$ 762.46	\$ 762.46	\$ 762.46	\$ 762.46	\$ 762.46	\$ 762.46	\$ 762.46	\$ 762.46
Cama- escritorio multifunc	\$ 730.21	\$ 730.21	\$ 730.21	\$ 730.21	\$ 730.21	\$ 730.21	\$ 730.21	\$ 730.21	\$ 730.21	\$ 730.21
Gasto Adminsitrativos	\$ 49,444.93	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71	\$ 49,994.71
Intereses	\$ 14,431.84	\$ 14,431.84	\$ 13,980.85	\$ 12,176.87	\$ 10,372.89	\$ 8,568.91	\$ 6,764.93	\$ 4,960.95	\$ 3,156.97	\$ 1,352.99
CF Total	\$ 63,876.77	\$ 64,426.55	\$ 63,975.55	\$ 62,171.57	\$ 60,367.59	\$ 58,563.61	\$ 56,759.63	\$ 54,955.65	\$ 53,151.67	\$ 51,347.69
Produccion Anual	720	742	764	787	810	835	860	886	912	939
Cama simple plegable	300	309	318	328	338	348	358	369	380	391
Cama litera plegable	180	185	191	197	203	209	215	221	228	235
Cama- escritorio multifunc	240	247	255	262	270	278	287	295	304	313
Precio de Venta	\$ 2,900.00									
Cama simple plegable	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
Cama litera plegable	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00
Cama- escritorio multifunc	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
% de produccion	41.67%									
	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%
Cama simple plegable	113	114	113	110	107	104	100	97	94	91
Cama litera plegable	47	48	47	46	45	43	42	41	39	38
Cama- escritorio multifunc	79	80	79	77	75	72	70	68	66	63

5.7. Índices Financieros

Tabla 54 Índices Financieros

Índices Financieros	
TMAR	12.23%
TIR	42.87%
VAN	\$275,008.17
ROE	22.57%

5.7.1. Tasa Interna de Retorno TIR:

Este índice financiero representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido en el proyecto; además es la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto sea cero. La fórmula utilizada es la siguiente:

$$TIR = i_2 - VAN_2 \left\{ \frac{i_2 - i_1}{VAN_2 - VAN_1} \right\}$$

Con los resultados presentados en la tabla No. 54 se obtiene que la TIR tiene un resultado positivo al ser de 26.88% ante un 12.23% de la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR) lo que indica que el proyecto es rentable. Con este resultado se puede aceptar el supuesto de que existe una oportunidad para reinvertir.

5.7.2. Valor Actual Neto VAN:

En inversiones a largo plazo este indicador es muy importante y necesario para la toma de decisiones; ya que nos presenta los valores actuales de los flujos netos de efectivo. Este índice se basa en que el proyecto debe ser aceptado siempre y cuando el valor actual neto es igual o superior a cero. El VAN en otras palabras es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual. La fórmula utilizada es la siguiente:

$$VAN = Ii + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

Con los resultados de la tabla No. 54 se ha determinado que el Valor Actual Neto (VAN) es de \$270,159.87 que al ser mayor a cero, representa tres cosas: la inversión realizada será recuperada en el tiempo definido por el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) el cual es de 3.24 años, se obtendrá el retorno esperado con la tasa establecida y además se consigue un remanente sobre el retorno requerido que en este caso es de \$270,159.87

5.7.3. Periodo de recuperación de la Inversión PayBack:

Este índice permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen la inversión inicial; es decir, determina el tiempo que toma recuperar la inversión.

Tabla No. 52 PayBack

PAY BACK			
n	FNE	FEA	PRI
0	\$ (211,238.91)	\$ (211,238.91)	
1	\$ 98,937.55	\$ (112,301.36)	
2	\$ 96,997.44	\$ (15,303.93)	
3	\$ 82,831.05	\$ 67,527.12	
4	\$ 86,323.03	\$ 153,850.15	3.22
5	\$ 91,781.77	\$ 245,631.91	
6	\$ 84,131.86	\$ 329,763.77	
7	\$ 89,850.20	\$ 419,613.97	
8	\$ 95,704.21	\$ 515,318.18	
9	\$ 101,697.96	\$ 617,016.14	
10	\$ 107,835.64	\$ 724,851.77	

Fuente: Autor

5.7.4. Relación Costo - Beneficio

El objetivo principal del análisis costo beneficio es proporcionar la medida de la rentabilidad de un proyecto, se lo realiza mediante los costos previstos y los beneficios que se espera obtener en el camino; también permite definir la factibilidad de las alternativas planteadas o de un proyecto a ser desarrollado. La fórmula a emplearse es la siguiente:

$$C/B = \frac{\text{Beneficios} - \text{Costos}}{\text{Costos}}$$

C/B=	\$ 563,877.40	-	54,594.42
	54,594.42		
C/B=	\$ 509,282.98		
	54,594.42		
C/B=	9.33		

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- ✓ *Existe oportunidad de mercado para la empresa en la ciudad de Guayaquil; ya que por tratarse de un producto innovador, multifuncional y moderno, llama la atención de sus clientes, captando aceptabilidad debido a la comodidad y economía que brinda en relación a los muebles comunes.*
- ✓ *El proceso de producción que se acopla a nuestras necesidades es el proceso en serie; ya que permite reducir mano de obra, costos y tiempos de fabricación con modelos estándar que podrían variar solo en colores; así como, optimiza el tiempo de producción.*
- ✓ *El método de administración que se adapta a nuestras necesidades, es el de gerencia por sistemas ya que permite un mejor trabajo en equipo a través del interrelacionamiento con los diferentes elementos que conforman la empresa, logrando una mejor organización, control y desempeño; además permite la participación de todos los colaboradores en la toma de decisiones.*
- ✓ *Una vez analizados los índices financieros podemos determinar que:*

TIR.- *tiene un resultado positivo al ser de 26.88% ante un 12.23% de la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR) lo que indica que la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido en el proyecto es positiva; además es la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto sea cero.*

VAN.- es de \$270,159.87 que es mayor a cero, lo que representa tres cosas: la inversión realizada será recuperada en el tiempo definido por el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) el cual es de 3.22 años, se obtendrá el retorno esperado con la tasa establecida y además se consigue un remanente sobre el retorno requerido que en este caso es de \$270,159.87

PAYBACK.- el tiempo de recuperación de la inversión es de 3.22 años.

COSTO/BENEFICIO.- es de 9.33

Por tanto, se trata de un proyecto viable que puede pasar a la fase de ejecución.

7.2. Recomendaciones

- ✓ *Revisar año a año, los objetivos y metas de la empresa, ya que las necesidades del mercado son cambiantes, y por ende hay que focalizar todos los esfuerzos hacia ese mercado.*

- ✓ *Realizar estudios necesarios a futuro para poder diversificar la producción de muebles plegables y multifuncionales que permitan expandir la cobertura de mercado, en cuanto a la demanda insatisfecha que existe.*

- ✓ *Es importante la actualización de los conocimientos a todo el personal de trabajadores, ya que esto nos permite manejanos acorde y/o mejor que la competencia.*

- ✓ *Crear la empresa de camas plegables y multifuncionales es una buena opción para los inversionistas que busquen cumplir con sus expectativas en base a los puntos de equilibrio programados.*

- ✓ *Realizar estudios necesarios a futuro para poder diversificar la producción de muebles plegables y multifuncionales que permitan expandir la cobertura de mercado, en cuanto a la demanda insatisfecha que existe.*

BIBLIOGRAFÍA

Aglomerados Cotopaxi (2011). Material Duraplac. Recuperado de :<http://www.cotopaxi.com.ec/content/duraplac-aglomerado>

Bretones, F. D. y Silva, M. (2009). Cultura, sociedad, educación y comportamiento emprendedor. En F. D. Bretones (coord.) Comportamiento emprendedor en el ámbito universitario: personas y sociedad. Granada: Editorial de la Universidad de Granada. pp. 93-109.

BURBANO Ruiz Jorge, Presupuestos: enfoque moderno de planeación y control de recursos, Mc Graw Hill, segunda edición, 2004, pag. 116

CFN. (2010). Tasas de interés CFN. Recuperado de http://www.cfn.fin.ec/images/stories/TASAS_AGOSTO.pdf

CFN, (2010). Condiciones de crédito CFN. Recuperado de: http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=839&Itemid=541

Cusezar (2013). Optimización de espacio en el hogar. Bogota, Colombia. Recuperado de:<http://www.cusezar.com/asesoramos/formas-simples-para-la-optimizaci%C3%B3n-del-espacio-en-su-hogar>

Delgado, F (2011) Ecuador registra una de las tasas de deforestación más alta de Latinoamérica. Guayaquil, Ecuador. El Universo, pp. 9

Del libro: «Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», Segunda Edición, de Malhotra K. Naresh, Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997, Págs. 90 al 92.

Del libro: «Marketing», Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores, 2002, Págs. 607 al 610.

DISET (2009). Tratamientos de Protección y curación de la madera.

Recuperado

de:http://www.disetcontroldeplagas.com/tratamiento_madera_control_plagas.php

Droste, R (2012). Elaboración de cama- escritorio plegable. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=TMoTbUyXkME>

Ferrer, J. La metodología y el planteamiento del problema. Recuperado de:
<http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>

Gavilánez, P. (2010). Proyecto de factibilidad para la fabricación y venta de muebles plegables para viviendas pequeñas en la ciudad de Quito. Quito, Ecuador. Recuperado de:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4607/1/UPS-QT02130.pdf>

Garcés, H (2000) Investigación Científica, 1ra edición, Ediciones Abya-Yala.

González, N (2013), La población crece de forma acelerada. Guayaquil, Ecuador. El telégrafo, pp. 12.

Guamanzara, A. Población Económicamente Activa (PEA). Guayaquil, Ecuador. Recuperado de:
<http://www.slideshare.net/AlejandraGuamanzara/poblacin-econmicamente-activa-pea>

Hernández, R (2006). *Metodología de la investigación*, 4ta edición, Editorial Mc Graw Hill, Mexico, pg, 241

INEC (2010), *población Guayaquil, tasa de crecimiento*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

INEC (2010), *población y demografía, fascículo provincial Guayas*. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

INEC. (2010). *Estratificación del nivel económico*. Recuperado de: http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90

Jazz, O. (2011). *Economía, Factores que afectan la demanda y la economía*. Recuperado de: <http://jazzitaoliva.blogspot.com/2011/03/factores-que-afectan-la-demanda-y-la.html>

Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Education.

La Voz de Houston, Porcentaje recomendado de venta para un presupuesto de mercadotecnia. Recuperado de: <http://pyme.lavoztx.com/el-porcentaje-recomendado-de-venta-para-un-presupuesto-de-mercadotecnia-6076.html>

Malhotra K. Naresh,(1997) «*Investigación de Mercados Un Enfoque Practico*», Segunda Edición, de Prentice-Hall Hispanoamericana, Págs. 90 al 92.

Mañé, J. (2012). *Navactiva, Estrategias Push and Pull*. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/canales5/navactiva/27.html>

Nebot, J. (2011). Crecimiento poblacional en Guayaquil acelera oferta de vivienda. Guayaquil, Ecuador. Vistazo. pp.8

Parra, C (2011). Producción Industrial, Gestión de la producción, Recuperado de: <http://www.slideshare.net/carlosparracarrillo/sistemas-de-produccion-industrial>

Publirevista (2014), Ideas para optimizar el espacio en el dormitorio. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <http://www.espacioliving.com/1390789-dormitorio-ideas-para-optimizar-el-espacio>

Rodríguez, G. (2011). Estrategia de precio psicológico, blog sage experience. Recuperado de: <http://blog.sage.es/economia-empresa/las-estrategias-de-precio-psicologico-mas-extendidas/>

Salgado,C. (2013). El blog todólogo, Macro y micro localización. Recuperado de: <http://christblogger72.blogspot.com/2013/05/la-macro-y-micro-localizacion.html>

Sandoval Godoy, S. (2005). Especialización regional, integración de proveedores he impactos locales. El nuevo proyecto de expansión de Ford-Hermosillo. (Español), 32.

Toscano, A. (2007). Medios publicitarios. Recuperado de: <http://todopublicidad.wordpress.com/2009/07/06/los-medios-publicitarios/>

ANEXOS

ANEXO 1

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

El propósito de esta encuesta es poder establecer sus gustos y preferencias en cuanto al uso de muebles en el hogar. Agradecemos de antemano su colaboración.

Datos informativos

Sexo: Masculino Femenino

Edad: 20 a 30 31 a 40 41 a 50 51 a 54

Residencia: Sur Centro Norte Otros

1. Para usted, los muebles de su hogar son:

Elementos decorativos

Artículos necesarios

Artículos de lujo

13. Usted renueva sus muebles debido a:

Deterioro

Moda

Cambio de color

Otros

14. ¿Con qué frecuencia normalmente renueva los muebles de su hogar?

Cada 3 años

Cada 5 años

Cada 7 años

Cada 10 años

Otros

4. ¿Qué tipo de muebles prefiere para su hogar?

Modernos

Innovadores

Clásicos

Otros

11. ¿Ha escuchado sobre muebles plegables o multifuncionales?

Si

No

12. ¿Cuál de los siguientes muebles le parecen más importantes en su hogar?

Mesa

Escritorio

Armario

Cama

13. Considerando que la cama fue una de sus opciones escogidas. ¿Qué característica llama más su atención?

Comodidad

Espacio

Calidad

Diseño

14. ¿Estaría dispuesto a comprar una cama plegable y multifuncional que le permita ahorrar espacio y le brinde innovación a su hogar?

Si

No

15. De los siguientes diseños de camas plegables y multifuncionales. ¿Cuál le parece la mejor opción de compra para su hogar?

Cama simple plegable



Cama litera plegable



Cama – escritorio multifuncional



16. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una cama plegable y multifuncional fabricada con materiales de calidad y que cuente con las características antes mencionados?

\$700 a \$900

\$900 a \$1100

\$1100 a \$1300

\$1300 a \$1500

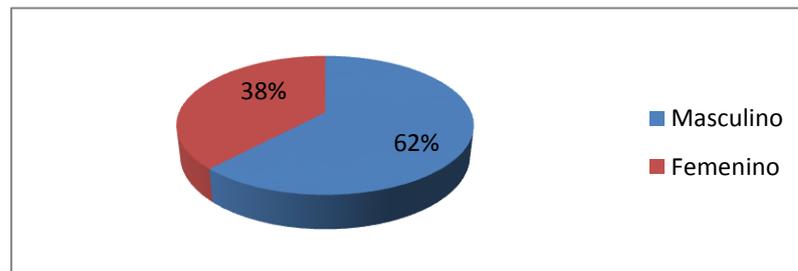
¡Gracias por su colaboración!

ANEXO 2

Resultado de las encuestas del mercado consumidor

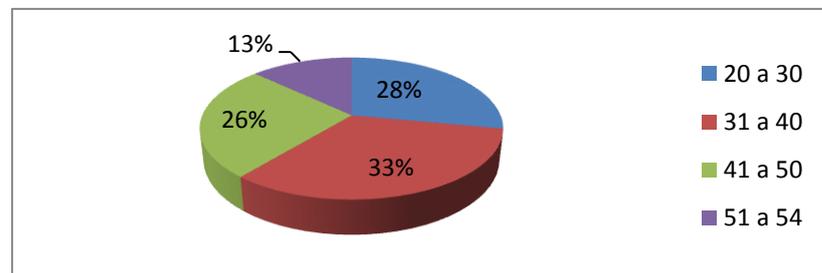
DATOS INFORMATIVOS

Gráfico No. 1 Porcentaje de personas encuestadas según sexo



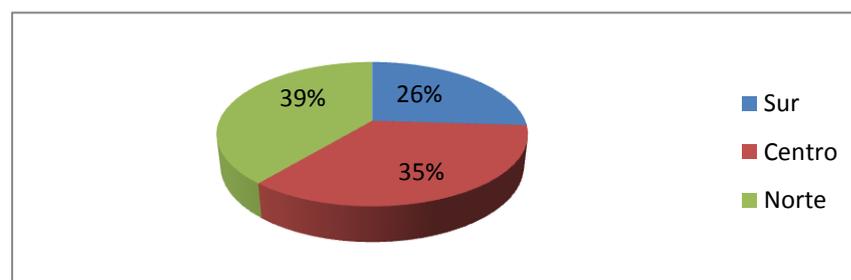
El 38% de las personas encuestadas en la Ciudad de Guayaquil son mujeres y el 62% son hombres.

Gráfico No. 2 Porcentaje de personas encuestadas según edad



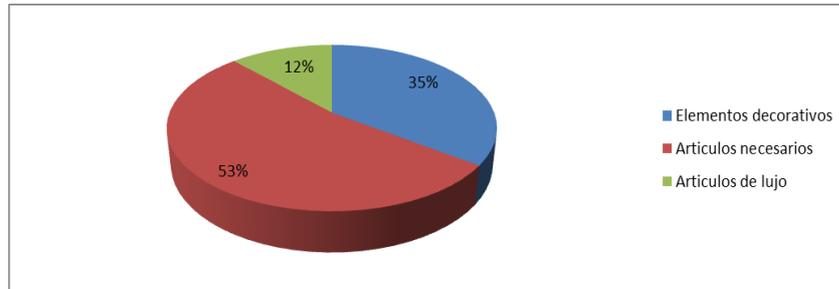
De las personas encuestadas se pudo obtener que el 28% pertenece a un rango de 20 a 30 años, el 33% pertenece al de 31 a 40 años, el 26% al rango de 41 a 50 años y finalmente el 13 % al de 51 a 54 años.

Gráfico No. 3 Porcentaje de personas encuestadas según sector de residencia



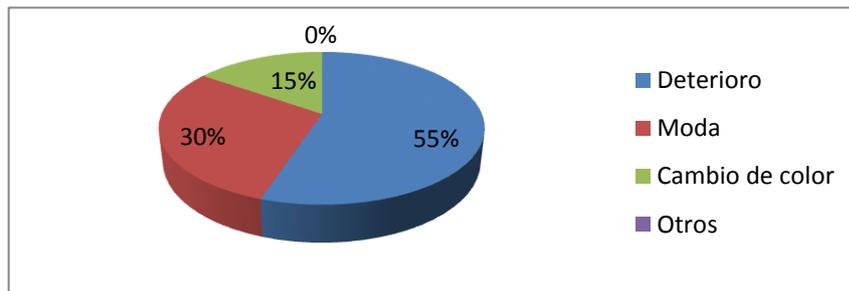
De las personas encuestadas el 26% pertenecen al sector sur de la ciudad, el 35% al sector centro y el 39% al sector norte.

Gráfico No. 4 Para usted, los muebles de su hogar son:



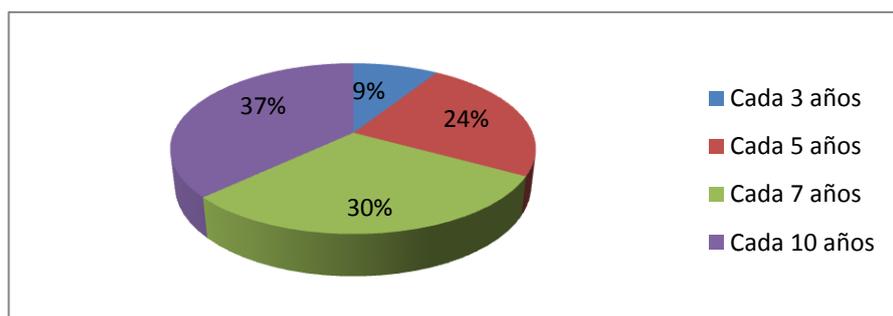
Los resultados de las personas que consideran los muebles como elementos decorativos es de 35%, el 53% un artículo necesario y el 12 % un artículo de lujo.

Gráfico No. 5 Usted renueva sus muebles debido a:



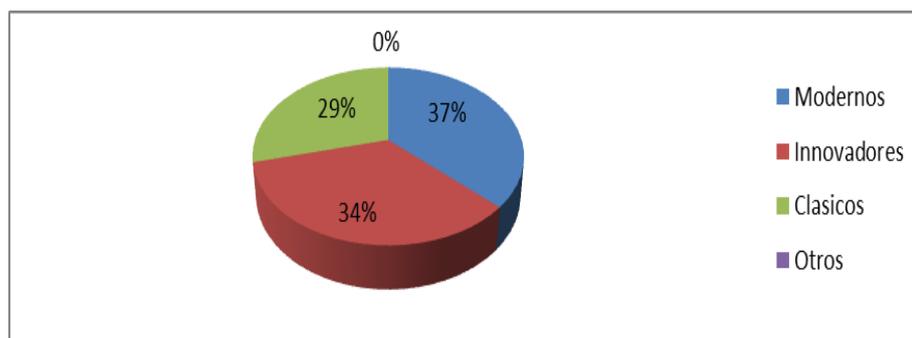
De las personas encuestadas se obtuvo que la mayor parte es decir el 55% renueva sus muebles en general por deterioro, el 30% por moda, el 15 % por cambio de color y el 0% otros.

Gráfico No. 6 ¿Con qué frecuencia normalmente renueva los muebles de su hogar?



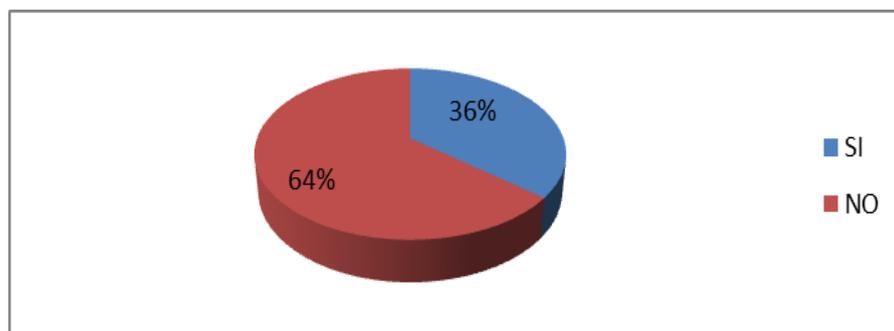
La frecuencia de cambio de muebles en general fue de un 9% cada 3 años, el 24% cada 5 años, el 30% cada 7 años y el 37% cada 10 años.

Gráfico No. 7 ¿Qué tipo de muebles prefiere para su hogar?



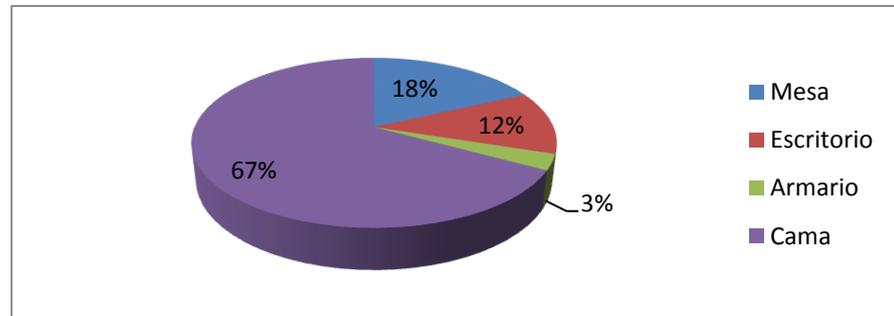
De las personas encuetadas se mostró que el 37% prefiere muebles modernos, el 34% muebles innovadores, 29% muebles clásicos y 0% otros

Grafico No. 8 ¿Ha escuchado sobre muebles plegables o multifuncionales?



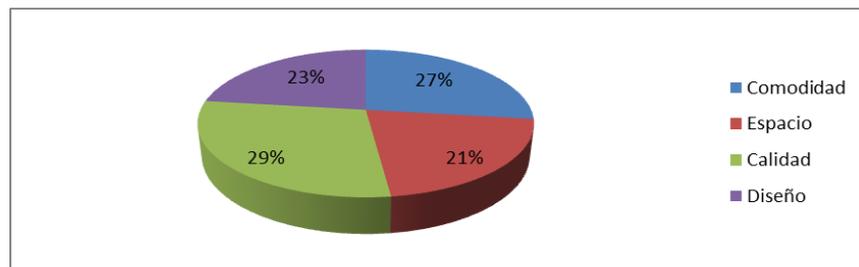
De las personas encuestadas solamente el 36% a escuchado sobre muebles plegables o multifuncionales; mientras que el 64% no.

Gráfico No. 9 ¿Cuál de los siguientes muebles le parecen más importantes en su hogar?



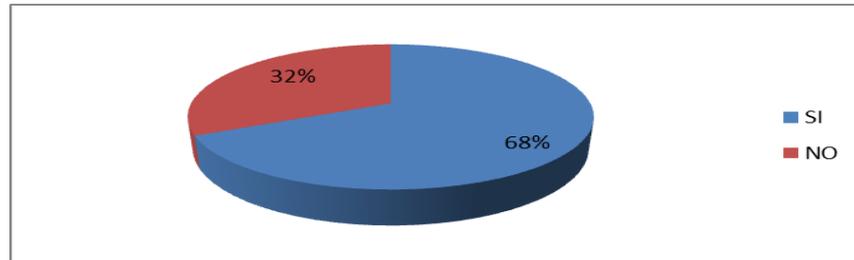
En el gráfico se puede observar que entre los muebles más importantes para las personas encuestadas se obtiene que la cama ocupa el primer lugar con un 67%, la mesa con un 18% el segundo, el escritorio un 12% el tercero y finalmente con un 3% el armario.

Gráfico No. 10 Considerando que la cama fue una de sus opciones escogidas. ¿Qué característica llama más su atención?



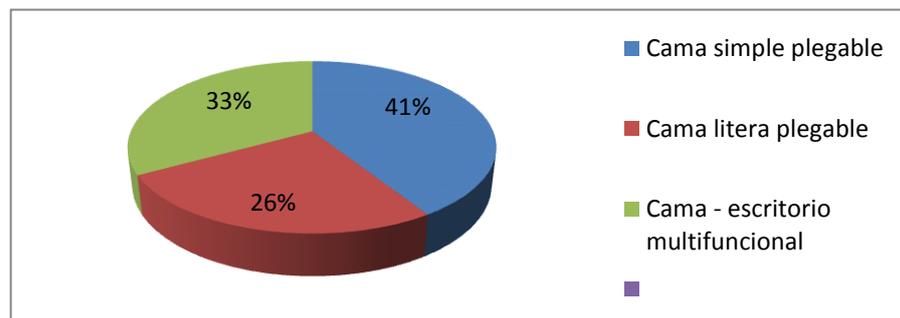
De las personas encuestadas se obtuvo que el 27% busca comodidad en una cama, el 21% espacio, el 29% calidad y un 23% un buen diseño.

Gráfico No. 11 *¿Estaría dispuesto a comprar una cama plegable y multifuncional que le permita ahorrar espacio y le brinde innovación a su hogar?*



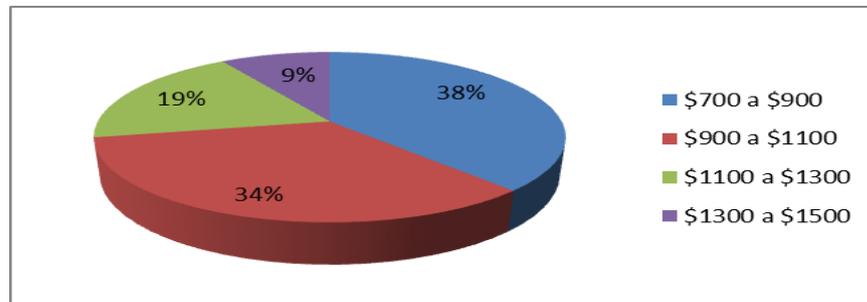
En el siguiente gráfico se presenta la aceptación que tuvo el proyecto en el mercado con un 68% y un rechazo del 32%.

Gráfico No. 12 *De los siguientes diseños de camas plegables y multifuncionales. ¿Cuál le parece la mejor opción de compra para su hogar?*



La mejor opción entre los 3 tipos de camas presentados fue en primer lugar la cama simple plegable con el 41%, en segundo lugar la cama-escritorio con un 33% y la cama litera plegable con un 26%

Gráfico No. 13 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una cama plegable y multifuncional fabricada con materiales de calidad y que cuente con las características antes mencionados?



En los precios que los consumidores estarían dispuestos a pagar se obtiene con un 38% de \$700 a \$900, el 34% de \$900 a \$1100, el 19% de \$1100 a \$1300 y el 9% de \$1300 a \$1500.

ANEXO 3

Proformas

Alquiler de galpones



CORPORACION QUIROLA

*Km. 6.5 vía a Duran Boliche Solar 4-17 MZ C21
Guayaquil – Ecuador*

PARQUE INDUSTRIAL LEINATI

Es un grato agrado para nosotros darles a conocer el alquiler nuestras bodegas a estrenar, con las siguientes características

Incluye lo siguiente:

Proyecto total 40.000 metros cuadrados.

*-Dirección: km 6,5 vía Durán Boliche, **Parque Industrial Leinati***

-Metros: 4.800 mts cuadrados para bodegaje divididos en 600 mts 2 por cada bodega

-Piso de hormigón armado de 20cms de espesor en vía de acceso e interior de bodegas.

- Techo de Galvalum

- Paredes de bloque.

-Altura lateral: 9 metros.

-Altura central: 12 metros.

-Entrada controlada por garita

-Entrada de acceso suficientemente amplia con 25 metros para el movimiento de los camiones que ingresen a la carga y/o descarga de productos.

.Servicios básicos como,

.Energía Eléctrica, Agua potable, seguridad armada y monitoreo de cámaras de seguridad las 24 horas.

.La energía y agua siempre y cuando no se trate de una fábrica o industria que demande un mayor consumo, en cuyo caso, deberán adquirir su propio medidor de energía eléctrica y agua potable.

.Sistema completo contra incendios.

-Luz y lámparas protegidas.

-Baños generales.

- Incluye fumigación en áreas periferias a los galpones para control de insectos rastreros y voladores

Precio: \$4.00 el m2 y \$1.50 alicuota.

Cualquier otra información estere en atenderles al 09800-99999

Los precios son variables según negociación.

ANEXO 4

➤ Proforma Materia Prima para Cama simple plegable

ALVARADO FARFÁN ALFONSO BENITO
DISTRIBUIDOR DE MATERIALES PARA EBANISTERIA Y FABRICA DE PUERTAS
PLYWOOD - MDF - ENCHAPES - LACAS - SELLADORES

PROFORMA

Guayaquil, 20 de Agosto de 2014

PN.0193-3231-14

Fecha de Entrega: / /

Numero del Pedido:

Numero del Sistema: 3231

Cliete
CRISTIAN ESPINOSA

UND	Código	Descripción del Producto	Adic.	Valor Unitario	Valor con IVA
3.25	347	DURAPLAC RH PALISANDRO 15 D/D	3.50	97.9000	321.67
73.50	1178	SERVICIO DE CORTE	3.50	0.0800	5.88
1.00	350	DURAPLAC RH PALISANDRO 6.D	3.50	67.7200	67.71
16.50	1178	SERVICIO DE CORTE	3.50	0.0800	1.32
TOTAL:					396.59

Atentamente,

ERWIN CORTEZ
VENTAS

Fuente: Edimca

➤ **Proforma Materia Prima para Cama litera plegable**

ALVARADO FARFÁN ALFONSO BENITO
DISTRIBUIDOR DE MATERIALES PARA EBANISTERIA Y FABRICA DE PUERTAS
PLYWOOD - MDF - ENCHAPES - LACAS - SELLADORES

PROFORMA

Guayaquil, 20 de Agosto de 2014

PN.0193-3232-14

Fecha de Entrega: / /

Numero del Pedido:

Número del Sistema: 3232

Ciente

CRISTIAN ESPINOSA

UND	Código	Descripción del Producto	Adic.	Valor Unitario	Valor con IVA
4.00	347	DURAPLAC RH PALISANDRO 15 D/D		97.9000	391.59
146.20	1178	SERVICIO DE CORTE		0.0800	11.69
1.50	350	DURAPLAC RH PALISANDRO 6.D	3.50	67.2200	105.07
19.50	1178	SERVICIO DE CORTE	3.50	0.0800	1.55
12.00	746	TIRADERA 8925T 192MM ERGO	3.50	2.5900	31.08
TOTAL:					541.02

Atentamente,

ERWIN CORTEZ
VENTAS

Fuente: Edimca

➤ **Proforma Materia Prima para Cama-escritorio multifuncional**

ALVARADO FARFÁN ALFONSO BENITO
DISTRIBUIDOR DE MATERIALES PARA EBANISTERIA Y FABRICA DE PUERTAS
PLYWOOD - MDF - ENCHAPES - LACAS - SELLADORES

PROFORMA

Guayaquil, 20 de Agosto de 2014
PN.0193-3230-14

Fecha de Entrega: / /

Número del Pedido: 000062936

Número del Sistema: 3230

Cliente
CRISTIAN ESPINOSA

UND	Código	Descripción del Producto	Adic.	Valor Unitario	Valor con IVA
4.50	347	DURAPLAC RH PALISANDRO 15 D/D	3.50	97.9000	444.04
165.50	1178	SERVICIO DE CORTE	3.50	0.0800	13.23
1.67	350	DURAPLAC RH PALISANDRO 6 D	3.50	67.7200	116.36
30.10	1178	SERVICIO DE CORTE	3.50	0.0800	2.40
15.00	481	RIELES FRANKLIN EXT ZINC 40	3.50	5.4800	82.19
45.00	746	TIRADERA 8925T 192MM ERGO	3.50	2.5900	116.54
600.00	1525	TORNILLOS 7X 1/2	3.50	0.0185	11.09
300.00	1523	TORNILLOS 7 X 1	3.50	0.0166	4.98
TOTAL:					790.90

Atentamente,

ERWIN CORTEZ
VENTAS

Fuente: Edimca

➤ **Proforma de Muebles y Enseres para oficina**

COMERCIAL KYWI S.A. AUTOIMPRESORES AUTORIZACION S.R.L. 1114158369 DEL 16/ENE/2014
 RUC 1790041220001 CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL. SR! 5368
 Matriz : AV. 10 DE AGOSTO N24-59 Y LUIS CORDERO
 QUITO Telf: 023987900
 AGENCIA 27 MEGAKYWI GYE Telf: 042656110 042656531
 Sucursal : AV. ISIDRO AYORA SOLAR 1-5 Y AV. AGUSTIN FREIRE (LA GARZOTA)
 Senar(es): CRISTHIAN ESPINOZA
 Codigo: 888885-000000 RUC : 1102528427
 Direccion: SAMANES 7 Vend: USUARIO CONSULTAS
 Ciudad : guayaquil Telf. :215488 Fecha de Emision 25/AGO/2014

PROFORMA DOLARES
 DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL
 GUAYAQUIL

PAG. 1/1

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
379786	ARCHIVADOR 3 CAJONES TOSCAN WENGE 104X48	3	169,32	507,96
431249	LUSTRA MUEBLES ACEITE 200ML OLD ENGLISH	3	2,82	8,46
490830	SILLA OFICINA T/MODERNA AZUL	8	99,92	799,36
698989	ESCRITORIO NOVA 76.5X160X70 WENGE	5	267,97	1.339,85

27
 SUBTOTAL 2.655,63
 DESCUENTO 0,00
 TOTAL 2.655,63

Vta.tarifa 12%	Vta.tarifa 0%	Total Vta.Neta	IVA Tar. 12%	IVA Tar. 0%	TOTAL A PAGAR
2.371,09	0,00	2.371,09	284,53	0,00	2.655,62

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

Los precios unitarios de esta proforma ** SI incluyen I.V.A. **
 GUAYAQUIL , 25 de AGO 2014

CRISTHIAN ESPINOZA

FIRMA : Jonathan Matovelle ESTABLECIMIENTO FIRMA : _____ CLIENTE

Fuente: Kywi S.A.

➤ **Proforma Materiales Indirectos**

INVERNES ROTACA S.A.
 Telefonos: 2323266
 Casilla: 09-01-1187
 Rovaca 1440 y Abairre
 Guayaquil AROSTO 26 DEL 2014 10:20:05
FAE. = 001
 R.U.C.: 099001010001
 Ex...: 2226103
 Factura

LoBo Lotion	Cantidad	Med. Descripción	Precio %	Neto	Precio Neto	Total	So Co	Stal.
4602 69506	20.00	FA# BRAZO MECANICO APERTURA SUPERIOR/INFE	10.41	25.00	7,8075	150.15		

Pasado del Soborno: 69,37%

NUESTRO PRECIO NETO INCLUYE EL IVA - Código con (&) se Entrega en Local Solic.

Sub-total	Descuentos	IVA TARIFA 12.00	IVA TARIFA 0	Recargos	I.V.A.	Pedndido	Total
150.15	16.73	139.42			16.73		156.15

Cliente: ESCOBERO MARTHA Fuente: PILAR VALARCA FIN DE PROFORMA
 Código: 4621127322
 ESTA PROFORMA TIENE VALIDEZ HASTA LA FECHA DE LA MISMA Somos Contribuyente ESPECIAL no retener el I.V.A.
 SIEMPRE Y CUANDO LAS EXISTENCIAS FISICAS HRS LO PERMITAN Notificacion No-519 - 26-RA/1996

➤ **Proforma Suministros de oficina**

PROFORMA: 019-005-000012992
RUC : 1790040275001
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resol.: 5368 del 02/06/1995
 Fecha : 25 DE AGOSTO DEL 2014
 Fecha Entrega: DE MES: DEL
 Emision Sist.: 14/08/25 18:36:59
 No. Control : **08-PR-00012992**
 Cliente : 9999 CRISTIAN ESPINOZA
 Direccion : SAMANES 7 V6 No:
 Telefono : 215488 Ciudad :
 RUC/Cedula : 1102528427

Razon Social : PA.CO Comercial e Industrial S.A.
 Direccion : AV. COLON EA-81 Y AV. 9 DE OCTUBRE
 Almacén : SAN MARINO 68UIL
 Direccion : PCD. DE ORELLANA Y LUIS PLAZA CC. SAN MARINO LC.26
 Telefonos : 42083285 0
 QUITO

Pagina: 1 de 1

Pedido: 108-PR-0000000 Vendedor: 999-GENERAL Usuario: dalava Autoriza: rtilleri

SC.COD.	BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD	UNI	T.PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSER.
1	5602607979791	PAPEL BOND BLANCO 0750RS A4	INACOPIA	1.00	RM	2 4.99000	4.99	I VA 0%
2	7313461790629	ENGRAPADORA ESCRITORIO GRANDE AZUL F18 6 RAPID RAPAS 24-6/6 23811402		3.00	UN	2 11.34703	34.04	
3	7861145900036	BRAPAS 26/6 STANDARD CJAY5000UN	ALEX	3.00	UN	2 1.13322	3.40	
4	4041485177142	PERFORADORA ESCRITORIO GRANDE 2 PERF NEG ERICH KRAUSE RA METALICA 40HS 040 17714		3.00	UN	2 10.92527	32.78	
5	0808736132655	CARTUCHO HP C8727A NEGRO	HEWLETT PACKARD	1.00	UN	2 28.21000	28.21	
6	0808736152778	CARTUCHO HP C8728A COLOR	HEWLETT PACKARD	1.00	UN	2 34.05000	34.05	



Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de PA.CO Comercial e Industrial S.A.
 En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambias oficiales que afecten
 al costo de la mercaderia, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturacion previo su conocimiento.
****VALIDEZ OFERTA: 8 DIAS****

	SUMAN	:	137.47
- DESCTO:	7.02	SUBTOTAL	130.45
		TARIFA 0%:	4.99
		TARIFA 12%:	125.46
		I V A 12%:	15.06
		T O T A L \$:	145.51

➤ **Proforma Materiales Indirectos de Fabricación**

C O R P O R A C I O N E L R O S A D O S . A .

P R O F O R M A N o . C-037086

RUBRO.....: 0065 HIPERMARKET NORTE
 NOMBRE DEL CLIENTE: COMERCIO ESPECIALIZADO CRISTIAN FERRAZO
 CODIGO / R.U.M.....: 002727000
 DIRECCION.....: PLAZA CENTRAL EL ROSADO
 TELEFONO.....: 003974800
 TIPO DE ENTREGA.....: Sin Embalaje
 ENTREGA.....: COMOD

999.

ARTICULO	DESCRIPCION	CANT.	UNIDAD	PRECIO	IMPORTE	IMPORTE	PRECIO	IMPORTE
00000000	JOL MERMELADAS 600GS	070000	APLDO		1	3.00	24.37	70.11
00000002	STERELLADOR BELAVISIO 6W 200	000000	REVELY		1	5.00	70.00	350.70
00000007	TRILITEADORA DINA 10" FR	000000	REVELY	10"	1	2.00	355.00	765.00
00000074	TRILITEADORA DINA 10" FR	000000	REVELY	10"	1	2.00	248.00	496.00
00000080	TELARO 1/2" 100' 1/2" 100' 1/2" 100'	000000	REVELY	1/2"	1	0.00	343.00	343.00
00000088	TELARO 1/2" 100' 1/2" 100' 1/2" 100'	000000	REVELY	1/2"	1	3.00	30.00	30.00
00000092	TELARO PERI 1/2" 100' 1/2" 100'	000000	REVELY	1/2"	1	3.00	113.10	340.10
SUBTOTAL		TOTAL 17.00	17	3400.00				3400.00
<N>				3400.00				3400.00
				TOTAL				3400.00

LA PRESENTACION DEL PRECIO ES SIN IVA Y SIN IMPORTE DE FISCOS EN EL ROSADO