



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de Proyecto
Emprendimiento previo a la obtención del Título de
Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Creación de la empresa ARTEORTIZ para
la fabricación y comercialización de muebles
multifunción para el hogar con palets reciclados”**

AUTOR: Elvis Efraín Ortiz Gavilánez

TUTOR: Ing. José Bernardo Herrera Herrera

AMBATO-ECUADOR

Septiembre 2017



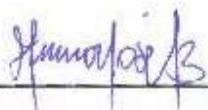
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA José Bernardo Herrera Herrera

CERTIFICA:

En calidad de Tutor del trabajo de titulación “Creación de la empresa ArteOrtiz para la fabricación y comercialización de muebles multifunción para el hogar con palets reciclados” presentado por el señor Elvis Efraín Ortiz Gavilánez, para optar por el Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios. CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficiente para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 09 de junio del 2017



Ing. José Bernardo Herrera Herrera, MBA
CI: 1102481148
DOCENTE TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Elvis Efraín Ortiz Gavilánez, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Elvis Efraín Ortiz Gavilánez

C.C. 180414136-2

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por las Facultades de Ciencias Administración de la Universidad Técnica de Ambato



Ing. Geovanny Fabricio Ríos Lara. Mg
C.C. 1803081296



Ing. Elias David Caisa Yucailla, Mg
CI: 180345866-8

Ambato, 1 de agosto del 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión públicas además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mi derecho de tutor.

A handwritten signature in blue ink, enclosed within a large, light blue oval. The signature is stylized and appears to read 'Elvis Efraín Ortiz Gavilánez'. Below the signature is a horizontal line.

Elvis Efraín Ortiz Gavilánez

C.C. 1804114136-2

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por darme la dicha de vivir, por la salud, inteligencia y sabiduría, por bendecirme con una familia extraordinaria.

A mis Padres, familia y demás personas que de una manera u otra se constituyeron en un pilar fundamental para cumplir con este proyecto; con su confianza, amor y apoyo infinito que me han brindado para conseguir mi mayor sueño.

A la Universidad Técnica de Ambato y a mi querida facultad por inculcarme buenos conocimientos y formarme como persona con grandes valores.

A mis Docentes, Ing. Mba. José Herrera, Ing. Fabricio Ríos e Ing. David Caisa, por compartir todos los conocimientos necesarios y guiarme académicamente, inculcando valores y principios que me ayudaron a formarme como profesional.

Elvis Ortiz

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada principalmente a Dios que es mi guía constante y jamás me ha abandonado en todo el trayecto de mi vida.

A mi esposa Estefania por su amor, cariño, paciencia y enseñarme que en la vida hay que luchar y esforzarse por hacer realidad los sueños.

A mi hija Brittany quien ha sido el motor fundamental en mi vida quien me da fuerzas para vencer todo obstáculo que se me presente.

A mi jefe Ing. Pablo Capelo por su apoyo, las palabras de aliento, la motivación que constantemente me ha brindado y estar siempre pendiente de mis estudios.

Elvis Ortiz

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
EXECUTIVE SUMMARY	xix

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Definición del problema de la investigación.....	1
1.1.1. Árbol de problemas	4
1.2 Análisis del problema.....	4
1.3 Análisis de involucrados	6
1.4 Árbol de Objetivos	7
1.5 Alternativas de solución.....	7

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre del emprendimiento.....	8
2.2. Localización geográfica	8
2.3. Justificación.....	8
2.4. Objetivos	10

2.4.1. Objetivo general	10
2.4.2. Objetivos específicos	11
2.5. Beneficiarios	11
2.6. Resultados a alcanzar	11

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción de producto, características y usos.....	13
3.1.1 Segmentación de mercado.....	15
3.1.1.1. Población.....	15
3.1.1.2. Muestra.....	17
3.1.1.3. Validación de la encuesta.....	17
3.1.1.3.1. Opinión de expertos	17
3.1.1.3.2. Validación Alfa de Cronbach.....	20
3.1.1.4. Resultados de encuestas	21
3.2. Estudio de la demanda	33
3.2.1. Estudio de la demanda en familias.....	33
3.2.2. Estudio de la demanda en productos.....	35
3.3. Estudio de la oferta.....	36
3.3.1. Estudio de la oferta de familias.....	36
3.3.2. Oferta de productos	38
3.4. Mercado potencial para el proyecto	39
3.5. Precios.....	41
3.6. Definiciones de términos de comercialización	42
3.7. Canales de Distribución	44
3.7.1. Ventajas.....	45
3.7.2. Desventajas	45
3.8. Estrategias de comercialización	45
3.8.1. Estrategia del marketing Mix (4Ps).....	45
3.8.1.1. Estrategias de productos o servicios	46
3.8.1.2. Estrategias de precio	46
3.8.1.3. Estrategias de plaza	47

3.8.1.4. Estrategias de promociones.....	48
3.8.1.4.1. Alcance.....	49
3.8.1.4.2. Frecuencia de los medios publicitarios	49
3.8.1.4.3. El impacto deseado	49
3.8.1.4.4. Presupuesto	49

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento.....	51
4.1.1. Factores que determinan el tamaño.....	51
4.1.2. El tamaño óptimo del emprendimiento	53
4.2. Localización	53
4.2.1. La Macro localización.....	53
4.2.2. La Micro localización	54
4.3. Ingeniería del Proyecto	55
4.3.1. Producto – proceso.....	55
4.3.2. Balance de los materiales	56
4.3.3. El período operacional estimado de la planta	59
4.3.4. La capacidad de la producción.....	60
4.3.5. Distribución de la maquinaria y los equipos (Lay-out).....	61
4.3.5.1. Detalle de la maquinaria y los equipos	61
4.3.5.2. La distribución de la planta (Lay-out).....	61

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos generales.....	63
5.2. El Diseño Organizacional	63
5.2.1. Los niveles jerárquicos de la empresa.....	63
5.3. La estructura organizativa de la empresa	66
5.4. La estructura Funcional.....	66
5.5. Manual de Funciones	67

5.5.1. Codificación de Puestos	67
5.5.2. Cargo: Gerente General.....	68
5.5.3. Cargo: Contador(a).....	69
5.5.4. Cargo: Auxiliar de Compras	70
5.5.5. Cargo: Carpinteros	71

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Las inversiones en activos fijos tangibles	73
6.2. Las inversiones en activos fijos intangibles	74
6.3. Las inversiones en activos circulantes o capital de trabajo.....	75
6.3.1. Activo Corriente o Circulante	75
6.3.2. Pasivo corriente o circulante	79
6.3.3. Capital de trabajo	80
6.4. El resumen de las Inversiones	81
6.5. El financiamiento	81
6.6. El plan de Inversiones.	82
6.7. El presupuesto de gastos e ingresos	83
6.7.1. La situación financiera actual de la empresa.....	91
6.7.2. La situación financiera proyectada de la empresa.....	92
6.7.3. El presupuesto de los ingresos de la empresa	92
6.7.4. El Estado de los Resultados proyectados de la empresa	93
6.7.5. El Flujo de Caja de la empresa.....	94
6.8. El Punto de equilibrio de la empresa.....	94
6.9. La tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de los proyectos	96
6.9.1. Cálculo T_{mar1} sin financiamiento	96
6.9.2. Cálculo T_{mar2} sin financiamiento	97
6.9.3. El cálculo de la T_{mar1} global mixto	98
6.9.4 El cálculo de la T_{mar2} global mixto	98
6.10. El valor presente neto o valor actual neto (VAN).....	99
6.10.1. El cálculo del VAN1	99

6.10.2. El cálculo del VAN2	100
6.11. Los indicadores financieros.....	101
6.11.1. El índice de solvencia.....	101
6.11.2. El índice de liquidez.....	102
6.11.3. El índice de endeudamiento	102
6.11.4. El índice de apalancamiento.....	102
6.12. La tasa beneficio – costo	103
6.13. El periodo de recuperación de la inversión (PRI)	104
6.14. La tasa interna de retorno (TIR).....	104
6.15. El análisis de sensibilidad.	106

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones	107
7.2 Recomendaciones.....	108
 BIBLIOGRAFÍA.....	 109
ANEXOS.....	112

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Análisis de involucrados	6
Cuadro 2 Árbol de objetivos	7
Cuadro 3 Localización geográfica	8
Cuadro 4 Características del producto	14
Cuadro 5 Población.....	15
Cuadro 6 Tasa de crecimiento poblacional 2016	16
Cuadro 7 Estadística descriptiva	20
Cuadro 8 Resumen de procesamiento de casos.....	20
Cuadro 9 Estadística de fiabilidad.....	20
Cuadro 10 Expectativa del producto	21
Cuadro 11 Predisposición a comprar el producto	22
Cuadro 12 Medios de promoción de los productos.....	23
Cuadro 13 Requerimiento de muebles para el hogar	24
Cuadro 14 Percepción de los productos en el momento de compra	25
Cuadro 15 Capacidad de compra de los potenciales clientes.....	26
Cuadro 16 Medios por los que los clientes conocen los productos	27
Cuadro 17 Motivación al momento de adquirir un producto.....	28
Cuadro 18 Tendencia a nuevos productos ofertados.....	29
Cuadro 19 Forma de pago al adquirir un producto	30
Cuadro 20 Preferencia de medios de comunicación para conocer un producto	31
Cuadro 21 Preferencia de colores de muebles para el hogar	32
Cuadro 22 Explicación de demanda por persona.....	33
Cuadro 23 Cálculo de la demanda por familias	34
Cuadro 24 Cálculo de la demanda en productos	35
Cuadro 25 Proyección de la demanda en productos	35
Cuadro 26 Explicación de la oferta en familias	36
Cuadro 27 Proyección de la oferta en familias	37
Cuadro 28 Cálculo de la oferta en productos	38
Cuadro 29 Cálculo de la demanda potencial Insatisfecha (DPI).....	39
Cuadro 30 Demanda Potencial Insatisfecha Real	40

Cuadro 31 Cálculo de los precios.....	41
Cuadro 32 Presupuesto de la publicidad	49
Cuadro 33 Micro localización.....	54
Cuadro 34 Procesos de la producción	56
Cuadro 35 La Materia Prima directa.....	57
Cuadro 36 Los Materiales indirectos	58
Cuadro 37 los Insumos.....	58
Cuadro 38 Capacidad de la producción	60
Cuadro 39 Maquinarias	61
Cuadro 40 Herramientas	61
Cuadro 41 Muebles y Enseres.....	61
Cuadro 42 Niveles jerárquicos Empresa ArteOrtiz.....	65
Cuadro 43 Organigrama de la empresa ArteOrtiz.....	66
Cuadro 44 Estructura funcional de la empresa ArteOrtiz	66
Cuadro 45 Codificación de puestos.....	67
Cuadro 46 Cargo: Gerente General.....	68
Cuadro 47 Cargo: Contador	69
Cuadro 48 Cargo: Auxiliar de Compras.....	70
Cuadro 49 Cargo: Carpintero	71
Cuadro 50 Muebles y Enseres.....	73
Cuadro 51 Maquinaria y Equipo	73
Cuadro 52 Equipo de Computo.....	74
Cuadro 53 Activos fijos tangibles	74
Cuadro 54 Otros Activos.....	75
Cuadro 55 Activo corriente o circulante	76
Cuadro 56 Resumen de inversión	81
Cuadro 57 Financiamiento del proyecto	82
Cuadro 58 Plan de Inversión	82
Cuadro 59 Materia Prima directa	83
Cuadro 60 Material indirecto	83
Cuadro 61 Depreciaciones	84
Cuadro 62 Amortizaciones.....	84
Cuadro 63 Gastos de operación.....	84

Cuadro 64 Mano de obra.....	85
Cuadro 65 Costo de la producción total.....	85
Cuadro 66 Servicios básico.....	86
Cuadro 67 Sueldos y salarios.....	86
Cuadro 68 Suministro de oficina.....	86
Cuadro 69 Total costos administrativos.....	87
Cuadro 70 Sueldos y salarios Costo de Ventas.....	87
Cuadro 71 Transporte Costo de Ventas.....	87
Cuadro 72 Costo de Ventas Totales.....	88
Cuadro 73 Préstamo Bancario.....	89
Cuadro 74 Costos totales del proyecto.....	90
Cuadro 75 Resumen de presupuesto de costos.....	90
Cuadro 76 Estado de Situación Inicial.....	91
Cuadro 77 Situación Financiera proyectada.....	92
Cuadro 78 Presupuesto de Ingresos.....	92
Cuadro 79 Estado de Resultados proyectado.....	93
Cuadro 80 Flujo de Caja.....	94
Cuadro 81 Costos fijos y costos variables.....	95
Cuadro 82 Tmar1 global.....	98
Cuadro 83 Tmar2 global.....	98
Cuadro 84 Cuadro comparativo de sensibilidad.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Árbol de problemas.....	4
Gráfico 2 Mueble multifunción.....	13
Gráfico 3 Expectativa del producto.....	21
Gráfico 4 Predisposición a comprar el producto.....	22
Gráfico 5 Medios de promoción de los productos	23
Gráfico 6 Requerimiento de muebles para el hogar.....	24
Gráfico 7 Percepción de los productos en el momento de compra	25
Gráfico 8 Capacidad de compra de los potenciales clientes	26
Gráfico 9 Medios por los que los clientes conocen los productos	27
Gráfico 10 Motivación al momento de adquirir un producto	28
Gráfico 11 Tendencia a nuevos productos ofertados	29
Gráfico 12 Forma de pago al adquirir un producto.....	30
Gráfico 13 Preferencia de medios de comunicación para conocer un producto	31
Gráfico 14 Preferencia de colores de muebles para el hogar	32
Gráfico 15 Demanda en familias.....	34
Gráfico 16 Demanda en productos.....	36
Gráfico 17 Proyección de la oferta en familias.....	37
Gráfico 18 Oferta de los productos	38
Gráfico 19 La Demanda Potencial Insatisfecho (DPI).....	39
Gráfico 20 Demanda Potencial Insatisfecha Real	40
Gráfico 21 Cálculo de los precios	41
Gráfico 22 Valor y relaciones con el cliente	46
Gráfico 23 Canal productor-consumidor	47
Gráfico 24 Logotipo de la empresa.....	48
Gráfico 25 Localización de la empresa.....	54
Gráfico 26 Flujo de procesos	56
Gráfico 27 Tipos de pallets	57
Gráfico 28 Dimensiones del pallets	57
Gráfico 29 Flujograma de proceso de fabricación	59
Gráfico 30 Distribución de la planta	62

Gráfico 31 Ingresos anuales	93
Gráfico 32 Punto de equilibrio.....	95

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta.....	112
-----------------------	-----

RESUMEN EJECUTIVO

ArteOrtiz es una empresa que asume la responsabilidad del confort y elegancia de la familia a través de la oferta de un producto con altos estándares de calidad y confort ubicado en la Ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

El presente proyecto tiene como propósito incentivar a las empresas y a la sociedad, para aprovechar efectivamente los recursos, implementar nuevos proyectos que mejoren la visión global de la empresa y generar ideas frescas que amplíen la perspectiva actual sobre el mejoramiento continuo.

Con el estudio de mercado se determinó y cuantifica la demanda y la oferta con métodos de recolección de datos, el análisis del precio con la proyección de tasa de inflación y las estrategias de comercialización. El estudio técnico se determina el tamaño óptimo de la planta, la localización óptima en las tres secciones de preparación, diseño, ensamblado montaje y almacenamiento que la empresa posee, y la estructura organizacional con sus respectivos niveles jerárquicos. En el estudio económico se utiliza información de carácter monetario y se elaboran los cuadros analíticos para la evaluación económica.

Basado en esto se realiza el trabajo de emprendimiento a través de la creación de una nueva línea de muebles multifunción que pretende cubrir determinado porcentaje de la demanda potencial insatisfecha y generar un alto crecimiento en el mercado. Todo este procedimiento se sujetará a una evaluación económica con la utilización de indicadores de tiempo presente y futuro que demuestra la rentabilidad del emprendimiento y la seguridad de la inversión.

PALABRAS CLAVES: INDUSTRIA DEL MUEBLE, EMPRESA ARTEORTIZ, EMPRENDIMIENTO, COMERCIALIZACIÓN

EXECUTIVE SUMMARY

ArteOrtiz is a company that assumes responsibility for the comfort and elegance of the family through the offer of a product with high standards of quality and comfort located in the City of Ambato province of Tungurahua.

The purpose of this project is to encourage companies and society to take advantage of resources effectively, implement new projects that improve the company's overall vision and generate fresh ideas that expand the current perspective on continuous improvement.

With the market study, demand and supply were determined and quantified using methods of data collection, price analysis with the projection of inflation rate and marketing strategies. The technical study determines the optimal size of the plant, the optimal location in the three sections of preparation, design, assembling assembly and storage that the company owns, and the organizational structure with their respective hierarchical levels. In the economic study monetary information is used and the analytical tables for the economic evaluation are elaborated.

Based on this, entrepreneurship is carried out through the creation of a new line of multifunction furniture that aims to cover a certain percentage of potential unsatisfied demand and generate a high growth in the market. All this procedure will be subject to an economic evaluation with the use of indicators of present and future time that demonstrates the profitability of the enterprise and the security of the investment.

KEYWORDS: FURNITURE INDUSTRY, COMPANY ARTEORTIZ, ENTREPRENEURSHIP, COMMERCIALIZATION

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Definición del problema de la investigación

Expone (Haidar, 2015) que las decisiones de los gobiernos y los organismos internacionales referente al medio ambiente, hubo una respuesta favorable a la presión que se venían realizando, a partir de la Segunda Guerra, en Estados Unidos de América, Europa y Japón, varias agrupaciones de activistas ambientales, como un sentir público que fue incrementando en relación a las amenazas para la persistencia de las especies y la preservación de nuestro planeta, que representa el progreso industrial y la carrera armamentista. El debate público (al inicio ciertos países industrializados y, posteriormente, en el tema global) de la inquietud por la destrucción del ecosistema natural estuvo restringida, por la socialización de literatura en donde se planifica normas éticas ambientales e ideales verdes. Posteriormente la ONU convoca a la Conferencia sobre Medio Humano, las diferentes temáticas referentes a las amenazas originadas de lo que se avizoraba como una crisis planetaria que venían siendo consideradas desde diferentes ámbitos de experiencia, en donde se incluye a la economía de desarrollo, demografía, geología, matemática, urbanismo, antropología y, derecho. El jurista Guillermo Cano, estaba relacionado con las agencias internacionales, realizaron contribuciones para la difusión de ideas, el diseño de organismos y regulaciones relacionadas con la protección del medio ambiente, dentro de un período en donde el paradigma era hegemónico, del progreso sustentable no había sido acoplado y en el que las formas de afrontar los cuestionamientos ecológicos eran objeto de discordia.

Las tensiones entre el desarrollo y la protección medioambiental parecía inclinado a

las discusiones que alejaban a quienes defendían que la subsistencia del planeta dependía del retraso del crecimiento socio-económico y el estudio de las formas de control de la natalidad, por el contrario, se pensaban que las mediaciones de la tecnología en ambos objetivos podían ser compatibles. El Informe *Our Common Future* vino a culminar algunos años después, ya que era enfocado de manera particular a los países Tercermundistas y, entre éstos, a los países de América Latina. Y que fundamentalmente las inquietudes ecológicas involucraban una interrogante respecto de la legalidad como de la viabilidad -a largo plazo- del desarrollo económico y advertían acerca de los peligros del crecimiento poblacional. En los dos últimos diversos aspectos afectaron de forma directamente a los intereses de los países del Tercer Mundo, que especulaban que el desarrollo era el medio para solucionar el dilema de la pobreza y por otra parte, se orientaban a las recomendaciones referentes al control de la natalidad. Es así que el Informe Meadows advirtió, en primera instancia sobre la existencia de demarcaciones naturales al incremento, era un argumento en el cual la industria aparecía, para algunas naciones, como la alternativa de enfrentar el inconveniente de la desigualdad en las sociedades, en las que las carestías humanas básicas de la mayoría de la población eran no eran cubiertas. Por eso, el nuevo tema ambiental estaba vinculada a las inquietudes que habían desarrollado las iniciativas diplomáticas, políticas y comerciales iniciadas por los países del Tercer Mundo en el aspecto internacional y que las llevaron a un enfrentamiento con los países industrializados del Norte. El cambio en las reglas de juego del comercio internacional, el desarrollo, y el señorío se mantienen sobre los diversos recursos naturales.

Expresa (Boniolo P. &, 2014) que el establecimiento de las distintas industrias en los barrios populares tuvieron consecuencias ambientales y sociales que es una problemática que ha surgido con fuerza en estudios anteriores (Boniolo, 2012). Estas actividades se han trabajado en el marco de las innovaciones de los territorios como resultado del crecimiento de los barrios privados que limitan con los barrios populares e industriales. De manera especial la consecuencia se refleja en la contaminación del agua, que es uno de los recursos vitales para los seres humanos, fueron observadas por los residentes del barrio, con preocupaciones relacionadas al territorio y son relacionadas a algunas prácticas y lógicas que hacen posible el incremento del poder

económico. Es decir, que nos orientamos en la preeminencia que logran las relaciones dentro del ámbito empresarial. Los entes empresariales, así como la economía en su agrupación, se encuentran "encajadas" dentro de un orden de relaciones sociales, esta estructura puede ser concebida como un área de poder.

Esta publicación ahonda en un caso práctico para mostrar la vinculación entre la trama de negociados de las empresas y sus consecuencias ambientales y sociales. La investigación se enfoca en una congeladora que ha sido objeto de denuncias desde hace dos décadas y conforma los negocios de familias en donde su patrimonio es rico en la Argentina. Esta tipo de empresa representa las primeras en el ranking de ventas (Mercado, 2011) dentro del rubro según la producción y exportaciones. El análisis de la firma relacionada a la industria de la carne, ahondaremos en las relaciones con otras empresas que están dentro de la cúpula. Con esta forma se trata de buscar visualizar la estructura de relaciones que relacionan al poder económico con el poder territorial.

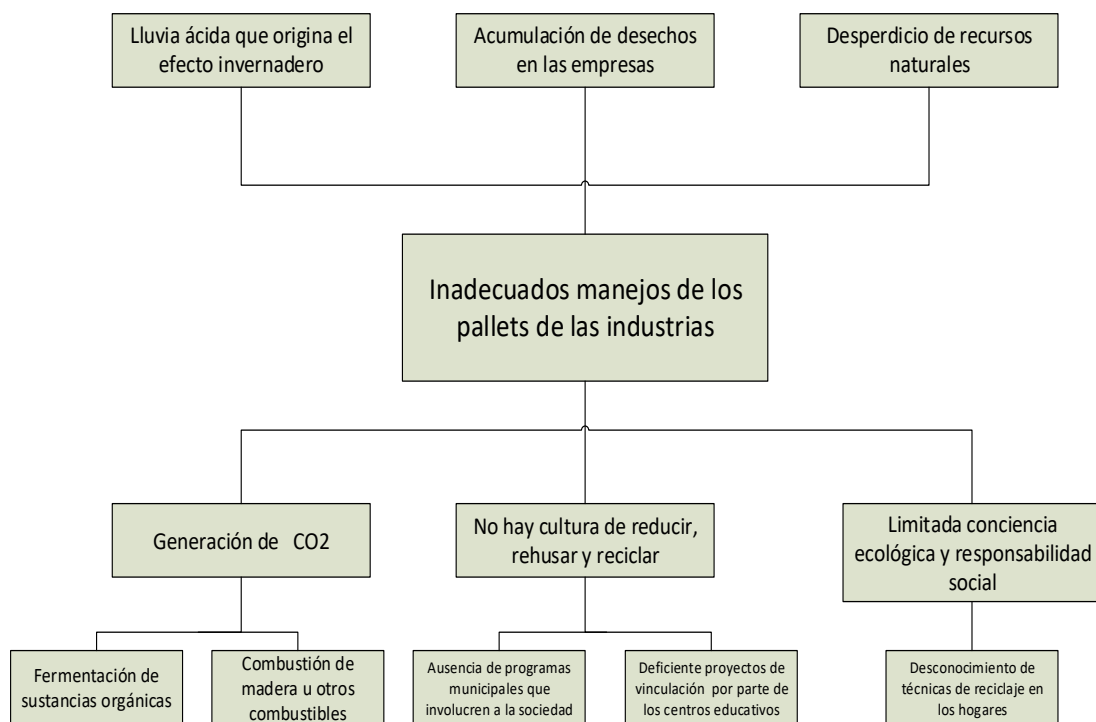
La relación de esta industria de la carne con el ambiente empresarial es entendida como una estrategia que expresa la coherencia del sector colectivo. Los vínculos permiten el sustento de situaciones de privilegio para ciertas empresas, que pueden visualizarse en el territorio. Las relaciones que existen con otras empresas son comprendidas como una estrategia del ambiente empresarial para la reproducción de sus intereses de clase y el sostenimiento de dichas situaciones de exención, las cuales dan como consecuencias problemas ambientales y problemas sociales.

De acuerdo (El Comercio, 2015) se puede evidenciar que el sector mobiliario en el Ecuador es un reflejo de las diversas circunstancias que vive una época específica. Así ha sido desde siempre, desde la edad de las cavernas hasta la actualidad, caracterizada por una mezcla de conceptos, estilos, modas y tendencias. Dentro de este contexto, la onda ecológica y la onda sustentable también requirieron su espacio y lo está siendo aprovechada muy bien. Lo más nuevo son los muebles elaborados con maderas recicladas, rústicas, sin mucho tratamiento externo. Estos troncos, son pedazos de

maderas olvidadas o tarugos de troncos delicadamente cortados se convierten en partes de diferentes muebles como; mesas de centro, de comedor, sofás y camas, la madera se entiende que es un recurso vivo, que posee una estética bella y natural que no debe ser tapada o trabajada sino destacada.

1.1.1 Árbol de problemas

Gráfico 1 Árbol de problemas



Elaborado por: Elvis Efraín Ortiz Gavilánez

1.2 Análisis del problema

La limitación de recursos y el incremento de la población en las ciudades han originado que los lugares de residencia sean cada vez más reducidos, siendo necesario la utilización de muebles prácticos que cubran múltiples necesidades de los

consumidores que satisfagan sus necesidades básicas y que a la vez ayuden a resolverlo. Se puede decir que es una nueva forma de vida y tendencia la que está a la vista en nuestro país de manera específica en la ciudad de Ambato. Es así que considerando satisfacer este mercado en crecimiento y como alternativa que resuelvan el problema con productos amigables con el medio ambiente, así nace la idea de “ArteOrtiz” una empresa que tiene como concepto ofrecer muebles innovadores, y que tengan como valor agregado una alternativa de solución para prevenir problemas ambientales, la deforestación. La idea en si consiste en la fabricación y comercialización de muebles multifunción mediante un proceso de reciclaje y curación de pallets.

En el Ecuador la fabricación y comercialización de muebles ha sido una actividad tradicional en donde se ha desarrollado productos de calidad que ha trascendido las fronteras de nuestra patria, pero un factor que aqueja a nuestra país es la acumulación de residuos elaborados con madera, una de las falencias que existe es el reciclaje a partir de maderas utilizadas en otros productos elaborados con anterioridad que muy difícilmente se lo lleva a la práctica en las empresas, por lo tanto no existen empresas inmobiliarias basadas en este concepto, la producción de bienes muebles es muy tradicional, y en ciertos casos requeriría de cambios radicales en los procesos de producción dificultándose la adaptación a las necesidades o tendencias de las personas que se preocupa por el ambiente.

Existe poca iniciativa por parte de los gobiernos, empresas y personas para ayudar a nuestro planeta, ninguno es suficiente para desplazar nuevos aportes por pequeños que parezcan, cada uno ayuda y motiva a la humanidad a conseguir el mismo ejemplo, y a no comprometer las generaciones venideras.

1.3 Análisis de involucrados

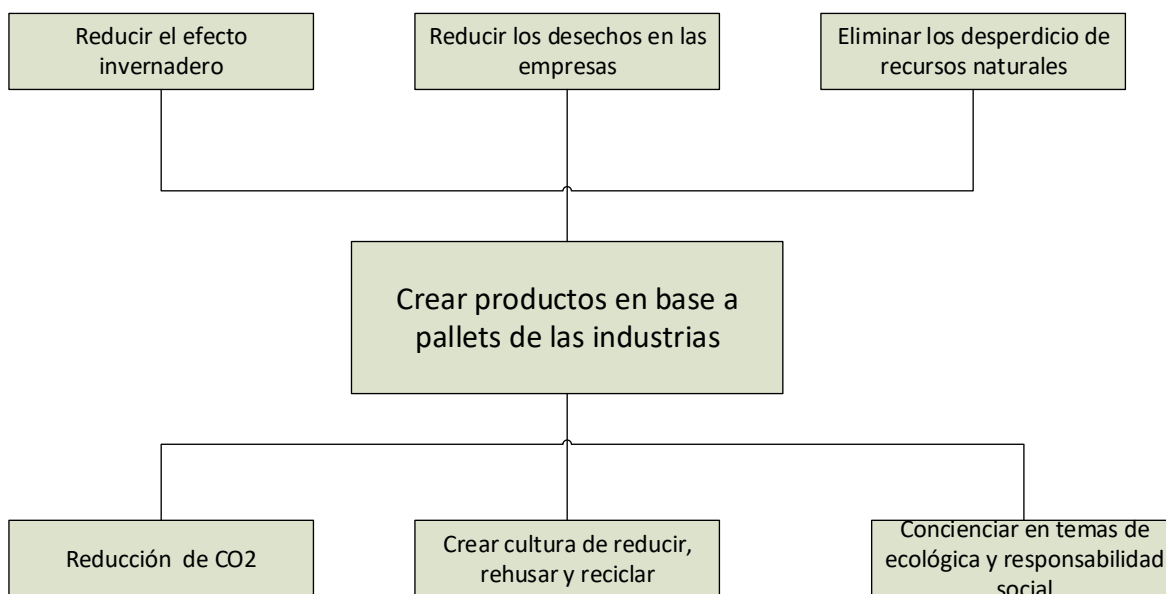
Cuadro 1 Análisis de involucrados

GRUPO	INTERESES	PROBLEMA PERCIBIDO	RECURSOS Y MANDATOS
<ul style="list-style-type: none"> Jóvenes, Familias cortas Estudiantes 	<ul style="list-style-type: none"> Optimización de espacio. Confort Comodidad 	<ul style="list-style-type: none"> Habitaciones reducidos Precios elevados de muebles Poco accesos a estos productos 	Constitución de la República Art. 66. Se reconoce y se garantiza a las personas. 2 " El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable y vivienda"
Empresas industriales y comerciales	Solucionar el problema de palets utilizados	<ul style="list-style-type: none"> Acumulación de palets usados Contaminación de los espacios de las empresas 	Plan Nacional del Buen Vivir Políticas y Lineamientos Acumulación de capital en sectores productivos generadores de valor.
Emprendedor	Generar su propia empresa	<ul style="list-style-type: none"> Limitación de recursos y aliados estratégicos 	Plan Nacional del Buen Vivir Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible
Proveedores	Distribución de materia prima y materiales para el proceso de producción y fidelizar clientes	<ul style="list-style-type: none"> Bajos costos de materias primas de competencia Evasión de impuestos 	Ley de defensa del consumidor y su reglamento. Art.4.- Derechos del consumidor 2. "Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos de óptima calidad y a elegirlos con libertad"

Elaborado por: Elvis Efraín Ortiz Gavilánez

1.4 Árbol de Objetivos

Cuadro 2 Árbol de objetivos



Elaborado por: Elvis Efraín Ortiz Gavilánez

1.5 Alternativas de solución

- Reducir el nivel de contaminación dentro de la empresa a través del reciclaje de pallets
- Aplicar estrategias de reciclaje a través de alianzas estratégicas con las diferentes empresas de la ciudad.
- Utilizar materiales amigables con el medio ambiente y de bajo costo en la fabricación de muebles multifunción.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre del emprendimiento

“Creación de la empresa ArteOrtiz para la fabricación y comercialización de muebles multifunción para el hogar con palets reciclados”

2.2. Localización geográfica

La empresa va a estar ubicado en la provincia de Tungurahua cantón Ambato

Cuadro 3 Localización geográfica

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	CRITERIOS DE MERCADO GEOGRÁFICA	DATOS
Nombre de la Provincia:	Tungurahua	504.583 habitantes
Nombre del Cantón:	Ambato	329.900 habitantes
Empresas proveedoras de pallets	Ambato	70 Fabricas 92 Empresas

Fuente: (GuGadir-Ecuador-Ambato, 2016)

2.3. Justificación

El presente proyecto tiene una ventaja económica-social porque promueve el fortalecimiento y desarrollo de la localidad y es de bajo costo comparado con otros materiales, mayoritariamente utilizado para la fabricación del pallet es la madera, sus excelentes propiedades resistentes, reducido peso, economicidad y facilidad para

reparar, reutilizar y reciclar, aspectos que convierten al palet de madera en una herramienta de transporte altamente respetuosa con el medio, no contaminante y que fomenta y facilita el desarrollo sostenible. Se puede afirmar esto, genéricamente, debido al empleo de un material de procedencia natural, renovable, sumidero de carbono atmosférico (aspecto que contribuye a mitigar las consecuencias perniciosas del efecto invernadero) y, particularmente, porque el sector del reciclado del palet permite alargar las consecuencias positivas para la naturaleza que supone el secuestro y almacenamiento de carbono en la madera, destacando que un metro cúbico de este material alberga en torno a una tonelada de anhídrido carbónico (CO₂) y es el único material constructivo que presenta un balance positivo al considerar este factor.

Una ventaja más del pallet, y es que es un material caracterizado por su enorme versatilidad, que nos permite aprovechar y reciclar su madera para la fabricación de prácticamente cualquier tipo de mueble. La madera de estos palets suele ser de buena calidad, así que solo hará falta un buen lijado y algo de pintura o barniz para mejorar enormemente su aspecto.

Como herramientas lo que más vamos a utilizar será la sierra de calar, lija, colas y masilla, pegamento que permita la fuerte unión de la madera, pintura, barniz, según el diseño que se desea hacer necesitaremos unas herramientas u otras. Como productos finales se puede obtener muebles multifunción para el hogar utilizando palets de madera que usualmente van a la basura en donde la única limitación será la imaginación.

De acuerdo (INEC, 2010) en la ciudad de Ambato se ha podido identificar un crecimiento en la población que conlleva a la demanda de viviendas que cada vez son más pequeñas, lo cual genera un problema de limitación de espacios dentro de la misma, por ende este proyecto se enfocara en crear alternativas como son los muebles multifunción. Nuestro segmento está enfocado a clase media baja pudiéndose determinar estudiantes, parejas nuevas.

Los muebles multifunción nos permite ahorrar espacio, se puede utilizar un solo artículo para realizar varias funciones dentro de la casa, los podemos adquirir a precios módico, con mayor confort y durabilidad del producto. Se puede elaborar objetos como muebles de sala, dormitorio, oficina que sean de uso múltiple adaptables a los espacios de cada hogar.

De acuerdo (El Comercio, 2015) es viable el presente proyecto ya que los materiales de reciclaje se los puede obtener en el sector industrial, los materiales reciclados se guardarán para luego proceder a elaborar objetos innovadores y creativos, debido a que su origen tiene en maderas nobles como el pino y el chanul.

El autofinanciamiento será el eje de las actividades del proyecto sobre todo en lo referente al transporte. Para ello se busca realizar un diseño sustentable y sostenible que ayude la creación de una microempresa que elabore productos ecológicos; accesibles a todo presupuesto. Los diseños de los muebles multifunción ecológicos presentan características como: funcionalidad, originalidad, innovación, comodidad, elegancia y confort.

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo general

Elaborar y comercializar muebles multifunción a través de la utilización de materiales reciclados que permita ofertar alternativas de diseños y decoración en la ciudad de Ambato.

2.4.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de comercialización de muebles multifunción
- Investigar los diversos procesos de reutilización de palets en las diversas empresas que prestan este producto
- Implementar la empresa productora de muebles multifunción a través de palets reciclados para mejorar la calidad de los hogares de del cantón Ambato

2.5. Beneficiarios

Los beneficiarios directos serán personas que necesitan movilizarse de una provincia a otra y requieren de confort comodidad en la ciudad de Ambato, los beneficiarios indirectos son las personas y empresas que proveen los palets, empresas que ofertan los materiales para los acabados.

2.6. Resultados a alcanzar

Con la elaboración de los muebles multifunción utilizando palets a través del emprendimiento permitirá ingresar al mercado de muebles para el hogar permitiéndonos optimizar espacios y así obtener un posicionamiento de la empresa en el cantón Ambato.

Con la implementación de este emprendimiento que es innovador permitirá ayudar al cambio de la matriz productiva de la provincia de Tungurahua de manera especial a la

ciudad de Ambato de esta forma desarrollar fuentes de empleo directo en la empresa e indirecta con los diferentes proveedores.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción de producto, características y usos

Actualmente la industria de los muebles en la ciudad de Ambato fabrica bajo pedido, por medio de fotos, catálogos, revistas, la elaboración de los muebles en donde el cliente escoge el diseño que obedece a la decoración personal de su casa o departamento.

Las empresas que fabrican son los que se encargan de distribuir directamente llegando de esta forma al consumidor final, también existen empresas intermediarias que compran al productor y luego venden a los clientes minoristas.

Gráfico 2 Mueble multifunción



Fuente: Observación de campo

Elaborado por: Elvis Ortiz

a) Propiedades

La empresa ArteOrtiz ofrecerá muebles de pallet reciclado con telas (tapices), las cuales ayudan a reducir el impacto ambiental. Para la elaboración de muebles multifunción, el tapizado se realizará con telas nacionales o extranjeras, la esponja del relleno de los cojines será de material de primera calidad.

b) Atributos

Lo importante del mueble será los colores que irán de acuerdo a la preferencia del cliente que permitirá dar una sensación de comodidad, tranquilidad, dinamismo, optimización, renovación y modernidad.

c) Usos

La empresa ofrecerá un mueble que podrá ser aplicado en varias formas como: silla de descanso, cama, mesa de centro, mueble de sala, en el cual el cliente podrá elegir colores dependiendo de las necesidades.

Cuadro 4 Características del producto

Propiedades	Atributos	Usos
<ul style="list-style-type: none">• Diverso <p>La elaboración con elementos de diversos materiales que son identificables de manera fácil.</p> <ul style="list-style-type: none">• Tangible <p>Son sensibles a los sentidos y son de fácil identificación</p>	<p>Definición de mercado</p> <ul style="list-style-type: none">• Personas que viven solas• Estudiantes universitarios	<p>Satisfacer la necesidad de confort a las personas que habitan en una casa o departamento que desean optimizar espacios</p>

Fuente: <https://es.slideshare.net/marcoandresmerchan/caracteristicas-de-los-productos>

Elaborado por: Elvis Ortiz

3.1.1 Segmentación de mercado

3.1.1.1. Población

Cuadro 5 Población

Criterios de Segmentación	Variables	Datos	Fuentes
Geografía	Población de la provincia de Tungurahua	504.583	Instituto de Nacional de Estadísticas y Censos Fascículo Provincial Tungurahua
Geografía	Población de la ciudad de la Ambato (65.4%)	329.990	Instituto de Nacional de Estadísticas y Censos Fascículo Provincial Tungurahua
Demografía	Población Económicamente Activa (PEA) (48.53%)	160.148	Instituto de Nacional de Estadísticas y Censos Fascículo Provincial Tungurahua
Demografía	Número de familias de la ciudad de Ambato (3.57%)	91 860	Instituto de Nacional de Estadísticas y Censos Fascículo Provincial Tungurahua

Fuente: INEC CENSO 2010

Elaborado por: Elvis Ortiz

En relación a lo citada, se efectúa la segmentación de la población mediante características geográficas apoyadas en diversas unidades geográficas en donde habita un individuo con sus características demográficas como pueden ser; nivel de ingresos, edad, estrato social, y otros.

Para el presente proyecto de emprendimiento se ha considera a la población de la provincia de Tungurahua que de acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, en su página web y los demás archivos facilitados en su portal, son 504583 (65.4%), que residen en la ciudad de Ambato

329990 (48.53%), adicional a esto se considera la Población Económicamente Activa 160148 (60.5%), el número total de familias de Ambato es de 91 860 que constituye el 3.57%

Con la atención a la tasa de crecimiento poblacional se pudo establecer la correspondiente proyección del mercado meta al año 2017 con un índice del 1.52% y trabajada con la siguiente formula:

$$\textit{Tasa de crecimiento} = \textit{Tasa de natalidad} - \textit{tasa de mortalidad}$$

$$\textit{Tasa de crecimiento} = 1,56\%$$

Cuadro 6 Tasa de crecimiento poblacional 2016

Años	Mercado Meta	Tasa Crecimiento Total
2016	91860	1.56%
2017	93293	1433
2018	94748	1455
2019	96226	1478
2020	97728	1501
2021	99252	1525

Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: Elvis Ortiz

El mercado objetivo que se ha planteado para el presente emprendimiento será las familias que desean adquirir muebles modernos que optimicen espacio y recursos en la provincia de Tungurahua, Cantón Ambato que esté incluido dentro de la población económicamente activa y un estrato social de nivel medio típico.

3.1.1.2. Muestra

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza, 95% = 1.96

p = probabilidad a favor 50%

q = probabilidad en contra 50%

N = población del Universo

e = nivel de error 5% = 0.05

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

$$n = \frac{99057 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{(99057 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{95134,342}{248,6004}$$

$$n = 382,67$$

Como resultado arroja que la muestra es de 400 personas, que equivale a realizar 400 encuestas considerando el número de encuestas validadas.

3.1.1.3. Validación de la encuesta

3.1.1.3.1. Opinión de expertos

La validación de la encuesta se la hizo a través de la técnica de la opinión de expertos en donde se consideró la opinión de profesionales de distintas instituciones educativas de educación superior como Universidad Técnica de Ambato, Escuela Politécnica de Chimborazo, Universidad Nacional de Chimborazo, para lo cual se aplicó el siguiente proceso:

a) Contexto del proceso de validación

Tema de investigación	Creación de la empresa ArteOrtiz para la fabricación y comercialización de muebles multifunción para el hogar con palets reciclados
Objetivo	Establecer la factibilidad de la empresa de producción y comercialización de muebles multiuso en el cantón Ambato.
Informantes	Potenciales clientes de la ciudad de Ambato
Función de los informantes	Consumidores de productos para el hogar como muebles de excelente calidad
Instrumentos de recogimiento de información	Se trata de un cuestionario cuyo contenido debe ser validado según el grado de relevancia y de formación de las preguntas.

b) Descripción del proceso de validación

Observación de la validación	<ul style="list-style-type: none">• Analizar y valorar las preguntas en relación al estudio de mercado de los muebles multifuncionales.• Comprobar si faltan o se repiten algunos aspectos, o si algunas preguntas presentan un sesgo a favor de la idea de negocio
Expertos	Tres expertos que cuentan con experiencia en el campo de la docencia y trabajo independiente: <ul style="list-style-type: none">• Econ. Enrique Chico• Ing. Eufemia Ramos• Mg. Armando Quishpi
Modo de validación	Método individual mediante el que se obtiene la información de cada uno de los expertos sin que los mismos estén en contacto

c) Descripción del cuestionario

Se estructuro el cuestionario de 12 preguntas con espacios en blanco para marcar con una x la opción de preferencia

CUESTIONARIO DE VALIDACIÓN	
Número de preguntas: 12	Numero de ítems: 42
Categoría o descriptores por evaluar:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Expectativas del producto (4 ítems) 2. Predisposición a comprar el producto (2 ítems) 3. Medios de promoción de los productos (10 ítems) 4. Requerimiento de productos (3 ítems) 5. Percepción de los productos en el momento de compra (11 ítems) 6. Capacidad de compra (3 ítems) 7. Motivación al momento de la compra (3 ítems) 8. Tendencia de compra (3 ítems) 9. Forma de pago (4 ítems) 	
Modo de formulación de ítems:	
<ul style="list-style-type: none"> • Para el grado de percepción de los ítems de la pregunta 5 se empleó la valoración mediante una escala de Likert de 5 puntos (1 muy bajo hasta llegar 5 muy alto) • Las demás preguntas tiene una valoración de 1 de acuerdo a la respuesta seleccionada. 	

d) Observación tras el proceso de validación

Los especialistas valoraron el cuestionario de la encuesta de acuerdo a su pertinencia y experiencia con el tema del trabajo de emprendimiento: Creación de la empresa Arte Ortiz para la fabricación y comercialización de muebles multifunción para el hogar con palets reciclados, en relación al número de preguntas, número de ítems adecuados para la medición de cada categoría por individuos del estudio.

Con los resultados obtenidos se realizó un análisis cuantitativo para evaluar la capacidad discriminativa de cada ítem a partir de las frecuencias observadas en cada una de las opciones de respuestas asignadas. De acuerdo con ello se pudo inferir que, con respecto a la validez de contenido, las aportaciones cuantitativas de los expertos consideraron apropiado el cuestionario al propósito para el que había sido construido.

3.1.1.3.2. Validación Alfa de Cronbach

El alfa de Cronbach permite evaluar qué tan seguro es que los elementos de encuestas o pruebas obtengan información confiable para una investigación.

Cuadro 7 Estadística descriptiva

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza
p1	7	0	45	14.29	16.408	269.238
p2	7	0	79	14.43	29.630	877.952
p3	7	0	42	14.29	18.777	352.571
p4	7	0	55	14.43	21.423	458.952
p5	7	5	32	14.29	10.193	103.905
p6	7	0	52	14.29	20.926	437.905
p7	7	0	45	14.29	19.015	361.571
p8	7	0	56	14.29	21.124	446.238
p9	7	0	42	14.43	18.653	347.952
p10	7	0	43	14.29	15.861	251.571
p11	7	0	34	14.29	14.795	218.905
p12	7	0	41	14.29	17.241	297.238
Suma	7	5.00	397.00	171.8571	170.01415	28904.810
N válido (por lista)	7					

Fuente: Encuesta

Cuadro 8 Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	7	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	7	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Cuadro 9 Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.771	13

Dentro de la escala del Alfa de Cronbach se determina que para que sea valedera una encuesta debe estar entre >0.6 ó >0.8 , el resultado del análisis arroja 0.771 que quiere decir que es aceptable el modelo de encuesta.

3.1.1.4. Resultados de encuestas

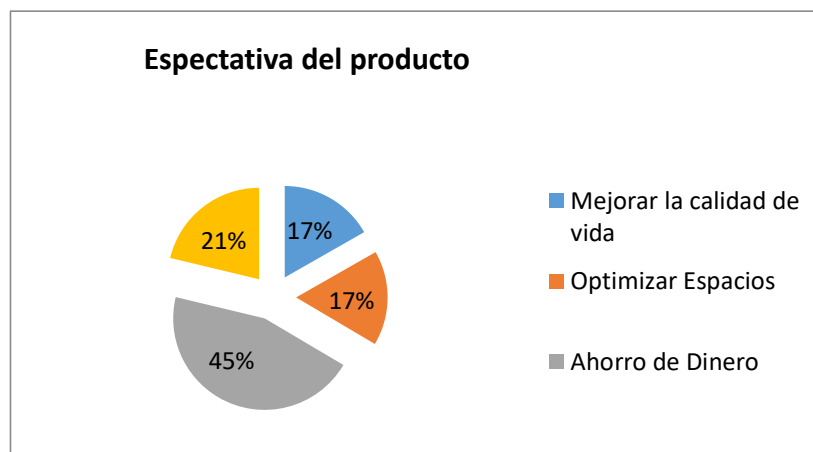
1. ¿Cómo cree usted que los muebles multifunción ayudarían en su hogar?

Cuadro 10 Expectativa del producto

Rango	f	%
Mejorar la calidad de vida	67	17%
Optimizar Espacios	67	17%
Ahorro de Dinero	181	45%
Mejorar la Imagen del Hogar	85	21%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 3 Expectativa del producto



Fuente: Cuadro 6
Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

La razón por que las personas encuestadas adquiriría un mueble multifunción es porque este producto permite ahorrar dinero, además creen que ayuda a mejorar la imagen, otros sectores de la población creen que los muebles multifunción ayudarían en el hogar es debido a que es un producto nuevo y ayuda a optimizar espacios en cualquier residencia sin perder el confort y el estilo.

2. ¿Estaría dispuesto a comprar un mueble multifunción a un precio accesible?

Cuadro 11 Predisposición a comprar el producto

Rango	f	%
SI	314	79
NO	86	22
Total	400	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 4 Predisposición a comprar el producto



Fuente: Cuadro 7

Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

Se puede determinar que las personas encuestadas prefieren el producto porque es atractivo y de costo razonable para los potenciales clientes, por lo tanto, se convierte en una buena oportunidad de cautivar el mercado ofertando con un producto de calidad, mientras otras personas no lo comprarían por no estar dentro de sus preferencias por gustos o hábitos de compras.

3. ¿En qué lugares ha visto o escuchado que se venden muebles para el hogar?

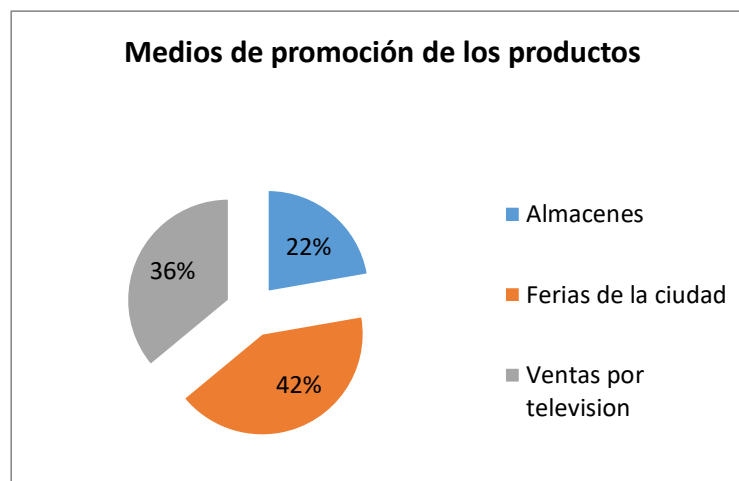
Cuadro 12 Medios de promoción de los productos

Rango	F	%
Almacenes	89	22%
Ferias de la ciudad	167	42%
Ventas por televisión	144	36%
Total	400	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 5 Medios de promoción de los productos



Fuente: Cuadro 8

Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

Se puede entender que la mayoría de las personas encuestados frecuentan las ferias de exposición para conocer productos novedosos, por lo que es necesario identificar lugares en donde se desarrollan las ferias a fin de promocionar los muebles multifunción, otro grupo de personas consultadas exponen que conocen de nuevos productos a través de la televisión en donde pueden visualizar modelos y lugares donde adquirir los productos.

4. ¿Anualmente con qué frecuencia utilizaría para mejorar la calidad de vida de su hogar?

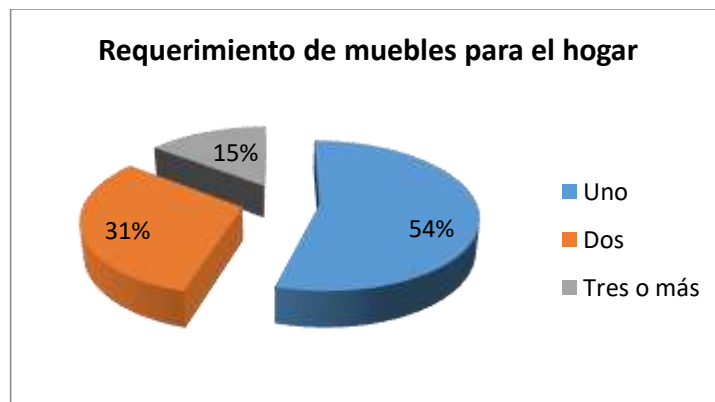
Cuadro 13 Requerimiento de muebles para el hogar

Rango	f	%
Uno	218	55
Dos	124	31
Tres o más	58	15
Total	400	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 6 Requerimiento de muebles para el hogar



Fuente: Cuadro 9

Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

Se puede establecer que la mayoría de las personas consultadas tiene capacidad para adquirir un mueble promedio para el hogar, esto se convierte en una oportunidad para el desarrollo de la nueva empresa, por su capacidad están en condiciones podrían adquirir dos, esto se debe a la tendencia de compra de los ambateños por sus actividades comerciales y fuentes de ingreso.

5. Es una escala del 1 al 5 ¿Cómo califica los diferentes aspectos que se toma en cuenta al momento de comprar sus muebles?

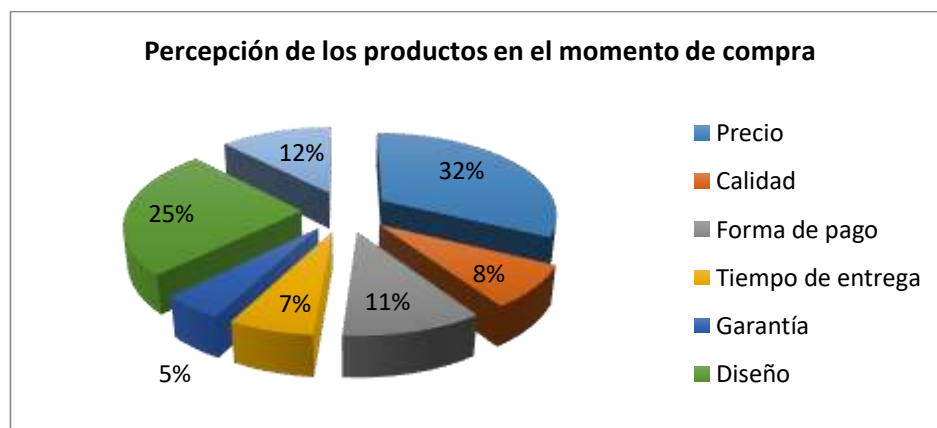
Cuadro 14 Percepción de los productos en el momento de compra

Rango	f	%
Precio	129	32%
Calidad	33	8%
Forma de pago	43	11%
Tiempo de entrega	26	7%
Garantía	19	5%
Diseño	101	25%
Entrega a domicilio	49	12%
Total	400	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 7 Percepción de los productos en el momento de compra



Fuente: Cuadro 10

Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas consideran como factor primordial al momento de la compra los diseños de los muebles que sean novedosos y que contrasten con el diseño de las instalaciones del hogar, otros sectores de personas encuestadas exponen que el precio es bien importante en el momento de decidir por un producto innovador, en vista que el ambateño se siente atraído por lo novedoso y moderno.

6. ¿Cuánto dinero invertiría en la compra de un mueble para su hogar?

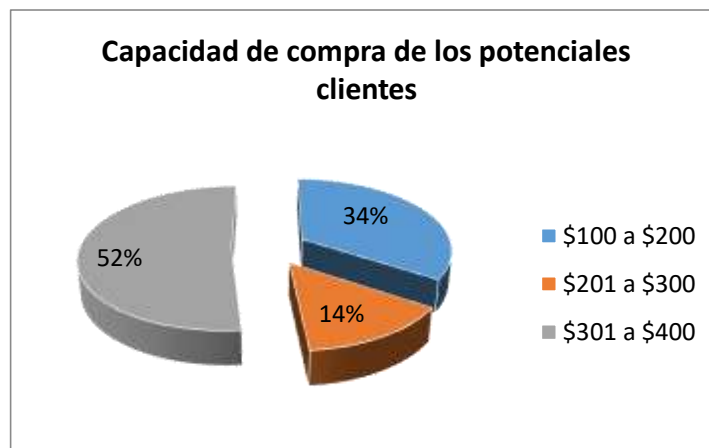
Cuadro 15 Capacidad de compra de los potenciales clientes

Rango	f	%
\$100 a \$200	137	34%
\$201 a \$300	57	14%
\$301 a \$400	206	52%
Total	400	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 8 Capacidad de compra de los potenciales clientes



Fuente: Cuadro 11

Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

Se puede determinar que dentro de la población ambateña existe una intención de inversión en la compra de un mueble para su hogar debido a que su política familiar es el de buscar el confort y optimizar espacios y para ello destina una parte del presupuesto familiar a la adquisición de bienes, esto obedece que está en nivel básico de ingresos puede cubrir ciertas necesidades de artículos para el hogar.

7. ¿Cuál es la forma de su preferencia para seleccionar sus muebles?

Cuadro 16 Medios por los que los clientes conocen los productos

Rango	f	%
Catálogo	179	45
Bajo pedido	88	22
Sala exposición	133	33
TOTAL	400	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 9 Medios por los que los clientes conocen los productos



Fuente: Cuadro 12

Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

Como se puede observar que la forma de preferencia para seleccionar sus muebles es por catálogo, lo que da a entender que por las actividades laborales los potenciales clientes prefieren este canal de promoción en donde pueden revisar la información en el tiempo que tengan disponible, por ello será necesario el diseño de este tipo de recurso publicitario que ayude a promocionar con efectividad la promoción de las bondades de los productos.

8. ¿Qué tipo de promoción le resulta más atractivo a la hora de comprar?

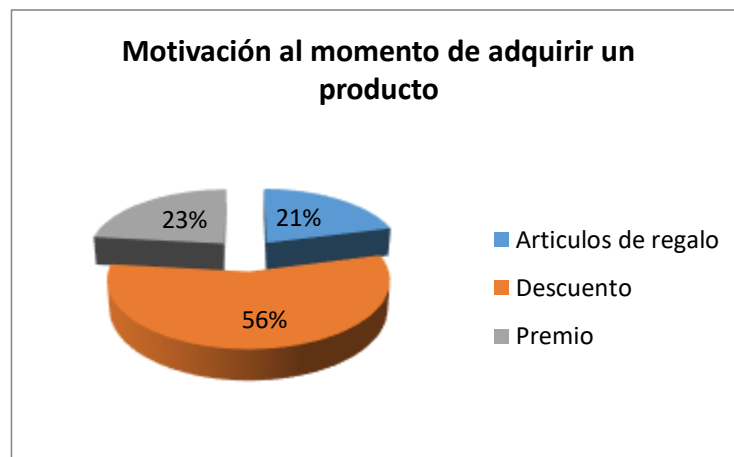
Cuadro 17 Motivación al momento de adquirir un producto

Rango	f	%
Artículos de regalo	84	21
Descuento	223	56
Premio	93	23
TOTAL	400	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 10 Motivación al momento de adquirir un producto



Fuente: Cuadro 13

Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

Se puede determinar que resulta más atractivo a la hora de comprar debido a que la motivación es el acceso a un descuento, debido a que este se convierte en un factor importante que incentiva a la mente del consumidor de que es una oportunidad única, expresan que el premio es un gran motivante para adquirir un nuevo producto, en donde el cliente siente que tiene un trato preferencial.

9. ¿Qué tipo de mueble multifunción se ajusta a su necesidad?

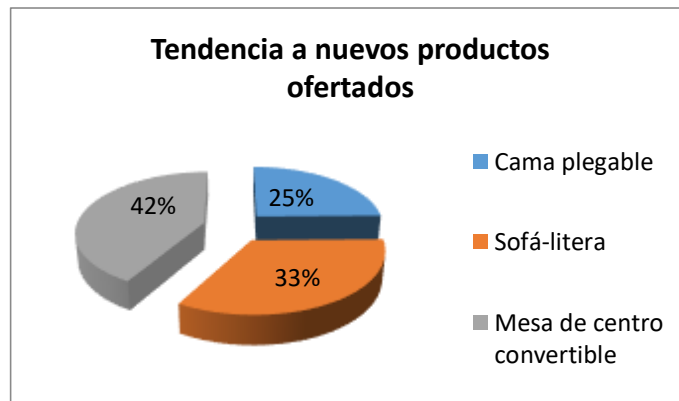
Cuadro 18 Tendencia a nuevos productos ofertados

Rango	f	%
Cama plegable	99	25
Sofá-litera	134	34
Mesa de centro convertible	167	42
TOTAL	400	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 11 Tendencia a nuevos productos ofertados



Fuente: Cuadro 14

Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

Se puede establecer que se tiene preferencia por la mesa de centro convertible ya que le permite utilizar de varias formas este mueble, dependiendo del espacio de la vivienda o el estilo de preferencia, por lo que le permite tener varios muebles en uno, con la adquisición del producto se está optimizando recursos y espacio dentro de la vivienda, con un ambiente de confort y elegancia.

10. ¿Cuál es la forma de pago de su preferencia?

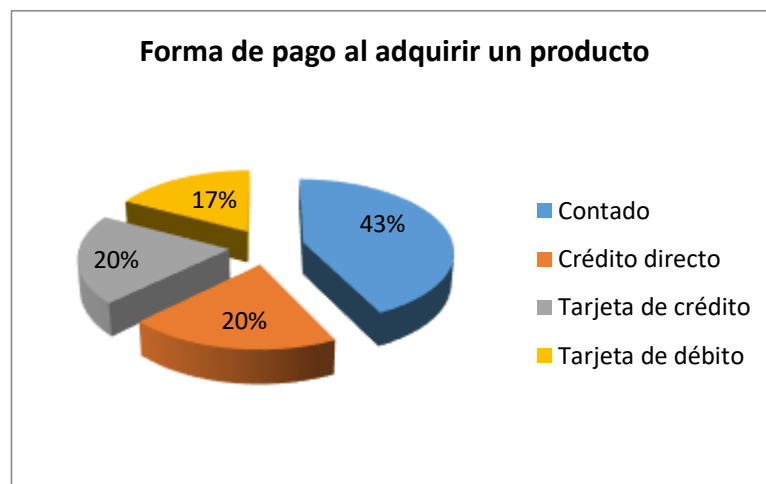
Cuadro 19 Forma de pago al adquirir un producto

Rango	f	%
Contado	171	43
Crédito directo	80	20
Tarjeta de crédito	80	20
Tarjeta de débito	69	17
TOTAL	400	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 12 Forma de pago al adquirir un producto



Fuente: Cuadro 15

Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

Se puede determinar que existe un hábito en el momento de la compra en hacerlo a través de pago al contado debido a que los productos no tiene un valor elevado, adicional se puede decir que las personas evitan incurrir en obligaciones con terceros, además utilizarían tarjeta de crédito, mientras otra forma es a través de un crédito directo que es una de las formas comunes de adquirir un nuevo producto.

11. ¿En qué medios de comunicación le gustaría conocer de nuestros productos?

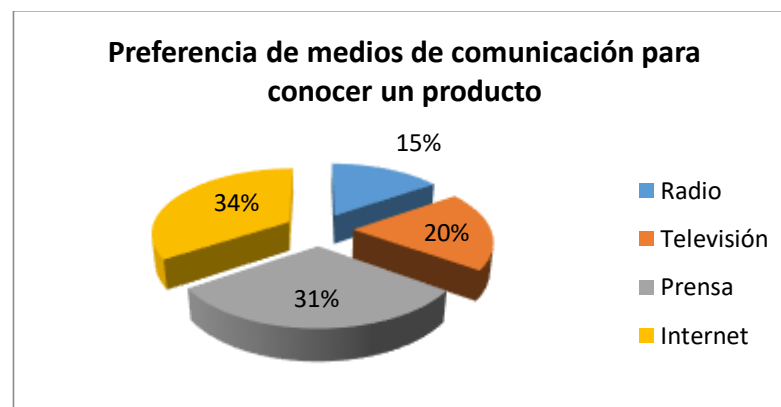
Cuadro 20 Preferencia de medios de comunicación para conocer un producto

Rango	f	%
Radio	45	15%
Televisión	110	20%
Prensa	73	31%
Internet	172	34%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 13 Preferencia de medios de comunicación para conocer un producto



Fuente: Cuadro 16

Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

Se puede establecer que las personas tienen acceso a internet debido a que sus actividades cotidianas están en constante uso de este medio informático, por lo tanto la forma de conocer cualquier producto es mediante la web, también existe el hábito dentro de la población ambateña la de leer medios impresos y es a través de los cuales conoce la oferta de nuevos productos.

12. ¿Cuáles sería los colores de su preferencia para los muebles multifunción?

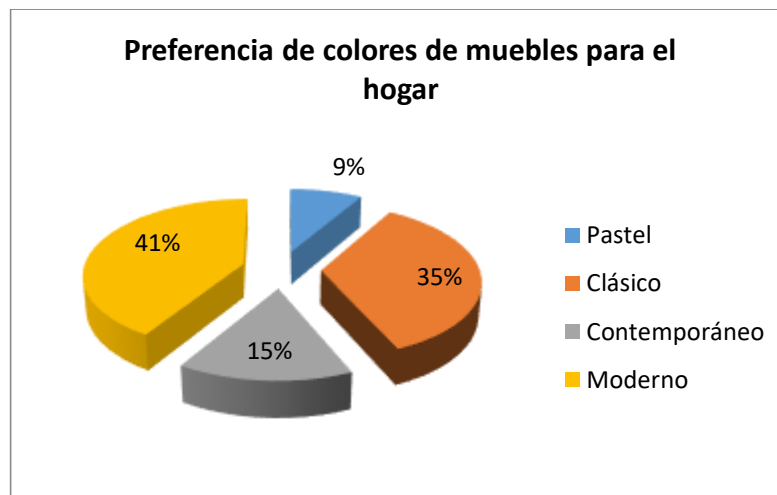
Cuadro 21 Preferencia de colores de muebles para el hogar

Rango	f	%
Pastel	34	9
Clásico	140	35
Contemporáneo	61	15
Moderno	165	41
TOTAL	400	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 14 Preferencia de colores de muebles para el hogar



Fuente: Cuadro 17

Elaborado por: Elvis Ortiz

Interpretación

La lectura que se puede tener es que las personas se inclinan con los colores modernos, es decir son usuarios que les gusta estar acordes con la moda en todos los entornos por lo que como empresa se debe estar en constante actualización de las tendencias en muebles y colores, adicional se puede establecer que las familias de la ciudad de Ambato tienen tendencia a los modelos y colores clásicos.

3.2. Estudio de la demanda

3.2.1. Estudio de la demanda en familias

a) Explicación

El valor periódico resulta del total de la proyección de mercado objetivo establecido para el año 2016 determinado anteriormente:

Cuadro 22 Explicación de demanda por persona

^{*(1)} El año	^{*(2)} El mercado Meta	^{*(3)} El porcentaje de aceptación	^{*(4)} La demanda de familias
2016	91860	79%	72569

Fuente: Cuadro 17

Elaborado por: Elvis Ortiz

***(1).** Es el año de proyección establecido.

***(2).** Mercado Meta proyectado al año 2016.

***(3).** Porcentaje de aceptación.

El porcentaje se obtuvo de la tabulación de las encuestas concretamente de la pregunta número 2 en donde 314 personas que equivale al 79% de los encuestados dieron una respuesta positiva a la siguiente incógnita: ¿Estaría dispuesto a comprar un mueble multifunción a un precio accesible?

***(4).** Este valor se obtiene al multiplicar el mercado meta proyectado (91860) para el porcentaje de aceptación (79%).

b) Cálculo

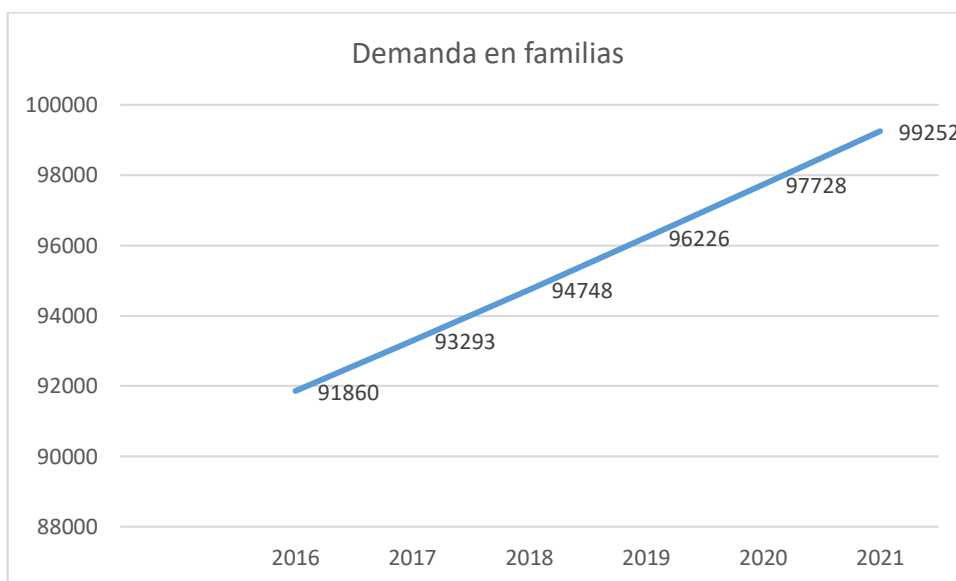
Cuadro 23 Cálculo de la demanda por familias

Años	Mercado Meta	Tasa Crecimiento poblacional
2016	91860	1.56%
2017	93293	1433
2018	94748	1455
2019	96226	1478
2020	97728	1501
2021	99252	1525

Fuente: Censo 2010

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 15 Demanda en familias



Fuente: Cuadro 23

Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis

Una vez realizado los cálculos correspondientes entre el porcentaje de aceptación del producto y el mercado meta del año 2016, se puede decir que 91860 familias están dispuestas a adquirir muebles multifunción que ArteOrtiz va a ofertar para el año 2016 mientras que después de la proyección con la tasa de crecimiento poblacional para el año 2021 se tiene una demanda de 99252 familias.

3.2.2. Estudio de la demanda en productos

a) Explicación

El estudio se apoya en la pregunta número 4 de la encuesta realizada: 4. ¿Cuántos muebles utilizaría para mejorar la calidad de vida de su hogar?

En este caso se multiplica la demanda de familias para el año 2016 (91860) con el tanto por ciento referente a cada opción que da como resultado el valor de proporcional. A continuación, multiplicamos con el promedio de las opciones y determinamos el total.

b) Cálculo

Cuadro 24 Cálculo de la demanda en productos

Demanda	Cantidad	Porcentaje	Población	Cantidad promedio	Cantidad de compra
91860	Uno	55%	50523	1	50523
	Dos	31%	28477	2	56953
	Tres o más	15%	13779	3	41337
Total 2016					148813

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 25 Proyección de la demanda en productos

Años	Demanda en productos	Tasa Crecimiento Poblacional
2016	148813	1.56%
2017	151134	2321
2018	153492	2358
2019	155887	2394
2020	158318	2432
2021	160788	2470

Fuente: Cuadro 21

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 16 Demanda en productos



Fuente: Cuadro 22

Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis

Los cálculos correspondientes se realizan entre el porcentaje según la frecuencia de compra y el mercado meta del año 2016, refleja que existirá una demanda de productos de 148813 muebles multifunción que ArteOrtiz oferta en el año 2016 en cambio después de la proyección con la tasa de crecimiento poblacional para el año 2021 se tiene una demanda de 16788 productos.

3.3. Estudio de la oferta

3.3.1. Estudio de la oferta de familias

a) Explicación

Este valor periódico se obtiene a través de la totalidad de la proyección del mercado meta para el año 2016 establecido anteriormente:

Cuadro 26 Explicación de la oferta en familias

* (1)	* (2)	* (3)	* (4)
Año	El mercado meta	El porcentaje de aceptación	La demanda de familias
2016	91860	21%	19290

Fuente: Cuadro 17

Elaborado por: Elvis Ortiz

* (1). Corresponde al año de proyección establecido.

* (2). Es el mercado meta proyectado al año 2016.

* (3). Corresponde al porcentaje de aceptación.

Este porcentaje se obtiene de información tabulada en la encuesta específicamente en la pregunta número 2 en la que 86 personas es decir el 21% encuestado dieron una respuesta negativa a la siguiente interrogante: ¿Estaría dispuesto a comprar un mueble multifunción a un precio accesible?

*(4). Este valor se obtiene al multiplicar el mercado meta proyectado (91860) por el porcentaje de aceptación (21%).

b) Cálculo

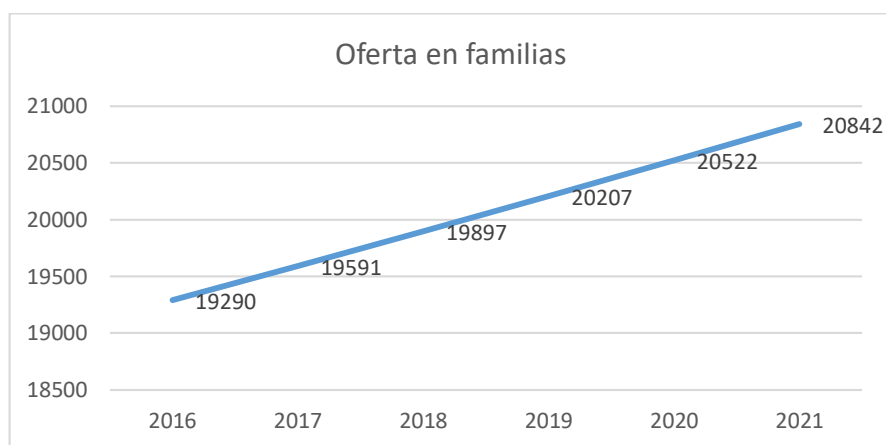
Cuadro 27 Proyección de la oferta en familias

Años	La oferta en familias	La tasa crecimiento de la población
2016	19290	1.56%
2017	19591	301
2018	19897	306
2019	20207	310
2020	20522	315
2021	20842	320

Fuente: Cuadro 23

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 17 Proyección de la oferta en familias



Fuente: Cuadro 24

Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis

La lectura que da los cálculos oportunos entre el tanto por ciento de no aceptación del producto y el mercado meta establecido para el año 2016, se puede establecer que 19290 personas no están interesadas en adquirir los muebles multifunción que oferta ArteOrtiz para el año 2016 los cálculos después de la proyección con la tasa de crecimiento poblacional para el año 2021 arroja una oferta de 20801 personas.

3.3.2. Oferta de productos

a) Explicación

Para el análisis se apoya en la pregunta número 4 de la encuesta: ¿Cuántos muebles utilizaría para mejorar la calidad de vida de su hogar? En productos con número. Se multiplica la demanda de personas para el año 2016 (19290) por el porcentaje correspondiente en cada alternativa obteniendo así el valor de proporcionalidad. Seguido multiplicamos por el promedio de las alternativas y establecemos el total.

b) Cálculo

Cuadro 28 Cálculo de la oferta en productos

Demanda	Cantidad	Porcentaje	Población	Cantidad promedio	Cantidad de compra
19290	Uno	55%	10610	1	10610
	Dos	31%	5980	2	11960
	Tres o más	15%	2894	3	8681
Total 2016					31250

Fuente: Cuadro 24

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 18 Oferta de los productos

Año	Oferta en productos	Tasa Crecimiento Poblacional
2016	31250	1.56%
2017	31738	488
2018	32233	495
2019	32735	503
2020	33246	511
2021	33765	519

Fuente: Cuadro 25

Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis

El cálculo se obtiene del porcentaje según la frecuencia de compra y el mercado meta del año 2016, en donde refleja que existirá una oferta de productos de 31250 muebles multifunción mientras que después de la proyección con la tasa de crecimiento poblacional para el año 2021 se tendría una oferta de 33765 muebles.

3.4. Mercado potencial para el proyecto

a) Explicación

El cálculo de la demanda potencial insatisfecha se realiza a través la resta de la demanda de productos con la oferta en productos.

$$\text{Demanda Potencial Insatisfecho} = \text{Demanda de productos} - \text{oferta de productos}$$

c) Cálculo

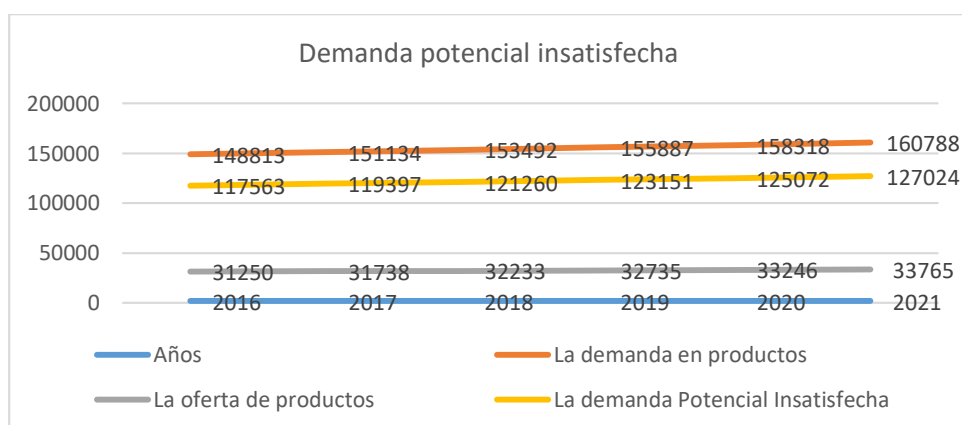
Cuadro 29 Cálculo de la demanda potencial Insatisfecha (DPI)

Años	La demanda en productos	La oferta de productos	La demanda Potencial Insatisfecha
2016	148813	31250	117563
2017	151134	31738	119397
2018	153492	32233	121260
2019	155887	32735	123151
2020	158318	33246	125072
2021	160788	33765	127024

Fuente: Estudio de oferta y demanda

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 19 La Demanda Potencial Insatisfecho (DPI)



Fuente: Cuadro 26

Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis

Apoyado en los resultados se puede determinar que la demanda potencial insatisfecha de muebles multifunción es de 117563 para el año 2016 ofertando de la empresa ArteOrtiz, y con una proyección de mercado que se pretenderá cubrir hasta el año 2021 de 127024 muebles.

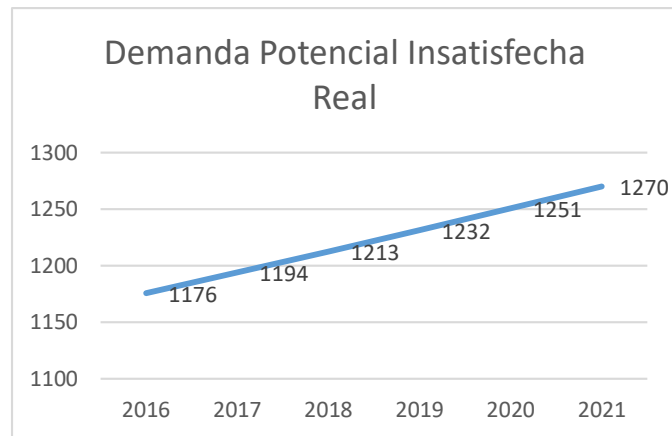
Cuadro 30 Demanda Potencial Insatisfecha Real

Año	Demanda Potencial Insatisfecha	Estimación	Demanda Potencial Insatisfecha Real	Producción Diaria
2016	117563	1%	1176	4
2017	119397	1%	1194	4
2018	121260	1%	1213	5
2019	123151	1%	1232	6
2020	125072	1%	1251	6
2021	127024	1%	1270	6

Fuente: Cuadro 29

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 20 Demanda Potencial Insatisfecha Real



Fuente: Cuadro 30

Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis

De acuerdo a los resultados se puede determinar que la Demanda Potencial Insatisfecha Real de muebles multifunción es de 1176 para el año 2016 ofertando de la empresa ArteOrtiz, y con una proyección de mercado que se pretenderá cubrir hasta el año 2021 de 1270 muebles.

3.5. Precios

a) Explicación

El cálculo se ejecuta utilizando el método de “Datos de la encuesta” que estable que se debe tomar como punto inicial el precio mayor de las encuestas aplicadas al público objetivo, el mismo que será proyectado hasta el año 2021. El cálculo de la proyección del precio tiene como guía la tasa de inflación acumulada año 2016 según datos del Banco Central del Ecuador es de 3.67%, anual mientras que en el mes de junio de 2017 se registró 0,16%

b) Cálculo

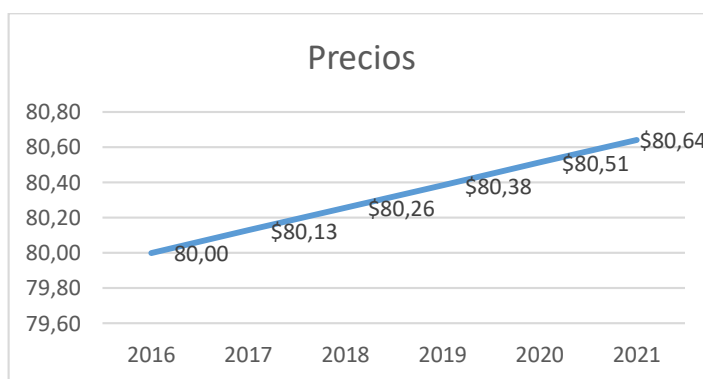
Cuadro 31 Cálculo de los precios

Años	Precios
2016	80.00
2017	\$80.13
2018	\$80.26
2019	\$80.38
2020	\$80.51
2021	\$80.64

Fuente: Presupuesto

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 21 Cálculo de los precios



Fuente: Cuadro 27

Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis

Se puede apreciar que el precio inicial para el año 2016 del mueble multifunción que fabricará la empresa ArteOrtiz será de \$80,00, tomando referencia la tasa de inflación del año 2016 que es de 0.16% mensual, y con una proyección de precios para el año 2021 será de \$80,64 incrementándose \$0,64 con relación al precio inicial.

3.6. Definiciones de términos de comercialización

Internet. - Es un medio dinámico, para cual se sugiere tener presencia con los buscadores más comunes como es Google, por mucho el más utilizado, o Yahoo, MSN. Es recomendable que blogs, páginas de internet, incluso páginas de redes sociales sean modernas, explícitas y entretenidas.

Es indispensable buscar la interacción con el mercado, la presencia frecuente de mercadotecnia viral en sitios como You Tube que es obligatorio para la promoción.

Los formatos empleados mayormente dentro de la publicidad por internet son:

- Banners (espacio publicitario insertado en una página de internet)
- Anuncios intrusivos (alternativa de publicidad)
- Campañas por e-mails y de marketing viral

Ventajas

- Existe un alto grado de afinidad (acceso) por mercados jóvenes.
- El uso es de bajo costo.
- Tiene alto nivel de segmentación.
- La difusión no tiene límites.

Desventajas

- Está limitado en categorías de productos y servicios masivos, debido a que falta todavía más penetración en el mercado de Latinoamérica.
- Tienden a irritar a los receptores los correos spam y los correos no solicitados
- La competencia se está volviendo muy intensa.

Radio

Facilita las producciones interesantes a bajo costo. No ha existido variación en los últimos años, en relación a la televisión de cable o paga, o de la prensa escrita no necesita hacer una gran inversión para su difusión.

Las versiones más utilizadas son las de 20 segundos, a continuación, las de 30 y 10 segundos. Por cada segundo en radio se pueden emitir dos palabras en el anuncio.

El perfil de programación de la radio. Existe variedad de perfiles de programación, tales como; música tropical, clásica y más; sin embargo, en Ecuador la música que predomina es la balada moderna en idioma español, el rock latino y la música grupera. La última tendencia radial es el formato de talk show o de alto involucramiento del radioescucha que ha originado un giro ascendente muy atrayente.

Penetración. A nivel de áreas urbanas relativamente grandes, la penetración alcanza el 98% de la audiencia.

Perspectiva del medio

- Existe mayor captación de anunciantes a nivel mediano y pequeño que por motivos económicos no puedan entrar en televisión.
- También existe un mayor uso del medio radial en forma estratégica que está orientada a captar mayor segmentación de audiencia y regiones.
- Alcanzar mayor rentabilidad de alternativas comerciales para la optimización del satélite.
- Un mayor desarrollo de estudios que permitan evaluar mejor al medio radial.

Ventaja

- Un bajo costo por millar vs la televisión
- Flexibilidad adecuada por región, hora del día y tamaño del mensaje.
- Fácil y rápida producción, que facilita la reacción rápidamente frente a la competencia.
- Posibilidad de cubrir a grupos diversos.
- Periodicidad del mensaje.
- Cobertura local.
- Variedad en la oferta de programación.
- Existencia de aparatos de radio en casi todos los hogares.
- Alcanzar alta penetración: 98%.
- Lograr cobertura en zonas que son poco accesibles a otros medios.
- En nuestro país, es el medio de mayor uso (se puede escuchar en diferentes espacios: casa, auto, trabajo, por internet, y más).

Desventaja

- Audiencia pulverizada por los medios radiales
- Bajo nivel de atención de los oyentes
- Fuerte valores de inversiones en campañas nacionales
- Saturación de anuncios en medios radiales
- Poca estandarización en las tarifas.

En lo referente a la promoción de multifunción por internet se utiliza la página web de la empresa (<http://ArteOrtiz.com>).

3.7. Canales de Distribución

La conformación del canal de comercialización de ArteOrtiz estará basado en la

distribución productor – consumidores, debido a que la empresa contará con su propio local que permitirá una venta directa.

3.7.1. Ventajas

- Un mayor monitoreo en la satisfacción de los clientes mediante de la identificación de gastos y/o necesidad de los diferentes clientes.
- Un mayor nivel de intervención en la fijación del precio de los productos.
- Alcanzar una ampliación de estrategias de venta de acuerdo a las necesidades empresariales a fin de incrementar participación en el mercado

3.7.2. Desventajas

- Incremento de los riesgos en la disminución del porcentaje de ventas de publicidad
- Restringida cobertura de puntos de venta
- Ampliación de gastos en activos fijos

3.8. Estrategias de comercialización

3.8.1. Estrategia del marketing Mix (4Ps)

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollado comúnmente por las empresas para analizar cuatro variables básicas de su actividad, producto, precio, distribución y promoción.

Gráfico 22 Valor y relaciones con el cliente



Fuente: <https://es.slideshare.net/GabrielaGonzlez18/marketing-creacin-y-captacin-de-valor-del-cliente-57288483>

3.8.1.1. Estrategias de productos o servicios

Se mostrará la diferencia que tiene los muebles y es si la empresa en cuanto a la calidad de servicio y productos, la garantía ofrecida, el diseño novedoso y los años de duración que son diferentes a los productos ya ofertados en el mercado ambateño.

Mediante el producto mueble multifunción se dará a conocer los atributos, las características y beneficios que el cliente recibirá al momento de adquirir el producto y a su vez al usar el producto mueble multifunción.

3.8.1.2. Estrategias de precio

Con respecto a la fijación de precios planteada anteriormente se buscará penetrar en el mercado, tomando en cuenta que la industria del mueble es una competencia perfecta ya que el precio del mueble multifunción va acorde a la oferta, a la demanda del

mercado, los precios de productos de las características y también el margen de utilidad.

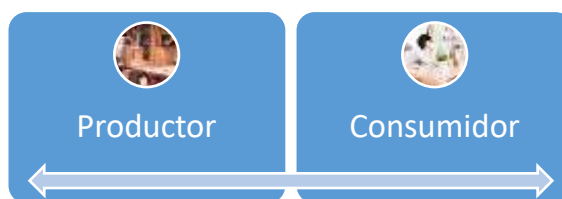
La empresa ArteOrtiz se asegurará de establecer los precios de manera competitiva, es decir, que inicialmente para introducir al mercado, iniciará con ofertas de precios relativamente a las de los precios de las empresas existentes en la ciudad.

Y con el paso de tiempo se irá tomando en cuenta el peso de la posición de marca que se haya generado hasta ese momento; se irá tomando en cuenta que son productos innovadores de excelente calidad, elaborados con materia prima reciclada en buen estado.

3.8.1.3. Estrategias de plaza

Con la finalidad de llegar de mejor manera hacia los clientes, se considera el siguiente canal de distribución:

Gráfico 23 Canal productor-consumidor



Fuente: Investigación personal
Elaborado por: Elvis Ortiz

De acuerdo al canal de distribución el productor es la empresa ArteOrtiz, es decir, la empresa fabrica muebles multifunción y es quien entrega al consumidor final sin intermediarios.

Un detalle importante para los clientes es la entrega a domicilio, para generar confianza para los clientes al momento de transportar los muebles, y de esta forma garantizamos la correcta manipulación de los productos.

3.8.1.4. Estrategias de promociones

La estrategia de promoción es un proceso importante para la venta de muebles, ya que los clientes buscan el mayor crédito para la adquisición de muebles, es por ello que la empresa productora y comercializadora de muebles ArteOrtiz, debe cumplir con estrategias promocionales como: asistir a ferias de muebles ofertando nuevos diseños y utilidades de los muebles como también las formas de pago, como descuentos especiales por compras al contado.

El objetivo es convertir a los clientes en voceros de la empresa, productos y beneficios del producto.

Gráfico 24 Logotipo de la empresa



Elaborado por: Elvis Ortiz

La empresa ArteOrtiz considerará como medio de comunicación efectiva la publicidad en la radio. Para seleccionar este medio, se considerará factores como el alcance, la frecuencia y el impacto deseado.

3.8.1.4.1. Alcance

La empresa ArteOrtiz pretende llegar al mercado ambateño en especial a las personas de edades entre 20 y 40 años.

3.8.1.4.2. Frecuencia de los medios publicitarios

- La empresa ArteOrtiz pretenderá realizar 5 publicaciones durante el día por un mes. (Por apertura de la empresa en radio con más acogida en la ciudad)
- Publicidad directa desde la ubicación de la empresa (valla publicitaria)
- Mediante la creación de redes sociales como: Facebook, Twitter

3.8.1.4.3. El impacto deseado

En la publicidad la empresa pretende hacer sus productos en el mercado, mediante una descripción de los productos disponibles.

3.8.1.4.4. Presupuesto

Cuadro 32 Presupuesto de la publicidad

Medios	Presupuesto
Publicidad radial (Canela)	\$90.00
Valla publicitaria	\$66.00
Redes sociales (Facebook, Twitter)	\$0.00
Total	\$156.00

Fuente: Proformas

Elaborado por: Elvis Ortiz

CONCLUSIÓN

El estudio de mercado permitió segmentar el mercado potencial de la ciudad de Ambato de acuerdo al Censo 2010 del INEC, en donde se consideró el número de familias, en donde se pudo cuantificar la oferta y la demanda de muebles, siendo necesario identificar los canales de comercialización y las estrategias de promoción, también fue importante trabajar en función al marketing mix.

De acuerdo al estudio previo arrojó que existe un mercado potencial para el producto debido a los hábitos y tendencia de consumo del ambateño hacia los productos novedosos y sobre todo que sean amigables con el medio ambiente.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento

4.1.1. Factores que determinan el tamaño

Según (Chávez, 2016) existen factores que precisan el tamaño que están restringidos por varios parámetros que están relacionados entre sí con el dinamismo económico y productor de la empresa ArteOrtiz, en donde se analizaron los motivos para restringir la capacidad instalada de la planta de producción.

a) La Demanda potencial insatisfecha (DPI)

Este aspecto es el valor calculado de la demanda no cubierta dentro del mercado por los productores dentro los nichos de mercado, según los factores internos y directos. Entonces uno de los factores principales que determinan el tamaño es la Demanda Potencial Insatisfecha (DPI), existen algunos errores de cálculo en la proyección de datos para los años venideros debido a que los potenciales clientes se dejarán llevar por los atractivos del mercado con otros productos, ejemplo, si existe un producto sustituto con similares características con un menor precio, es seguro que los clientes optarán por adquirir ese producto y ahorrar su economía; esto origina que no se consideraría a este cliente dentro de la estimación de la Demanda Potencial Insatisfecha.

b) La disponibilidad del capital

Uno de los factores importantes está en establecer la capacidad económica y la capacidad del capital que poseen las empresas para trabajar y mejorar el crecimiento productivo. El paradigma que rige a los países de Sudamérica es que a menor inversión mayor seguridad, pero bajo una concepción errónea. Es necesario enfocarse en el estudio de la mecánica del proyecto orientada hacia la implementación de una empresa, como esta unidad de producción que no es una empresa doméstica, debido a que una de las operaciones del proceso productivo tiene al menos un sistema automático de ejecución.

c) La tecnología

La tecnología es un factor necesario para cambiar la producción y ayuda a optimizar los tiempos de la empresa, convirtiéndose en un factor primordial dentro de las operaciones cotidianas de los procesos productivos. Se debe suponer como elemento importante la selección de las máquinas y equipos tecnológicos con el que se va a trabajar en la empresa ArteOrtiz, estando consientes que el precio puede ser un factor que limite la adquisición de tecnología. Aquí se considera que el cliente debe recibir productos adecuados con altos estándares de calidad y sobretodo que garanticen el confort dentro del hogar.

d) Los insumos

Tanto los materiales, materia prima, mano de obra directa e indirecta, etc., que utilizará la empresa ArteOrtiz no es considerado como una limitante, ya que existe una predisposición y accesibilidad a diferentes puntos de venta de materiales afines con la fabricación de muebles.

4.1.2. El tamaño óptimo del emprendimiento

El emprendimiento ArteOrtiz se constituye como una empresa creada con el propósito de elaborar y comercializar muebles multifunción de acuerdo a la demanda insatisfecha realizada en el estudio de mercado; para poner en marcha el proyecto no se considera la inversión en la adquisición de maquinarias y equipos que se necesita para el proceso de elaboración de muebles de excelente calidad.

Año	Demanda Potencial Insatisfecha	Estimación	Demanda Potencial Insatisfecha Real	Producción Diaria
2016	117563	1%	1176	4
2017	119397	1%	1194	4
2018	121260	1%	1213	5
2019	123151	1%	1232	6
2020	125072	1%	1251	6
2021	127024	1%	1270	6

Fuente: Estudio de oferta y demanda

Elaborado por: Elvis Ortiz

4.2. Localización

4.2.1. La Macro localización

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Picaihua

Gráfico 25 Localización de la empresa



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Elvis Ortiz

4.2.2. La Micro localización

Cantón: Ambato
Parroquia: Picaihua
Sector: Huachi Loreto
Barrio: Santa Cruz
Calle: Platón y Av. Bolivariana

Cuadro 33 Micro localización

Factores	Peso relativo (%)	Alternativas		
		A	B	C
Proximidad a proveedores	30%	7	7	10
Costo laborales	30%	5	9	7
Transporte	20%	9	6	6
Impuesto	15%	6	6	7
Costos instalaciones	5%	7	8	2
Puntuación total		6.65	7.30	7.45

Fuente: Estudio de campo
Elaborado por: Elvis Ortiz

Para la localización de la nueva planta de fabricación se ha identificado un conjunto de criterios importantes para el éxito de la decisión; al mismo tiempo, ha distinguido el grado de importancia de cada una de las alternativas en una escala de 0 a 10.

Alternativas:

A: Huachi Loreto

B: Martínez

C: Santa Cruz

La localización de la empresa ArteOrtiz estará ubicado en el Barrio Santa Cruz que cuenta con fluidas vías de acceso de primer orden y están en buen estado a los automotores de carga y livianos, el sector dispone de todos los servicios básicos; los factores más significativos son:

- Acceso a fuentes de provisión
- Buena accesibilidad a la mano de obra calificada

4.3. Ingeniería del Proyecto

4.3.1. Producto – proceso

Los muebles multifunción serán fabricados a base pallets reciclados con estilos alternos con tapices atractivos y vistosos, los materiales son de buena calidad y para la producción se empleará mano de obra calificada y se contará con la capacidad instalada en el área de la elaboración de muebles, esto permite agregar un valor de particularidad de elegancia en cada mueble.

Gráfico 26 Flujo de procesos



RECURSOS

Fuente: Estudio de campo
Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 34 Procesos de la producción

No.	Actividades	Detalle	Tiempos Minutos	Recursos-intervención
1	Adquisición de palletes en la empresas industriales	Selección de pallets	60	<ul style="list-style-type: none"> • Madera pallets
2	Obtención de materia prima	Compra de la materia prima e insumos para la producción de los muebles	20	<ul style="list-style-type: none"> • Clavos • Bisagra •
3	Preparación de materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar los pallets de impurezas • Realizar el diseño • Cortar las partes del mueble 	60	<ul style="list-style-type: none"> • Lijas • Laca
4	Ensamblaje de partes	<ul style="list-style-type: none"> • Dar forma a los muebles • Barnizar • Pintar 	120	<ul style="list-style-type: none"> • Pernos mariposa • Cojines tipo esponja
5	Almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Control de calidad • Colocación en lugares específicos • Exposición a interesados 	30	<ul style="list-style-type: none"> • Plástico • Papel periódico usado

Fuente: Presupuesto
Elaborado por: Elvis Ortiz

4.3.2. Balance de los materiales

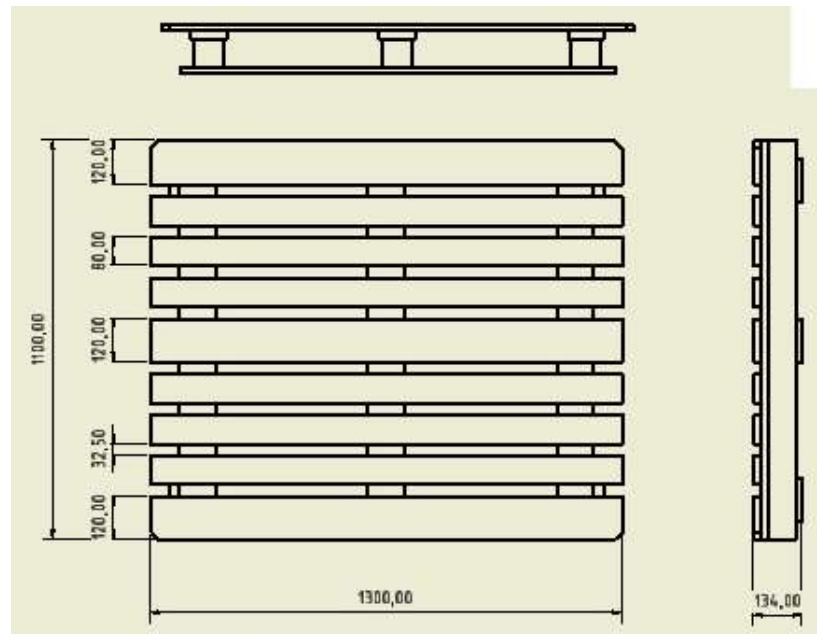
Se puede definir a la materia prima como el elemento primordial los principales dentro del proceso de producción de una cualquier empresa de producción de forma directa e indirecta en donde se establecen los componentes y se especifica el desarrollo de las propiedades de un producto específico.

Gráfico 27 Tipos de pallets



Fuente: <http://www.abc-pack.com/enciclopedia/tipos-y-caracteristicas-de-palets/>

Gráfico 28 Dimensiones del pallets



Fuente: <http://www.servipalet.com/322-2/>

Cuadro 35 La Materia Prima directa

Detalle	El consumo anual	La unidad de medida
Madera pallets	1200	Unidad
Esponja	3600	Metros
Tela	4000	Metros

Fuente: Presupuesto

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 36 Los Materiales indirectos

Detalle	El consumo anual	La unidad de medida
Etiquetas	2	Cajas (600unidades)
Plástico para embalaje	5000	Metros

Fuente: Presupuesto

Elaborado por: Elvis Ortiz

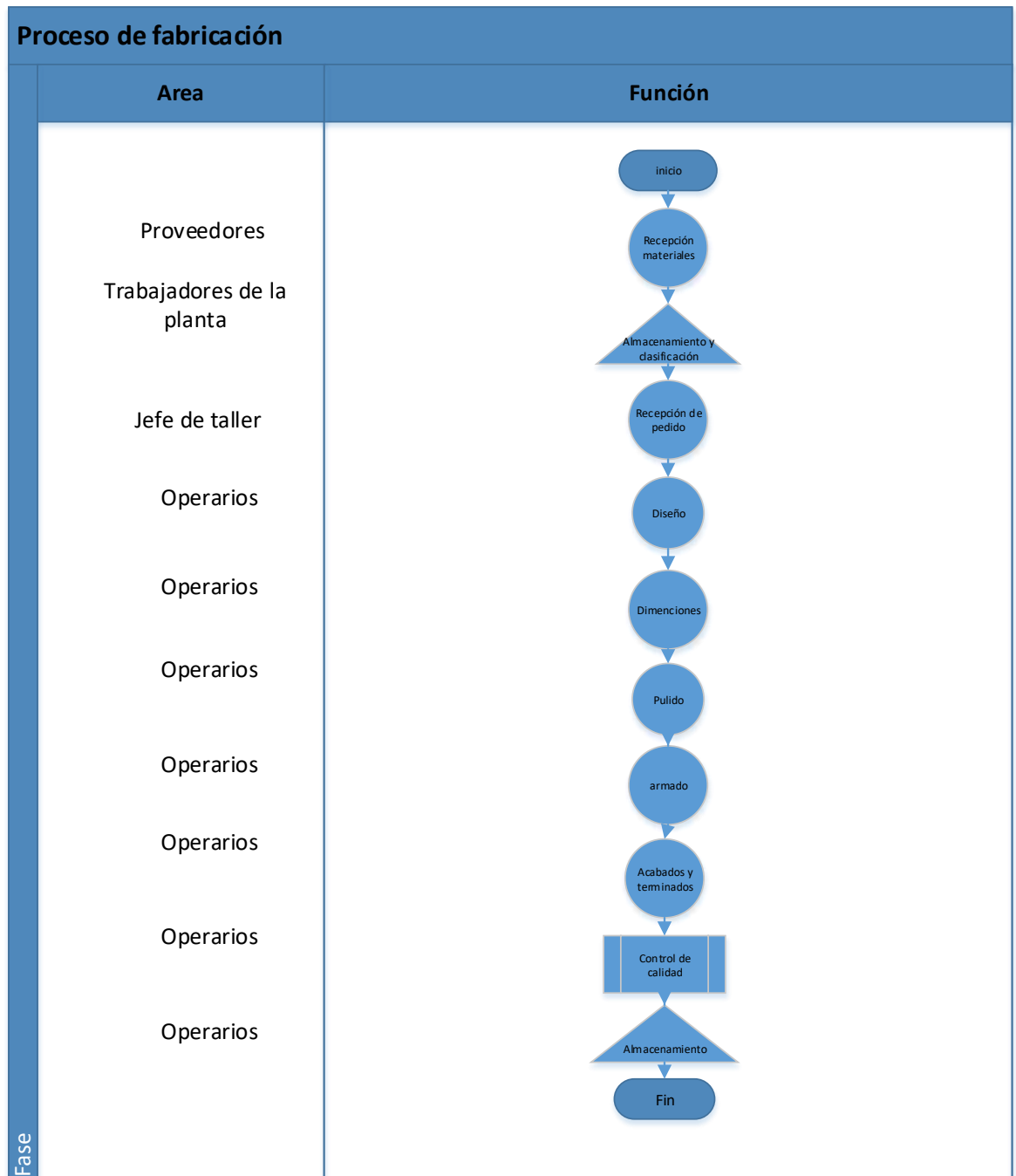
Cuadro 37 los Insumos

Detalle	El consumo anual	La unidad de medida
Clavos	12	Libras
Bisagras	2400	Unidad
Lija	48	Láminas
Laca	12	Litro
Pernos mariposa	2400	Unidad

Fuente:

Elaborado por: Elvis Ortiz

Gráfico 29 Flujograma de proceso de fabricación



Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Elvis Ortiz

4.3.3. El período operacional estimado de la planta

Se entiende como periodo operacional al tiempo que se considera para el desarrollo y

funcionamiento futuro de la empresa que es de 5 años según los datos estadísticos proyectados, esto quiere decir que la empresa proyecta a una vida útil de los equipos y de la actividad misma de la empresa ArteOrtiz durante este período.

4.3.4. La capacidad de la producción

Se basa en la producción de la demanda potencial insatisfecha real (DPIR), que es resultado de la valoración a través de un porcentaje establecido, el presente emprendimiento tiene una valoración del 2.16%, que simbolizará las correspondientes unidades de producción que la empresa ArteOrtiz deberá producir anualmente. El cálculo de los materiales, insumos y los costos necesarios para la producción, se lo hace a través de una división de la Demanda Potencial Insatisfecha Real (DPIR) para los días laborados anuales para así conseguir el valor relacionado con la producción diaria.

El conocimiento del número de tamaño adecuado del proyecto se basa en la capacidad de la producción expresada en cifras anuales, mensuales y diarias, es decir que de la demanda potencial insatisfecha se alcanza a cubrir el 2.16%, lo cual equivale a 144 muebles multifunción. Este valor se refleja en la producción diaria de la empresa ArteOrtiz de alrededor de 2 unidades diarios y alrededor de 12 mensuales.

Cuadro 38 Capacidad de la producción

La producción diaria	La producción mensual	La producción anual	La Demanda Potencial Insatisfecha Real
2	12	144	2.16%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Elvis Ortiz

4.3.5. Distribución de la maquinaria y los equipos (Lay-out)

4.3.5.1. Detalle de la maquinaria y los equipos

Cuadro 39 Maquinarias

Maquinaria	
Detalle	El consumo anual
Pulidora	1
Taladro	1
Cortadora	1
Cierra	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 40 Herramientas

La herramientas	
Detalle	El consumo anual
Martillo	1
Caladora	1
SERRUCHO	1
Destornillador	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 41 Muebles y Enseres

Muebles y Enseres	
Detalle	El consumo anual
Mesa de diseño grande	1
Banco de trabajo	1

Fuente: Investigación propia

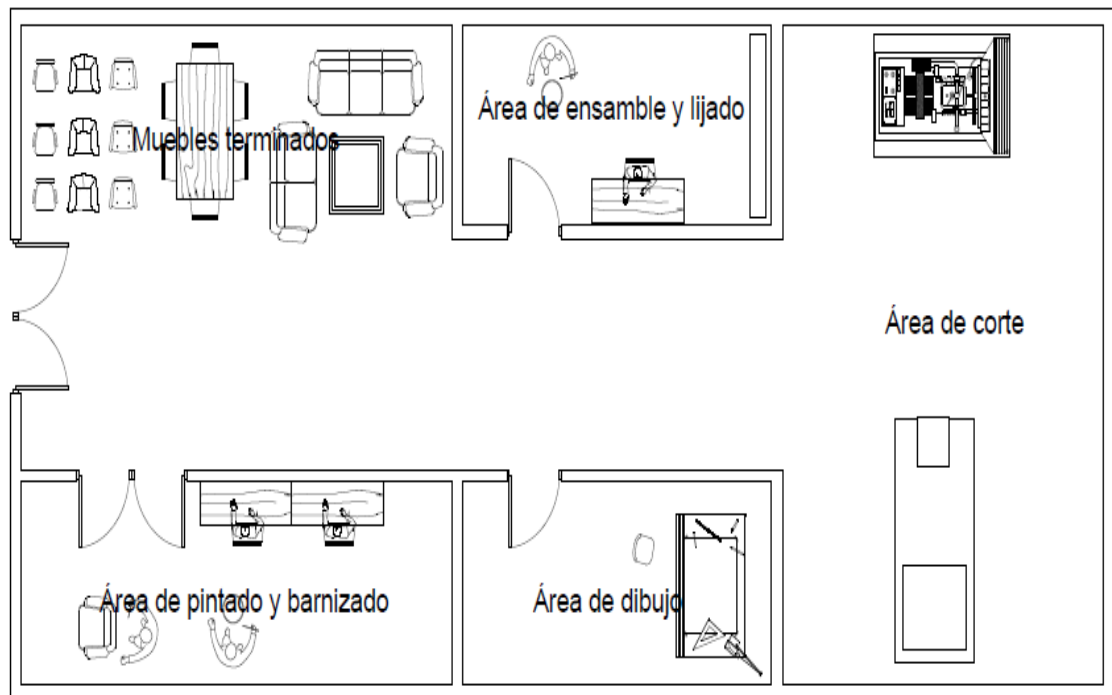
Elaborado por: Elvis Ortiz

4.3.5.2. La distribución de la planta (Lay-out)

La adecuada distribución de la planta se la debe realizar considerando la proporción de las condiciones para un trabajo adecuado y que permita la operacionalización efectiva, que mantenga las condiciones más óptimas con estándares de seguridad y bienestar para los colaboradores.

Para la repartición de los diferentes ambientes de la planta de la empresa ArteOrtiz se requiere de un adecuado ordenamiento físico de los recursos que integran el proceso productivo fin de optimizar el tiempo en cada una de las áreas y secciones de la fábrica, en donde uno de los factores importantes sea un adecuado nivel de satisfacción en los niveles ejecutivos y operativos.

Gráfico 30 Distribución de la planta



Fuente: Visita de campo
Elaborado por: Elvis Ortiz

CONCLUSIÓN

El estudio técnico es la fase en la que se delimita el tamaño del emprendimiento, siendo necesario determinar la micro y macro localización, la ingeniería del proyecto permite definir el producto, el balance de materiales, periodo de operacionalización estimada, la capacidad de producción, la distribución de la maquinarias y equipos.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos generales

ArteOrtiz es un emprendimiento que estará dedicada a la fabricación de muebles multifunción utilizando palets reciclados, la idea parte de la empresa familiar del Sr. Edgar Ortiz que tiene su taller de carpintería en la ciudad de Ambato desde hace 20 años, dedicados a la fabricación de muebles de sala, comedor y dormitorio, en base a esta experiencia se pretende potencializar la capacidad instalada del taller para implementar una nueva línea de productos novedosos y amigables con el medio ambiente.

La demanda de muebles ecológicos se empieza a incrementarse por lo que fue necesaria investigar sobre esta nueva tendencia y que tipos de materiales se puede utilizar en la distribución de las dependencias de la empresa ArteOrtiz. La utilización de tecnología es un factor relevante dentro del proceso de producción que viene a reemplazar a los seres humanos, sí que adicional viene a contribuir a optimizar el tiempo y los diferentes procesos de fabricación de un mueble.

5.2. El Diseño Organizacional

5.2.1. Los niveles jerárquicos de la empresa

1 El Nivel directivo

Dentro de este nivel las actividades relevantes son; establecer políticas, instaurar y

normar los procedimientos que guiarán las actividades de la empresa. También es necesario plasmar reglamentos, concretar resoluciones que ayuden al mejoramiento de las diligencias administrativas y operativas de la empresa. Este cuerpo forma el primer Nivel jerárquico dentro de la estructura organizacional.

2 El Nivel ejecutivo

Este nivel constituye el mando de la empresa, en donde se determina como el responsable del manejo de la empresa, las actividades van enfocadas al cumplimiento de las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que dictamina el Nivel Directivo. También se encarga de la planificación, dirección, organización, orientación y el control de las distintas actividades de las administrativas de la organización.

Dentro de este nivel se ejecuta los Planes, Programas, Métodos, adicionalmente también otras técnicas administrativas de primer nivel, que van coordinados con el nivel operativo y auxiliar, para su adecuada ejecución. Aquí se vigila el adecuado cumplimiento de las disposiciones representadas en leyes y reglamento obligatorios que son necesarios para el funcionamiento de la empresa.

3 El Nivel asesor

Dentro de este nivel existe una autoridad en mando, sus funciones solo se limitan a asesor, informar, preparar planes dentro de los campos; jurídicos, económicos, financieros, contables, industriales y adicional en áreas relacionadas con la organización.

4 El Nivel auxiliar o de apoyo

Este nivel afirma a los demás niveles administrativos, con la ejecución de servicios, de una manera eficiente y oportuna.

5 El Nivel operativo

Este nivel constituye el más importante dentro de la organización ya que es el garante directo del resultado eficiente de la ejecución de las actividades de la empresa, convirtiéndose en el pilar de la producción y comercialización de los productos en este caso muebles multifuncional.

La empresa ArteOrtiz está estructurada con los siguientes niveles:

Cuadro 42 Niveles jerárquicos Empresa ArteOrtiz

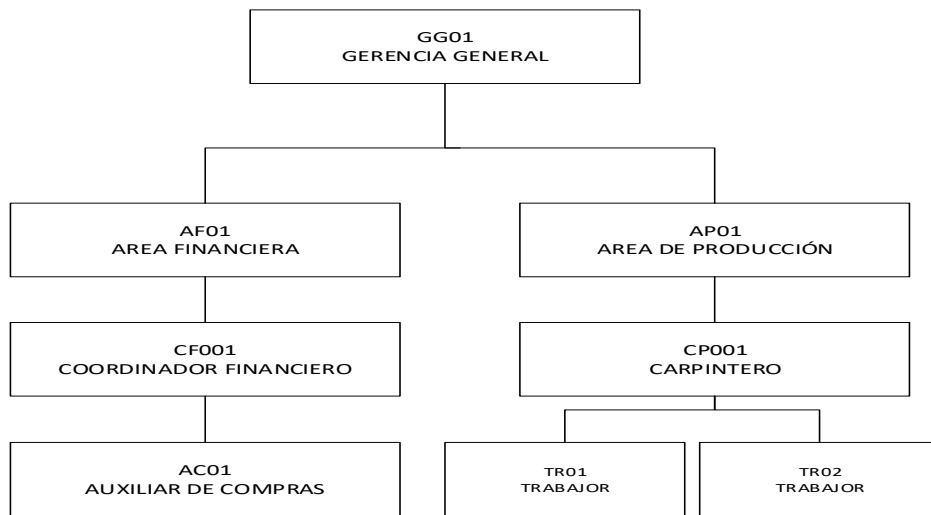
Nivel	Cargo	Nombres
Ejecutivo	Gerente General	Elvis Ortiz
Auxiliar o apoyo	Contador	Valeria Carrión
Operativo	Jefe de adquisiciones	Carlos Bejarano
	Carpintero 1	Aníbal Carpio
	Carpintero 2	Efraín Ortega

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Elvis Ortiz

5.3. La estructura organizativa de la empresa

Cuadro 43 Organigrama de la empresa ArteOrtiz

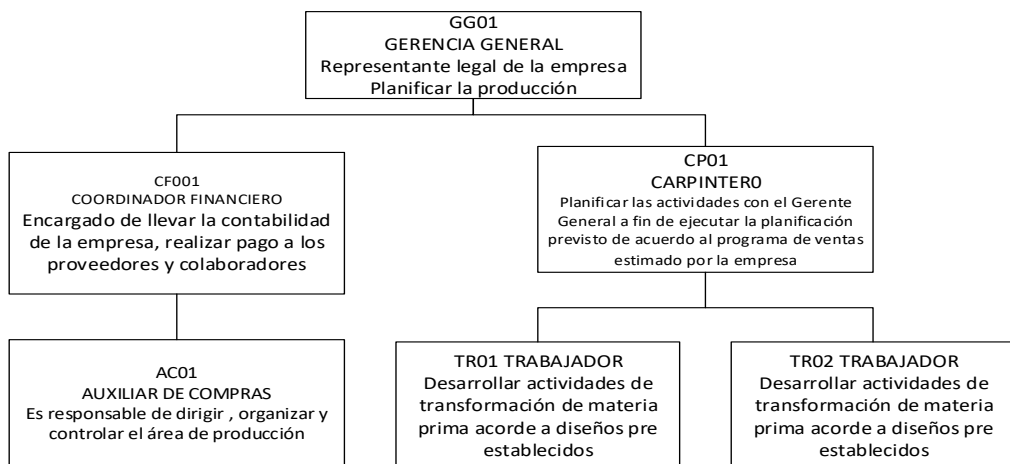


Elaborado por:	Elvis Ortiz
Aprobado por:	Ing. Carlos Bejarano
Fecha:	05 de febrero de 2017

Fuente: Vista de campo
Elaborado por: Elvis Ortiz

5.4. La estructura Funcional

Cuadro 44 Estructura funcional de la empresa ArteOrtiz



Elaborado por:	Elvis Ortiz
Aprobado por:	Ing. Carlos Bejarano
Fecha:	05 de febrero de 2017

Fuente: Manual de funciones
Elaborado por: Elvis Ortiz

5.5. Manual de Funciones

5.5.1. Codificación de Puestos

La codificación de las funciones de la empresa consta de tres elementos:

AROR	GG	01
------	----	----

AROR: Grupo ocupacional de la empresa fabricante de Muebles Arte Ortiz

GG: Gerente General

CF: Coordinador financiero

AC: Auxiliar de compras

Numeración:

Dígito que se le asignará al personal, Gerencia y Coordinación financiero y auxiliar de compras, va del 01 al 06

Cuadro 45 Codificación de puestos


No.	NOMBRE DE PUESTOS	CÓDIGO
1	Gerente General	AROR-GG-01
2	Coordinador Financiero	AROR-CF-01
3	Auxiliar de Compras	AROR-AC-01
4	Carpintero	AROR-CP-01
5	Trabajador 1	AROR-TR-01
6	Trabajador 2	AROR-TR-01

Fuente: Manual de funciones

Elaborado por: Elvis Ortiz


5.5.2. Cargo: Gerente General

Cuadro 46 Cargo: Gerente General

	ARTEORTIZ	Fecha	03/04/2017			
		Página	1	de	4	
	MANUAL DE FUNCIONES GENERAL	CÓDIGO: AROR-GG-01				
		Página		De		
Fecha						
DESCRIPCIÓN DE PUESTO						
IDENTIFICACIÓN						
<p>Cargo: Gerente General Unidad a la que pertenece: Gerencia Reporta: Gerencia Supervisa: contador/a Coordina con: contador/a, controlador/a de adquisiciones</p>						
RELACIÓN						
<p>Propósito del puesto: La labor se orienta a la toma de decisiones y en la planificación empresarial, esta función es fundamental dentro de la empresa, las tomas de decisiones están enfocadas a las inversiones y en la firma de contratos en los que personifica a la empresa Reporta a: Ninguno Atribuciones y responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lidera los procesos de planificación estratégica de la empresa, estableciendo los nudos críticos de éxito, instaurando objetivos y metas específicas de la organización. • Desarrolla estrategias generales para lograr los objetivos y metas establecidas. • Mediante los subordinados vuelve realizables a los objetivos, metas y estrategias mediante procedimientos de trabajo a corto, mediano y largo plazo. • Creación de adecuados espacios laborales en donde los colaboradores alcancen las metas grupales optimizando el tiempo, dinero, materiales. • Implementación de una adecuada estructura administrativa que albergue elementos importantes para la ejecución de los planes de operación. <p>Perfil y requerimientos mínimos del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción Formal: Administración de empresas o afines • Conocimiento específico en: Marketing, Sistemas informáticos, producción. • Experiencia mínima: 3 años • Habilidades o competencias: Trabajo individual y en equipo. 						
Elaboración: Elvis Ortiz		Reviso: Ing. Carlos Bejarano		Autorizo: Raúl Ortiz		
Clave: E.O						


5.5.3. Cargo: Contador(a)

Cuadro 47 Cargo: Contador

	ARTEORTIZ	Fecha	03/04/2017		
		Página	2	de	4
		CÓDIGO: AROR-CF-01			
	MANUAL DE FUNCIONES GENERAL	Página		De	
		Fecha			
DESCRIPCIÓN DE PUESTO					
IDENTIFICACIÓN					
<p>Cargo: Coordinador Financiero Unidad a la que pertenece: Gerencia general Reporta: Gerente General Supervisa: Auxiliar de Compras Coordina con: Con el Gerente y Auxiliar de compras</p>					
RELACIÓN					
<p>Propósito del puesto: Se encarga de llevar los registros contables de la empresa y realizar los correspondientes pagos a los proveedores y colaboradores que trabajan dentro de la empresa. Reporta a: Gerente General Atribuciones y responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llevar en un adecuado archivo de todas las entradas y salidas de dinero de la organización. • Coordina la agenda de actividades del gerente general. <p>Perfil y requerimientos mínimos del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción Formal: Auditoria y contabilidad • Conocimiento específico en: Sistemas informáticos contables y técnicas de gestión documentaria • Experiencia mínima: 2 años • Habilidades o competencias: Orden para la empresa y poseer una vocación al servicio. 					
Elaboración: Elvis Ortiz		Reviso: Ing. Carlos Bejarano		Autorizo: Raúl Ortiz	
Clave: E.O					


5.5.4. Cargo: Auxiliar de Compras

Cuadro 48 Cargo: Auxiliar de Compras

	ARTEORTIZ	Fecha	03/04/2017		
		Página	3	de	4
	MANUAL DE FUNCIONES GENERAL	CÓDIGO: AROR-AC-01			
		Página		De	
		Fecha			
DESCRIPCIÓN DE PUESTO					
IDENTIFICACIÓN					
<p>Cargo: Auxiliar de Compras Unidad a la que pertenece: Coordinación Financiero Reporta: Coordinador Financiero Supervisa: Carpinteros Coordina con: Carpinteros</p>					
RELACIÓN					
<p>Propósito del puesto: El auxiliar de compras es el encargado de la dirección, organización y control un cuerpo o departamento de producción. Debe tener cualidades de líder, como son: honestidad, ser catalizador de acciones, tomar decisiones y ejecutarlas en forma adecuada.</p> <p>Reporta a: Coordinador Financiero</p> <p>Atribuciones y responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisa que los productos se encuentren en óptimas condiciones • Rechazar un producto que se encuentre en mal estado • Entregar los productos en la fecha acordada. • Elaboración planes y presupuestos de ventas en relación al área de producción, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para ejecutar la planificación. • Instituir metas y objetivos en cuanto a ventas de los productos. <p>Perfil y requerimientos mínimos del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción Formal: Bachiller • Conocimiento específico en: el área de carpintería construcción de muebles, plan de acciones correctivas y preventivas para el logro sistemático de mejoras y soluciones a los problemas de calidad., reportes periódicos al gerente general sobre el control de calidad bajo su supervisión, capacitar y difundir las instrucciones básicas de calidad entre el personal operativo • Experiencia mínima: 3 años • Habilidades o competencias: capacidad de análisis, toma de decisiones, adaptabilidad, trabajo en equipo, no timorato. 					
Elaboración: Elvis Ortiz		Reviso: Ing. Carlos Bejarano		Autorizo: Raúl Ortiz	
Clave: E.O					

5.5.5. Cargo: Carpinteros

Cuadro 49 Cargo: Carpintero

	ARTEORTIZ	Fecha	03/04/2017		
		Página	4	de	4
		CÓDIGO: AROR-CP-01			
	MANUAL DE FUNCIONES GENERAL	Página		De	
		Fecha			
DESCRIPCIÓN DE PUESTO					
IDENTIFICACIÓN					
<p>Cargo: Carpinteros Unidad a la que pertenece: Producción Reporta: Auxiliar de Compras Supervisa: no aplica Sustituye: no aplica Coordina con: Auxiliar de Compras</p>					
RELACIÓN					
<p>Propósito del puesto: Coordinar las actividades con el gerente general, con el propósito de trabajar los planes preestablecidos, cumpliendo el presupuesto de ventas estipulado por la empresa. Reporta a: Auxiliar de Compras Atribuciones y responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de muebles de madera con modelos específicos • Verificar que la producción este acorde con los establecido por la gerencia de la empresa • Ejecutar los diseños de muebles multifunción exigidos por el gerente en el tiempo determinado establecidos • Capacitarse de manera constante <p>Perfil y requerimientos mínimos del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción Formal: no aplica • Conocimiento específico en: carpintería • Experiencia mínima: 2 años • Habilidades o competencias: Pro activo, espíritu de lucha, capacidad de comunicación. 					
Elaboración: Elvis Ortiz		Reviso: Ing. Carlos Bejarano		Autorizo: Raúl Ortiz	
Clave: E.O					

CONCLUSIÓN

El estudio organizacional es la fase en el que se estructura al emprendimiento a través de un diseño organizacional en donde se determina los niveles jerárquicos plasmados en los correspondientes organigramas organizacionales y funcionales que son complementados con el respectivo manual de funciones, que será observado por los integrantes del emprendimiento.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Las inversiones en activos fijos tangibles

De acuerdo a (Bazalar, 2014) son bienes de naturaleza material susceptibles de ser percibidos, que se pueden tocar, medir.

Cuadro 50 Muebles y Enseres

Cant	Rubro	Valor Unitario	Valor Total
1	Mesa grande para diseño	250,00	250,00
1	Banco de trabajo	130,00	130,00
1	Escritorio	120,00	120,00
1	Silla giratoria	80,00	80,00
TOTAL			580,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 51 Maquinaria y Equipo

Cant	Rubro	Valor Unitario	Valor Total
1	Pulidora	800,00	800,00
1	Taladro	180,00	180,00
1	Contadora	500,00	500,00
1	Cierra	800,00	800,00
1	Piladora	150,00	150,00
1	Caladora	200,00	200,00
TOTAL			2630,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 52 Equipo de Computo

Cant	Rubro	Valor Unitario	Valor Total
1	Lapto HP CORE7	950,00	950,00
1	Impreso Epson L355	320,00	320,00
TOTAL			1270,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 53 Activos fijos tangibles

DETALLE	Proforma	VALOR
Muebles y enseres	RIVERA	580,00
Maquinaria y equipo	RIVERA	2630,00
Equipo de computo	RIVERA	1270,00
TOTAL		4480,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis e interpretación:

La inversión que la empresa tiene en activos tangibles en muebles y enseres es de 580,00 dólares, maquinaria y equipo es de 2630,00 dólares y el equipo de cómputo con 1270,00 dólares debido a que son los medios más importantes para el desarrollo del proyecto.

6.2. Las inversiones en activos fijos intangibles

Según (Bazalar, 2014) son bienes de naturaleza inmaterial que no se pueden tocar, ver, medir.

Cuadro 54 Otros Activos

DETALLE	Proforma	VALOR
Estudios y proyectos de ingeniería		500,00
Gastos de capacitación al personal	Rivera	200,00
Software	Rivera	1000,00
Adecuaciones		800,00
Gastos de Puesta en Marcha del Proyecto		500,00
TOTAL		3000,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis e interpretación:

En cuanto a otros activos con los que contara la empresa para su funcionamiento son: estudios y proyectos de ingeniería, gastos de capacitación del personal, software de facturación, adecuaciones, y gastos de puesta en marcha del proyecto, lo cual en el total de otros activos para el proyecto es de 3000,00 dólares.

6.3. Las inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

6.3.1. Activo Corriente o Circulante

De acuerdo a (Pérez, 2012) es la capacidad de una empresa para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Este puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos a corto plazo.

Representan la porción de inversión que circula de una forma a otra en el conducto ordinario de negocios. En otras palabras, la inversión de activos circulantes o capital

de trabajo se refiere a la inversión que la empresa tiene sea en caja-bancos, inventario o cuentas por cobrar.

El valor de liquidez de la empresa es de \$ 560,00 esto se empleará a posibles imprevistos que puedan presentarse en la empresa.

Cuadro 55 Activo corriente o circulante

Activo Corriente	VALOR
Caja-Bancos	560.00
Inventario	11125.13
Cuentas por cobrar	7837.53
Suministros de oficina	1243.68
Total, Activo Corriente	20766.34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Elvis Ortiz

Inventario

El inventario es todo aquello que se encuentra almacenado y son las materias primas que se van a utilizar para la transformación de los muebles multifunción con palets reciclados, el modelo a utilizarse es el de lote económico en el cual se determina la cantidad óptima de materia prima, transporte. Según el (BCE, 017) la tasa de interés pasivo del mes de julio del año 2017 corresponde a 4,84% y la tasa de interés activa es de 8,30%.

La cantidad óptima que se requiere de materia prima es de 139,064

Ecuación 1 Inventario

$$\text{Inventario} = \text{Lote Económico} * \text{Precio}$$

$$\text{Inventario} = 139,064 * 80,00 = \$ 11125,13$$

Ecuación 2 Lote Económico

LE= Cantidad óptima materia prima

2= constante

F= Transporte y estibaje (30 usd)

u= Consumo anual en unidades (pallet, clavos, laca, bisagras, etc)

C= tasa de interés

Tasa activa 8.30%

Tasa pasiva 4.84% = 0.0484

p= Precio unitario (80 usd)

$$LE = \sqrt{\frac{2 * F * u}{C * p}}$$

$$LE = \sqrt{\frac{2 * 30 * 1248}{0.0484 * 80}}$$

$$LE = \sqrt{\frac{74880}{3.872}}$$

$$LE = \sqrt{19338.843}$$

$$LE = 139.064$$

Cuentas por cobrar

El lapso de tiempo de las cuentas por cobrar se establece al número de días que la empresa recupera el crédito otorgado a sus consumidores y clientes siendo el promedio 30 días

Ecuación 3 Cuentas por cobrar

$$C * C = \frac{\text{Ventas}}{360} * \text{período promedio de recuperación}$$

Se establece un período de recuperación de 15, 30 y 45 días, donde se suman los valores y se dividen para tres.

$$ppr = \frac{15 + 30 + 45}{3}$$

$$ppr = \frac{90}{3}$$

$$ppr = 30$$

Análisis

El periodo promedio de recuperación será de 30 días.

Luego se aplica la fórmula de cuentas por cobrar y se obtiene los siguientes resultados

Datos

Ventas= 94050.40

ppr =30 días

$$Cuentas\ por\ cobrar = \frac{Ventas}{360} * ppr$$

$$Cuentas\ por\ cobrar = \frac{94050.40}{360} * 30$$

$$Cuentas\ por\ cobrar = 251.252 * 30$$

$$Cuentas\ por\ cobrar = 7837.53$$

Análisis

Las cuentas por cobrar son de 7837.53 usd.

6.3.2. Pasivo corriente o circulante

De acuerdo a la afirmación de (Fierro, 2015) son obligaciones que tienen las personas naturales y jurídicas con base en hechos pasados, por concepto de compras de bienes, servicios o préstamos que facilitan las instituciones financieras para el desarrollo del giro de la actividad, pagaderas en un tiempo cierto y determinado.

Ecuación 4 Pasivo corriente o circulante

$$Tasa\ circulante = \frac{Activo\ corriente}{Pasivo\ Corriente}$$

Datos

Activo corriente= 20766.34

Tasa circulante= 2.5

$$Pasivo\ corriente = \frac{Activo\ corriente}{Tasa\ circulante}$$

$$Pasivo\ corriente = \frac{20766.34}{2,5}$$

$$Pasivo\ corriente = 8306.536\ usd$$

Cálculo

Para realizar el cálculo del pasivo corriente se divide el activo corriente para la tasa circulante es decir 20766.34 dividido para 2.5.

Análisis

Al aplicar la fórmula se obtuvo como resultado que el pasivo corriente es de 8306.53

6.3.3. Capital de trabajo

Desde el punto de vista de (Cuéllar, 2012), el capital del trabajo es la diferencia que se obtiene entre el activo corriente y pasivos corrientes, el resultado indica el monto del recurso fácilmente convertible en efectivo o en uno de los equivalente con que cuenta el ente económico para atender o financiar las operaciones a corto plazo.

Ecuación 5 Capital de trabajo

$$\textit{Capital de trabajo} = \textit{Total activo corriente} - \textit{Total pasivo corriente}$$

$$\textit{Capital de trabajo} = 20766.34 - 8306.536$$

$$\textit{Capital de trabajo} = 12459.81$$

Cálculo

El capital de trabajo se obtiene de la resta del total del activo corriente menos el total del pasivo corriente.

Análisis

El capital de trabajo de la empresa ArteOrtiz será de 12459.81

6.4. El resumen de las Inversiones

Cuadro 56 Resumen de inversión

RUBRO	VALOR
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	4480.00
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	3000.00
CAPITAL DE TRABAJO	12459.81
TOTAL INVERSIÓN	19939.81

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Elvis Ortiz

6.5. El financiamiento

La empresa ArteOrtiz financiará sus actividades productivas una parte a través de un capital propio que posee la empresa tanto en dinero efectivo como también en bienes y también se apalancará a través de un préstamo en una institución financiera, con el propósito de llevar acabo la inversión inicial del proyecto, considerando como referencia las distintas tasas activas, tiempos, garantes y de las Instituciones Financieras de Ambato que beneficien a la empresa.

Cálculo

$$\textit{Inversión financiera} = \textit{Inversión Inicial} - \textit{Capital propio}$$

$$\textit{Inversión financiera} = 19939.81 - 11963.89$$

Cuadro 57 Financiamiento del proyecto

INVERSIÓN	VALOR (USD)	VALOR (%)
Financiamiento Recursos propios	13160.27	66
Financiamiento Institución financiera	6779.54	34
TOTAL FINANCIAMIENTO	19939.81	100

Fuente: Presupuesto
Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis

Para la implementación del proyecto se cuenta con 13160.27 que representa el 66% y el apalancamiento será de 6779.54 que equivale al 34% que se lo hará a través de crédito en una institución financiera.

6.6. El plan de Inversiones.

El plan de inversiones para el proyecto es considerado aquellos recursos que se designara a distintas áreas de la empresa es decir realizar un presupuesto para las adquisiciones de activos fijos tangibles, activos fijos intangible y capital de trabajo que se necesitará para la ejecución del proyecto.

Cuadro 58 Plan de Inversión

INVERSIÓN	VALOR (USD)	VALOR (%)
Inversión fija tangible	4480.00	22
Inversión fija intangible	3000.00	15
Capital de trabajo	12459.81	62
TOTAL DE INVERSIÓN	19939.81	100
Financiamiento Recursos propios	13160.27	66
Financiamiento Institución financiera	6779.54	34
TOTAL FINANCIAMIENTO	19939.81	100

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Elvis Ortiz

La empresa ArteOrtiz muestra una inversión del 22% dentro de sus activos fijos, el 15% dentro en activos diferidos y un capital de trabajo de 62%, que será apalancada en el 66% y el 34% mediante de un crédito en una Institución Financiera de la ciudad de Ambato.

6.7. El presupuesto de gastos e ingresos

a) El costo de la producción

Cuadro 59 Materia Prima directa

CANT	Rubro	Proforma	Valor Unitario	Valor anual
240	Madera pallets	Tubacon	4.00	960.00
48	Libra de clavos	Tubacon	1.80	86.40
96	Bisagras	Tubacon	1.50	144.00
480	Lijas	Tubacon	1.50	720.00
48	Litro de Laca	Tubacon	5.00	240.00
192	Perno mariposas	Tubacon	4.00	768.00
144	Esponja	Tubacon	3.00	432.00
1248	Total			3350.40

Fuente: Presupuesto de la empresa

Cuadro 60 Material indirecto

Cant	Detalle	Valor unitario	Valor Total
600	Etiquetas	0.25	150.00
42	Plástico para embalaje	3	126.00
	Total		276.00

Fuente: Presupuesto de la empresa

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 61 Depreciaciones

DETALLE	VALOR DEL BIEN	AÑOS	%	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles y Equipos	580,00	10	10	58,00
Máquinas y Herramientas	2630,00	10	10	263,00
Equipo de computo	1270,00	3	3,33	42,29
TOTAL				321,00

Fuente: Presupuesto de la empresa

Elaborado por: Elvis Ortiz

La depreciación fue calculada utilizando el método de línea recta, en donde se toma consideración el valor del bien que es dividido para el tiempo que se espera que funcione el bien el mismo que ira sufriendo una reducción periódica, no se toma en cuenta el valor residual en vista que la maquinaria será alquilada y el emprendimiento tendrá una vida útil de 5 años en donde los valores de los bienes serán divididos para los 5 años en donde no se considera el valor final del bien que la empresa debería valorar.

Cuadro 62 Amortizaciones

DETALLE	VALOR	AÑOS	%	DEPRECIACIÓN ANUAL
Inversión Fija Intangible	3000,00	10	10	300,00
TOTAL				300,00

Fuente: Presupuesto de la empresa

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 63 Gastos de operación

DETALLE	VALOR
Materiales indirectos	276.00
Mano de obra directa y directo	20060.88
Depreciación y amortización	621.00
TOTAL	20957.88

Fuente: Presupuesto de la empresa

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 64 Mano de obra

Cant	Rubro	Valor Unitario mensual	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
	Administrativo			
1	Gerente	419.40	419.40	5032.80
1	Contador	359.50	359.50	4314.00
1	Auxiliar de compras	359.50	359.50	4314.00
	Sub total	1138.40	1138.40	13660.80
	Producción			
2	Carpinteros	266.67	533.34	6400.08
	TOTAL	1405.07	1671.74	20060.88

Fuente: Presupuesto de la empresa

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 65 Costo de la producción total

RUBRO	VALOR
Materia prima	3350.40
Materiales indirectos	276.00
Cargo amortizaciones	300.00
Cargo depreciaciones	321.00
Mano de obra directa e indirecta	1671.74
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	5919.14

Fuente: Presupuesto de la empresa

Elaborado por: Elvis Ortiz

b) Los costos administrativos

De acuerdo a (Jimenez, 2016) son los recursos necesarios para las operaciones y manejos dentro de una empresa, son los gastos que la empresa aplica para la realización de trámites y movimientos internos.

Cuadro 66 Servicios básico

Detalle	Valor Mensual	Valor Total
Luz	15.00	180.00
Agua	10.00	120.00
Servicios telefónicos	15.00	180.00
Internet	27.00	324.00
TOTAL	67.00	804.00

Fuente: Presupuesto de la empresa

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 67 Sueldos y salarios

Cant	Detalle	Valor Unitario mensual	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
	Administrativo			
1	Gerente	419.40	419.40	5032.80
1	Contador	359.50	359.50	4314.00
1	Auxiliar de compras	359.50	359.50	4314.00
	TOTAL	1138.40	1138.40	13660.80

Fuente: Presupuesto de la empresa

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 68 Suministro de oficina

Cant	Rubro	Proforma	Valor Unitario	Valor mensual	Valor Anual
12	Lápices	Caicedo	0,25	3,00	36,00
12	Bolígrafos	Caicedo	0,32	3,84	46,08
2	Factureros	Caicedo	20,00	40,00	480,00
6	Carpetas de cartón	Caicedo	0,13	0,78	9,36
5	Folder	Caicedo	2,32	11,60	139,20
2	Grapadoras	Caicedo	8,48	16,96	203,52
4	clips cajas	Caicedo	0,22	0,88	10,56
3	Cintas Masking	Caicedo	2,05	6,15	73,80
2	Cuadernos Universitarios	Caicedo	0,96	1,92	23,04
2	Estilete	Caicedo	0,19	0,38	4,56
4	Resma de Papel	Caicedo	2,58	10,32	123,84
4	Marcadores permanente	Caicedo	1,33	5,32	63,84
3	Cajas de grapas	Caicedo	0,83	2,49	29,88
TOTAL				103,64	1243,68

Fuente: Presupuesto de la empresa

Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 69 Total costos administrativos

DETALLE	VALOR
Servicios básicos	804,00
Sueldos y salarios	13660,80
Suministros de oficina	1243,68
TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS	15708,48

Fuente: Presupuesto de la empresa
Elaborado por: Elvis Ortiz

c) El costo de Venta

Se acuerdo a (Ejemplode.com, 2013) es la inversión inicial que se hace al adquirir un producto ya sea para manufactura o reventa y es el que se deduce del total del costo para separar la ganancia final del costo total.

Cuadro 70 Sueldos y salarios Costo de Ventas

Detalle	consumo anual	Precio unitario	Precio total
Auxiliar de compras	1	300.00	3600.00
Total			3600.00

Fuente: Presupuesto de la empresa
Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 71 Transporte Costo de Ventas

Detalle	Consumo anual	Precio unitario	Precio total
Transporte de producto	48	30.00	1440.00
Total			1440.00

Fuente: Presupuesto de la empresa
Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 72 Costo de Ventas Totales

Detalle	Valor
Sueldos y salarios	3600.00
Transporte	1440.00
Total Costo Ventas	5040.00

Fuente: Presupuesto de la empresa
Elaborado por: Elvis Ortiz

d) Los costos financieros

Define (Vasquez, 2013) que los costos financieros son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento y funcionamiento operativo.

Cuadro 73 Préstamo Bancario

TABLA DE PAGOS (crédito)				
DETALLE				
MONTO DE PRÉSTA	\$ 6,779.54			
PLAZO EN AÑOS	5			
PLAZO EN MESES	60		INTERES MENSUAL	
INTERÉS ANUAL	10.21%		0.85%	
AÑOS	DESEMBOLSO	CAPITAL A PAGAR	INTERÉS A PAGAR	PAGO MENSUAL
1	\$ 6,779.54	\$ 112.99	\$ 57.63	\$ 170.62
2	\$ 6,666.54	\$ 112.99	\$ 56.67	\$ 169.66
3	\$ 6,553.55	\$ 112.99	\$ 55.71	\$ 168.70
4	\$ 6,440.56	\$ 112.99	\$ 54.74	\$ 167.73
5	\$ 6,327.57	\$ 112.99	\$ 53.78	\$ 166.77
6	\$ 6,214.58	\$ 112.99	\$ 52.82	\$ 165.81
7	\$ 6,101.59	\$ 112.99	\$ 51.86	\$ 164.85
8	\$ 5,988.60	\$ 112.99	\$ 50.90	\$ 163.89
9	\$ 5,875.61	\$ 112.99	\$ 49.94	\$ 162.93
10	\$ 5,762.62	\$ 112.99	\$ 48.98	\$ 161.97
11	\$ 5,649.63	\$ 112.99	\$ 48.02	\$ 161.01
12	\$ 5,536.64	\$ 112.99	\$ 47.06	\$ 160.05
13	\$ 5,423.65	\$ 112.99	\$ 46.10	\$ 159.09
14	\$ 5,310.66	\$ 112.99	\$ 45.14	\$ 158.13
15	\$ 5,197.67	\$ 112.99	\$ 44.18	\$ 157.17
16	\$ 5,084.68	\$ 112.99	\$ 43.22	\$ 156.21
17	\$ 4,971.69	\$ 112.99	\$ 42.26	\$ 155.25
18	\$ 4,858.70	\$ 112.99	\$ 41.30	\$ 154.29
19	\$ 4,745.71	\$ 112.99	\$ 40.34	\$ 153.33
20	\$ 4,632.72	\$ 112.99	\$ 39.38	\$ 152.37
21	\$ 4,519.73	\$ 112.99	\$ 38.42	\$ 151.41
22	\$ 4,406.74	\$ 112.99	\$ 37.46	\$ 150.45
23	\$ 4,293.75	\$ 112.99	\$ 36.50	\$ 149.49
24	\$ 4,180.76	\$ 112.99	\$ 35.54	\$ 148.53
25	\$ 4,067.77	\$ 112.99	\$ 34.58	\$ 147.57
26	\$ 3,954.78	\$ 112.99	\$ 33.62	\$ 146.61
27	\$ 3,841.79	\$ 112.99	\$ 32.66	\$ 145.65
28	\$ 3,728.80	\$ 112.99	\$ 31.69	\$ 144.68
29	\$ 3,615.81	\$ 112.99	\$ 30.73	\$ 143.72
30	\$ 3,502.82	\$ 112.99	\$ 29.77	\$ 142.76
31	\$ 3,389.83	\$ 112.99	\$ 28.81	\$ 141.80
32	\$ 3,276.84	\$ 112.99	\$ 27.85	\$ 140.84
33	\$ 3,163.85	\$ 112.99	\$ 26.89	\$ 139.88
34	\$ 3,050.86	\$ 112.99	\$ 25.93	\$ 138.92
35	\$ 2,937.87	\$ 112.99	\$ 24.97	\$ 137.96
36	\$ 2,824.88	\$ 112.99	\$ 24.01	\$ 137.00
37	\$ 2,711.89	\$ 112.99	\$ 23.05	\$ 136.04
38	\$ 2,598.90	\$ 112.99	\$ 22.09	\$ 135.08
39	\$ 2,485.91	\$ 112.99	\$ 21.13	\$ 134.12
40	\$ 2,372.92	\$ 112.99	\$ 20.17	\$ 133.16
41	\$ 2,259.93	\$ 112.99	\$ 19.21	\$ 132.20
42	\$ 2,146.94	\$ 112.99	\$ 18.25	\$ 131.24
43	\$ 2,033.95	\$ 112.99	\$ 17.29	\$ 130.28
44	\$ 1,920.96	\$ 112.99	\$ 16.33	\$ 129.32
45	\$ 1,807.97	\$ 112.99	\$ 15.37	\$ 128.36
46	\$ 1,694.98	\$ 112.99	\$ 14.41	\$ 127.40
47	\$ 1,581.99	\$ 112.99	\$ 13.45	\$ 126.44
48	\$ 1,469.00	\$ 112.99	\$ 12.49	\$ 125.48
49	\$ 1,356.01	\$ 112.99	\$ 11.53	\$ 124.52
50	\$ 1,243.02	\$ 112.99	\$ 10.57	\$ 123.56
51	\$ 1,130.03	\$ 112.99	\$ 9.61	\$ 122.60
52	\$ 1,017.04	\$ 112.99	\$ 8.64	\$ 121.63
53	\$ 904.05	\$ 112.99	\$ 7.68	\$ 120.67
54	\$ 791.06	\$ 112.99	\$ 6.72	\$ 119.71
55	\$ 678.07	\$ 112.99	\$ 5.76	\$ 118.75
56	\$ 565.08	\$ 112.99	\$ 4.80	\$ 117.79
57	\$ 452.09	\$ 112.99	\$ 3.84	\$ 116.83
58	\$ 339.10	\$ 112.99	\$ 2.88	\$ 115.87
59	\$ 226.11	\$ 112.99	\$ 1.92	\$ 114.91
60	\$ 113.12	\$ 112.99	\$ 0.96	\$ 113.95
				\$ 1,757.63

Fuente: Presupuesto de la empresa
Elaborado por: Elvis Ortiz

Cuadro 74 Costos totales del proyecto

RUBRO	VALOR
Gastos de operación	20957.88
Gastos administrativos	15708.48
Gastos financieros	1757.63
TOTAL	38423.99

Fuente: Presupuesto de la empresa

Elaborado por: Elvis Ortiz

e) El resumen de presupuesto de los costos

De acuerdo a (Bedoya, 2014) en toda organización se desarrolla el presupuesto de ingresos y gastos, para analizar las operaciones de la nueva empresa o ampliación de esta, o podría ser los costos de funcionamiento durante la vida útil, de un proyecto o programa social.

Cuadro 75 Resumen de presupuesto de costos

COSTO DE PRODUCCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Materia prima directa	3350.40	
Materiales indirectos	276.00	
Cargo amortización	300.00	
Cargo depreciación	321.00	
Mano de obra directa e indirecta	1405.07	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		5652.47
COSTOS ADMINISTRACIÓN		
Servicio básico	67.00	
Sueldos y salarios	1405.07	
Suministros de oficina	103.64	
TOTAL COSTOS ADMINISTRACIÓN		1575.71
COSTO DE VENTA		
Sueldo y Salarios	1138.40	
Transporte	1440.00	
TOTAL COSTO DE VENTAS		2578.40
COSTOS FINANCIEROS		
Interés préstamo bancario	1757.63	
TOTAL COSTO BANCARIO		1757.63
TOTAL COSTO DEL PROYECTO		11564.21

Fuente: Presupuesto de la empresa

Elaborado por: Elvis Ortiz

6.7.1. La situación financiera actual de la empresa

Cuadro 76 Estado de Situación Inicial

ACTIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	560.00
Inventario de Materia Prima	11125.13
Cuentas por cobrar	7837.53
Suministros de oficina	1243.68
Total Activo Corriente	20766.34
ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	580.00
Depreciación Acelerada Muebles y Enseres	
Maquinarias y Herramientas	2630.00
Depreciación Acelerada Muebles y Enseres	
Equipo de Computo	1270
Depreciación Acelerada Equipo de Computo	
Total activos fijos	4480.00
ACTIVOS INTANGIBLES	
Activos fijos intangibles	3000.00
(-) Amortización Acumulada	
Total activo intangible	3000.00
TOTAL ACTIVOS	28246.34
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas por pagar	8306.53
Pasivo a largo plazo	
Préstamo bancario	6779.54
TOTAL PASIVO	15086.07
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL PAGADO	13160.27
Reservas	1316.03
TOTAL PATRIMONIO	13160.27
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	28246.34

Gerente

Contador

6.7.2. La situación financiera proyectada de la empresa

Cuadro 77 Situación Financiera proyectada

Proyecto Empresa ArteOrtiz						
Balance General						
Año 2016						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y Bancos	560.00	588.00	617.40	648.27	680.68	714.72
Inventario de Materia Prima	11125.13	11681.39	12265.46	12878.73	13522.67	14198.80
Cuentas por cobrar	7837.53	8229.41	8640.88	9072.92	9526.57	10002.90
Suministros de oficina	1243.68	1305.86	1371.16	1439.72	1511.70	1587.29
Total Activo Corriente	20766.34	21804.66	22894.89	24039.63	25241.62	26503.70
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y enseres	580.00	609.00	639.45	671.42	704.99	740.24
Depreciación Acelerada Muebles y Enseres		38.00	39.90	41.90	43.99	46.19
Maquinarias y Herramientas	2630.00	2761.50	2899.58	3044.55	3196.78	3356.62
Depreciación Acelerada Muebles y Enseres		263.00	276.15	289.96	304.46	319.68
Equipo de Computo	1270	1333.50	1400.18	1470.18	1543.69	1620.88
Depreciación Acelerada Equipo de Computo		42.29	44.41	46.63	48.96	51.40
Total activos fijos	4480.00	4360.71	4578.74	4807.68	5048.07	5300.47
ACTIVOS INTANGIBLES						
Activos fijos intangibles	3000.00	3150.00	3307.50	3472.88	3646.52	3828.84
(-) Amortización Acumulada		300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Total activo intangible	3000.00	2850.00	3007.50	3172.88	3346.52	3528.84
TOTAL ACTIVOS	28246.34	29015.37	30481.13	32020.19	33636.20	35333.01
PASIVO CORRIENTE						
Cuentas por pagar	8306.53	8721.86	9157.95	9615.85	10096.64	10601.47
Pasivo a largo plazo						
Préstamo bancario	6779.54	7698.44	8617.34	9536.24	10455.14	11374.04
TOTAL PASIVO	15086.07	16420.29	17775.28	19152.08	20551.77	21975.51
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL PAGADO	13160.27	13818.29	14509.20	15234.66	15996.40	16796.22
Reservas	1316.03	1381.83	1450.92	1523.47	1599.64	1679.62
TOTAL PATRIMONIO	13160.27	12595.07	12705.85	12868.11	13084.43	13357.50
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	28246.34	29015.37	30481.13	32020.19	33636.20	35333.01

Gerente

Contador

6.7.3. El presupuesto de los ingresos de la empresa

Cuadro 78 Presupuesto de Ingresos

Años	DPI Real	Precio	Ingresos Mensuales	Ingresos Anuales
(0) 2016	1176	80.00	7837.53	94050.40
(1) 2017	1194	80.13	7972.53	95670.41
(2) 2018	1213	80.26	8109.86	97318.33
(3) 2019	1232	80.38	8249.55	98994.64
(4) 2020	1251	80.51	8391.65	100699.82
(5) 2021	1270	80.64	8536.20	102434.37

Fuente: Estudio oferta demanda

Elaborado por: Elvis Ortiz

6.7.5. El Flujo de Caja de la empresa

De acuerdo a (Moreno, 2010) es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un periodo dado.

Cuadro 80 Flujo de Caja

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	94050.40	95670.41	97318.33	98994.64	100699.82
(-) Costo de Ventas	4314.00	5004.24	5804.92	6733.71	7811.10
(=) Utilidad Bruta en Ventas	89736.40	90666.17	91513.42	92260.93	92888.72
(-) Gastos de Ventas	1251.00	1251.00	1251.00	1251.00	1251.00
(=) Utilidad de Neta en Ventas	88485.40	89415.17	90262.42	91009.93	91637.72
(-) Gastos Administrativos	12986.40	12986.40	12986.40	12986.40	12986.40
(-)Gastos de depreciaciones	301.00	301.00	301.00	301.00	301.00
(-)Gastos de amortizaciones	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
(=) Utilidad Imponible	75078.00	76007.77	76855.02	77602.53	78230.32
(-) 15 % Participación de Utilidades	11261.70	11401.17	11528.25	11640.38	11734.55
(=) Utilidad Antes de Impuesto	63816.30	87408.94	88383.27	89242.91	89964.87
(-) 25% de Impuesto a la Renta	15954.08	21852.24	22095.82	22310.73	22491.22
(=) Utilidad Antes de Reserva	47862.23	65556.71	66287.45	66932.18	67473.65
(-) 10% Reserva Legal	4786.22	6555.67	6628.75	6693.22	6747.36
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	43076.00	59001.03	59658.71	60238.97	60726.28

6.8. El Punto de equilibrio de la empresa

Al punto de equilibrio se ha considera como un referente que orienta a la empresa a tener como un indicador el número de unidades que debe producir, el valor monetario de ingresos y costos que debe erogar la empresa en donde se determina que no existe pérdida ni ganancia, siendo esta información valedera para realizar las correspondientes proyecciones que generen utilidades en base a los costos fijos y costos variables.

Cuadro 81 Costos fijos y costos variables

Detalle	Costos fijos	Valor	Costos Variables	Valores
Costo de producción	Cargo Amortización y depreciación	621.00	Materia prima	3350.40
	Mano de obra directa e indirecta	6400.08	Materiales indirectos	276.00
Costo administrativo	Servicio básico	804.00	Insumos	0
	Sueldos y salarios	13660.80	Suministros de oficina	1243.68
Costo de ventas	Sueldos y salarios	4314.00	Transporte	1440.00
Costo financiero	Interés préstamos bancario	1757.63		
TOTAL	Costos fijos	23243.51	Costos variables	6310.08

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Se determina que:

PE = Es el Punto de equilibrio

CF = Son los Costos fijos

CV = Son los Costos variables

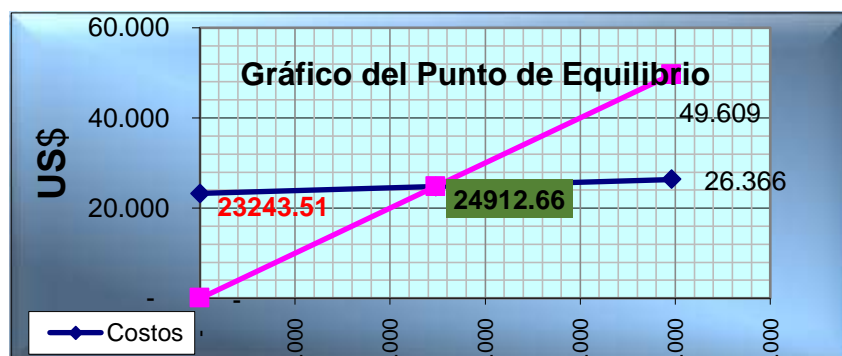
V = Las ventas

$$PE = \frac{23243.51}{1 - \frac{6310,08}{94050.40}}$$

$$PE = \frac{23243.51}{0.9333}$$

$$PE = 24912.66$$

Gráfico 32 Punto de equilibrio



Fuente: Cuadro 80

Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis

El punto de equilibrio de la empresa ArteOrtiz determina que la venta para obtener una ganancia es a partir de 21268.46 dólares, existiendo el valor referencial de ventas que debe producir la empresa para poder recuperar la inversión y no incurrir en pérdida dentro del desarrollo de las actividades productivas y económicas.

6.9. La tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de los proyectos

Esta herramienta permite determinar el ambiente económica de la empresa ArteOrtiz en donde se establece si puede cubrir con la demanda financiera que genera la producción de los muebles, este resultado determina la factibilidad del rendimiento de la empresa.

- Tasa del 1 al 10= Riesgo bajo
- Tasa del 11 al 20= Riesgo medio
- Tasa de mayor a 20= Riesgo Alto

6.9.1. Cálculo T_{mar1} sin financiamiento

$$T_{mar1} = i + f$$

Se determina que:

T_{mar} = Tasa mínima aceptable de rendimiento

i

= Es el riesgo país, 15,70% determinado por el Banco Central del Ecuador, marzo 2017

f = Es la inflación, 0.96% determinado por el Banco Central del Ecuador

$$T_{mar1} = 0.157 + 0.0096$$

$$T_{mar1} = 0.1666$$

$$T_{mar1} = 16.66\%$$

Análisis

La tasa mínima aceptable de rendimiento que se va utilizar para el proyecto de emprendimiento Arte Ortiz en base al Tmar 1 para proyectos con financiamiento da como resultado el 16.66%.

6.9.2. Cálculo Tmar2 sin financiamiento

$$Tmar2 = i + f(2)$$

$$Tmar2 = 0.157 + 0.0096(2)$$

$$Tmar2 = 0.1762$$

$$Tmar2 = 17.62\%$$

Análisis

La tasa mínima aceptable de rendimiento para el proyecto de la empresa Arte Ortiz es del 17,62% para intereses de inversión.

Análisis e Interpretación

Este indicador que refleja este proyecto de emprendimiento es atractiva ya que el 16.66% y 17.62%, es mayor a las que ofrecen las instituciones financieras, en vista a que la tasa referencial del banco central para junio del 2017 es de 11,53%.

6.9.3. El cálculo de la Tmar1 global mixto

Cuadro 82 Tmar1 global

Proyecto con financiamiento	Monto	% de aportación a las fuentes	Tmar anual	Ponderación
Capital propio	13160.27	0.66	0.166	0.1096
Inversión financiera	6779.54	0.34	0.102	0.0347
TOTAL	19939.81	1.00	0.268	0.1443
			%	14.43

Fuente: Resumen de Inversión

Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis

Este indicador arroja que el financiamiento de la empresa ArteOrtiz proyecto es de 14.43%. Esto quiere decir que la empresa debe un promedio de \$2877.31 para cubrir el costo de los intereses de los propietarios de la empresa con 16% y el 10.21 % que corresponde a los intereses de crédito en una institución financiera.

6.9.4 El cálculo de la Tmar2 global mixto

Cuadro 83 Tmar2 global

Proyecto con financiamiento	Monto	% de aportación a las fuentes	Tmar anual	Ponderación
Capital propio	13160.27	0.66	0.176	0.1163
Inversión financiera	6779.54	0.34	0.102	0.0347
TOTAL	19939.81	1.00	0.278	0.1510
			%	15.10

Fuente: Resumen de Inversión

Elaborado por: Elvis Ortiz

Análisis

El resultado de la Tmar2 global mixta indica que la tasa mínima aceptable de rendimiento para el proyecto de la empresa ArteOrtiz es del 15.10% de interés para poder invertir.

6.10. El valor presente neto o valor actual neto (VAN)

6.10.1. El cálculo del VAN1

Para calcular el presente cálculo se toma como guía la tasa mínima aceptable del rendimiento con financiamiento (Tmar1 global) es decir el valor de 14.64%

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -19939.81 + \frac{94050.40}{(1+0.1443)^1} + \frac{95670.41}{(1+0.1443)^2} + \frac{97318.33}{(1+0.1443)^3} + \frac{98994.64}{(1+0.1443)^4} + \frac{100699,82}{(1+0.1443)^5}$$

$$VAN = -19939.81 + 64242.07 + 84310.15 + 86641.11 + 89034.85 + 91496.15$$

$$VAN = \$395784.52$$

Análisis

Este indicador arroja un valor mayor a cero, la lectura que da es que el emprendimiento es factible. Por lo tanto, el proyecto posee la capacidad de poder recuperar el valor que se invierte y puede generar utilidad una tasa de rendimiento del 14.43%.

El valor actual neto es de \$ 395784,52 es positivo y mayor a cero lo cual demuestra que el proyecto es factible lo cual permite que se ejecute el proyecto de emprendimiento Arte Ortiz en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

6.10.2. El cálculo del VAN2

Para el cálculo del Van2 se toma como apoyo en el resultado de la tasa mínimo aceptable de rendimiento con financiamiento (Tmar2 global) que fue de 15,10%

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -19939.81 + \frac{94050.40}{(1+0.1510)^1} + \frac{95670.41}{(1+0.1510)^2} + \frac{97318.33}{(1+0.1510)^3} + \frac{98994.64}{(1+0.1510)^4} + \frac{100899.82}{(1+0.1510)^5}$$

$$VAN = -19939.81 + 81711.90 + 72258.62 + 63857.17 + 56407.20 + 49851.40$$

$$VAN = \$ 304146.48$$

Análisis

Este indicador da como resultado un valor mayor a cero, lo da una lectura que el emprendimiento es factible. Por lo tanto, la empresa ArteOrtiz posee la capacidad de poder recuperar lo inversión y poder generar una utilidad con una tasa del 15,10%

Análisis e Interpretación

El cálculo del valor actual neto se utiliza para la valoración de distintas alternativas de inversión, ya que en dicho cálculo de distintas inversiones vamos a conocer con cuál de ellas se obtendrá mayor ganancia.

6.11. Los indicadores financieros

6.11.1. El índice de solvencia

$$Solvencia = \frac{Activo\ total}{Pasivo\ total}$$

$$Solvencia = \frac{28246.34}{15086.07}$$

$$Solvencia = 1.87$$

La empresa ArteOrtiz de acuerdo a este indicador posee la capacidad de poder recuperar la inversión en un \$.1, 87 por cada dólar invertido, posterior a que haya dividido el activo total para el pasivo total.

6.11.2. El índice de liquidez

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{20766.34}{8306.53}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = 2.50$$

La empresa ArteOrtiz de acuerdo a este indicador cuenta con un valor de \$ 2.50 para poder respaldar las obligaciones de pago a proveedores por cada dólar en deuda a corto plazo, posterior a que haya dividida los valores correspondientes al activo y pasivo circulante.

6.11.3. El índice de endeudamiento

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

$$\text{Endeudamiento} = \frac{15086.07}{28246.34}$$

$$\text{Endeudamiento} = 0.53$$

De acuerdo a este indicador se puede determinar que el porcentaje de participación de los acreedores de la empresa ArteOrtiz sobre el total activos es del 53%, posterior a se haya dividido el pasivo y activos totales.

6.11.4. El índice de apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{15086.07}{13160.27}$$

$$\text{Apalancamiento} = 1.146$$

El porcentaje de compromiso con los acreedores de la empresa ArteOrtiz es mayor a 1, esto quiere decir que no conviene financiar la actividad de la empresa a través una deuda debido a que podrá lograr una utilidad superior a las obligaciones.

6.12. La tasa beneficio – costo

El cálculo de la Tasa beneficio se obtiene de la división de todos los ingresos que la empresa obtendrá a futuro por la oferta de los productos para los costos que incurría la comercialización con el propósito de poder identificar los beneficios que mostrará la actividad económica en un tiempo determinado.

B/C<1=Proyecto aceptable

B/C=0=Proyecto postergado

B/C>0=Proyecto no aceptable

$$RB/C = \frac{\Sigma \text{Ingresos Brutos}}{\Sigma \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$RB/C = \frac{495117.57}{38423.99}$$

$$RB/C = 12.88$$

La empresa ArteOrtiz de acuerdo a este indicador determina un resultado de un \$ 12.88 por cada dólar invertido, es decir, que el total de los ingresos brutos es dividido para la total de los costos.

6.13. El periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Para obtener poder definir el tiempo de recuperación del monto invertido para el desarrollo del proyecto se debe tomar como referente a la inversión inicial, al flujo neto de efectivo y además el número de años.

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\Sigma FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{19939.81}{\frac{216319.93}{5}}$$

$$PRI = 0.46$$

$$0,46 * 12 \text{ meses} = 5.52 \text{ meses}$$

$$0,52 * 30 \text{ días} = 15.60 \text{ días}$$

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto de emprendimiento de la empresa ArteOrtiz es de 0 años 5 meses y 15 días.

6.14. La tasa interna de retorno (TIR)

Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_{j1}) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0.1443 + (0.1510 - 0.1443) \left(\frac{395784.52}{395784.52 - 304146.48} \right)$$

$$TIR = 0.1443 + (0.0067)(4.318)$$

$$TIR = 0.17$$

$$TIR = 17.32\%$$

Análisis

El resultado que arroja la operación es de 17.32%, en donde se puede entender que es mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento que se entiende que es factible económicamente el proyecto de emprendimiento de la empresa ArteOrtiz. Se interpreta que se puede invertir ya que la rentabilidad y las utilidades son atractivas.

Mediante el cálculo de la tasa interna de retorno el porcentaje de rendimiento futuro de la empresa Arte Ortiz es del 17,32% lo cual demuestra la factibilidad del proyecto económicamente ya que la rentabilidad y las utilidades son atractivas.

6.15. El análisis de sensibilidad.

Cuadro 84 Cuadro comparativo de sensibilidad

Variaciones	El escenario optimista	Valores	El escenario Real	El escenario pesimista	Valores
El valor actual neto 1 (VAN)	(+) 20%	\$ 474941.42	\$ 395784.52	(-) 20%	\$ 316627.62
El valor actual neto 2 (VAN)	(+) 20%	\$ 364975.78	\$304146.48	(-) 20%	\$ 243317.18
La tasa interna de retorno (TIR)	(+) 20%	20.78%	17.32%	(-) 20%	13.86%
Relación Beneficio /costo	(+) 20%	\$15.46	\$12.88	(-) 20%	\$10.30
Periodo interno de la recuperación	(+) 20%	5 meses 4 días	5 meses y 15 días	(-) 20%	7 meses y 20 días

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Elvis Ortiz

Después de haber realizado el correspondiente análisis se puede determinar que el Valor Actual Neto del emprendimiento en el escenario optimista y pesimista asegura al inversionista un desarrollo que generará una recuperación de la inversión y una utilidad debido a que el emprendimiento es factible.

El resultado de la Tasa Interna de Retorno dentro de un escenario optimista es el 20.78 % y en un entorno el pesimista corresponde al 13.86% determinándose que es mayor a 0, porcentaje que pretende la empresa para rescatar la inversión.

El resultado del cálculo de la relación Beneficio/ Costo dentro del escenario optimista corresponde al \$ 15,46 y dentro del escenario pesimista al \$.10,30 la lectura que se obtiene es que en los dos escenarios se conseguirá utilidad por cada dólar invertido y la recuperación de la inversión dentro de un escenario optimista será de 5 meses 4 días y dentro de un escenario pesimista será de 7 meses y 20 días.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

El presente proyecto se ha logrado conocer a profundidad de la industria de los muebles en la ciudad de Ambato, mediante los diferentes estudios realizados se ha podido determinar e identificar los puntos que hay que cubrir y considerar para llevar a la creación de la empresa ArteOrtiz.

De análisis realizado se sintetiza en los siguientes aspectos:

- La empresa se ubicará en un sector adecuado para operar con tranquilidad. Según estudios no existe problema alguno para la constitución y para el desarrollo de actividades en ese sector de la ciudad.
- De acuerdo al estudio de mercado se puede concluir que la producción de muebles en la ciudad de Ambato el 42% de la población prefiere comprar los muebles en ferias de exposición en donde prefiere con modelos modernos.
- En el estudio técnico se estructuró el croquis de las instalaciones adecuadas para el proceso productivo. Se determinó los recursos humanos y materiales para la fabricación de muebles multifunción y también las máquinas y herramientas requeridas para los procesos de fabricación.
- En el estudio financiero se determinó que la inversión del emprendimiento es de \$19939.81 que será financiado el 66% con capital propio y el 34% a través de crédito de una entidad financiera de la ciudad.
- El riesgo de la inversión inicial se verá compensado por los ingresos que generaran los productos innovadores que se ofrecerá, teniendo en cuenta una recuperación de la inversión en el segundo año de actividades empresariales.

7.2 Recomendaciones

- A nivel general se debe tener en cuenta mejoras tecnológicas en la industria del mueble para optimizar procesos de producción, reduciendo mano de obra y por ende disminuyendo costos de producción asegurando siempre calidad en los muebles multifunción.
- Realizar periódicas capacitaciones al personal para que puedan desarrollar capacidades adecuadas en la elaboración de los muebles.
- Al tener resultados positivos, índices favorables del proyecto no descuidar el manejo de ninguna actividad macro o micro empresarial, y sobre todo a los clientes que son parte fundamental y más importante para que la empresa se mantenga en el mercado.
- Al ser un producto innovador en el mercado local, se recomienda en prime instancia implementar un Plan de Marketing que dé a conocer los muebles multifunción a todo el mercado, para que se cumpla con los objetivos de ventas proyectadas de manera que se garantice la factibilidad y viabilidad del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Bazalar, J. (2014). Obtenido de <http://contabilidad-fundamentos.blogspot.com/2013/03/activos-fijos-tangibles-e-intangibles.html>
- Bedoya, A. (2014). Obtenido de <https://prezi.com/o78cuhd8hchf/presupuesto-de-costo-de-produccion-y-ventas/>
- Boniolo. (2012). *Taller de aguas*.
- Boniolo, P. &. (2014). Las consecuencias ambientales de la reproducción del poder económico. *Trabajo y sociedad*, (23), 407-424.
- CambioClimaticoGlobal.com*. (2015). Obtenido de <http://cambioclimaticoglobal.com/gasesinv>
- Castro, J. (2015). Obtenido de <http://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Chávez, A. (2016). *Creación de una línea de calzado deportivo urbano para niños en el empresa Calzado Chávez a través de un emprendimiento en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua periodo octubre 2015, octubre 2016*. Ambato.
- Comerico, E. (2014). 92 empresas son generadoras de empleo y desarrollo en Riobamba. *El Comercio*, págs. <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/92-empresas-son-generadoras-de.html>.
- EcuRed*. (2016). Obtenido de http://www.ecured.cu/Deterioro_del_Medio_Ambiente
- Ejemplode.com, R. (2013). Obtenido de http://www.ejemplode.com/58-administracion/2628-ejemplo_de_costos_de_ventas.html
- El Comercio*. (2015). Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/muebles-mobiliario-maderas-viejas-tendencias.html>.
- GuGadir-Ecuador-Ambato*. (10 de octubre de 2016). Obtenido de <http://ecuador.gugadir.com/fabricas-en-ambato/>
- Haidar, V. B. (2015). Hacia una historia de la cuestión ambiental en América Latina: un análisis de los aportes de Guillermo Cano. *Historia del derecho*, 50.
- INEC. (2010). *Censo*. Quito.
- Jimenez, C. (2016). Obtenido de <https://prezi.com/vx2mmlwxn9ef/costos-administrativos/>
- La hora. País. (2013). Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101522756/->

1/EI_75%25_de_los_ecuatorianos_no_tiene_h%C3%A1bito_de_reciclar,_seg%C3%
BAN_INEC.html#.WCFL0vnhDIU

Medina, M. (1999). Reciclaje de desechos sólidos en América Latina. . *Frontera Norte*, 11(21),
1-25.

Mercado. (2011).

Moreno, M. (2010). Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>

Pérez, J. y. (2012). Obtenido de <http://definicion.de/capital-de-trabajo/>

ProEcuador.gob.ec. (2015). Obtenido de www.proecuador.gob.ec

Vargas, F. (2005). La contaminación ambiental como factor determinante de la salud. *Revista española de salud pública*, 79(2), 117-127.

Vasquez, G. (2013). Obtenido de <https://prezi.com/x5aux4bhd-vj/costos-financieros/>

ANEXOS



ANEXOS

Anexo 1 Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETIGN Y GESTIÓN DE NEGOCIOS

Esta encuesta está dirigida para un trabajo investigativo de la Universidad Técnica de Ambato con la finalidad de recabar información que servirá para analizar las preferencias de consumo de la población del cantón Ambato

OBJETIVO: Establecer la factibilidad de la empresa de producción y comercialización de muebles multiuso en el cantón Ambato.

INSTRUCCIONES:

1. Lea determinada cada una de las preguntas expuestas a continuación
2. Marque con una "X" la respuesta que usted considere correcta
3. Marque únicamente sólo una respuesta
4. Responda con total sinceridad

Sus respuestas son muy importantes para alcanzar el objetivo planteado

1. ¿Cómo cree usted que los muebles multiuso ayudarían en su hogar?

Mejorar la calidad de vida	()
Optimizar espacios	()
Ahorro de dinero	()
Mejorar la imagen del hogar	()

2. ¿Estaría dispuesto a comprar un mueble multiuso a un precio accesible?

Si () No ()

3. ¿En qué lugares ha visto o escuchado que se venden muebles para el hogar?

Almacenes	()
Ferias de la ciudad	()
Venta por televisión	()

4. ¿Cuántos muebles utilizaría para mejorar la calidad de vida de su hogar?

- 1 ()
- 2 ()
- 3 o más ()

5. En una escala del 1 al 5 ¿Cómo califica los diferentes aspectos que se toma en cuenta en el momento de comprar sus muebles?

- Precio ()
- Forma de pago ()
- Garantía ()
- Calidad ()
- Diseño ()
- Tiempo de entrega ()

6. ¿Cuánto dinero invertiría en la compra un mueble para su hogar?

- \$100 a \$200 ()
- \$201 a \$300 ()
- \$301 a \$400 ()

7. ¿Cuál sería la forma de su preferencia para seleccionar sus muebles?

- Catálogo ()
- Bajo pedido ()
- Sala exposición ()

8. ¿Qué tipo de promoción le resulta más atractivo a la hora de comprar?

- Artículo de regalo ()
- Descuento ()
- Premio ()

9. ¿Qué tipo de muebles multiuso se ajusta a su necesidad?

- Cama plegable ()
- Sofá-litera ()
- Mesa de centro convertible ()

10. ¿Cuál es la forma de pago de su preferencia?

- Contado ()
- Crédito directo ()
- Tarjeta de crédito ()
- Tarjeta de débito ()

11. ¿En qué medios de comunicación le gustaría conocer de nuestros productos?

- Radio ()
- Televisión ()
- Prensa ()
- Internet ()

12. ¿Cuáles sería los colores de su preferencia para los muebles multiuso?

- Pastel ()
- Clásico ()
- Contemporáneo ()
- Moderno ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 2

ORGANIZACION COMERCIAL VICTOR H. CAJECEDO CIA LTDA
 TELEFONO Y FAX : P0X 03-2829764
 AMBATO- ECUADOR

Hace referencia a la FACTURA No :
001-005-000115231

Código **AMBCFMI**
 Nombre **CONSUMIDOR FINAL**
 Nombre Com.
 Direccion
 RUC **9999999999999**
 Ciudad **AMBATO**
 Correo

Fecha Emisión : **2017.09.02**
 Vendedor **Paulina Nalivos**
 # Pedido
 Bodega **Bodega 1**
 Fecha Vencimiento **2017.09.02**

Nro.	Código	Nombre	Unid.	Cantidad	Precio	% Dcto	Precio Neto	Valor Total
1	PH73A4PL	Papel Bond 75gr A4 Paperline Pape 500 Hjs Impresora Copiadora	RENSMA	1.00	2.5380	0.00	2.5380	2.54
2	LGM	Lapic De Grafito Moogol HB Triangular	UNIDAD	12.00	0.2287	0.00	0.2287	2.74
3	EPA	Estimografico Pelikan Pointer Azul Pta Media 962704	UNIDAD	12.00	0.1440	10.00	0.1300	1.56

Organizacion Comercial Victor Hugo Cajecedo Cia Ltda
PREPARADO

TOTAL ART. EXENTOR 0%	TOTAL ART. CON IVA 12%	TRANSPORTE	DESC. PRECIO CONTADO	TOTAL I.V.A 12%	TOTAL A PAGAR
USD 2.54	USD 4.30	USD 0.00	(2.00) 0.14	USD 0.51	USD 7.21

Debo y pago incondicionalmente a la orden de ORGANIZACION COMERCIAL VICTOR H. CAJECEDO CIA LTDA, en el lugar y fecha que se me reconvenge, el valor expresado en este documento el que devengará el máximo del interés convencional y a la tasa de interés por mora autorizada por la Ley, SIN PROTESTO. Exime de su presentación para el pago, así como de aviso por falta de este hecho. Acepto que ORGANIZACION COMERCIAL VICTOR H. CAJECEDO CIA LTDA, sea y transfiera en cualquier momento los derechos que emanan del presente documento, sin que sea necesaria notificación alguna, ni nueva aceptación de mi parte. Renuncio dominio y me someto a los jueces competentes con asiento en la ciudad de AMBATO y al jurado verbal sumario o ejecutivo, a elección del demandante.

NOTA IMPORTANTE

Una vez entregada la mercadería y recibida, se la tendrá por aceptada en las condiciones y terminos especificados en las leyes pertinentes y particularmente del Código del Comercio, por lo que el comprador renuncia expresamente a acciones reclinatorias futuras. El incumplimiento en los pagos convenidos genera el derecho de dar por vencido este documento y demandar el pago de la obligación, conforme lo estipulado por el Art. 425 del Código de Procedimiento Civil.

ORGANIZACION COMERCIAL VICTOR H. CAJECEDO CIA LTDA		Cumre
OBSERVACIONES		Recibido Nombre _____ Ciudad _____ Fecha _____ Yo, _____ en representación de CONSUMIDOR FINAL recibo conforme la mercadería será detallada, dejando como constancia mi firma al pie
PREPARADO POR	DESPECHADO POR	
LUGAR Y FECHA DE EMISION Ambato 2017.09.02	FIRMA DEL TRANSPORTISTA	

"DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO"
 SERVASE GIRAR SU CHEQUE CRUZADO A NOMBRE
 DE ORGANIZACION COMERCIAL VICTOR H. CAJECEDO

DESCARGUE SU FACTURA ELECTRONICA
 WEB: vhc.comprobantes.info
 USUARIO: 9999999999999 CLAVE:
 CORREO:



TUBACON
DEL ECUADOR CIA. LTDA.
TUBERIAS - ACCESORIOS - CONSTRUCCIONES

SEMPRE
PLASTIGAMA
MUCHALA S.A.
TUBERIA PVC
FLEX - HG
ACCESORIOS
P.V.C - H.G - H.F
VALVULAS

PROFORMA No. EO-2017-00154

SIN VALOR COMERCIAL - NO ES COMPROBANTE DE COBRO

CLIENTE : ELVIS ORTIZ
RUC: 1804141362
CIUDAD : AMBATO
EMAIL : etubacon1@hotmail.com
PROY: ARTE ORTIZ
TEL : 995517121

FECHA : 20-jun-17
F. PAGO : CONTADO
T. ENTREGA: INMEDIATO
VENDEDOR: MANUEL ORTIZ
LUGAR ENT: POR CORDINAR

ITEM	CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCION	UNITARIO	VALOR TOTAL
1	000234	100	Libra de clavos	1,800	180,00
2	005900	50	Bisagras	1,500	75,00
3	005887	50	Lijas	1,500	75,00
4	005783	50	Litro de Laca	5,000	250,00
5	005738	50	Perno mariposas	4,000	200,00
				SUB TOTAL	780,00
				IVA 12%	93,60
				TOTAL	873,60

TUBERIA Y ACCESORIOS MARCA PLASTIGAMA

ATENTAMENTE

MANUEL ORTIZ
VENTAS

Rimipamba E2-209, EDIF. GORJA PAEZ, 7mo. piso entre Av. Republica y Av. Amazonas, Telfs. 2467-100 / 2277 - 714 Quito - Ecuador
Calle Sucre N°529 y Ptez ofia, N° 06 Telf. 07 2968-518 Cel. 098 4630 459 Machala - Ecuador
Celular: 0989597454 JD Guayaquil - Ecuador

S.e.e.

SOMOS LA SOLUCION PROFESIONAL. QUE ESPERA

SISTEMAS ELÉCTRICOS Y ELECTRONICOS

Av. De la Prensa N58-325 y Vaca de castro
 telef:3570606 cel: 097780018 email:seefprg@gmail.com
 RUC: 1201742457001

COTIZACION	7352
-------------------	-------------

CLIENTE: ELVIS ORTIZ

ATENCION: ELVIS ORTIZ

FECHA: 28/7/2017

TELEFONO:

DIRECC:

DETALLE DE LA OFERTA:

ITEM N.	DESCRIPCION DEL ITEM	CANT	UNID.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	NOTEBOOK ASUS VIVOBOOK I5 RAM 4GB, DISCO 1TB, 14", DW, FREE DOS	1	U	950,00	950,00
2	IMPRESORA EPSON L-375	1	U	320,00	320,00
3	SOFTWARE DE INVENTARIO-FACTURACION ANALISIS, INSTALACION E IMPLEMENTACION	1	U	1000,00	1.000,00
4	CAPACITACION	1	U	200,00	200,00
				TOTAL	2.470,00
				IVA 12%	296,40
				TOTAL GENERAL	2.766,40

* VALIDEZ DE LA OFERTA: 15 DIAS

* GARANTIA: 1 AÑO CONTRA DEFECTOS DE FABRICA

* ENTREGA: INMEDIATA EQUIPOS, 1 MES EL SISTEMA

* FORMA DE PAGO: 70% A LA ACEPTACION, EL RESTO CONTRA ENTREGA

ING. FRANKLIN RIVERA G.
 EL VENDEDOR