



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR
CARRERA: INGENIERÍA FINANCIERA

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tipo: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERÍA EN FINANZAS

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE LA NUEVA LÍNEA DE MUEBLES DE
SALA PARA LA EMPRESA “HOME SOLUTIONS” DE LA CIUDAD DE
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2018.

AUTORA:

NATALY JAZMÍN JIMÉNEZ VILLACIS

RIOBAMBA-ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por la señorita Nataly Jazmín Jiménez Villacis, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado el contenido se autoriza su presentación.

Ing. Pedro Pablo Bravo Molina

DIRECTOR

Dr. Julio Manuel Guaminga Anilema

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Nataly Jazmín Jiménez Villacis, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos que constan en el documento son de otras fuentes y están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 24 de abril del 2018.

Nataly Jazmín Jiménez Villacis

050347514-7

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre que ha sacrificado su felicidad por darme lo mejor. Al amor de mi vida Joaquín gracias por ser mi ángel en la tierra, a esa presencia celestial que permanece en mi corazón y me ayudó a perseverar en este difícil camino Gracias Totales.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis a padres por la paciencia y el tiempo invertido en mí. A mis tutores por brindarme su tiempo y enseñanzas para culminar con éxito el trabajo de titulación y a todas las personas que formaron parte de este proceso.

Nataly Jazmín Jiménez Villacis

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas.....	x
Índice de gráficos.....	xii
Índice de anexos.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract	xiv
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación Del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación Del Problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 OBJETIVOS	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	5
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	5
2.1.1 Antecedentes históricos	6
2.1.1.1 Descripción de la Empresa.....	7
2.1.1.2 Filosofía Empresarial.....	7
2.1.1.3 Misión	7
2.1.1.4 Visión.....	8
2.1.1.5 Valores	8
2.1.1.6 Políticas.....	9
2.1.1.7 Objetivos Comerciales De La Empresa	10
2.2 FUDAMENTACIÓN TEÓRICA	10

2.2.1	Definición De Proyecto.....	10
2.2.2	Importancia de Proyecto.	11
2.2.3	Características de un Proyecto.	11
2.2.4	Etapas de un Proyecto.....	12
2.2.5	Ventajas y Desventajas de Proyecto.	14
2.2.6	Tipos de Proyectos.....	14
2.2.6.1	Proyecto de Inversión.	15
2.3	ESTUDIOS FUNDAMENTALES A REALIZAR	15
2.3.1	Estudio de Mercado	15
2.3.1.1	Investigación De Mercado.....	16
2.3.1.2	Técnicas de investigación de mercados	17
2.3.2	Estudio Técnico.....	17
2.3.3	Estudio Administrativo.	18
2.3.4	Estudio Legal	18
2.3.5	Estudio Ambiental.	18
2.3.6	Estudio financiero.	19
2.3.6.1	TIR	19
2.3.6.2	VAN	19
2.3.6.3	Beneficio costo.....	20
2.3.6.4	Período de Recuperación de Inversión (PRI).....	20
2.3.6.5	Análisis de sensibilidad.....	21
2.3.6.6	Oferta Proyectada	21
2.3.6.7	Demanda proyectada	22
2.3.6.8	Demanda Insatisfecha.....	23
2.3.6.9	Precio	23
2.4	Diseño de la Propuesta.	24
2.4.1	Aplicación de la propuesta.	25
2.4.2	Evaluaciones Básicas de la Propuesta.....	25
2.5	Marco Conceptual	25
2.6	IDEA A DEFENDER	29
2.7	Variables	29
2.7.1	Variable Independiente	29
2.7.2	Variable Dependiente.....	30
	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	31

3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	31
3.3	MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	32
3.3.1	Métodos.....	32
3.3.2	Técnicas.	32
3.3.3	Instrumentos.....	33
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA	33
3.4.1	Muestra Ajustada.	33
3.5	RESULTADOS	35
3.5.1	Procesamiento de datos tabulados	35
	CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO	48
4.1	Título	48
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	48
4.2.1	Situación actual de la empresa “Home Solutions”	48
4.2.3	Estudio De Mercado.....	62
4.2.3.1	Antecedentes históricos.	62
4.2.3.2	Definición del Producto.	66
4.2.3.3	Análisis de la demanda	66
4.2.3.4	Análisis de la oferta	69
4.2.3.5	Demanda Insatisfecha	71
4.2.3.6	Análisis de Precios.....	71
4.2.3.7	Análisis de Canales de Distribución	75
4.2.4	Ingeniería del proyecto	76
4.2.4.1	Especificaciones Técnicas.....	76
4.2.4.1.1	Localización y ubicación	76
4.2.4.1.2	Estructura de plantas y oficinas	76
4.2.4.1.3	Servicios Básicos	77
4.2.4.2	Maquinaria y Equipo	78
4.2.4.2.1	Capacidad Instalada	78
4.2.4.3	Capacidad de producción.....	84
4.2.4.3.1	Proceso del producto.....	85
4.2.5	Estudio administrativo	90
4.2.5.1	Organigrama Estructural	92
4.2.5.2	Análisis de los Recursos Humanos	92

4.3	ESTUDIO LEGAL	95
4.3.1	Base Legal	95
4.3.2	Estudio Ambiental	96
4.3.2.1	Análisis de identificación de la planta	96
4.3.2.2	Análisis de proceso de producción	97
4.3.2.3	Matriz de valoración del impacto ambiental.....	97
4.3.3	Evaluación financiera del proyecto.....	99
4.3.3.1	Valor Presente Neto (VPN)	105
4.3.3.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	106
4.3.3.3	Relación Beneficio Costo	106
4.3.3.4	Período de Recuperación de Inversión	107
4.3.3.5	Análisis de Sensibilidad	107
4.3.3.6	Cuadro de Control.....	108
	CONCLUSIONES	109
	RECOMENDACIONES	110
	BIBLIOGRAFÍA	111
	ANEXOS	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°. 1: Tipo de Muebles	36
Tabla N°. 2: Preferencias	37
Tabla N°. 3: Preferencias para su Hogar	38
Tabla N°. 4: Preferencias al momento de Comprar	39
Tabla N°. 5: Preferencias tipo de madera	40
Tabla N°. 6: Preferencias al momento de pagar	41
Tabla N°. 7: Preferencias al momento de Comprar	42
Tabla N°. 8: Preferencias al momento de Pagar	43
Tabla N°. 9: Diseños personalizados	44
Tabla N°. 10: Muebles de Sala elaborados con Palets	45
Tabla N°. 11: Diseños personalizados	46
Tabla N°. 12: Número de butacas	47
Tabla N°. 13: Variables Económicas	50
Tabla N°. 14: Variables Políticas	51
Tabla N°. 15: Variables Tecnológicas- Ambientales.....	52
Tabla N°. 16: Variables Socio- Cultural.....	52
Tabla N°. 17: Perfil Estratégico del Análisis Externo	53
Tabla N°. 18: Matriz EFE	54
Tabla N°. 19: Variables de RR Humanos	56
Tabla N°. 20: Variables de Comercialización.....	56
Tabla N°. 21: Variables de Administración.....	57
Tabla N°. 22: Variables Operativas	57
Tabla N°. 23: Variables de Finanzas.....	58
Tabla N°. 24: Perfil estratégico Análisis Externo	58
Tabla N°. 25: FODA	61
Tabla N°. 26: Frecuencia a la hora de adquirir Muebles	67
Tabla N°. 27: Proyección de demanda futura	69
Tabla N°. 28: Principales Oferentes.....	69
Tabla N°. 29: Proyección De Oferta Futura.....	71
Tabla N°. 30: Demanda Insatisfecha	71
Tabla N°. 31: Referencia para el cálculo de Precios.....	72

Tabla N°. 32: Precio proyectado	73
Tabla N°. 33: Costos Fijos y Variables.....	73
Tabla N°. 34: Días de descansos establecidos por el ministerio de trabajo	78
Tabla N°. 35: Horas de trabajo a utilizar	79
Tabla N°. 36: Tiempos improductivos por operarios.....	80
Tabla N°. 37: Días a laborar en el año	81
Tabla N°. 38: Maquinaria y Equipos	82
Tabla N°. 39: Maquinaria y Equipos Cotización Monetaria.....	83
Tabla N°. 40: Matriz de Recursos Tangibles e Intangibles	84
Tabla N°. 41: Descripción de la MOD Y MOI.....	86
Tabla N°. 42: Descripción de Insumos y materiales MPD Y MPI	86
Tabla N°. 43: Medidas	87
Tabla N°. 44: Decorativos.....	88
Tabla N°. 45: Misión.....	91
Tabla N°. 46: Visión	91
Tabla N°. 47: Gerente Propietario	93
Tabla N°. 48: Director de comercialización	93
Tabla N°. 49: Contadora	94
Tabla N°. 50: Operarios	95
Tabla N°. 51: Base Legal.....	96
Tabla N°. 52: Identificación de residuos de acuerdo a las Etapas del Proceso	97
Tabla N°. 53: Matriz de valorización.....	97
Tabla N°. 54: Matriz de Impacto de Residuos	98
Tabla N°. 55: Matriz de Impacto Ambiental	98
Tabla N°. 56: Costos de Producción	103
Tabla N°. 57: Costos de Producción	103
Tabla N°. 58: Presupuesto Capital de Trabajo	104
Tabla N°. 59: Presupuesto de Ingresos	105
Tabla N°. 60: Cálculo del VAN	106
Tabla N°. 61: Evaluación del Proyecto PRI.....	107
Tabla N°. 62: Análisis de Sensibilidad	108
Tabla N°. 63: Cuadro de Control.....	108

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°. 1: Etapa de un proyecto	13
Gráfico N°. 2: Porcentaje PEA	34
Gráfico N°. 3: Población Total por Cantones	34
Gráfico N°. 4: Tipo de Muebles	36
Gráfico N°. 5: Preferencias	37
Gráfico N°. 6: Preferencias para su Hogar	38
Gráfico N°. 7: Preferencias al momento de Comprar	39
Gráfico N°. 8: Preferencias tipo de madera	40
Gráfico N°. 9: Preferencias al momento de pagar	41
Gráfico N°. 10: Preferencias al momento de Comprar	42
Gráfico N°. 11: Preferencias al momento de Pagar	43
Gráfico N°. 12: Diseños personalizados	44
Gráfico N°. 13: Muebles de Sala elaborados con Palets	45
Gráfico N°. 14: Diseños personalizados	46
Gráfico N°. 15: Número de butacas	47
Gráfico N°. 16: Costo Unitario	72
Gráfico N°. 17: Distribución	75
Gráfico N°. 18: Plantas y Oficinas	77
Gráfico N°. 19: Armado del Mueble	87
Gráfico N°. 20: Flujo grama de Procesos	88
Gráfico N°. 21: Mueble terminado	89
Gráfico N°. 22: Organigrama Estructural	92

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N°. 1: Fotografías de la empresa	116
Anexo N°. 2: Encuesta	119
Anexo N°. 3: Fotografías de la encuesta	120
Anexo N°. 4: balance general	120
Anexo N°. 5: Estado de pérdidas o ganancia	121
Anexo N°. 6: RUC	122

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito realizar un “Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de la nueva línea de Muebles de Sala para la empresa “Home Solutions” en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, período 2018”, con el fin de aprovechar la capacidad máxima de su maquinaria. Para su desarrollo se utilizó técnicas como: la encuesta, la indagación aplicada a la competencia, la observación de los procesos internos de la empresa, utilizando la información de forma responsable. En la investigación, se realizó los siguientes estudios: estudio de mercado, donde se conoce nuevos nichos de mercado, y se determina la producción en términos cuantitativos. Ingeniería del proyecto, se consideró que la empresa cuenta con toda la maquinaria necesaria para producir un producto de calidad. El estudio administrativo propuso una planeación estratégica direccionada al cumplimiento de los objetivos organizacionales. Además se analizó que la empresa cuenta con el personal adecuado para producir la nueva línea siendo este eficiente y eficaz. El estudio legal detalló los documentos legales que debe cumplir para el funcionamiento de la empresa. El estudio ambiental realizó un análisis del impacto que tiene los residuos sobrantes en el proceso de producción. Como proceso final la Evaluación financiera determinó que el proyecto es factible. Concluimos que la empresa esta apta para realizar la producción de la nueva línea muebles y recomendamos arriesgarse a invertir en nuevos productos.

Palabras Claves: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<PROYECTO DE FACTIBILIDAD> <PRODUCCIÓN DE MUEBLES>
<INGENIERÍA DEL PROYECTO> <EVALUACIÓN FINANCIERA> <RIOBAMBA
(CANTÓN)>

Ing. Pedro Pablo Bravo Molina
DIRECTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The purpose of this research is to carry out a "Feasibility Project for the production and commercialization of the new Living room Furniture line for the company" Home Solutions "in the city of Riobamba, Province of Chimborazo, period 2018, in order to take advantage of the maximum capacity of its machinery. For its development, techniques were used such as: the survey, the inquiry applied to the competition, the observation of the internal processes of the company, using the information in a responsible manner. The following studies were carried out in the research: market study, where new market niches are known, and production is determined in quantitative terms. Project engineering, it was considered that the company has all the necessary machinery to produce a quality product. The administrative study proposed a strategic planning directed to the fulfillment of the organizational objectives. It was also analyzed that the company has the right personnel to produce the new line, which is efficient and effective. The legal study detailed the legal documents that must be met for the operation of the company. The environmental study carried out an analysis of the impact of waste left over in the production process. As a final process, the Financial Evaluation determined that the project is feasible. It is concluded that the Company is able to carry out the production of the new furniture line and it is recommend to risk investing in new products.

Key words: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <PROJECT OF FEASIBILITY>, <PRODUCTION OF FURNITURE>, <ENGINEERING OF THE PROJECT>, <FINANCIAL EVALUATION>, <RIOBAMBA (CANTON)>.

INTRODUCCIÓN

El estudio de factibilidad permite conocer si un proyecto es viable, conveniente y oportuno, lo que nos permite obtener conocimientos para guiarnos en la toma de decisiones para proceder o no la ejecución donde aplicaremos herramientas técnicas. El presente trabajo de titulación tiene como objetivo brindar un aporte positivo a quienes dirigen a empresa “Home Solutions”, mediante de la producción y comercialización de la nueva línea de muebles se pretende resolver el problema principal, la rentabilidad negativa que genera la empresa, de esta manera mejoraremos la productividad y generaremos estabilidad económica.

Este trabajo de investigación, está estructurado de acuerdo a la norma vigente y consta de los siguientes capítulos, los cuáles se detallan a continuación: Capítulo I, se realiza el planteamiento del problema, la formulación, delimitación, justificación y objetivos que se plantea alcanzar en la investigación. Capítulo II, se procede a la descripción de los antecedentes investigativos y la fundamentación teórica, que han sido planteados por varios autores, además se indica la idea a defender, junto a las variables de la misma. Capítulo III, corresponde al marco metodológico, determinando la modalidad de la investigación, tipos de investigación, población, muestra y métodos, técnicas e instrumentos, también contiene la interpretación de los resultados y así, determinar la verificación de idea a defender. Capítulo IV, comprende el marco propositivo, el cual contiene la propuesta para el respectivo desarrollo del proyecto de factibilidad, que consta de las siguientes etapas: Situación Actual de la “Home Solutions”, Estudio de Mercado, Ingeniería del Proyecto, Estudio Administrativo, Estudio Legal, Estudio Ambiental y por último la Evaluación Financiera del Proyecto. De la misma forma se presenta las conclusiones y recomendaciones de este trabajo investigativo conjuntamente con la bibliografía y anexos que justifiquen la realización de esta investigación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La producción y comercialización de muebles es un tema extenso que tiene diferentes etapas y procesos, donde están involucrados grandes y pequeños empresarios, en el que se puede aprovechar el creciente mercado de consumo en un mediano plazo y analizar la distribución y comercialización, satisfaciendo las necesidades de sus clientes. El consumo de muebles mundial alcanzó los US \$ 455 mil millones en 2014, con un aumento de alrededor de US \$ 17 mil millones con respecto al 2013. Tasa esperada de crecimiento del consumo de muebles para el 2015 es del + 2,8%. El cálculo se basa en el informe del CSIL (Centro para Estudios Industriales, con sede en Milán) datos de fuentes oficiales, tanto nacionales como internacionales, que cubren los 70 países más importantes. Dentro de la producción de muebles Italia es un mercado tradicionalmente líder en la que actualmente abarca el 8% de la oferta mundial, por detrás de EEUU y China, y perdiendo en los últimos años cierta parte de su peso debido al empuje productivo de los nuevos países emergentes. En términos de demanda, la demanda del mueble de hogar se ha visto reducida con el conjunto de la actividad económica y de la vivienda, la caída de la confianza del consumidor y de la renta disponible de las familias.

A nivel nacional según el BCE, el Producto Interno Bruto (PIB) del sector manufacturero cayó de \$ 3.428 millones en el 2015 a \$ 3.399 millones en el 2016. La baja sigue siendo menor si se compara con el desempeño que han tenido otros sectores productivos. La Provincia del Azuay es líder en la fabricación de muebles y representa el 60% de la producción del país, es decir, que cinco de cada diez muebles provienen de esta provincia, principalmente, de los cantones Cuenca, Paute y Gualaceo. Anualmente, la fabricación de muebles genera \$59 millones de dólares según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Las 600 fábricas de muebles que funcionan en Cuenca, provincia de Azuay, representan el 60% de lo que produce este sector manufacturero del país, según datos de la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico (EDEC). De acuerdo a la EDEC de Cuenca, la fabricación de muebles en la localidad genera aproximadamente \$ 70 millones al año y el 60% de la facturación de esta industria en el país. Además, genera más de 6.000 puestos de empleo. Una de las principales actividades

de manufactura en Chimborazo, pertenece a la industria de la madera, esta actividad es la cuarta de la provincia en impuestos pagados, 270 mil dólares, la quinta en producción bruta para la venta, 3,9 millones de dólares, la sexta en consumo de materias primas y materiales auxiliares, 1,7 millones de dólares, la séptima en sueldos y salarios pagados, 170,8 millones de dólares, y la octava actividad industrial de la provincia en generación de empleo.

La empresa “HOME SOLUTIONS” ubicada en el Cantón Riobamba, pretende implementar una nueva línea de “Muebles de Sala” para satisfacer las necesidades de los clientes; tomando en cuenta que le empresa cuenta con una utilidad bruta en ventas de \$34.066,37 de su producción actual, la misma que no cubre los gastos \$45.838,10 generados por la organización, analizando brevemente que la producción actual no está generando ganancias significativas para la empresa. Nos vemos en la necesidad de implementar una nueva línea de muebles considerando que contamos con un Activo Corriente Atractivo para producir los “Muebles de Sala” disponemos de un Activo Disponible de \$22,618.09 y en Bancos \$15,250.32 cantidades que pueden ser invertidas para generar una mayor rentabilidad para la empresa. El principal problema de la empresa se debe a que no se ha invertido en una nueva línea de producción y esto a generado estancamientos financieros reduciendo así las utilidades a largo plazo.

1.1.1 Formulación Del Problema.

¿Cuál será la factibilidad de la producción y comercialización de la nueva línea de “Muebles de Sala” en la empresa “HOME SOLUTIONS” de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, período 2018?

1.1.2 Delimitación Del Problema

Espacial: La investigación se llevará a cabo en la de Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba en la empresa “Home Solutions” ubicada en la Panamericana Norte Km. 2 (Tambo, Chuquiragua).

Temporal: El proyecto se llevará a cabo en el período 2018.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La elaboración de este proyecto pretende implementar una nueva línea de “Muebles de Sala” en la empresa “Home Solutions”. El desarrollo del mismo está enfocado en realizar un estudio eficiente e integral que permitirá conocer si la nueva línea de muebles va o no va a tener la aceptación requerida del mercado y fundamentalmente si esta beneficiará a nuestros clientes. Con este proyecto la empresa deberá mejorar sus procesos los mismos que le permitan responder de manera adecuada a la demanda existente del mercado para poder incrementar su participación y por consiguiente mejorar sus ingresos y poder incrementar la cartera de clientes con la finalidad de lograr la maximización de las ventas, para obtener la rentabilidad esperada por la empresa.

Con los resultados obtenidos de dicha investigación se podrá conocer los costos reales, los gastos, en los que incurre la empresa al elaborar los muebles lo que servirá de base para establecer el precio de venta al público, la rentabilidad que podría obtenerse, logrando un nivel de producción óptimo para ayudar alcanzar las metas y objetivos institucionales ofertando a sus clientes una nueva gama de productos satisfaciendo así sus necesidades.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Elaborar un proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de la nueva línea de Muebles de Sala para la empresa “Home Solutions” de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, período 2018.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para conocer la demanda insatisfecha.
- Elaborar la ingeniería del proyecto.
- Hacer un estudio de perfil legal y administrativo del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera del proyecto.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En la empresa “Home Solutions”, no se encontró antecedentes de tesis realizadas acerca de proyectos de factibilidad, excepto de algunas investigaciones sobre costos de producción.

Para la investigación, se ha revisado la información en bibliotecas virtuales, además de repositorios de otras universidades tales como la UNACH, no ha existido investigaciones similares al tema propuesto en esta investigación, por lo que fundamentaremos con investigaciones a nivel nacional relacionadas al tema en otras universidades, que nos servirá como guía para realizar un trabajo óptimo.

Tema: “Proyecto de Factibilidad para la diversificación de productos, de la empresa Indugraf en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, período 2017”.

Autoras: Yadira Fernanda Estrada Narváez, Mariela Estefanía Estrada Camacho.

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Según la información brindada por esta investigación un proyecto de factibilidad tiene varias relaciones en función a sus actividades, además que sintetiza la gran variedad de oportunidades que se obtiene al mejorar la variedad de productos, y al optimizar la maquinaria de forma responsable aprovechando los recursos con los que cuenta la empresa.

Tema: “Proyecto para la creación de una planta avícola en la parroquia de San Francisco de Borja, cantón Quijos, con el auspicio del Gad municipal, período 2016- 2017”

Autor: Bertila Marianela Díaz Ango

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Según esta investigación se debe aprovechar los recursos financieros que nos puede brindar una localidad, podemos analizar y calcular el mercado, los factores financieros de

una manera responsable, además que nos brinda información necesaria para la creación de una empresa. El propósito de esta investigación es lograr solucionar el problema de una localidad en cuanto a necesidades de consumo.

Tema: “Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de Muebles elaborados a base de Bambú para la ciudad de Quito”

Autor: Roberto Alejandro Orozco Pacheco.

Universidad: Pontificia Universidad Católica Del Ecuador.

Según la información proporcionada por esta investigación nos ayuda a guiarnos en los procesos de producción y comercialización de muebles elaborados con otro tipo de materia prima, además que determina cada uno de los procesos financieros con lo que debe contar una empresa, determino que si es factible la producción de muebles elaborados a base de Bambú.

2.1.1 Antecedentes históricos

“Home Solutions” es una empresa creada en el 2006, en Riobamba-Ecuador especializada en el diseño, fabricación e instalación de muebles para oficinas y el hogar. La empresa inicio a partir de una idea sin estructuración en un taller pequeño, dos trabajadores y dos máquinas industriales. La empresa sufrió muchos momentos difíciles, entre ellas el incendio del taller en el 2009 en donde el gerente propietario se vio obligado a tomar la decisión a empezar de nuevo o cerrar la empresa.

En el 2008 la empresa decidió que era necesario implementar nueva maquinaria para mejorar e incrementar la producción que se tenía en base al incremento de la demanda. Para el siguiente año en el 2009 fue necesario incrementar el personal en el área de producción para poder cumplir con los requisitos de la demanda seguimos así hasta el 2012 donde se decidió trasladar la empresa a una nueva ubicación debido a que el espacio físico que teníamos no era suficiente, la planta ahora es 5 veces más grande que el taller con el que se inició, cuenta con tecnología y maquinaria importada de la mejor calidad y cuenta con 22 colaboradores. La empresa “Home Solutions” ha crecido de manera

increíble y ahora se encuentra compitiendo en el mercado de Tungurahua, Guayas y Bolívar.

2.1.1.1 Descripción de la Empresa

Home Solutions actualmente posee su matriz en la Ciudad de Riobamba, lleva brindando sus servicios por 9 años. Es fabricante de sistemas modulares para oficina, estaciones de trabajo, divisiones modulares, sillones, pupitres, gabinetes de cocina y closets. Es decir todo para el hogar y oficina, encargados de brindar plazas de trabajo, con la experiencia alcanzada combinada con una oportuna respuesta a las exigencias de nuestros clientes nos ha permitido tener un fuerte y agresivo crecimiento institucional.

2.1.1.2 Filosofía Empresarial

Luego de estos años de experiencia en el mercado hemos visto la necesidad en la ciudad de Riobamba de fortalecer una empresa de muebles y mobiliarios que brinde una atención personalizada, seria, de cumplimiento oportuno y muebles de buena calidad con precios accesibles y con facilidades de pago para así poder ganar clientela, por lo tanto creemos que si logramos llegar a estos requerimientos estaremos aportando con el crecimiento económico de la ciudad, ya que se está creando fuentes de trabajo y mejorando la economía de la sociedad.

Todos éstos mantienen niveles de precios similares, pues ofrecen muebles tanto artesanales como industriales pero existen muy pocas empresas que ofrecen productos de buena calidad. “Home Solutions” dirige sus productos al segmento de Clase Media hacia arriba, debido al valor monetario de los mismos en secuencia con la calidad de lo ofertado.

Los muebles, forman parte importante de la decoración del Hogar. Los estudios de mercado realizados en la Ciudad de Riobamba, indican que existe una gran demanda de muebles.

2.1.1.3 Misión

Proyectarnos como una empresa de Muebles y Diseño de Interiores, dedicada al diseño, la producción y comercialización de muebles para el hogar y oficina, de excelente calidad.

Orientada a adquirir proveedores exclusivamente Riobambeños y brindar muebles de excelente calidad a precios asequibles, permitiéndonos así obtener ventaja competitiva.

2.1.1.4 Visión

Innovar continuamente los diseños de los muebles, mantener exclusividad en los productos que ofrecemos asegurando una producción sobresaliente y satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes potenciales.

2.1.1.5 Valores

Los principales valores que contempla importantes la empresa Home Solutions se enlistan a continuación:

AMABILIDAD: Esforzarse en ser amables y corteses todo el tiempo.

HONRADEZ: Actuar basados en la verdad aunque ello implique el reconocimiento de errores cometidos.

HONESTIDAD: Ser sinceros con la calidad de los productos.

JUSTICIA: Equidad en todas y cada una de las decisiones y acciones tomadas en el día a día de la organización.

LEALTAD: Estar comprometidos ciento por ciento con la organización y la consecución de sus objetivos.

PACIENCIA: Preocuparse por entender las necesidades de los clientes.

RESPETO: Respetar y considerar a los clientes internos y externos.

TRABAJO EN EQUIPO: Buscar la práctica de la mutua ayuda entre las personas, apoyando a los grupos menos favorecidos para que puedan mejorar su calidad de servicio.

RESPONSABILIDAD SOCIAL: Garantizar que las operaciones y políticas de la empresa vayan de acuerdo con las leyes y reglamentos aplicados hacia la prevención de problemas sociales creando de esta manera una imagen pública favorable.

PUNTUALIDAD: Saber de la importancia de hacer las cosas a tiempo y en el lugar conveniente. La eficacia y la calidad de los servicios es la meta teniendo como labor la garantía de satisfacción de los clientes.

2.1.1.6 Políticas

Home Solutions cuenta con proyectos orientados a generar y mantener en toda la organización una cultura de servicio al cliente interno y externo con altos estándares de calidad. Por lo tanto, estamos desarrollando estrategias comerciales competitivas, que permitan el mejoramiento de nuestra atención a clientes y proveedores.

Asumiendo como objetivos principales:

Desarrollar estrategias que garanticen la satisfacción y fidelización del cliente. Desarrollar nuevos proyectos comerciales en plazas con influencias socio económico atractivo. Al igual “HOME SOLUTIONS” cuenta con personal altamente calificado, encargado de diseñar, producir, asesorar y brindar un servicio personalizado.

Tiene a disposición de los clientes un servicio de post venta sin costo alguno para dar mantenimiento al mobiliario por el plazo que dure la garantía técnica brindada a los clientes.

La entrega se la realiza en el lugar donde el cliente solicite, las condiciones de envío van acorde a la cantidad solicitada por el cliente. La búsqueda se orienta a tener lugares estelares en el mercado ecuatoriano y mundial, los productos están elaborados con finos materiales, lo que nos permite entregar a los clientes muebles de alta calidad con precios competitivos y servicio oportuno. Home Solutions otorga confort y ergonomía, respondiendo a todas las necesidades de sus clientes, generando ideas en productos que conjugan elegancia y funcionalidad.

2.1.1.7 Objetivos Comerciales De La Empresa

- Ofrecer un alto nivel de calidad y servicio, para alcanzar la satisfacción del cliente, participando responsable y eficientemente en el mercado de la comunicación visual y las artes gráficas.
- Cumplir con nuestro Sistema de Gestión de Calidad, buscamos el mejoramiento continuo del sistema y estableciendo objetivos de calidad.
- Incrementar la participación en el mercado.
- Mejorar la calidad total del desempeño de su empresa.
- Reformar los canales de distribución que posee.

2.2 FUDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Definición De Proyecto.

De acuerdo a la conceptualización (Vasquez, 2011) se considera que es una solución al planteamiento de un problema que tiende a resolver entre muchas alguna necesidad del hombre, bajo esta perspectiva los proyectos de inversión se describe como un plan al que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos podrá producir un bien o un servicio útil al ser humano o a la sociedad en su conjunto. En la actualidad una inversión inteligente requiere una base que lo justifique, esta base es precisamente un proyecto que bien estructurado y evaluado que indique el proceso que debe seguir e de aquí se deriva la necesidad de evaluar proyectos.

De acuerdo a la conceptualización de (Córdoba, 2006) “Se define como proyecto a todo conjunto metódicamente diseñado de actividades planificadas y relacionadas entre sí, que utilizan recursos para generar resultados concretos, con los cuales apuntan a alcanzar objetivos definidos.”

La autora considera que un proyecto se realiza para solucionar inquietudes teoricas y financieras de una idea definida para resolver un problema o una necesidad donde aplicamos conocimientos fundamentados en la razón lógica de nuestra propuesta.

2.2.2 Importancia de Proyecto.

Según el autor (Salcedo Quevedo, 2011) considera que un proyecto relaciona las frases referidas a tiempo y unicidad del producto o servicio, nos llevan a evaluar la importancia de desarrollar un proyecto, ya que buscamos que nuestro producto o servicio se desarrolle o en un tiempo determinado y con exclusividad. Es por ello que los proyectos nos permiten primeramente resolver problemas identificados, los cuales de una u otra forma van a mejorar las condiciones de vida del grupo en estudio, además de ello permiten acceder a diversas fuentes de financiación las cuales basan sus decisiones en diseño de estrategias y flujo de recursos que concluidos de la forma correcta van a permitir obtener resultados que nos llevan a la recuperación del capital, en cuanto a gestión, los proyectos nos permiten tener una adecuada forma de gestionar y organizar los recursos invertidos en base a los resultados esperados, todo esto estableciendo una lógica de ejecución.

La autora considera que es importante crear un proyecto de factibilidad ya que ayuda a reconocer concretamente los posibles problemas a solucionar en un futuro, además que nos proporciona resultados económicos y financieros que ayudan a identificar su posible aplicación.

2.2.3 Características de un Proyecto.

Según (Business School, 2016) las características de un proyecto son:

- Cuentan con un propósito.
- Se resumen en objetivos y metas.
- Se han de ajustar a un plazo de tiempo limitado.
- Cuentan con, al menos, una fase de planificación, una de ejecución y una de entrega.
- Se orientan a la consecución de un resultado.
- Involucran a personas, que actúan en base a distintos roles y responsabilidades.
- Se ven afectados por la incertidumbre.
- Han de sujetarse a un seguimiento y monitorización para garantizar que el resultado es el esperado.

- Cada uno es diferente, incluso de los de similares características.

La autora manifiesta que Business School define que un proyecto siempre tiene una visión realizable en un tiempo determinado además se enfoca en obtener resultados, cumplir metas y objetivos propuestos.

2.2.4 Etapas de un Proyecto.

De acuerdo con (Business School, 2016) las etapas de un proyecto suelen completarse secuencialmente, aunque en algunos momentos puntuales pueden coexistir. Habitualmente se suelen distinguir cuatro principales, aunque según la naturaleza de tu proyecto puedes añadir o eliminar fases. Lo importante es que la estructura en etapas te ayude a la gestión.

Inicio: implica las tareas de definición del proyecto, que consisten en acotar su alcance y realizar los procedimientos necesarios a nivel administrativo para abrir el proyecto de forma oficial dentro de la compañía.

Planificación: consiste en establecer las acciones que se llevarán a cabo durante el proyecto y su calendarización en el tiempo, así como los objetivos que se pretenden conseguir y los recursos de los que se dispone, tanto humanos como materiales. Lo más común es realizar una matriz en la que para cada acción que hay que realizar se establece un responsable y una fecha en la que dicha acción debe estar finalizada. De esta manera, durante la siguiente etapa de ejecución se puede realizar el seguimiento del proyecto de forma sencilla.

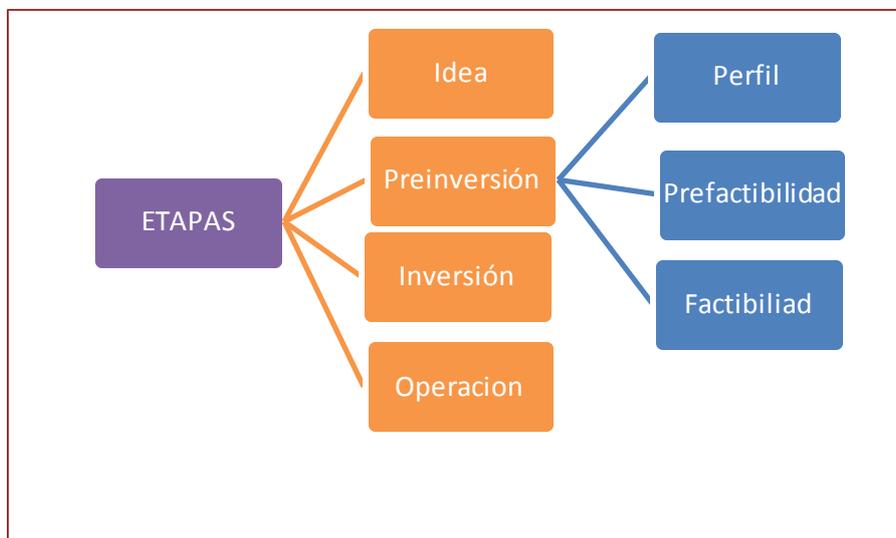
Ejecución y monitorización: una vez el proyecto está planificado, la ejecución consiste en que cada miembro del equipo tomará la matriz definida y realizará las tareas que le han sido asignadas. La misión del gestor aquí es doble; por un lado vigilar que la planificación se cumple con la mayor precisión posible, tanto en tiempo como en esfuerzo (para que no aumenten los costes), por otro, coordinar al equipo y facilitar la solución a los problemas que vayan surgiendo al equipo para desatascar posibles cuellos de botella. Como gestor, irás realizando

modificaciones en tu planificación para reajustarla, adelantándote a los riesgos y comunicando el estado del proyecto a tus interlocutores (jefes y clientes).

Cierre del proyecto: esta fase es meramente administrativa pero muy importante. Implica concluir oficialmente el proyecto, de manera que todos los implicados entienden que las tareas planificadas se han ejecutado y se puede realizar una valoración final del éxito del proyecto.

De acuerdo al autor (Sapag Chain, 2011) las etapas de un Proyectos son:

Gráfico N°. 1: Etapa de un proyecto



Fuente: (Sapag Chain, 2011)

Elaborado por: Jiménez N.

Para realización de un proyecto de inversión se toma en cuantas 4 componentes básicas:

- El decisor puede ser un inversionista, financiero o analista.
- Las variables controlables por el decisor, que pueden hacer variar el resultado de un mismo proyecto, dependiendo de quién sea él.
- Las variables no controlables por el decisor y que influyen en el resultado del proyecto.
- Las opciones o proyectos que se deben evaluar para solucionar un problema o aprovechar una oportunidad de negocios.

La autora considera que Business manifiesta que para llevar a cabo un proyecto es necesario cumplir con cada una de las etapas investigadas, esto asegurará el éxito de la

propuesta. Cada una de estas etapas son fundamentales para obtener resultados eficientes y reales.

2.2.5 Ventajas y Desventajas de Proyecto.

Ventajas:

Según (Castillo, 2013) menciona las siguientes ventajas:

Transforman las ideas en logros tangibles reales.

- Son de interés colectivo o personal.
- Motivan y exigen trabajos en equipo interdisciplinarios.
- Sirven para dar soluciones a un problema y aprovechar las oportunidades que existen en el entorno.

Desventajas:

Según (Castillo, 2013) menciona las siguientes desventajas:

- Alta competencia para lograr resultados favorables.
- Dificultad de resolver el problema al no hacer el análisis adecuado se tiende a fracasar.
- Requiere de costos, porque se establecen planificaciones a determinado tiempo.
- La formulación del problema se concreta al final de toda la investigación.

2.2.6 Tipos de Proyectos.

Según (Cañon J. V., 2015) los tipos de proyectos son:

- Proyectos Sociales.
- Proyecto de Investigación.
- Proyecto de Inversión.
- Proyecto de Infraestructura.

- Proyecto de Desarrollo Sostenible.

2.2.6.1 Proyecto de Inversión.

Según (Cañon J. V., 2015) los proyectos de Inversión están relacionadas con la empresa y la parte comercial los hay de varias clases:

Inversión privada: consiste en crear un plan que permita obtener una rentabilidad económica a partir de la inversión de un capital.

Inversión pública: El estado invierte recursos para lograr el bienestar social de una comunidad a la vez que beneficio económico.

Inversión social: Se busca invertir bienes en el desarrollo exclusivamente social sin esperar remuneración económica, sino que los beneficios permanezcan después de acabado el proyecto.

La autora manifiesta que los proyectos de inversión se concentran en crear planes para generar rentabilidad a partir de una determinada cantidad de inversión monetaria, dicha inversión puede ser en el sector público o privado.

2.3 ESTUDIOS FUNDAMENTALES A REALIZAR

2.3.1 Estudio de Mercado

Según (Lara B. , 2011) define que:

Es el estudio más decisivo cuando se desea realizar un proyecto. Para el óptimo desarrollo del mismo se tiene que analizar todos los componentes del mercado, esto implica realizar un análisis de la demanda, oferta y lo que se conoce como marketing mix. (pág. 43)

a) Objetivos del estudio de mercado

Según (Lara B. , 2011) menciona los siguientes objetivos:

Analizar el comportamiento de la demanda de los servicios o bienes que requieren el mercado para buscar la satisfacción de una necesidad específica a precios determinados, considerando la demanda pasada, presente y proyectada.

Investigar la evolución de la oferta pasada, presente y proyectada, por medio de una recopilación de información sobre los bienes y servicios que los competidores, proveedores, distribuidores han colocado a disposición del mercado a precios determinados, además de medir la cantidad, calidad, localización y demás condiciones establecidas por el mercado.

La autora manifiesta que es muy necesario aplicar un estudio de mercado ya que nos permite analizar los factores internos y externos existentes en el mercado, además puede advertir acontecimientos futuros con respecto al planteamiento de nuestra propuesta.

2.3.1.1 Investigación De Mercado.

De acuerdo con (Rosero, 2014) Investigación De Mercado es un “Estudio de un lugar específico para comprobar la aceptación de un determinado producto o servicio”.

a) Tipos de Investigación de mercado

Estudio de mercado primario

“Es el que implica pruebas como encuestas, investigaciones en terreno y entrevistas, entre otros métodos” (León, 2015)

Estudio de mercado secundario

Según define (León, 2015) que:

En este tipo de estudio, la empresa utiliza información obtenida de otras fuentes que aparecen aplicables a un producto nuevo o existente. Este tipo de estudio es relativamente barato y fácilmente accesible, aunque, a veces, no es específico al

área de investigación y los datos que se utilizan pueden ser tendenciosos y complicados de validar.

2.3.1.2 Técnicas de investigación de mercados

a) Técnicas Cuantitativas

Encuesta

Para (Lara B. , 2011) define que “es la recopilación de datos al establecer contacto con un número limitado de personas a través de cuestionarios; es el método más usado pero requiere de una planeación minuciosa, consume mucho tiempo y puede ser costosa” (pág. 38)

Nos permite realizar un conjunto de interrogantes con el fin de conocer la opinion de una determinada población donde se adquiere información valiosa para realizar la propuesta.

Entrevista personal

Según (Lara B. , 2011) “son preguntas directas es el método más popular. Porque es flexible, mayor información, se puede clasificar y calificar al encuestado, puede ayudarse de imágenes y muestras, poca influencia de terceros” (pág. 39)

Es aquella herramienta que nos permite realizar una investigación del mercado de forma directa con las personas afectadas por el proyecto.

2.3.2 Estudio Técnico.

Según (Arias, 2010) “Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área”.

La autora manifiesta que un estudio técnico nos permite obtener información básica y necesaria para conocer los procesos de elaboración de algún producto; también permite identificar a los posibles proveedores y acreedores de materias primas.

2.3.3 Estudio Administrativo.

Según el autor (Sarg, 2014) manifiesta que en un estudio administrativo representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores. Para hacer el estudio se debe empezarse por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.

La autora considera que el estudio administrativo analiza las posibilidades de éxito de nuestra propuesta, estudiando información específica como cifras, permisos, organigramas de la empresa estudiada.

2.3.4 Estudio Legal

Según (Book, 2009) el estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

La autora considera que un estudio legal es aquel que se encarga que un proyecto se dirija de una manera correcta en cuanto a términos legales como: patentes, normas, legislación laboral.

2.3.5 Estudio Ambiental.

Según el autor (Mestre, 2011) considera al estudio ambiental como “El procedimiento técnico-administrativo que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado.”

La autora manifiesta que permite mantener conocimientos acerca de nuestra propuesta en términos ambientales.

2.3.6 Estudio financiero.

De acuerdo con el autor (Bravo Orellana, 2017) la evaluación financiera de una decisión de inversión como la evaluación desde el punto de vista de los accionistas, los cuales han puesto la parte del capital para el financiamiento de la inversión total de un proyecto, grupo de proyectos o empresa; mientras que la otra parte proviene de acreedores mediante deuda. La evaluación financiera nos brinda como información el valor agregado total o financiero que se genera en un proyecto o negocio, tanto por la parte comercial o valor agregado económico, como por el efecto de un menor nivel de costo del endeudamiento o valor agregado de la deuda. Los indicadores de valor más frecuentes utilizados en una evaluación financiera son el Valor Actual Neto Financiero (VANF) y la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF).

2.3.6.1 TIR

Según el autor (Montes, 2016) “La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje”.

Fórmula

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

2.3.6.2 VAN

Según (Crece Negocios, 2016) Van es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Fórmula

$$VAN = \sum_{n=1}^t \frac{(R - C)}{(1 + i)^n} + I_0$$

R = Flujo de beneficios, ingresos.

C = Flujo de costos, gastos.

i = La tasa de descuento pertinente.

t= El horizonte del proyecto

2.3.6.3 Beneficio costo

De acuerdo con (Crece Negocios, 2012) el análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Fórmula

$$RBC = \frac{\sum VP \text{ Ingresos Netos } (TIO)}{\text{Inversión Inicial}}$$

Interpretación

RBC =1 Factible, No ejecutable.

RBC >1 Factible, ejecutable.

PRBC <1 No factible, No ejecutable.

2.3.6.4 Período de Recuperación de Inversión (PRI)

Según (PymesFuturo, 2010) “es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”.

Fórmula

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Ingresos promedios}}$$

2.3.6.5 Análisis de sensibilidad

Para (Sánchez, 2014) menciona que “Es una técnica que aplicada a la valoración de inversiones permite visualizar de forma inmediata, las ventajas y desventajas económicas de un proyecto de inversión”.

Este tipo de análisis nos permite identificar los elementos más sensibles ante una posible variación, es una técnica que se utiliza para medir el riesgo de una inversión.

Fórmula

$$GS_x = \left[\frac{\frac{(VAN_j - VAN_i)}{VAN_i}}{\frac{(X_j - X_i)}{X_i}} \right]$$

Para interpretar los resultados de la fórmula se utiliza los siguientes criterios

$GS_x < 1$, El proyecto no es sensible ante la variación de x.

$GS_x > 1$, El proyecto es sensible ante la variación de x.

2.3.6.6 Oferta Projectada

Se debe considerar los datos históricos de información pasada, de esta manera conoceremos la oferta proyectada de bienes o servicios que serán entregados al mercado futuro.

Fórmula para la proyección de la oferta

La proyección de la oferta se desarrolla con la misma fórmula de la demanda:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

C_n = Cantidad futura

C_o = Cantidad actual

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = Año a estimarse

a) Elasticidad de la oferta

Para (Gestiopolis, 2002) es básicamente el mismo concepto, simplemente busca medir el impacto en la oferta de un producto o servicio dada una variación en su precio.

Fórmula

$$\text{Elasticidad de la oferta} = \frac{\text{Variación en cantidad ofertada}}{\text{Variación en los precios}}$$

2.3.6.7 Demanda proyectada

“Representa proyectar mediante diversos métodos, las series históricas obtenidas mediante las investigaciones contempladas en la demanda histórica. Significa que la serie histórica debe ser llevada al futuro que sirve para conocer de manera aproximada cómo se expandirá la demanda”. (Rojas, Seanq;, 2009)

Fórmula para la proyección del cálculo de la demanda

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

C_n = Cantidad futura

C_o = Cantidad actual

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = Año a estimarse

- a) Elasticidad de la demanda: Relación que existe entre a variación de la demanda u oferta como consecuencia dela variación del precio.

Fórmula:

$$\text{Elasticidad de la demanda} = \frac{\text{Variación en cantidad demandada}}{\text{Variación en los precios}}$$

2.3.6.8 Demanda Insatisfecha

De acuerdo a (Vásquez, 2017) se llama “Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta”.

Fórmula:

$$\text{Demanda insatisfecha} = \text{Demanda proyectada} - \text{Oferta proyectada}$$

2.3.6.9 Precio

De acuerdo con (Espinoza, 2014) el precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc. En última instancia es el consumidor quien dictaminará si hemos fijado correctamente el precio, puesto que comparará el valor recibido del producto adquirido, frente al precio que ha desembolsado por él.

Fórmula del cálculo del precio

$$P_v = \frac{\text{Total costo de producción}}{\text{unidades de producción}}$$

- a) Proyección de precios

Según (Fisher L., 2011) define que “para proyectar los precios no se usa un método estadístico que ajuste la tendencia. La única alternativa es hacer variar los precios conforme a la tasa de inflación esperada” (pág. 45)

Fórmula de Proyección de precios

$$P_r = \text{Precio actual} * \text{inflación proyectada}$$

b) Punto de Equilibrio

Según (Crece Negocios, 2012) considera que punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Fórmula

Margen de Contribución

$$M_c = \text{Precio de venta} - \text{Costos Variables}$$

Punto de Equilibrio en Unidades

$$PE_U = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$$

Punto de Equilibrio Monetario

$$PE_M = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Precio de Ventas}}}$$

2.4 Diseño de la Propuesta.

Según (Mendez, 2010) el diseño del proyecto es el proceso de elaboración de la propuesta de trabajo de acuerdo a pautas y procedimientos sistemáticos como ya

se mencionó, un buen diseño debe identificar a los beneficiarios y actores claves; establecer un diagnóstico de la situación problema; definir estrategias posibles para enfrentarla y la justificación de la estrategia asumida; objetivos del proyecto (generales y específicos); resultados o productos esperados y actividades y recursos mínimos necesarios. Al mismo tiempo, la propuesta o diseño debe contemplar la definición de indicadores para realizar el seguimiento y verificación de los resultados que se obtienen, y establecer los factores externos que garantizan su factibilidad y éxito.

2.4.1 Aplicación de la propuesta.

Analizaremos si lo planteado por la propuesta será factible o no, además que pondremos a juicio de valor lo planificado en nuestro diseño.

2.4.2 Evaluaciones Básicas de la Propuesta.

Según (Valera, 2010) un proyecto factible, es el que ha aprobado cuatro evaluaciones básicas:

Evaluación Técnica.

Evaluación Ambiental.

Evaluación Financiera.

Evaluación Socio-económica.

La aprobación de cada evaluación se le puede llamar viabilidad; estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo un proyecto puede ser viable técnicamente pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente.

2.5 Marco Conceptual

Factibilidad

Según (Valera, 2010) “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que

realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Factibilidad Financiera

De acuerdo con (Rosero, 2014) Factibilidad Financiera es un “Análisis de la posibilidad de solventar un proyecto para obtener mayor rentabilidad”.

Mercados

Según los autores (Kotler & Armstrong, 2012) consideran que mercados son los conceptos de intercambio y relaciones nos llevan al concepto de mercado. Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular, el cual puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio.

Oferta

Según los autores (Kotler & Armstrong, 2012) “Oferta es la combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo.”

Oferta pasada

Se define como la recolección de datos secundarios investigados en fuentes confiables los mismos permitirán continuar con la evolución y desarrollo del mercado oferente.

Oferta Actual

Para (Córdova, 2012) se refiere que “se hace a través de la investigación de mercados respondiendo preguntas respecto al mercado objetivo del proyecto” (pág. 38)

Demanda

Según los autores (Fisher & Espejo , 2013) la demanda se refiere a “las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”

Demanda Pasada

Según (Lara B. , 2011) menciona que “es el análisis a través de fuentes secundarias de información: folletos, libros, revistas, internet, boletines, investigaciones realizadas y otras fuentes, del proceso histórico respecto al tipo de bien o servicio que el proyecto está diseñado” (pág. 31)

Demanda Actual

Para (Lara B. , 2011) define que:

Es el tipo de demanda que se realiza en el momento actual, y se lo hace a través del proceso de investigación de mercado. Muchas veces se confunde el estudio de mercado con la investigación. El Estudio de mercado es el análisis de los elementos anteriormente descritos y se realiza a través de la Investigación de Mercados. (pág. 23)

Producción

Según (Kotler & Armstrong, 2012) el concepto de producción señala que los consumidores favorecen los productos que están disponibles y que son muy accesibles. Por lo tanto, la gerencia debería concentrarse en mejorar la eficacia de la producción y la distribución. Este concepto es una de las orientaciones más antiguas que guía a los vendedores.

Producto

De acuerdo con los autores (Kotler & Armstrong, 2012) “concepto de producto sostiene que los consumidores prefieren los productos que ofrecen lo mejor en cuanto a calidad en el desempeño e innovación. Desde este concepto, la estrategia de marketing se enfoca en mejorar el producto de forma continua”.

Plaza

De acuerdo con (Entrepreneur, 2010) plaza se refiere a los lugares donde venderemos nuestro producto y a los canales de distribución. A mayor cantidad de sitios donde el consumidor pueda encontrar lo que ofrecemos, mayor cantidad de ventas. De muy poco nos servirá tener un producto de excelente calidad y precio, cuando es difícil encontrarlo. Para la gente es muy molesto tener deseos de adquirir un producto de difícil acceso. Si, por ejemplo, fabricamos y vendemos un delicioso licor de café, y alguien tiene ganas de tomarse una copa, ese alguien comprará el que encuentre más fácilmente, que esté a buen precio, sea de buena calidad y le llame la atención. Si el nuestro no se encuentra en el anaquel, entonces perderemos un cliente.

Publicidad o Promoción

De acuerdo con (Entrepreneur, 2010) este punto del proceso nos encargaremos de decirle a la gente que existimos y por qué le conviene adquirir nuestro producto. La labor de la publicidad es dar a conocer un producto o un servicio en un mercado determinado; la promoción nos ayudará a acelerar el proceso de venta. La publicidad que realicemos debe ser de elevada calidad, orientada a comunicar las ventajas y conveniencias del producto o servicio que ofrecemos, y tiene que ser transmitida en los medios adecuados para que sea "vista" por la gente que sabemos que puede comprar nuestro producto.

Comercializar

De acuerdo con (Kume A. , 2014) comercializar es un conjunto de actividades relacionadas a la venta de un determinado producto cuyo objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor en las mejores condiciones posibles consolidando las relaciones con sus clientes y asegurando su satisfacción a largo plazo.

Comercialización

De acuerdo con la conceptualización de (Anónimo, 2012) “La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. ”

Funciones de Comercialización

Según el autor (Rocafuerte, 2011) las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta de bienes y servicios.

- **Función comprar:** Significa buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirirlos eligiendo el más beneficioso para nosotros.
- **Función venta:** Se basa en promover el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia.
- **Función transporte:** Se refiere al traslado de bienes o servicios necesario para promover su venta o compra de los mismos.
- **La financiación:** Provee el efectivo y crédito necesario para operar como empresa o consumidor.

2.6 IDEA A DEFENDER

La elaboración del proyecto para la producción y comercialización de la nueva línea de muebles para la empresa “Home Solutions”, permitirá determinar si existe la factibilidad y viabilidad de la ejecución de este proyecto a través de la evaluación financiera; esto nos permitirá identificar si será conveniente la inversión.

2.7 Variables

2.7.1 Variable Independiente

Proyecto de Factibilidad.

2.7.2 Variable Dependiente

Producción de la nueva línea de “Muebles de Sala”

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de la investigación es predominantemente cuali-cuantitativo puesto que se pretende describir la situación actual de la gestión de la empresa “Home Solutions” ubicada en la ciudad de Riobamba. La investigación es de campo, porque se obtiene información de los actores sociales del proceso de atención y servicio al cliente, con apoyo bibliográfico y documental para la construcción del marco teórico y la descripción actual de la organización.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación de campo será utilizada para la obtención de información desde el lugar de los hechos donde se pondrá en marcha el proyecto.

Se apoyara por los siguientes pasos:

- Plan o diseño de investigación.
- Selección de muestra.
- Recolección y análisis de datos.
- Presentación de resultados.
- Utilizando de esta manera las técnicas de observación y encuesta.

Será necesario recopilar información de fuentes documentales, así como de libros, revistas, páginas web de instituciones, folletos, etc.

Se apoyará por los siguientes pasos:

- Plan o diseño de la investigación.
- Recopilación de la información.
- Organización y análisis de la información.
- Redacción de un borrador.
- Presentación final.

Para este proceso se necesitará obtener las características o rasgos de diferentes situaciones, para describir todos los procesos y producción de muebles se realizará la investigación descriptiva. También utilizaremos la investigación explicativa la misma que nos ayudará en el análisis causa efecto de las variables en la realización del trabajo de investigación.

3.3 MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1 Métodos.

Según el Autor (Kume H. , 2012) menciona que método Inductivo es: “Un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas”. El método Inductivo, tiene como objeto llegar a conclusiones que estén en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes.

Según (Abreu, 2014) considera que el método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas.

De acuerdo con los autores Kume y Abreu esta investigación se realizará con el método inductivo- deductivo. Para un análisis de la teoría existente de la producción y comercialización de muebles en la ciudad de Riobamba, además que ayudará a obtener información particular e individual de las encuestas realizadas.

3.3.2 Técnicas.

El presente trabajo de investigación va dirigido a la población económicamente activa de Riobamba y utilizaremos la técnica de la encuesta con un enfoque cuantitativo en los resultados, es similar a un cuestionario pero los resultados son diferentes. Pretendemos medir mediante la encuesta las actitudes de las personas a entrevistar y de esta manera conocer la percepción respecto al producto que se pretende producir y comercializar. La

razón de la investigación de campo es importante debido a que nos permite estar en contacto directo con el problema de estudio.

También utilizaremos la técnica de Observación la misma que permitirá mirar desde cerca las necesidades que existen, para realizar este proyecto.

3.3.3 Instrumentos.

Encuesta: Es un instrumento que nos permitirá obtener información consistente de las necesidades de los clientes para la producción y comercialización de la nueva línea de “Muebles de Sala” para la empresa “Home Solutions”. Esto nos permitirá iniciar y llevar a cabo el proyecto, a través de las encuestas que aplicaremos a los habitantes del Cantón Riobamba recopilaremos datos estadísticos, estados de opinión, ideas, características o hechos específicos

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

El proyecto va dirigido a la Provincia de Chimborazo, pero nos centralizaremos al Cantón Riobamba, especialmente a la población económicamente activa. En la ciudad de Riobamba según datos estadísticos del último censo ofrecidos por el INEC 2010 existen 225741 Habitantes: 118901 hombres y 106840 mujeres. En este caso consideraremos a los 113548 habitantes considerados dentro de la población económicamente activa que pertenece al 50,3 % del total de población existente, ya que este proyecto se enfoca a una población con una capacidad adquisitiva considerable y dispuesta a adquirir el producto a ofrecerse.

3.4.1 Muestra Ajustada.

Para llevar la investigación a cabo tomaremos los siguientes datos ofrecidos por el INEC:

Dónde podemos considerar:

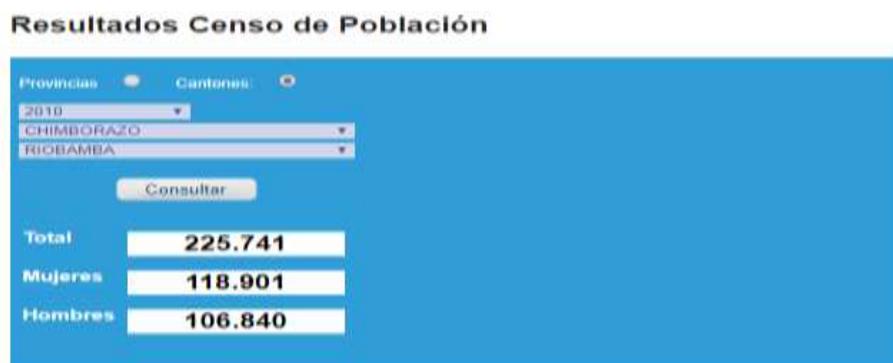
Gráfico N.º 2: Porcentaje PEA

Población:	225.7 mil hab. (49.2% respecto a la provincia de CHIMBORAZO).
Urbana:	64.8%
Rural:	35.2%
Mujeres:	52.7%
Hombres:	47.3%
PEA:	54.7% (50.3% de la PEA de la provincia de CHIMBORAZO)

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N.º 3: Población Total por Cantones



Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: Jiménez N.

Determinamos que si el 100% de la población corresponde a 225741 habitantes el 50.3% del PEA corresponde a 113548 habitantes a los cuales será dirigida la encuesta correspondiente. Procedemos aplicar la siguiente fórmula:

Determinación de la muestra

Dónde:

n = Tamaño de la Muestra

N= Universo 113548 PEA.

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que sí, no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de la confianza equivalente al 1,96.

E²= Erros bajo un determinado nivel de confianza 0,05 de error de confianza.

P= Probabilidad de ocurrencia del evento 0,50%.

Q= Probabilidad de NO ocurrencia del evento 0,50 %

N.- representa el número de encuestas que se efectuara en la realización del proyecto.

DATOS PARA EL CÁLCULO DE LA MUESTRA

N= 113548

z= 1,96

P= 0,50

q= 0,50

e= 0,05

CÁLCULO DE LA MUESTRA

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

$$n = \frac{113548 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(113548 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 382$$

3.5 RESULTADOS

3.5.1 Procesamiento de datos tabulados

Después de poner en marcha las encuestas destinadas a la población económicamente activa de Riobamba analizaremos los resultados obtenidos e interpretaremos los datos arrojados por dichas encuestas.

1.- ¿Qué tipo de Muebles desearía comprar para su hogar?

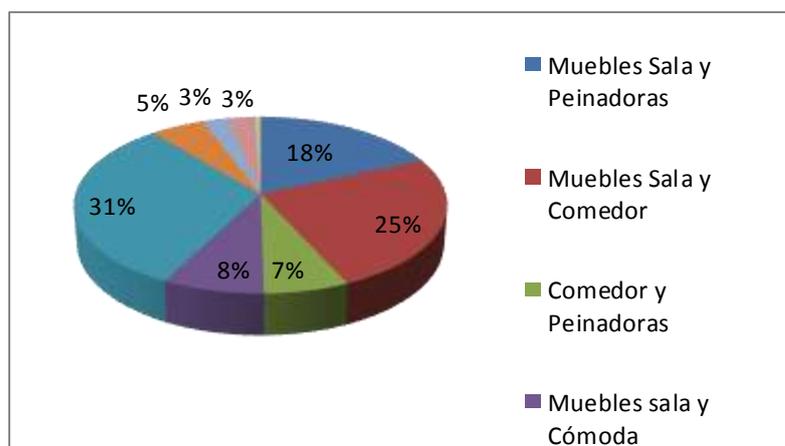
Tabla N°. 1: Tipo de Muebles

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Muebles Sala y Peinadoras	70	18,32
Muebles Sala y Comedor	95	24,87
Comedor y Peinadoras	25	6,54
Muebles sala y Cómoda	30	7,85
Mueble Sala, Comedor y Peinadoras	120	31,41
Muebles Sala y aparadores	20	5,24
Comedor	10	2,62
Muebles sala y Otros	10	2,62
Muebles Sala	2	0,52
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 4: Tipo de Muebles



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

En un análisis general de todas las encuestas realizadas, podemos observar que el la pregunta formulada sugerimos varias opciones como respuesta mismo que llevo a las personas encuestadas a responder con varias opciones. Pero en un contexto general analizamos las respuestas más repetitivas; y obtenemos que la gran mayoría optó por que le gustaría adquirir Muebles de sala acompañándola por otra de las opciones dadas en la pregunta.

2.- ¿Dónde desearía comprar sus muebles?

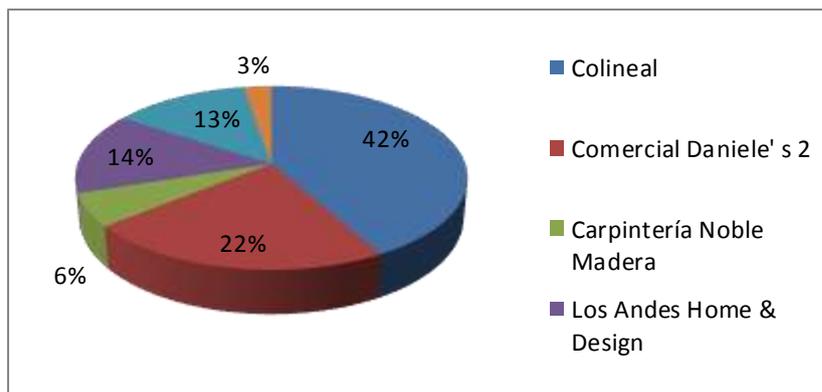
Tabla N°. 2: Preferencias

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Colineal	160	41,88
Comercial Daniele' s 2	85	22,25
Carpintería Noble Madera	22	5,76
Los Andes Home & Design	55	14,40
Jael'd Muebles	50	13,09
Bryxajos Muebles	10	2,62
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 5: Preferencias



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Analizamos que al 42% de la población le gusta adquirir sus muebles en Colineal, este es uno de los datos relevantes para realizar nuestra propuesta ya que nos proporciona información de nuestra posible competencia.

3.- ¿Qué muebles desearía comprar para su hogar?

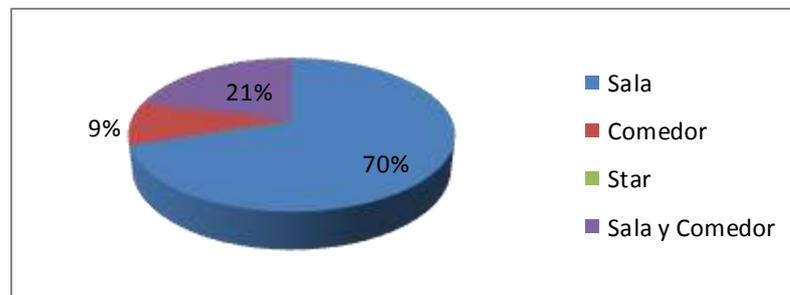
Tabla N°. 3: Preferencias para su Hogar

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Sala	267	69,90
Comedor	35	9,16
Star		
Sala y Comedor	80	20,94
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 6: Preferencias para su Hogar



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Analizamos las preferencias que tiene la población de Riobamba al momento de adquirir Muebles, podemos visualizar que en su mayoría prefieren Muebles Sala lo que nos arroja un aspecto positivo para nuestra propuesta ya que podemos especular que nuestro producto va a tener aceptación dentro del mercado seleccionado.

4.- ¿Al momento de comprar sus muebles qué analiza usted?

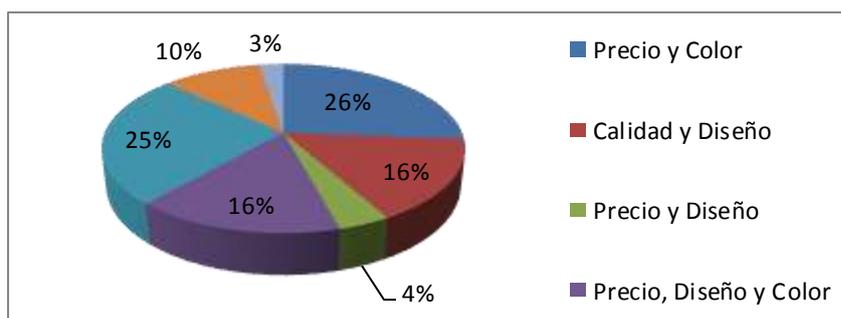
Tabla N°. 4: Preferencias al momento de Comprar

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Precio y Color	100	26,18
Calidad y Diseño	60	15,71
Precio y Diseño	15	3,93
Precio, Diseño y Color	60	15,71
Precio ,Calidad, Diseño y Color	97	25,39
Precio, Calidad y Diseño	40	10,47
Precio y Calidad	10	2,62
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 7: Preferencias al momento de Comprar



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Esta pregunta abarca varias opciones para poder ser seleccionadas, lo mismo que causo que las personas encuestadas seleccionen más de una opción, pero una de las opciones más seleccionadas fue el precio, es una de las alternativas más relevantes, podemos analizar que los encuestados al momento de realizar una compra en su gran mayoría analiza el precio. Resultado que será tomado en cuenta para realizar nuestra propuesta.

5.- ¿Qué tipo de madera prefiere para sus muebles?

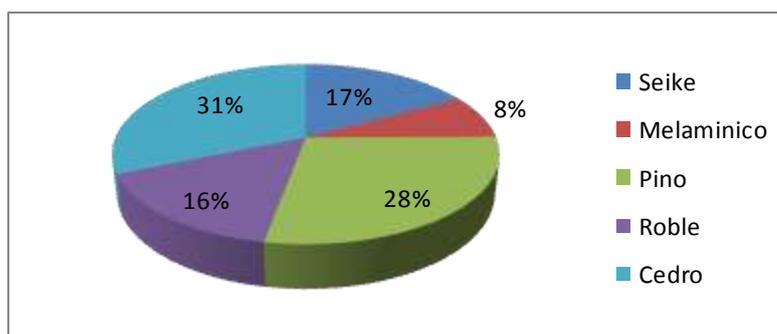
Tabla N°. 5: Preferencias tipo de madera

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Seike	65	17,02
Melaminico	30	7,85
Pino	107	28,01
Roble	60	15,71
Cedro	120	31,41
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 8: Preferencias tipo de madera



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Al momento de efectuar esta pregunta a la población de Riobamba nos dio a conocer que a la hora de adquirir Muebles prefieren que los mismos sean elaborados con Seike (tipo de madera) y como segunda alternativa más relevante se encuentra dentro de las preferencias de los encuestados prefieren que se su adquisición este elaborado con pino. Datos que nos dan a conocer los gustos de las personas encuestadas.

6.- ¿Cómo le gustaría pagar la compra de sus muebles?

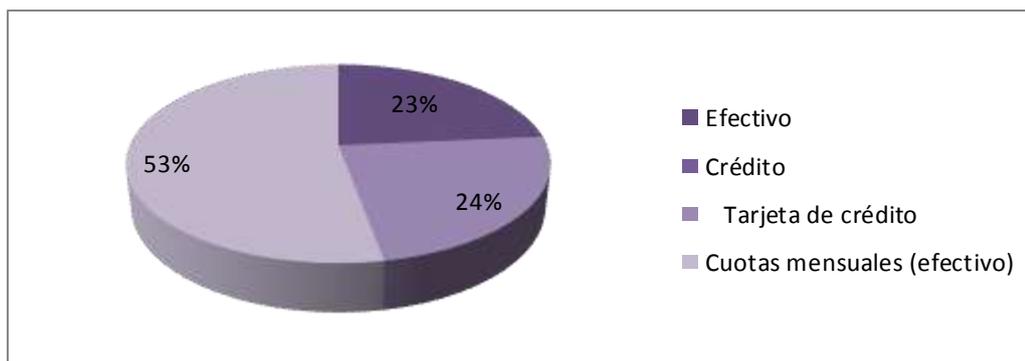
Tabla N°. 6: Preferencias al momento de pagar

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Efectivo	90	23,56
Crédito		
Tarjeta de crédito	90	23,56
Cuotas mensuales (efectivo)	202	52,88
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 9: Preferencias al momento de pagar



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Podemos analizar que la mayoría de la población prefiere pagar sus adquisiciones en forma de Crédito: específicamente en cuotas mensuales, la población de Riobamba manifiesta que esta es la opción más eficiente para pagar la compra de sus muebles datos que nos ayudarán a planear de forma más razonable nuestra propuesta.

7.- ¿Cada que tiempo le gustaría cambiar a usted sus muebles?

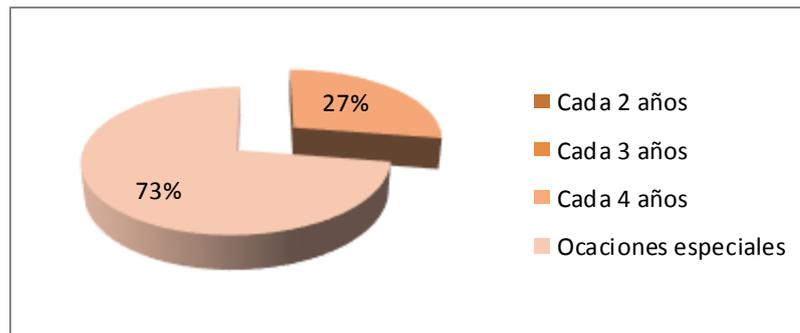
Tabla N°. 7: Preferencias al momento de Comprar

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Cada 2 años		
Cada 3 años		
Cada 4 años	105	27,49
Ocasiones especiales	277	72,51
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 10: Preferencias al momento de Comprar



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Los resultados que nos ofrece la población de Riobamba son que en su gran mayoría adquieren muebles en ocasiones especiales entendiendo por estas un matrimonio de sus hijos o allegados, etc. Esta pregunta nos permite analizar la demanda en un futuro proyectado para la empresa. Otra de las respuestas relevantes es que la población adquiere muebles cada cuatro años es decir no adquieren este tipo de productos con frecuencia.

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los muebles?

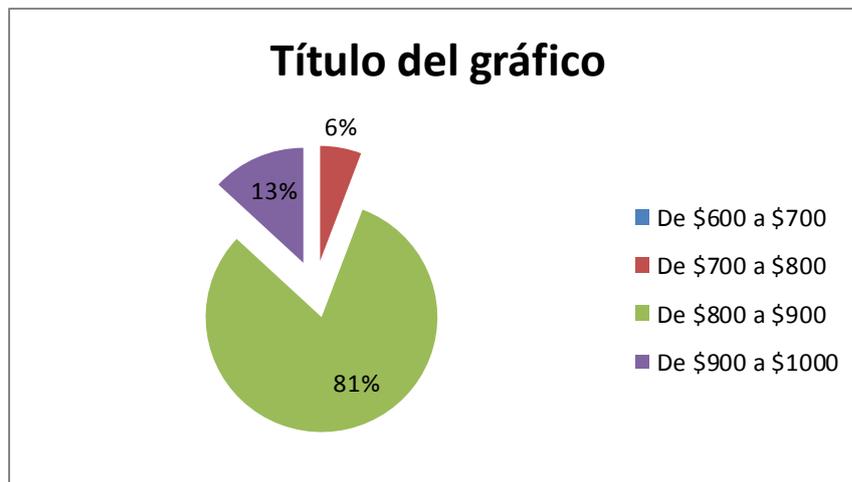
Tabla N°. 8: Preferencias al momento de Pagar

OPCIONES	FRECUENCIA	%
De \$600 a \$700		
De \$700 a \$800	22	5,76
De \$800 a \$900	310	81,15
De \$900 a \$1000	50	13,09
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 11: Preferencias al momento de Pagar



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Esta es una de las preguntas fundamentales para realizar nuestra propuesta de forma razonable. La población de Riobamba manifiesta que estaría dispuesta a pagar entre \$800 a 900\$ por un Juego de Muebles, basándonos en que este proyecto está dirigido a la población económicamente activa.

9.- ¿Le gustaría que la Empresa “Home Solutions” elabore diseños personalizados de muebles?

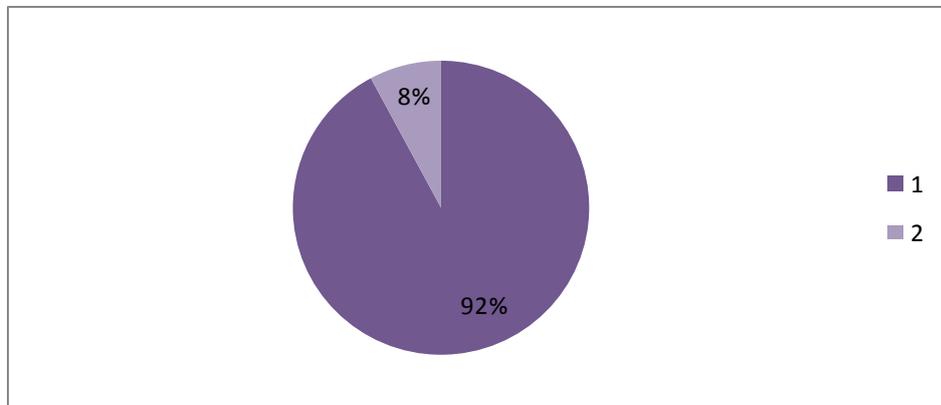
Tabla N°. 9: Diseños personalizados

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Si	352	92,15
No	30	7,85
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 12: Diseños personalizados



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

La mayoría de la población manifiesta que está de acuerdo que la empresa Home Solutions elabore diseños personalizados de muebles, esta es una de las preguntas claves para avanzar con nuestro proyecto, ya que podemos analizar que tendremos la aprobación del 92% de la población económicamente activa de nuestra posible demanda.

10.- ¿Le gustaría adquirir un Juego de Muebles de Sala elaborados con Palets (tipo de madera)?

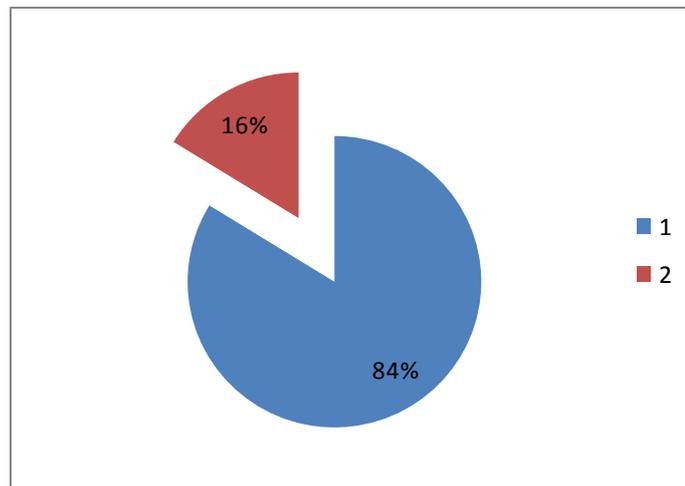
Tabla N°. 10: Muebles de Sala elaborados con Palets

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Si	320	83,77
No	62	16,23
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 13: Muebles de Sala elaborados con Palets



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

El 84% manifiesta positivamente que si realizaría la adquisición de la nueva línea de muebles elaborados con Palets que posiblemente realice la empresa Home Solutions. Esta es una de las preguntas claves para realizar nuestra propuesta ya que podemos identificar que si tendríamos una posible demanda que cubrir.

11.- ¿Mediante qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre la venta de muebles?

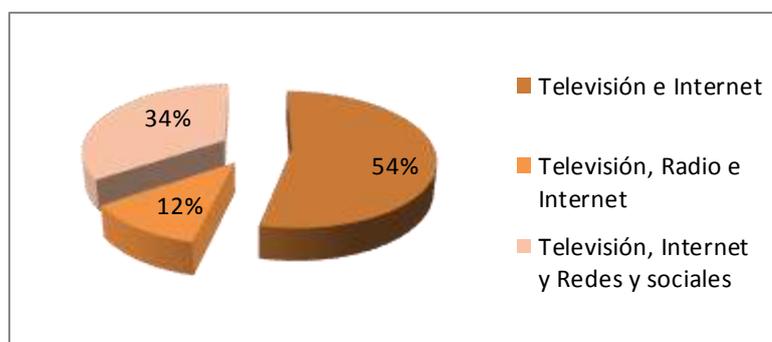
Tabla N°. 11: Diseños personalizados

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Televisión e Internet	205	53,66
Televisión, Radio e Internet	45	11,78
Televisión, Internet y Redes y sociales	132	34,55
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 14: Diseños personalizados



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

En su gran mayoría la población de Riobamba manifiesta que le gustaría que se dé a conocer la nueva línea de muebles a través de estos medios de comunicación: televisión e Internet. Nos servirá de gran ayuda para conocer como promocionaremos nuestro producto y lo mismo nos permitirá adquirir la captación de nuestra posible demanda. Además que estos serán nuestros enfoques para realizar la publicidad de nuestro producto.

12.- ¿Al momento de mandar hacer sus muebles con la empresa “Home Solutions” de cuantas butacas le gustaría realizar?

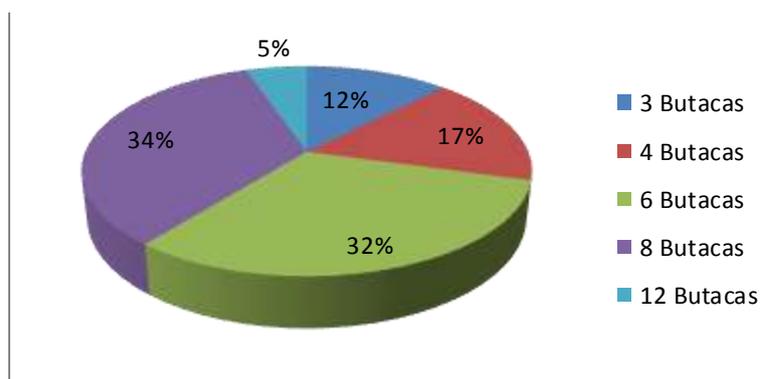
Tabla N°. 12: Número de butacas

OPCIONES	FRECUENCIA	%
3 Butacas	47	12,30
4 Butacas	65	17,02
6 Butacas	120	31,41
8 Butacas	130	34,03
12 Butacas	20	5,24
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 15: Número de butacas



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Una gran parte de la población manifiesta que le gustaría adquirir un Juego de Muebles Sala de 8 butacas, por otra parte en un gran numero relevante de encuestados manifestaron que les gustaría adquirir un Juego de Muebles Sala de 6 butacas. Analizando la importancia de esta información nos ayudaría a razonar mejor la producción de nuestra propuesta.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 Título

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA NUEVA LÍNEA DE MUEBLES DE SALA PARA LA EMPRESA “HOME SOLUTIONS” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2018.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1 Situación actual de la empresa “Home Solutions”

El análisis situacional es el proceso que estudia el entorno del mercado y las posibilidades comerciales de la empresa.

Se realiza el análisis situacional de la empresa con el fin de encontrar y estudiar los factores internos y externos de la empresa los mismos que ayudan e influyen en el entorno de la empresa.

Importancia del Análisis Situacional

- Define los procesos futuros de las empresas.
- Reúne información sobre el ambiente externo e interno de la organización para su análisis, y posterior pronóstico del efecto de tendencias en la industria o ambiente empresarial.
- Permitiendo obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones.
- Establece la relación que existe entre la empresa con sus clientes, proveedores, intermediarios y la competencia.

Dentro del análisis situacional se recurrió al estudio de los dos ambientes, el externo que hace mención a las oportunidades y amenazas del mercado, y el ambiente interno, referente a las fortalezas y debilidades de la empresa.

a) Análisis Externo

Este estudio nos permite estudiar y analizar las características del mercado cambiante.

Factor económico

En este componente, se analiza la distribución y uso de los recursos económicos de la sociedad. Los factores económicos abarcan variables como la tasa de desempleo, el ingreso disponible, la inflación, etc. competitividad, crisis de sistema financiero, mercados de capitales, nuevos modelos de inversión, exportaciones, globalización, crisis económica nacional, concentración de la riqueza, reglas de juego, infraestructura y contrabando, entre otros.

Factores Políticos Y Legales

El ambiente político se compone por un conjunto interactuante de leyes, dependencias del gobierno, y grupos de presión que influyen y limitan tanto las actividades de las organizaciones como las de los individuos en la sociedad.

- Los comportamientos de una organización se ven afectados cada vez más por los procesos políticos y legales de la sociedad.
- Políticas monetarias y fiscales.
- Legislación y regulaciones sociales.
- Relaciones del gobierno con las industrias

Factores Sociales y Culturales.

El entorno cultural está compuesto por instituciones y otros elementos que afectan los valores, las percepciones, las preferencias y los comportamientos básicos de la sociedad.

La tarea que los ejecutivos tienen se hace cada vez más compleja, ya que los patrones (estilos de vida, valores sociales y creencias) están cambiando mucho más rápidamente que antes.

Los factores socioculturales consideran las variables como: situación social, cultura del consumidor.

Factor Tecnológico.

- Ha tenido un gran impacto en los estilos de vida del hombre moderno, en sus hábitos de consumo y en su bienestar económico. Los avances tecnológicos pueden influir de tres maneras:
- Al dar origen a industrias enteramente nuevas que aporten al crecimiento y por ende desarrollo del país.
- Al modificar o destruir prácticamente las industrias existentes.
- Una empresa que no innova o carece de creatividad está encaminada al fracaso.
- Los factores tecnológicos están integrados por variables como el desarrollo tecnológico polarizado, tecnología adaptada, sistemas de calidad, e-commerce, alto componente tecnológico, tecnologías de la información, inversión en investigación y desarrollo, incorporación de tecnología entre otros.

Tabla N°. 13: Variables Económicas

Identificación de las variables Económica						
DIM	Factores	Comportamiento	Impacto	Motivo del impacto en la empresa	Implicados	Designación
EC1	Producto Interno Bruto (2,6%)	Creciente	Medio	Este factor económico nos permite conocer cómo la economía se está recuperando en relación de años anteriores.	Gobiernos	Oportunidad
					Trabajadores	
					Competencia	
EC2	Desempleo 8,4%	Creciente	Medio	En relación al año anterior ha crecido la tasa de desempleo, es decir que hay más personas sin un trabajo estable	Gobiernos	Amenaza
					Trabajadores	
					Competencia	
EC3	Sueldo básico (\$386,00)	Creciente	Alto	Lo que permitirá a la empresa tener aumento de gastos operacionales, pero si se	Gobiernos	Oportunidad
					Trabajadores	
					Competencia	

				incrementan las ventas, captará más ingresos.		
EC4	Inflación (1,38%)	Creciente	Alto	Desequilibrio existente que afecta directamente a la producción del producto en términos de demanda y oferta.	Gobiernos	Amenaza
					Trabajadores	
					Competencia	

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 14: Variables Políticas

Identificación de las variables Política						
DIM	Factores	Comportamiento	Impacto en la empresa	Motivo del impacto en la empresa	Implicados	Designación
POL1	Reformas tributarias	Aumento de presión tributaria	Alta	El incremento de los impuestos genera afectación a los precios y también a la cantidad de demanda del producto	Gobiernos	Amenaza
					Trabajadores	
					Competencia	
POL2	Reformas Laborales	Aumento de control en la relación laboral	Alto	Existe mayor inspección en caso de ocurrir sanciones por no acatarse a lo establecido con la ley.	Gobiernos	Equilibrio
					Empresa	
					Trabajadores	
POL3	Políticas Gubernamentales	Verificación de estándar de calidad del producto	Alto	Aumento de control en los procesos de producción para obtener productos de calidad que se brinda a los consumidores.	Gobiernos	Oportunidad
					Trabajadores	
					Ciudadanía	

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 15: Variables Tecnológicas- Ambientales

Identificación de las variables Tecnológica-Ambiental						
DIM	Factores	Comportamiento	Impacto	Motivo del impacto en la empresa	Implicados	Designación
TEC1	Desarrollo tecnológico	Aumento	Medio	La empresa que introduce nueva tecnología, tiene más posibilidad de ser más competitiva.	Empresa	Oportunidad
					Competencia	
					Proveedores	
					Empresa	
AMB1	Normas Ambientales	Aumento de multas en el sector ambiental	Alto	La acogida de las normas ambientales establecida en la tala de árboles.	Gobiernos	Amenaza
					Empresa	
					Trabajadores	

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 16: Variables Socio- Cultural

Identificación de las variables Socio-Cultural						
DIM	Factores	Comportamiento	Impacto en la empresa	Motivo del impacto en la empresa	Implicados	Designación
SC1	Costumbres	Cambiante	Medio	Adaptarse a las variaciones de cambios como mayor exigibilidad en los clientes.	Empresa	Amenaza
					Competencia	
					Ciudadanía	

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 17: Perfil Estratégico del Análisis Externo

	Factores	Mucha Oportunidad	Oportunidad	Equilibrio	Mucha Amenaza	Amenaza
EC1	Incremento Producto Interno Bruto		X			
EC2	Disminución de tasa de desempleo		X			
EC3	Incremento de Sueldo básico		X			
EC4	Inflación					X
POL1	Incremento de reformas tributarias					X
POL2	Aumento de reformas laborales			X		
POL3	Políticas Gubernamentales para la verificación de los estándares de calidad		X			
TEC1	Desarrollo tecnológico avanzado		X			
AMB1	Normas ambientales establecida en la tala de árboles					X
SC1	Variación de costumbres					X
TOTAL		0	5	1		4
PORCENTAJE			50%	10%		40%

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Matriz de Evaluación de los Factores Externos EFE

Permite analizar y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.

Es vital para determinar el comportamiento de la empresa frente a factores externos fundamentales, examina las oportunidades y amenazas de una organización, y de esta manera permite mitigar las amenazas y aprovechar al máximo las oportunidades mediante la formulación de estrategias.

Pasos para realizar esta matriz

- Realice una lista de las oportunidades y amenazas que afectan a la empresa y su industria.

- Asigne un peso relativo a cada factor, de 0.0 (no es importante) a 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito en la industria de la empresa. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe sumar 1.0.
- Asignar una calificación de 1 a 4 a cada uno de Los factores determinantes para el éxito con el objeto de indicar si las estrategias presentes están respondiendo de manera adecuada a cada factor, siendo 4 una respuesta adecuada, 3 Medianamente adecuado, 2 Casi adecuado y 1 no está respondiendo o Inadecuado.
- Multiplique el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.
- Sume las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total ponderado de la organización, siendo 3,52 el promedio.

Tabla N°. 18: Matriz EFE

Capacidad de respuesta de los Factores Externos					
DIM.	Factores Externos	Peso		Calificación	Total Ponderado
OPORTUNIDADES					
OP1	Incremento Producto Interno Bruto	20	0,1	4	0,4
OP2	Disminución de tasa de desempleo	22	0,11	4	0,44
OP3	Incremento de Sueldo básico	18	0,09	3	0,27
OP4	Políticas Gubernamentales para la verificación de los estándares de calidad	26	0,13	3	0,39
OP5	Desarrollo tecnológico avanzado	30	0,15	4	0,6
SUMA					2.10
AMENAZAS					
AM1	Incremento de reformas tributarias	20	0,1	3	0,3

AM2	Normas ambientales establecida en la tala de árboles	18	0,09	3	0,27
AM3	Variación de costumbres	14	0,07	3	0,21
AM4	Inflación	32	0,16	4	0,64
SUMA					1,42
TOTAL		200	1		3,52

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Análisis: La ponderación de esta matriz nos da como resultado 3,52 que sobre un rango de 4, lo que significa que la empresa está en preparada para afrontar cualquier cambio ante la variación de los factores considerados.

b) Análisis Interno

Tiene como propósito exponer las características de la empresa que son controlables. Una de las formas más habituales de realizar en análisis interno es centrarse en los recursos y capacidades, estos nos permitirán identificar las potencialidades de la organización y, sobre todo, aquellos factores que nos diferencian del resto y pueden proporcionar lo que se denomina una “ventaja competitiva”.

Recursos que deben analizarse:

- Tangibles: Pueden ser físicos (Mobiliario, vehículos, edificios) y financieros (Dinero, pólizas, etc.).
- Intangibles: Organizativos (Tecnológicos, organizativos: marca, prestigio, imagen) y humanos (conocimientos, habilidades, experiencia, etc.)

Capacidades que deben analizarse:

Capacidades: Son habilidades o competencias organizativas que permiten desarrollar adecuadamente una actividad combinando y coordinando los recursos individuales disponibles

Las capacidades suelen estar ligadas al capital humano (know how) son activos intangibles imprescindibles para la actividad empresa.

En todas las organizaciones existen aspectos que funcionan bien, formas distintas de hacer las cosas, cosas que sabemos hacer mejor que otros y que de igual manera nos ayude a determinar nuestra ventaja competitiva.

Tabla N°. 19: Variables de RR Humanos

Identificación de las variables de Recursos Humanos						
DIM.	Factores	Comportamiento	Impacto en la empresa	Motivo del impacto en la empresa	Implicados	Designación
RH1	Personal	Calificado	Bajo	Mejor desempeño del personal para el proceso productivo	Directivos	Fortaleza
					Trabajadores	
RH2	Sueldo	Estable	Bajo	El personal se encuentre satisfecho con la remuneración acorde al desempeño de trabajo	Directivos	Fortaleza
					Trabajadores	
RH3	Proceso de la utilización de la maquinaria para la producción	Normal	Bajo	Existe un decrecimiento en la producción debido a la disminución de las ventas.	Directivos	Debilidad
					Trabajadores	

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 20: Variables de Comercialización

Identificación de las variables de Comercialización						
DIM.	Factores	Comportamiento	Impacto en la empresa	Motivo del impacto en la empresa	Implicados	Designación
COM 1	Manera de comercializar los productos que ofrece la empresa	Normal	Alto	Al momento de dar a conocer los servicios que ofrece la empresa, tiene la capacidad de captar nuevos clientes.	Directivos	Fortaleza
					Trabajadores	

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 21: Variables de Administración

Identificación de las variables de Administración						
DIM	Factores	Comportamiento	Impacto en la empresa	Motivo del impacto en la empresa	Implicados	Designación
ADMI	Programación Administrativa	No cuenta	Alto	Afecta a la empresa debida que maneja una administración empírica que tiene como efecto de tener riesgos de lo que quiere alcanzar a futuro.	Directivos	Debilidad
					Trabajadores	

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 22: Variables Operativas

Identificación de la Dimensión de Operaciones						
DIM	Factores	Comportamiento	Impacto en la empresa	Motivo del impacto en la empresa	Implicados	Designación
OP1	Recursos de equipo y maquinaria	Adecuado	Bajo	La empresa cuenta con maquinaria de última tecnología	Directivos	Fortaleza
					Trabajadores	
OP2	Control de inventarios	Inadecuado	Alto	No se realiza el debido control mediante el sistema de inventarios permanentes o periódicamente.	Directivos	Debilidad
					Trabajadores	
OP3	Recursos materiales	Normal	Bajo	Cuenta con la materia prima suficiente para la elaboración de cada uno de los productos	Directivos	Fortaleza
					Trabajadores	
OP3	Infraestructura	Adecuada	Alto	Cuenta con las instalaciones necesarias para el desarrollo de las actividades que ofrece la empresa.	Directivos	Fortaleza
					Trabajadores	

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 23: Variables de Finanzas

Identificación de las variables de Finanzas						
DIM.	Factores	Comportamiento	Impacto en la empresa	Motivo del impacto en la empresa	Implicados	Designación
FIN1	Manejo de políticas de recuperación de cartera	No cuenta	Alto	No cuenta con la capacidad de cubrir sus obligaciones a corto plazo.	Directivos	Debilidad

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 24: Perfil estratégico Análisis Externo

DIM.	Factores	Mucha Debilidad	Debilidad	Equilibrio	Mucha Fortaleza	Fortaleza
RH1	Personal Calificado					X
RH2	Sueldo estable					X
RH3	Proceso bajo de la utilización de la maquinaria para la producción			X		
COM1	Manera de comercializar los productos que ofrece la empresa			X		
ADM1	Programación Administrativa inadecuado			X		
OP1	Recursos de equipo y maquinaria adecuada					X
OP2	Control de inventarios inadecuado			X		
OP3	Normal obtención de recursos materiales			X		
OP3	Infraestructura adecuada					X
FIN1	Manejo de políticas de recuperación de cartera			X		
TOTAL		0	4	2	0	4
PORCENTAJE			40%	20%		40%

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Matriz de Evaluación de los Factores Internos EFI

La matriz de evaluación de los factores internos (EFI) sirve para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. Es necesario examinar el interior de la misma basándose en las fortalezas y debilidades más importantes que presenta.

Esta matriz nos ayuda a identificar nuestras debilidades y así poder contrarrestarla con estrategias que se formularán después de su análisis y de esta manera ayuda al gerente o encargado a tomar decisiones adecuadas.

Pasos para realizar esta matriz

- Realice una lista de las oportunidades y amenazas que afectan a la empresa y su industria.
- Asigne un peso relativo a cada factor, de 0.0 (no es importante) a 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito en la industria de la empresa. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe sumar 1.0.
- Asignar una calificación de 1 a 4 a cada uno de Los factores determinantes para el éxito con el objeto de indicar si las estrategias presentes están respondiendo de manera adecuada a cada factor, siendo 4 una respuesta adecuada, 3 Medianamente adecuado, 2 Casi adecuado y 1 no está respondiendo o Inadecuado.
- Multiplique el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.
- Sume las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total ponderado de la organización, siendo 3,42 el promedio.

Tabla 26: Matriz EFI

Capacidad de respuesta de los Factores Internos					
DIM.	Factores Internos	Peso		Calificación	Total Ponderado
FORTALEZAS					
F1	Personal Calificado	26	0,13	4	0,52
F2	Sueldo estable	24	0,12	4	0,48
F3	Normal obtención de recursos materiales	20	0,1	3	0,27
F4	Recursos de equipo y maquinaria adecuada	28	0,14	4	0,56
F5	Infraestructura adecuada	30	0,15	4	0,6
SUMA					2,43
DEBILIDADES					
D1	Proceso bajo de la utilización de la maquinaria para la producción	18	0,09	3	0,27
D2	Programación Administrativa inadecuado	18	0,09	3	0,27
D3	Control de inventarios inadecuado	18	0,09	2	0,18
D4	Manejo de políticas de recuperación de cartera.	18	0,09	3	0,27
SUMA					0,99
TOTAL		200	1		3,42

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

Análisis: La ponderación de esta matriz nos da como resultado 3,42 que sobre un rango de 4, lo que significa que la empresa está en preparada para afrontar cualquier cambio ante la variación de los factores considerados.

c) FODA

Se puede decir que el FODA es una herramienta fundamental para la empresa ya que nos permite identificar los factores internos que se relacionan con las fortalezas y debilidades de la empresa y los factores externos nos brinda conocer las oportunidades que se presentan en el mercado y además las amenazas que debe afrontar la empresa en el mercado.

Por el cual se elabora la matriz FODA de la empresa “Home Solutions”

Tabla N°. 25: FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Personal Calificado para el crecimiento de la empresa. Sueldo estable. Disponibilidad de materia prima. Equipo y maquinaria de última tecnología. Infraestructura adecuada para la prestación de sus servicios. Cumplimiento legal.	Incremento de Producto Interno Bruto. Disminución de tasa de desempleo. Nichos de mercado ocultos. Desarrollo tecnológico avanzado. Costos competitivos con el mercado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
No se utiliza la máxima capacidad de producción de la maquinaria. Dirección Administrativa empírica. Control de inventarios inadecuado. Alto índice de Endeudamiento. No cuenta con políticas de recuperación de cartera.	Incremento de reformas tributarias. Normas ambientales. Crecimiento de competencia. Crecimiento de la tasa inflacionaria. Bajo poder adquisitivo de los clientes.

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Jiménez N.

4.2.3 Estudio De Mercado

Determinar si el producto que se ofrecerá será aceptado en el mercado, de la misma manera conocer si los posibles clientes están dispuestos a adquirir nuestra nueva línea de muebles.

4.2.3.1 Antecedentes históricos.

La industria forestal y de la madera comprende un segmento primario (de procesamiento y transformación) y otro secundario (con mayor grado de incorporación de valor agregado), y actividades de transporte y comercialización de los productos obtenidos en esos dos segmentos. Ninguno de estos procesos podría ocurrir sin las actividades previas de tala y corte en los bosques primarios y también en los cultivados.

Visto en su conjunto, este sector productivo podría ofrecer beneficios considerables para el desarrollo endógeno del Ecuador, dadas las ventajas absolutas que dispone el país en este campo, bajo condiciones ciertas de manejo sustentable de los recursos renovables que constituyen su basamento, fomento tecnológico, modificaciones profundas de las estructuras productivas, encadenamientos y clúster, y apoyo para la exportación. Sin embargo, de no operar estos cambios cualitativos, el sector maderero seguirá coadyuvando a la descapitalización del patrimonio natural del país y ofrecerá pocas posibilidades para mejorar la distribución del ingreso y para reducir la desigualdad.

Fase primaria

En esta fase se procesa en forma inicial la madera cruda, así como otras materias primas provenientes directamente de los bosques. Esta fase comprende los aserraderos, las fábricas de contrachapados, aglomerados y astillas.

Los aserraderos son unidades industriales de baja tecnología que insumen madera cruda (en rollo) y producen madera aserrada (tablones, tablas, duelas...). Pueden ser instalaciones fijas o móviles. Ecuador se caracteriza por la presencia de pequeños aserraderos, poco desarrollados tecnológicamente, que generan una baja calidad del producto final. Utilizan sierras circulares ineficientes, que originan un gran desperdicio. En este segmento se incluyen unos 5.000 “motosierristas.”

Las fábricas de contrachapado (los “tableristas”) producen planchas compuestas de chapas pegadas de madera extraídas por el método del desenrollado, sobrepuestas en capas impares con la veta perpendicular entre ellas, proporcionándole mayor resistencia mecánica que la madera sólida de igual superficie y grosor. Este producto se conoce también como “madera triplex.” Los tableristas ecuatorianos están conformados por cinco fábricas que se abastecen de bosques nativos y plantaciones forestales. En general disponen de buena tecnología y están en proceso de modernización de sus plantas. El control de calidad de los productos terminados es apropiado, en especial para los productos destinados al mercado de exportación.

Las Fábricas de aglomerados producen tableros de partículas y MDF (Medium Density Fiberboard) hechos con una mezcla de partículas de madera (generalmente de pino) y colas especiales, prensadas en condiciones de presión y temperatura controladas. Las planchas de aglomerado tienen medidas fijas estandarizadas, con características mecánicas y físicas uniformes y bien definidas. Pueden ser enchapadas, “melaminizadas” o decoradas para diversas aplicaciones. Las placas MDF, a diferencia del aglomerado, pueden ser mecanizadas obteniendo excelentes terminaciones. Generalmente son de color claro y de superficie lisa y uniforme. Se las utiliza para variados propósitos (muebles, molduras, puertas, divisiones, etc.). En Ecuador existen dos fábricas de tableros de partículas, además de una fábrica que produce tableros MDF. Se abastecen de materia prima uniforme, proveniente de plantaciones de pino y eucalipto de la región interandina. Operan con tecnología y equipo modernos. Disponen de laboratorios propios y hacen control de calidad de alto nivel que les permite competir en los mercados externos.

Las Fábricas de aglomerados producen tableros de partículas y MDF (Medium Density Fiberboard) hechos con una mezcla de partículas de madera (generalmente de pino) y colas especiales, prensadas en condiciones de presión y temperatura controladas. Las planchas de aglomerado tienen medidas fijas estandarizadas, con características mecánicas y físicas uniformes y bien definidas. Pueden ser enchapadas, “melaminizadas” o decoradas para diversas aplicaciones. Las placas MDF, a diferencia del aglomerado, pueden ser mecanizadas obteniendo excelentes terminaciones. Generalmente son de color claro y de superficie lisa y uniforme. Se las utiliza para variados propósitos (muebles, molduras, puertas, divisiones, etc.). En Ecuador existen dos fábricas de tableros de

partículas, además de una fábrica que produce tableros MDF. Se abastecen de materia prima uniforme, proveniente de plantaciones de pino y eucalipto de la región interandina. Operan con tecnología y equipo modernos. Disponen de laboratorios propios y hacen control de calidad de alto nivel que les permite competir en los mercados externos.

Fase secundaria

En esta fase se procesa los productos provenientes de la industria primaria, para su uso en actividades de construcción, muebles, pallets, puertas, pisos, etc. La construcción usa madera en forma limitada. La industria ecuatoriana de la madera no puede proveer madera dimensionada y clasificada para la construcción, entre otros motivos por falta de normalización en el tamaño de las vigas, travesaños, postes, marcos de ventanas y puertas.

La industria de muebles constituye el segmento más importante de la industria maderera secundaria del Ecuador. Incluyendo talleres y fábricas de dimensiones más bien pequeñas. Se abastece de madera con calidad muy variada, proveniente, en general, de procesos previos realizados por motosierristas.

Salvo pocas empresas, la gran mayoría de la industria del mueble está conformada por medianas y pequeñas empresas familiares, con limitaciones tecnológicas y de maquinaria. El diseño de productos y control de calidad es deficiente. La fuerza de trabajo presenta dificultades: falta de operarios y mandos medios, pues una porción considerable de estos últimos han emigrado hacia España, Italia y Estados Unidos. Prevalecen limitados conocimientos de gestión empresarial y de mecanismos de comercialización externa. Estas empresas se ubican principalmente en las ciudades de Cuenca y Quito y se encuentran operando entre el 40% y el 60 % de su capacidad instalada (si se considera tres turnos de trabajo). Este segmento industrial se constituye por tres tipos diferentes de empresas:

Las fábricas de muebles modulares, que incluye todas las unidades productoras de muebles que utilizan como materia prima esencial tableros de partículas cubiertos con vinil, fórmica, papel impregnado o chapas decorativas de madera. Elaboran muebles de oficina, divisiones, escritorios, mesas de conferencia y sillas, además de gabinetes de

baño y de cocina. Como la tecnología empleada en este segmento es simple, tiene pocos problemas relacionados con la producción y fabricación, salvo la necesidad de asistencia técnica en temas de diseño, sin menospreciar que aunque algunos fabricantes producen muebles de estilo moderno, aceptados y cotizados internacionalmente.

Los talleres y pequeñas fábricas de muebles de madera sólida o combinaciones de contrachapados decorativos con madera sólida. Este segmento del sector tiene varios problemas, comenzando por el secado de la madera sólida, la estabilidad de las dimensiones requeridas, el mantenimiento de las herramientas y maquinaria, y el terminado final de los productos. Los talleres y pequeñas fábricas, por lo general, carecen de espacios adecuados, y sus controles de calidad son deficientes (cuando se realizan).

Las fábricas de pisos, puertas y marcos también adolecen de los problemas mencionados para el caso de los talleres y pequeñas fábricas de muebles de madera sólida. La dificultad de obtener madera de calidad uniforme afecta la calidad de los pisos, parquet, tiras y revestimientos. Al igual que en el caso anterior, los problemas se expresan en los procesos de secado, maquinado y terminado. Las puertas de madera sólida constituyen artículos de lujo de buena salida en el mercado nacional e internacional. El mercado interno acepta todavía puertas con defectos pero cualquier fabricante interesado en la exportación de sus productos, debe tomar en cuenta el contenido de humedad en la madera, el tipo de madera, la estabilidad de las dimensiones, la uniformidad del color, etc.

La apuesta de desarrollo endógeno del Gobierno nacional considera el segmento del sector que produce muebles de madera sólida, para destinarlo a la exportación. Esta actividad debería ser promovida en las regiones de planificación 2 y 6. Esta apuesta procura concentrar la actividad del sector en el segmento que incorpora mayor valor agregado (ver Diagrama 1), pero que aparentemente al momento encontraría las mayores dificultades.

Como en otras actividades priorizadas, en ésta también se hace indispensable, para realizar una aproximación a la rama productiva específica, considerar la globalidad del sector, en este caso de la madera. (Oleas, 2011)

4.2.3.2 Definición del Producto.

Muebles de Sala elaborados con Palets, los mismos que serán productos de calidad con un estilo y diseño diferente a los Muebles convencionales conocidos por nuestros demandantes, ahora a que nos referimos con Palets es un tipo de madera moderno y único para elaborar muebles personalizados, los mismos que tendrán como decoración cojines para mejorar el diseño elegido, como dato adicional se podrá personalizar la decoración al gusto de nuestros clientes, además que este tipo de producto beneficiará a la empresa en cuestiones de costos.

Actualmente las personas buscan satisfacer sus necesidades incluyendo gustos y preferencias, esta nueva línea de muebles se basa en la modernidad europea; es lo último en tendencia en cuanto a estilo y diseño, además que mejorará la producción actual de la empresa. Anexo (I)

4.2.3.3 Análisis de la demanda

Relacionamos el desarrollo de la investigación y determinamos que la demanda es el número de personas tomadas de la muestra, es decir el número de personas encuestadas; y analizamos que los posibles clientes de la ciudad de Riobamba están dispuestos y mantienen las condiciones necesarias para adquirir el producto a ofertar.

a) Clientes Potenciales

Es la población económicamente activa de la Ciudad de Riobamba que mantiene un estatus de vida media, es decir las personas que tienen un poder adquisitivo mediano, analizamos a nuestros clientes potenciales de esta manera ya que fue tomado en cuenta para el cálculo de la muestra el PEA de la Ciudad de Riobamba.

b) Demanda Pasada

De acuerdo a la información encontrada en fuentes de información secundaria se encontró lo siguiente:

La ciudad de Riobamba destaca en el sector comercial con el 17.5% el mismo que constituye también un sector fuerte de la economía local, lo cual es evidente por el notable incremento del comercio en la ciudad, particularmente el comercio informal. El sector industrial manufacturero con un 10.1%, y el sector educativo un 8.9%, representan sectores importantes dentro de la actividad económica del cantón. 5 La ciudad de Riobamba representa el 68% de la PEA cantonal, mientras que el resto de parroquias rurales representan el 32% de la misma. (Cadena, 2010)

c) Demanda Actual

Nos referimos a la demanda que existe en el mercado en la producción y comercialización de Muebles, que no ha llegado a cubrir de manera satisfactoria las necesidades de los clientes.

Para poder conocer la demanda real en la encuesta dirigida a la Población económicamente activa para la empresa “Home Solutions”, nos vamos a basar en los datos obtenidos en las encuestas dirigidas a la ciudadanía en la cual se les realizó la siguiente pregunta, cada que tiempo le gustaría cambiar a usted sus muebles.

Tabla N°. 26: Frecuencia a la hora de adquirir Muebles

Variables	Frecuencia	Tiempo	Cantidad
Cada 4 años	105	4	420
Ocasiones especiales	277	1	277
Total	382		

Fuente: Encuesta aplicada al PEA. (G7)

Elaborado por: Jiménez N.

La demanda real de la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba en un plazo de cuatro años es de 420 unidades, 227 personas manifestaron que adquieren Muebles en ocasiones especiales determinándolas como matrimonios, bonos económicos, etc.

En esta ocasión tomaremos como referencia para determinar la demanda futura 420 Juegos de Muebles ya que se determina un cierto periodo de tiempo que es cuatro años y nos permite calcular datos más certeros.

a) Demanda Futura

Para realizar el cálculo para la demanda futura identificamos el valor de la primera variable de la demanda, conocemos el número con mayor frecuencia de requerimiento de la producción y comercialización de la nueva línea, 277 personas accederán a adquirir Muebles de Sala en ocasiones especiales, y otra variable considerada son que 105 ciudadanos adquieren Muebles cada 4 años o lo cual corresponde multiplicar $105 \cdot 4$ obtenemos el resultado de 420 Juegos de Muebles, posteriormente obtenemos la demanda en cantidades.

Fórmula para la proyección de la demanda futura

Para (Rojas S. , 2009) nos indica la fórmula de la demanda proyectada, que se utilizará para el desarrollo de la investigación.

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

C_n = Cantidad futura

C_o = Cantidad actual

i = Tasa de crecimiento poblacional.

n = Año a estimarse

Cálculo de la proyección de la demanda futura.

Para (INEC, 2016) se mantiene la misma tasa para el año 2017, nos indica que la Tasa de crecimiento poblacional es de 1,56% en el año 2016.

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$
$$C_n = 420 (1 + 0.0156)^1$$

$$C_n = 427$$

Tabla N°. 27: Proyección de demanda futura

Año	Demanda Proyectada
2017	420
2018	427
2019	440
2020	461
2021	490
2022	529

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Jiménez N.

4.2.3.4 Análisis de la oferta

Consideramos a la oferta la cantidad de bienes o servicios de calidad que los oferentes están en la capacidad de ofrecer a los clientes o consumidores finales a precios adecuados, por un período de tiempo determinado. La objetividad de realizar este análisis acerca de la oferta es conocer cuantitativamente la producción que se comercializará en el mercado.

Los principales oferentes son las diferentes empresas de producción y comercialización de Muebles que ofrecen productos en el mismo mercado.

Tabla N°. 28: Principales Oferentes

OPCIONES	FRECUENCIA
Colineal	160
Comercial Daniele' s 2	85
Carpintería Noble Madera	22
Los Andes Home & Design	55
Jael'd Muebles	50
Bryxajos Muebles	10
Total	382

Fuente: Investigación de Campo. (P2)

Elaborado por: Jiménez N.

Podemos visualizar que uno de los oferentes directos con respecto a la empresa es Colineal, es uno de los más visitados y opcionados para la población a la hora de adquirir Muebles.

a) Oferta Pasada

La facturación de la industria nacional del mueble es de \$142 000 000 de dólares anuales, según el Censo Nacional Económico del 2010.

b) Oferta Actual

De acuerdo a una indagación realizada a nuestros principales oferentes, se afirma que la mayoría de producción y comercialización de muebles es a mediados y finales de año, con una producción de 160 Juegos de Muebles aproximadamente, tomamos como referencia a nuestra posible mayor competencia que es Colineal, describiendo todo tipo de muebles entre estos tenemos muebles de sala, comedor, dormitorio, etc.

c) Oferta Futura

La proyección de la oferta futura se realiza con la misma fórmula de la demanda, con el porcentaje del crecimiento poblacional de 1.56%.

La proyección de la oferta futura se realiza con la misma fórmula de la demanda, con el porcentaje del crecimiento poblacional de 1.56%.

Cálculo de la proyección de la oferta futura

Para (Rojas S. , 2009) nos indica la fórmula de la oferta proyectada, que se utilizará para el desarrollo de la investigación.

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

$$C_n = 160 (1 + 0.0156)^1$$

$$C_n = 162$$

Tabla N°. 29: Proyección De Oferta Futura

Año	Oferta Proyectada
2017	160
2018	162
2019	167
2020	175
2021	186
2022	201

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Jiménez N.

4.2.3.5 Demanda Insatisfecha

Calculamos la demanda insatisfecha de esta manera: restamos los valores de la demanda proyectada menos la oferta proyectada, y así obtenemos el resultado de la demanda insatisfecha.

Tabla N°. 30: Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2017	420	160	260
2018	427	162	265
2019	440	167	273
2020	461	175	286
2021	490	186	304
2022	529	201	328

Elaborado por: Jiménez N.

4.2.3.6 Análisis de Precios

Tomando en consideración el estudio realizado a la población, para poder cubrir los costos de producción el precio mínimo a ofertar debe ser de 800 a 900\$ USD en donde se aprovechará el margen de rentabilidad mayor al 30%, analizamos las encuestas aplicadas y podemos ofertar el producto entre 800\$ a 900\$, obteniendo así la reducción de riesgo futuro. Para poder calcular se resta el margen de rentabilidad total del 100%

menos el margen de rentabilidad a ser aprovechado, es decir (100%-30%) y tenemos el 70% como porcentaje para obtener el precio de venta.

Tabla N°. 31: Referencia para el cálculo de Precios

OPCIONES	FRECUENCIA	%
De \$600 a \$700		
De \$700 a \$800	22	5,76
De \$800 a \$900	310	81,15
De \$900 a \$1000	50	13,09
Total	382	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 16: Costo Unitario

					Costos de Producción				
					\$	200,73	\$	84.306,04	
					\$	182,25	\$	76.545,40	
Materiales Directos	Unidad	Cantidad	Costo General	Costo Unitario	Cantidad Por Juego	Valor Unitario	Valor Total		
Palets	Tablones 1.50 mts	420	4,00	\$ 0,50	60	\$ 30,00	\$ 12.600,00		
Espojas Cojines (Decorativos)	mts			\$ 4,00	15	\$ 60,00	\$ 25.200,00		
Tela Cojines (Decorativos)	mts			6,00	\$ 5,10	8	\$ 40,80	\$ 17.136,00	
Pegamento	Cubeta 1/4			4,00	\$ 1,00	1	\$ 1,00	\$ 420,00	
Laca con color	Galón 4 lt			40,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 4.200,00	
Total						\$ 141,80	\$	59.556,00	

Fuente: Empresa “Home Solutions”

Elaborado por: Jiménez N.

Para analizar el precio por unidad tomamos en cuenta el estudio realizado en el análisis financiero donde nos arroja como resultado el costo Unitario de cada Juego de Muebles y procedemos a calcular la fórmula:

Fórmula para analizar el precio unitario según (Delgado, 2013)

La manera correcta de calcular el precio de venta es:

$$\text{Precio} = \text{Coste} / (1 - \% \text{margen})$$

Pv = Precio de Venta

m = Margen

Cu = Costo Unitario

$$\text{Precio} = 200,73 / (1 - 40\%)$$

$$\text{Precio} = \$ 335$$

El precio de venta al público estimado será de 335\$ USD.

a) Cálculo de Proyección de precios

Según en el Fondo Monetario Internacional (Fondo Monetario Internacional, 2018) conoce la inflación proyectada y se utiliza la siguiente fórmula que se aplica para la proyección de precios

$$P_r = \text{Precio actual} * \text{inflación proyectada}$$

Tabla N°. 32: Precio Proyectado

Año	Precio actual	Inflación proyectada (%)	Precio Proyectado
2017	\$ 335,00	0,299	1,00
2018	\$ 336,00	0,599	201,26
2019	\$ 537,27	0,69	370,71
2020	\$ 907,98	0,915	830,80
2021	\$ 1.738,78	1,195	2077,85
2022	\$ 3.816,63	1,424	5434,88

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Jiménez N.

b) Cálculo de Punto de Equilibrio :

Para (Quesada, 2005) las fórmulas a aplicarse son las siguientes:

Tabla N°. 33: Costos Fijos y Variables

Costos Variables	
Materiales Directos	4.963,00
Materiales Indirectos	154,26
Mano de Obra Indirecta	492,46
Servicios Generales	47,00
TOTAL	5.656,72
Costos Fijos	
Mano de Obra Directa	1.415,78
TOTAL	1.415,78

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Jiménez N.

Punto de Equilibrio en Unidades

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable}}$$
$$PE = \frac{1.415,78}{335 - 13,47}$$
$$PE = 4,40 \text{ u}$$

Margen de Contribución

$$= \frac{\text{Precio de Venta} - \text{Costos Variable}}{\text{Precio de Venta}}$$
$$MC = \frac{335 - 13,47}{335}$$
$$MC = 95\%$$

Punto de Equilibrio

$$PE = \frac{\text{Precio Fijos Totales}}{\text{Margen de Contribución}}$$
$$PE = \frac{1415,78}{95}$$
$$PE = 15 \text{ unidades}$$

Análisis

Para la empresa “Home Solutions”, si se genera utilidad, además que se obtuvo un margen de contribución positivo.

$$\text{Ventas } (15 \text{ u} \times 335,00) = 5.025,00 \text{ Usd}$$

$$\text{Costos Fijos} = 1415,78 \text{ Usd}$$

$$\text{Costos Variables } (15 \text{ u} \times 13,47) = 202,05 \text{ Usd}$$

Podemos analizar que la producción de 15 unidades de muebles cubre con los costos que se necesitan para su elaboración.

4.2.3.7 Análisis de Canales de Distribución

Para la Empresa “Home Solutions”, el producto puede comercializar de manera Directa al consumidor final, en este caso a la población económicamente activa Riobamba, ya que empresa cuenta con su propia planta productora de Muebles.

Gráfico N°. 17: Distribución



Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Jiménez N.

a) Promoción

Promocionaremos nuestro producto de una manera eficaz y eficiente para diferenciarnos de nuestros oferentes, estableciendo una ventaja competitiva, nos enfocaremos en el trabajo eficaz de nuestro personal brindándoles confianza en su desempeño laboral para que desarrollen eficiencia a la hora de producir los Muebles aprovechando cada uno de los recursos de la empresa. De esta manera se podrá satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindándoles no solo calidad si profesionalismo.

Para empresa “Home Solutions a promoción de nuestro producto es fundamental para asegurar el éxito de la nueva línea de muebles, de esta manera manifestamos una estrategia y sugerimos la misma como herramienta competitiva dentro del mercado.

Por la compra de un Juego de Muebles de Sala de esta nueva línea si el cliente cancela su compra al contado se le realizará un descuento mínimo del 10%, tomando en cuenta que dicho descuento no afectará a la rentabilidad esperada.

b) Publicidad

El medio que utilizaremos para dar a conocer nuestro producto será el medio televisivo, también consideramos las redes sociales que son las fuentes de comunicación más consumidas por la población. Este es un paso importante para poder informar de una manera eficaz y eficiente nuestra nueva línea de Muebles. Tomamos en cuenta que la publicidad es un instrumento que debe ser explotado de forma consiente y coherente.

4.2.4 Ingeniería del proyecto

4.2.4.1 Especificaciones Técnicas

4.2.4.1.1 Localización y ubicación

La empresa Home Solutions, estará localizada en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, Ecuador. Está ubicada en la calle Panamericana Norte Km2 vía a Quito, al norte de la ciudad. El terreno tiene un total de 432mt y sus medidas son 11mt de frente y 39,30mt de profundidad. (Anexo II)

Junto a la Empresa Agro produzca – Riobamba. (Anexo III)

4.2.4.1.2 Estructura de plantas y oficinas

La empresa “Home Solutions” cuenta con el espacio suficiente y necesario para el desarrollo de sus actividades, mantiene una distribución adecuada en cuanto a sus funciones operativas, administrativas y logísticas.

A continuación se observaremos las distintas áreas que comprende la planta con sus adecuaciones.

Gráfico N°. 18: Plantas y Oficinas



Fuente: Información de la Empresa.

Elaborado por: Jiménez N.

4.2.4.1.3 Servicios Básicos

Para empresa “Home Solutions” es importante tener una correcta instalación de los servicios básicos esto evita adversidades tales como: accidentes fortuitos en el trabajo de los empleados, pérdida de activos, pérdida de tiempo lo mismo que causa descuido en la producción.

Pudimos constatar mediante una visita a la empresa que si se cumple con todos los requerimientos básicos y necesarios exigidas por las autoridades para el correcto funcionamiento de la empresa, y observamos que si se mantiene un orden lógico en sus instalaciones.

Mediante la observación realizada pudimos constatar lo siguiente:

- a) Agua potable, distribuida para todas las áreas de la empresa.
- b) Línea telefónica e Internet, asignada a todas las áreas de la empresa.
- c) Luz Eléctrica, disponible a las áreas administrativas.
- d) Energía Eléctrica, para el funcionamiento de maquinaria y equipo adquiriendo un transformador.

4.2.4.2 Maquinaria y Equipo

4.2.4.2.1 Capacidad Instalada

Aprovechamiento de la Capacidad Instalada

Para determinar la capacidad instalada se deben de tomar en cuenta las políticas laborales establecidas por el Ministerio de Trabajo:

Los días de descanso establecidos serán los sábados, domingos y días festivos. Se establecen como días remunerados, los siguientes:

Tabla N°. 34: Días de descansos establecidos por el ministerio de trabajo

DIAS DE DESCANSO	
Meses	DÍA
Enero	01 feriado nacional por inicio de año
Febrero	10,11, 12,13 Carnaval
Marzo	30,31 -01Semana santa
Abril	28,19,30 Día del Trabajador
Mayo	25,26,27 Batalla Pichincha
Agosto	10,11,12 Independencia
Octubre	12,13,14 Independencia de Guayaquil
Noviembre	02 (día de santos difuntos)
Diciembre	25 (navidad)

Fuente: Información de la Empresa.

Elaborado por: Jiménez N.

Considerando como días festivos: 19 días. Jornada de Trabajo.

Tabla N°. 35: Horas de trabajo a utilizar

Jornada de trabajo	8 horas
Horas laboradas semanales	48 horas
No de días laborales (semana)	6 días
No de días laborales (mensuales)	24 días
Turnos de trabajo (comprendidas en turnos diurnos y nocturnos)	1 turnos diurno
Horas comprendidas por turno de trabajo	8 horas

Fuente: Información de la Empresa.

Elaborado por: Jiménez N.

Horario de trabajo

Lunes a Sábado: 8:00 a.m. a 5:00 p.m. Tiempo de almuerzo: 12:00 m. A 1:00 p.m.

Basándose en la información anterior se determina el Tiempo Normal de Operación (T.N.O.), según los siguientes cálculos:

$$T.N.O = 269 \text{ días} / \text{año} * 8 \text{ hrs.} / \text{día}$$

$$T.N.O = 2152 \text{ hrs} / \text{año} \text{ días al año} = 365 \text{ días}$$

$$= 365 - 19 \text{ días Festivos} - 52 \text{ domingos}$$

$$= 269 \text{ días} / \text{año}$$

Determinando el tiempo real de operación se estiman los tiempos improductivos del operario, que se detallan a continuación:

Tabla N°. 36: Tiempos improductivos por operarios

Tiempo de receso	30 minutos
Tiempo por necesidades fisiológicas e imprevistos	20 minutos
Total de tiempo improductivo	50 minutos

Fuente: Información de la Empresa.

Elaborado por: Jiménez N.

Ahora, se calcula el tiempo productivo por operario, restando al T.N.O. el tiempo improductivo:

$T.N.O \text{ por turno} = (60 \text{ min.} / \text{Hora}) * 8 \text{ hrs} / \text{día} = 480 \text{ min.} / \text{Día} = \text{tiempo improductivo del operario} = 480 \text{ m} = 50 \text{ m}$

$\text{Total tiempo productivo} = 430 \text{ min.} / \text{Día} = 7.16 \text{ horas} / \text{día de tiempo productivo}$

Se concluye:

$T.N.O. = \text{días hábiles por año} \times \text{tiempo productivo del operario}$

$= 269 \text{ días} / \text{año} * 7.16 \text{ hrs} / \text{día} = 1926,04 \text{ hrs} / \text{año}$

$\text{Horas disponibles} = 1926 \text{ hrs} / \text{año}$

Días laborales por mes.

Se considera un total de 36 semanas de trabajo y se descuentan los días de asueto remunerado y el día de descanso.

Tabla N°. 37: Días a laborar en el año

MES	DIAS	MES	DIAS
ENERO	22	JULIO	24
FEBRERO	20	AGOSTO	22
MARZO	21	SEPTIEMBRE	24
ABRIL	19	OCTUBRE	22
MAYO	21	NOVIEMBRE	22
JUNIO	24	DICIEMBRE	23

Fuente: Información de la Empresa.

Elaborado por: Jiménez N.

Capacidad instalada utilizada.

Capacidad de la maquinaria y equipo.

El proceso productivo de la elaboración de muebles de Palets depende directamente de una determina maquinaria o equipo, sin embargo, la capacidad de la maquinaria es muy importante en el proceso, la cual es de 6 Muebles * 7 horas laborales reales al día obteniendo 42 muebles al mes.

El tamaño del proyecto se estableció, para producir una cantidad 420 muebles al año, 35 muebles al mes, por lo tanto se trabajará a una capacidad instalada que viene dada por la siguiente relación:

La capacidad instalada de penderá de la meta establecida como pronóstico de ventas por la empresa.

$$\text{Capacidad Instalada Utilizada} = \frac{[\text{Muebles pronosticados/Mes}]}{[\text{capacidad de la maquinaria}]}$$

$$\text{Capacidad Instalada Utilizada} = [35 / \text{mes}] / [42\text{Muebles/mes}] \text{ Capacidad}$$

$$\text{Instalada Utilizada} = 83\%$$

El Cálculo de la capacidad instalada utilizada ha sido considerado en base a la información obtenida mediante la indagación a los trabajadores de la empresa.

El nuevo producto que vamos a ofrecer debe ser de calidad para la satisfacción de los clientes, es por este motivo que se realizará la producción con todo la maquinaria y el equipo necesario para llegar al mercado meta.

Una de los puntos que beneficia a la empresa es que cuenta con su propia maquinaria y equipo para realizar la producción de la nueva línea de esta manera se trabajará de una forma eficaz y eficiente, así también se reducirán costos y gastos.

Detalle de la maquinaria que se requiere en el proyecto.

Tabla N°. 38: Maquinaria y Equipos

Sierra artesanal	Es una herramienta necesaria para la elaboración de Muebles, el mismo que nos sirve para cortar la madera y darle la forma personalizada del producto. (Anexo)
Sierra Escuadradora	Es necesaria para realizar cortes lineales a los tablones de madera. (Anexo I)
Pegadora de Cantos	Esta máquina nos ayuda a precisar la cantidad de pegamento o cola que se utilizará en la madera, además que nos ayuda a pegar bordes curvos de la madera. (Anexo I)
Sierra de banco	Se utiliza para cortar la madera de una manera más rápida. Se caracteriza por que tiene un disco dentado. (Anexo I)
Lijadora de banco	Esta herramienta se utiliza para dar un lijado rápido y efectivo a la madera la misma puede ser portátil. (Anexo I)
Compresores	Básicamente se utilizan para dar altas presiones o poco volumen. Son utilizados para realizar actividades industriales y domésticas. (Anexo I)
Taladros Eléctricos	Generalmente es utilizado para perforar cualquier material en este caso la madera. (Anexo I)
Taladro Inalámbrico	Adopta el mismo concepto que el taladro Eléctrico, con una característica en especial que tiene una batería recargable lo que permite mantener más agilidad al momento de realizar una perforación. (Anexo I)

Ingletadora	Se utiliza para cortar la madera y dar cortes precisos y definidos acorde al modelo solicitado, nos permite dar un diseño personalizado en diferentes ángulos a la madera. (Anexo I)
Caladoras	Se utiliza para cortar la madera. Se caracteriza por tener distintas dimensiones de dientes, los cuales ayudan a realizar cortes curvos, rectos o biselados, ofrecen cortes más precisos y más finos. (Anexo I)
Cepillos	Los operarios lo utilizan para limpiar los residuos de los tablones de madera. (Anexo I)
Martillos	Son utilizados para clavar clavos, o en su defecto algún desajuste del diseño de los muebles. (Anexo I)

Fuente: Ingeniería del Proyecto.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 39: Maquinaria y Equipos Cotización Monetaria

Maquinaria y Equipos	Valor Monetario
Sierra artesanal	\$ 218,00
Sierra Escuadradora	\$ 5.000,00
Pegadora de Cantos	\$ 25.000,00
Sierra de banco	\$ 218,00
Lijadora de banco	\$ 750,00
Compresores	\$ 1.750,00
Taladros Eléctricos	\$ 190,00
Taladro Inalámbrico	\$ 215,00
Ingletadora	\$ 300,00
Caladoras	\$ 215,00
Cepillos	\$ 75,00
Martillos	\$ 30,00
TOTAL	\$ 33.961,00

Fuente: Ingeniería del Proyecto.

Elaborado por: Jiménez N.

Tomando en cuenta que no toda la maquinaria que tiene la empresa será utilizada para la producción de la nueva línea.

4.2.4.3 Capacidad de producción

Analizamos cuales son los recursos Tangibles e Intangibles que tiene la empresa. Determinamos si está capacitada para realizar la producción del producto de este proyecto, podemos interpretar de la siguiente manera.

Nivel de eficiencia dónde se interpreta de la siguiente manera: E= Excelente; B=Bueno; R=Regular; I=Irregular y también analizamos la importancia de cada factor. A= Alta; M=Media; B=Bajo.

Tomando en cuenta que la empresa ya está constituida y este análisis se realizó con el personal de la misma, ya que el nivel de producción depende de los pedidos que se realicen.

Tabla N°. 40: Matriz de Recursos Tangibles e Intangibles

Recursos	Nivel de Eficiencia				Importancia			Mejora
	E	B	R	I	A	M	B	
TANGIBLES								
Maquinaria		X			X			Realizar mantenimientos continuos y oportunos para un funcionamiento efectivo
Equipo		X			X			Adecuar el entorno para evitar anomalías en su funcionamiento
Infraestructura	X				X			
Vehículo		X			X			Efectuar los mantenimientos respectivos en los tiempos estipulados
INTANGIBLES								
Reputación	X				X			
Cultura Laboral		X			X			Realizar actividades de Integración social donde participen todos los miembros de la empresa sin importar la jerarquía
Innovación	X				X			

Posicionamiento en el mercado			X		X			Implementar estrategias de mayor impacto social a través de la Publicidad
Capacitación Personal		X			X			Contratar Instructores Internacionales para ampliar los conocimientos de nuestros colaboradores

Fuente: Ingeniería del Proyecto.

Elaborado por: Jiménez N.

Se puede analizar que la empresa cuenta con todo lo necesario para realizar la producción de esta nueva línea. Y está en la capacidad de producir y comercializar nuestro producto a mercado.

4.2.4.3.1 Proceso del producto

Especificaciones Técnicas.

El riesgo al que se ve sometida la empresa es considerable ya que se elaborarán los muebles a medida que la población lo solicite, tomando en cuenta el nivel de operarios evaluamos que se producirán 420 Juego de Muebles aproximadamente al año, la comercialización se dará cuando el producto esté listo.

Tomamos en cuenta que no es la única línea que maneja esta empresa los trabajadores mantienen sus actividades como todo empleado 8 horas diarias. La empresa cuenta con 6 operarios de los cuales solo necesitaremos 3; 1 carpintero, 1 lacador, y el encargado de tapizar los decorativos.

Tabla N°. 41: Descripción de la MOD Y MOI

MOD	CAN T.	SUELDO MENSUAL	TOTAL	APORTE IESS	XIII SUELDO	XIV SUELDO	TOTAL MENSUAL
Operarios	3	386,00	1.158,00	129,12	96,50	32,17	1.415,78
						TOTAL	1.415,78
MOI	CANT.	SUELDO MENSUAL	TOTAL	APORTE IESS	XIII SUELDO	XIV SUELDO	TOTAL MENSUAL
Director de Comercialización	1	386,00	386,00	43,04	32,17	32,17	493,37
						TOTAL	493,37

Fuente: Ingeniería del Proyecto.

Elaborado por: Jiménez N.

Insumos o materiales que se utilizarán en este proceso de producción son los siguientes:

Para la elaboración de los muebles y las mesas:

Tabla N°. 42: Descripción de Insumos y materiales MPD Y MPI

Insumos y materiales		Valor Monetario					
TM	IM	Unidad	Costo General	Costo Unitario	Cantidad Por Juego	Valor Unitario	Valor Total
MPD	Palets	mts 1,50		\$ 0,50	60	\$ 30,00	\$ 12.600,00
	Esponjas Cojines (Decorativos)	mts	4,00	\$ 4,00	15	\$ 60,00	\$ 25.200,00
	Tela Cojines (Decorativos)	mts	6,00	\$ 5,10	8	\$ 40,80	\$ 17.136,00
	Pegamento	lt	4,00	\$ 1,00	1	\$ 1,00	\$ 420,00
	Laca con color	lt	40,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 4.200,00
TOTAL						\$ 141,80	\$ 59.556,00

Insumos y materiales	Valor Monetario					
Materiales Indirectos	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo por Juego	Valor Unitario	Valor Total
Cajas de Clavos	Unidades	150	\$ 0,02	3	\$ 0,06	\$ 25,20
Combustible	Galones					\$ 82,06
Servicios Generales			\$ 47,00			\$ 47,00
Total						\$ 154,26

	ANUAL	MENSUAL	POR UNIDAD
MPD	\$76.545,40	\$6.378,78	\$182,25
CIF	\$24.750,04	\$9.176,42	\$58,93
MAQUINARIA	\$ 33.961,00	\$2.830,08	

Fuente: Ingeniería del Proyecto.

Elaborado por: Jiménez N.

Detallamos las medidas exactas de un Juego de Muebles proporcionadas por los operarios de la empresa ya que ya se han elaborado este tipo de Muebles la diferencia es el tipo de madera y el acabado.

Tabla N°. 43: Medidas

Medidas del Mueble y Mesa
Largo 1.20m *Ancho 0,80cm
La mesa 1 m *0,80 cm

Fuente: Ingeniería del Proyecto.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 19: Armado del Mueble



Fuente: Ingeniería del Proyecto.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 44: Decorativos

Decorativos
Espaldar y asientos
Largo 0,60cm* Ancho 0,60cm

Fuente: Ingeniería del Proyecto.

Elaborado por: Jiménez N.

Gráfico N°. 20: Flujo grama de Procesos



Fuente: Ingeniería del Proyecto.

Elaborado por: Jiménez N.

1.- Selección de la materia Prima.- Se escoge la madera que se va a utilizar para realizar los muebles en este caso lo Palets.

2.-Cortar la madera.- Darle la forma del diseño personalizado a los tablonces de madera.

3.-Cantear la madera.- Consiste en tapar el aglomerado que queda después del corte a la madera con el fin de darle un mejor aspecto.

4.- Espigar la madera.- Darle la forma a los pequeños detalles de la madera a utilizar.

5.-Ligar la madera.- Este paso se lo realiza para que la madera quede limpia y liza con el fin de darle un mejor acabado.

6.- Armado de la forma del mueble.- Colocar los tablonces de madera en la forma del diseño del Mueble.

7.- Lijada a mano.- Después de establecer el diseño se lija los ultimo detalles o en su defecto alguna imperfección de la madera.

8.- Sellar la madera.- Se coloca el sellante en la madera (una capa) aproximadamente por unos 30 minutos.

9.- Lacado final (color personalizado).- Se coloca el color de laca que seleccione el cliente a su gusto con el fin de satisfacer sus necesidades.

Decorativos.

1.- Escoger el tipo de esponja.- Esponja para los cojines de los muebles

2.- Escoger el tipo de tela.- Seleccionamos la mejor calidad de tela para nuestros cojines.

3.- Tapizar los decorativos.

Producto Final

Gráfico N°. 21: Mueble terminado



Fuente: Ingeniería del Proyecto.
Elaborado por: Jiménez N.

4.2.5 Estudio administrativo

La empresa “Home Solutions” necesita una planificación estratégica con el fin de cumplir los objetivos planteados, los mismos que deben tener congruencia con la misión y visión que tiene la empresa.

Consideramos lo antes mencionado y analizamos la situación de la empresa y podemos darnos cuenta que en los últimos periodos no se ha obtenido los resultados esperados, este proyecto va dirigido a aprovechar la maquinaria al máximo para mejorar la producción e incrementar el desarrollo económico de la empresa.

El estudio de mercado realizado nos permite visualizar que existe una demanda insatisfecha y nos presenta una oportunidad para incursionar en el mercado, tomando en cuenta que va a un determinado segmento el PEA. Debemos tomar en consideración los factores internos de la empresa que puedan alterar el desarrollo óptimo de las actividades por la misma razón tomamos en cuenta los siguientes puntos.

a) Análisis de la Misión y Visión de la Empresa “Home Solutions”

La misión y visión de la empresa debe estar claramente direccionadas porque es el punto de partida para la toma de decisiones, es por esto que hemos realizado un análisis con el fin de que este acorde a la planeación estratégica propuesta en este proyecto.

Analizamos la misión y visión de la empresa “Home Solutions”

Analizamos la misión y visión de la empresa, y podemos deducir que las mismas están direccionadas a la competitividad en el mercado, la misma razón nos lleva a realizar un énfasis acorde a la planeación estratégica de nuestro proyecto.

La misión no cumple con las expectativas de la empresa, no está claramente definida por lo que se ha propuesto la siguiente para que sea representada desde sus inicios de operación hasta la actualidad:

La misión de la empresa no cumple con las expectativas de nuestro proyecto ya que nos proyectamos como empresa que renueva su producción y comercialización de productos:

Tabla N°. 45: Misión

ACTUAL	VIABLE
<p>Proyectarnos como una empresa de Muebles y Diseño de Interiores, dedicada al diseño, la producción y comercialización de muebles para el hogar y oficina, de excelente calidad. Orientada a adquirir proveedores exclusivamente Riobambeños y brindar muebles de excelente calidad a precios asequibles, permitiéndonos así obtener ventaja competitiva.</p>	<p>Proyectarnos como una empresa de Muebles y Diseño de Interiores, dedicada al diseño personalizado, la producción y comercialización de muebles para el hogar y oficina, de excelente calidad. Orientada a innovar y crear nuevas líneas de producción brindando precios asequibles, permitiéndonos así obtener ventaja competitiva, apoyando a los proveedores Riobambeños.</p>

Fuente: Estudio Administrativo.

Elaborado por: Jiménez N.

Analizamos la visión de la empresa y podemos verificar que si cumple con los requerimientos que se necesita para la propuesta de este proyecto. Motivo por el cual no se ha cambiado en lo absoluto el contenido de la misma.

Tabla N°. 46: Visión

ACTUAL
<p>Innovar continuamente los diseños de los muebles, mantener exclusividad en los productos que ofrecemos asegurando una producción sobresaliente y satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes potenciales.</p>

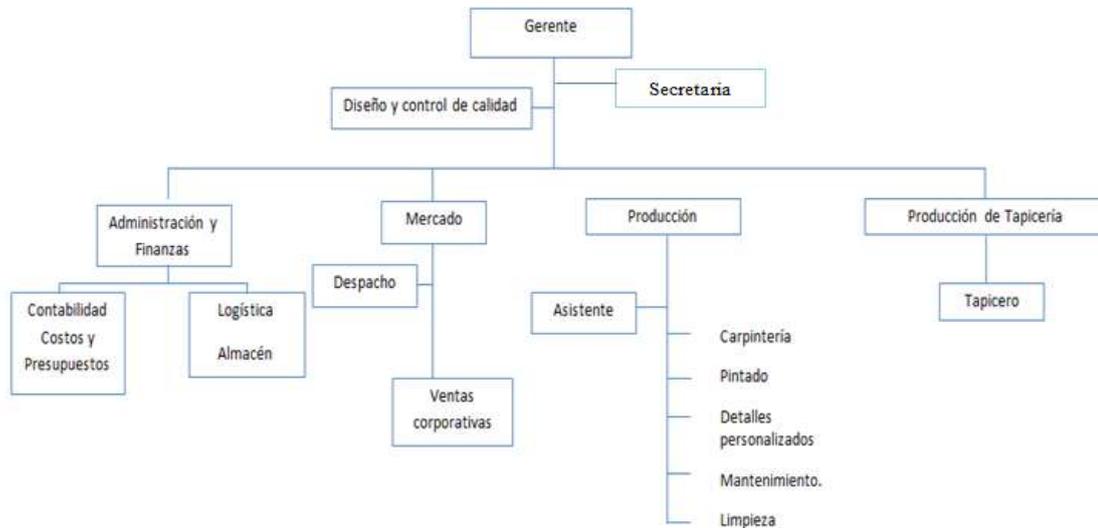
Fuente: Estudio Administrativo.

Elaborado por: Jiménez N.

4.2.5.1 Organigrama Estructural

Mantenemos el mismo organigrama estructural de la empresa ya que es efectivo para realizar la producción y comercialización del proyecto.

Gráfico N°. 22: Organigrama Estructural



Fuente: Empresa “Home Solutions”.

Elaborado por: Jiménez N.

4.2.5.2 Análisis de los Recursos Humanos

Debido a la nueva área de edición se necesitará contratar personal para el desarrollo de las actividades por lo que se realizará mediante el método de Reclutamiento con el fin de obtener suficientes aspirantes para el cargo.

Satisfactoriamente la empresa “Home Solutions” cuenta con el personal necesario para elaborar la nueva línea de muebles, motivo por el cual describiremos las funciones que realizan.

Los medios de comunicación que se utilizarán son redes sociales, y comerciales por el medio televisivo.

a) Descripción de funciones:

Tabla N°. 47: Gerente Propietario

Puesto	Gerente Propietario
Área	Administrativa
Tipo de puesto	Planta
Sexo	Masculino
Salario	386,00 USD

Fuente: Empresa "Home Solutions".

Elaborado por: Jiménez N.

Responsabilidades:

- Dirigir y controlar el desempeño de todas las áreas de la empresa.
- Actuar de manera congruente en función a los objetivos organizacionales.
- Definir políticas generales en el área administrativa.
- Impulsar la nueva planeación estratégica.
- Representar a la empresa de forma coherente y lógica.

Tabla N°. 48: Director de comercialización

Puesto	Director de comercialización
Área	Administrativa
Tipo de puesto	Planta
Sexo	Masculino
Salario	386,00 USD

Fuente: Empresa "Home Solutions".

Elaborado por: Jiménez N.

Responsabilidades:

- Desarrollar una estructura organizativa de ventas con el fin de lograr los objetivos planteados por la empresa.

- Elaborar las previsiones de venta necesarias siendo congruente con el departamento de marketing.
- Planificar estrategias para el correcto desempeño de su equipo de trabajo.
- Aportar con sus conocimientos para mejorar el posicionamiento de mercado de la empresa.
- Motivar y dinamizar a los empleados para que mantengan un desempeño óptimo para beneficiar a la empresa.
- Desarrollar y analizar la metodología de trabajo considerando el manual de ventas.

Tabla N°. 49: Contadora

Puesto	Contadora
Área	Administrativa-Contabilidad
Tipo de puesto	Planta
Sexo	Femenino
Salario	386,00 USD

Fuente: Empresa "Home Solutions".

Elaborado por: Jiménez N.

Responsabilidades:

- Registrar las facturas de los proveedores en orden en un sistema computarizado, con el fin de tener actualizadas las cuentas por pagar.
- Registrar y llevar todos los registros contables en forma sincronizada y elocuente para mantener los activos, pasivos y otras cuentas para mantener una organización lógica en la empresa.
- Verificar documentos como cheques, comprobantes, recibos y registrarlos en el sistema manejado por la empresa.

Tabla N°. 50: Operarios

Puesto	Contadora
Área	Administrativa- Contabilidad
Tipo de puesto	Planta
Sexo	Masculino
Salario	386,00 USD

Fuente: Empresa “Home Solutions”.

Elaborado por: Jiménez N.

Responsabilidades:

- Manejar las maquinarias con responsabilidad.
- Seleccionar la materia prima óptima para la producción.
- Ejercer sus funciones con eficiencia y eficacia.
- Mejorar su desempeño laboral de acuerdo a las exigencias de la demanda.

4.3 ESTUDIO LEGAL

La empresa “Home Solutions” está ubicada en la ciudad de Riobamba en la Zona Noroeste, es una empresa dedicada a la producción y comercialización de diseños de interiores de hogar y oficinas, realiza sus actividades con total tranquilidad ya que posee todos los derechos que exige la ley,

4.3.1 Base Legal

“Home Solutions” cuenta con los siguientes requisitos para su respectivo funcionamiento de su actividad económica. Analizamos los documentos con los que cuenta a empresa.

Tabla N°. 51: Base Legal

Permisos	Comportamiento	Descripción
Registro Único del Contribuyente (RUC)	La empresa cuenta con el RUC, como principal requisito para el desarrollo de sus actividades económicas.	Es un documento importante para el desarrollo de las actividades de la empresa, el mismo que fue otorgado por el Servicio de Rentas Internas. (Anexo VI)
Patente Municipal	Dispone del documento respectivo.	El permiso fue otorgado por el GAD de Riobamba, donde el gerente de la empresa debe cumplir con las obligaciones otorgadas por la ley como pagos anuales del impuesto.
Certificado del Artesano	La empresa cuenta con el documento actualmente.	El gerente mantiene este documento debido a que la empresa cuenta con su propio taller de producción.

Fuente: Empresa “Home Solutions”.

Elaborado por: Jiménez N.

4.3.2 Estudio Ambiental

En la empresa “Home Solutions”, se realiza el estudio de los impactos ambientales que presentará en el proceso de producción identificando factores tales como: los desperdicios residuales (madera, pegamento, líquidos industriales), de igual manera los impactos que pueda causar a los que se encuentran en el entorno de la empresa, con el fin de proponer soluciones de mejora ambiental para una producción más limpia.

4.3.2.1 Análisis de identificación de la planta

Es de gran importancia conocer donde se encuentra ubicada la planta, ya que el uso de suelo que utiliza la empresa puede provocar impactos ambientales, mediante una observación se pudo verificar que el uso de suelo de la empresa pertenece al tipo urbano de área industrial, con baja presencia de personas, industrias alejadas donde se concluye que la ubicación de la empresa es estratégico ya que se encuentra en las afueras de ciudad.

4.3.2.2 Análisis de proceso de producción

Tabla N°. 52: Identificación de residuos de acuerdo a las Etapas del Proceso

ETAPAS	RESIDUOS
Recepción de la Materia Prima	Ninguno
Trazado y corte de la madera.	Residuos de la madera. Aserrín
Espigar la madera.	No genera residuos.
Ensamble	Restos de la madera.
Lijado	Restos de madera.
Lacado y Acabado	Sobrantes Líquidos.

Fuente: Estudio Ambiental.

Elaborado por: Jiménez N.

4.3.2.3 Matriz de valoración del impacto ambiental

Se identifica los aspectos ambientales más representativos de la empresa, por medio de un análisis cualitativo y cuantitativo se realiza una matriz de valorización de la siguiente manera:

Tabla N°. 53: Matriz de valorización

Calificación	Denominación
-3	Impacto ambiental alto negativo
-2	Impacto ambiental medio negativo
-1	Impacto ambiental bajo negativo
0	No existe impacto ambiental
1	Impacto ambiental bajo positivo
2	Impacto ambiental medio positivo
3	Impacto ambiental alto positivo

Fuente: Estudio Ambiental.

Elaborado por: Jiménez N.

Se realiza un análisis de los residuos que genera la producción de la empresa, considerando la matriz de valoración del impacto que provoca a la emisión atmosférica.

Tabla N°. 54: Matriz de Impacto de Residuos

Factores	Comportamiento	Involucrados	Análisis de Impacto
Residuos Líquidos	Son generados por los sobrantes existentes, de pegamento que se utiliza en el armado y ensamblado del mueble y disolventes de aceites para la limpieza que se utiliza en el mantenimiento de las máquinas.	Personal de producción	Mediante la observación este tipo de residuos provocan impacto medio negativo a la emisión atmosférica, debido que tiene riesgo de afectar al suelo ante un mal manejo eventual de los materiales que se utilizan.
Residuos Sólidos	Son generados por los residuos sobrantes de la madera, lacado y acabado.	Personal de producción	Mediante la observación este tipo de residuos provocan impacto alto negativo a la emisión atmosférica, debido a los elementos químicos que se utilizan
Olores	Provocado directamente por la utilización de productos químicos como el pegamento, laca, aceites.	Personal de producción	Mediante la observación este tipo de residuos provocan impacto medio negativo a la emisión atmosférica, y afectan directamente a los trabajadores de la planta.
Ruidos	Utilización de las máquinas durante el proceso de producción (Trazado, corte y lijado).	Personal de producción	Mediante la observación este tipo de residuos no provocan impacto ambiental, porque directamente afecta a los trabajadores de la empresa.

Fuente: Estudio Ambiental.

Elaborado por: Jiménez N.

Tabla N°. 55: Matriz de Impacto Ambiental

Indicadores	Nivel de impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Residuos líquidos Sobrantes de pegamento Disolventes de aceites para la maquinaria		X						-2
Residuos sólidos Madera Compuestos de sobrantes en los envases de laca.	X							-3
Olores Pegamento Aceites Laca		X						-2
Ruidos Equipo y maquinaria Vehículos de proveedores				X				0
TOTAL	-3	-4		0				-7

Fuente: Estudio Ambiental.

Elaborado por: Jiménez N.

Fórmula

$$\begin{aligned} \text{Nivel de impacto} &= \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} \\ \text{Nivel de impacto} &= \frac{-7}{4} \\ \text{Nivel de impacto} &= -1,75 \\ \text{Nivel de impacto} &= -2 \end{aligned}$$

Análisis

Luego de haber realizado el cálculo del nivel de impacto ambiental el resultado es medio negativo, que significa que en la matriz de impacto de procesos de producción de la empresa “Home Solutions”, se identifica que uno de los puntos críticos son los residuos sólidos generados por sobrantes de madera, sobrantes de pegamento y desperdicio de compuestos en los envases de laca realizados en dichos procesos.

Mediante una pequeña inspección se encontró que satisfactoriamente la empresa cuenta con los implementos necesarios para realizar una producción limpia.

4.3.3 Evaluación financiera del proyecto

Es necesario conocer ciertos datos para poder calcular las diferentes herramientas financieras, a continuación se detalla lo siguiente.

Balance General (Anexo IV)
Empresa “Home Solutions”
31/12/2016

ACTIVOS	2016		
CORRIENTES			
DISPONIBLE		22.618,09	
Efectivo y Equivalentes al EF	15.250,32		
Bancos	8.198,00		
Caja	7.367,77		
Exigibles		8.988,89	
Ctas por cobrar	0,00		
Crédito Tributario Iva	8.219,14		
Crédito Tributario Renta	769,75		
Anticipo al Impuesto a la Renta	1.522,00		
Realizable		15.232,25	
Mercadería (Inv Final)	15.232,25		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE			46.839,23
ACTIVO NO CORRIENTE		218.438,50	194.503,36
Edificio	168.000,00		
Maquinaria Anterior	18.438,50		
Maquinaria Nueva	32.000,00		
Depreciaciones		23.935,14	
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTE			
TOTAL ACTIVO			241.342,59
PASIVO			
CORRIENTE			
CFN Corto Plazo	17.142,88		
Proveedores	925,30		
IESS Personal Y Patronal			
Impuestos por Pagar Fuente Iva	42,00		
1% Rte. Fuente	140,03		
TOTAL PASIVO CORRIENTE			18.250,21
NO CORRIENTE			
CFN Largo Plazo	59.999,92		
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE			59.999,92
TOTAL PASIVOS			78.250,13
PATRIMONIO			
Capitales y Reservas			295.490,45
Patrimonio		295.490,45	
Patrimonio Dos			
Resultado del Ejercicio	-11.771,73	-132.397,99	
Pérdida del Período Anterior	-120.626,26		
TOTAL PATRIMONIO			163.092,46
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO			241.342,59

Fuente: Empresa “Home Solutions”
Elaborado por: Jiménez N.

Estado de Pérdidas y Ganancias (Anexo V)
Empresa “Home Solutions”
31/12/2016

Detalle	2016		
<u>VENTAS</u>			167.799,96
COSTO DE VENTAS			
Inventario Inicial		24.467,93	
Compras Netas del Período		127.225,02	
NC Compras		2.832,62	
Transporte Compras		105,51	
Mercaderías Disponibles Para las Ventas		148.965,84	
Inventario Final del Período		15.232,25	
COSTO DE VENTAS		133.733,59	133.733,59
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			34.066,37
GASTOS			
<u>GASTOS OPERACIONALES</u>		45.838,10	
Sueldos	31.171,00		
IESS Patronal	2.945,65		
Honorarios	1.600,00		
Combustible	82,06		
Servicios Públicos			
Otros Servicios		563,08	
Teléfono Convencional	225,09		
EERSA	321,46		
EMAPAR	16,93		
Intereses Pagados	9.475,91		
Suministros y Materiales			
<u>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</u>			45.838,10
RESULTADO DEL EJERCICIO			-11.771,73

Fuente: Empresa “Home Solutions”

Elaborado por: Jiménez N.

Flujo de Caja
Empresa “Home Solutions”

Detalle	2018
ENTRADAS	
Ingresos presupuestados	167.799,96
	167.799,96
Total entradas en efectivo	167.799,96
SALIDAS	
Compras Materia Prima	59.556,00
Mano de Obra Directa	1.415,78
Costos Indirectos de Fabricación	646,72
	61.618,50
Gastos Operativos	
Administración	1.600,00
Otros Gastos	10.039,39
	11.639,39
Total salidas en efectivo	73.257,89
Presupuesto de efectivo	
Saldo Inicial	15.250,32
Entradas	167.799,96
Salidas	73.257,89
Flujo neto de efectivo	109.792,39

Fuente: Empresa “Home Solutions”

Elaborado por: Jiménez N.

**Empresa “Home Solutions”
Costos de Producción**

Tabla N°. 56: Costos de Producción

					Costos de Producción	\$ 200,73	\$ 84.306,04
					Costo Directo	\$ 182,25	\$ 76.545,40
Materiales Directos	Unidad	Cantidad	Costo General	Costo Unitario	Cantidad Por Juego	Valor Unitario	Valor Total
Palets	Tablones 1.50 mts	420	4,00	\$ 0,50	60	\$ 30,00	\$ 12.600,00
Esponjas Cojines (Decorativos)	mts			\$ 4,00	15	\$ 60,00	\$ 25.200,00
Tela Cojines (Decorativos)	mts			\$ 5,10	8	\$ 40,80	\$ 17.136,00
Pegamento	Cubeta 1.4			\$ 1,00	1	\$ 1,00	\$ 420,00
Laca con color	Galón 4 lt			\$ 40,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00
Total						\$ 141,80	\$ 59.556,00

MANO DE OBRA DIRECTA	CANT.	SUELDO MENSUAL	TOTAL	APORTE IESS	XIII SUELDO	XIV SUELDO	TOTAL MENSUAL
Operarios	3	386,00	1.158,00	129,12	96,50	31,25	1.414,87
TOTAL							1.414,87

					Costo de Producción Indirecto	\$ 386,00	\$ 646,72
Materiales Indirectos	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo por Juego	Valor Unitario	Valor Total	
Cajas de Clavos	Unidades	150	\$ 0,02	3	\$ 0,06	\$ 25,20	
Combustible	Galones					\$ 82,06	
Servicios Generales			\$ 47,00			\$ 47,00	
Total							\$ 154,26
MANO DE OBRA INDIRECTA	CANT.	SUELDO MENSUAL	TOTAL			TOTAL	
Director de Comercialización	1	386	386		386	492,46	

Fuente: Empresa “Home Solutions”
Elaborado por: Jiménez N.

**Empresa “Home Solutions”
Tabla N°. 57: Costos de Producción**

Costos Variables	
Materiales Directos	4.963,00
Materiales Indirectos	154,26
Mano de Obra Indirecta	492,46
Servicios Generales	47,00
TOTAL	5.656,72
Costos Fijos	
Mano de Obra Directa	1.415,78
TOTAL	1.415,78

Fuente: Análisis Financiero.
Elaborado por: Jiménez N.

Empresa “Home Solutions”
Gastos Operacionales
Cuadro 18: Gastos Operacionales

GASTOS OPERACIONALES							3.092,23
GASTOS ADMINISTRATIVOS							2.499,78
REMUNERACIONES	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL	APORTE IESS	XIII SUELDO	XV SUELDO	TOTAL MENSUAL
Gerencia	1	386,00	386,00	43,04	32,17	31,25	492,46
Contador	1	386,00	386,00	43,04	32,17	31,25	492,46
Operarios	3	386,00	1.158,00	129,12	96,50	31,25	1.414,87
						TOTAL	2.399,78
Suministros y materiales							100,00
						TOTAL	100,00
GASTOS DE VENTAS							592,46
REMUNERACIONES	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL	APORTE IESS	XIII SUELDO	XV SUELDO	TOTAL MENSUAL
Director de Comercialización	1	386,00	386,00	43,04	32,17	31,25	492,46
						TOTAL	492,46
Suministros y materiales							100,00
						TOTAL	100,00

Fuente: Empresa “Home Solutions”

Elaborado por: Jiménez N.

Empresa “Home Solutions”

Tabla N°. 58: Presupuesto Capital de Trabajo

DETALLE	SUBPARCIAL	PARCIAL	TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN			11.271,37
Materia prima directa	6.378,78		
Mano de obra directa	1.415,78		
CIF	646,72		
Costo Maquinaria	2.830,08		
GASTOS ADMINISTRATIVO		2.499,78	
Sueldos	2.399,78		
Suministros y materiales	100,00		
GASTO DE VENTAS		593,37	
Sueldos	493,37		
Suministros y materiales	100,00		
TOTAL			14.364,52

Fuente: Empresa “Home Solutions”

Elaborado por: Jiménez N.

**Empresa “Home Solutions”
Ventas**

Tabla N°. 59: Presupuesto de Ingresos

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
VENTAS			140.700,00
Juego de Muebles	420	335,00	140.700,00

Fuente: Empresa “Home Solutions”

Elaborado por: Jiménez N.

4.3.3.1 Valor Presente Neto (VPN)

Para el calculo de la tasa de descuento pertinente, se a tomado en consideración lo siguiente:

TMAR = Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.

TINFLACIÓN = Tasa Inflacionaria datos establecidos por (INEC, 2018) en el año 2017 fue de 1,1%.

$$i = TMAR + TINFLACIÓN$$

$$i = 10 \% + 1,1\%$$

$$i = 8,9\%$$

Para i_2 según (Rivas, 2017) pronostica que la tasa de inflación será del 1,38%.

$$i_2 = TMAR + TINFLACIÓN$$

$$i_2 = 10 \% + 1,38\%$$

$$i_2 = 8,62\%$$

Tabla N°. 60: Cálculo del VAN

TD 1									
Inversión	14.365								
Tiempo	5 años								
AÑOS	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACTUALIZACION		INVERSION	INGRESOS	EGRESOS	
0	14.365					14.365			
1		140.700	3.093	$1/(1+0.14)^1$	0,8771930		123.421	2.713	
2		140.700	3.093	$1/(1+0.14)^2$	0,7694675		108.264	2.380	
3		140.700	3.093	$1/(1+0.14)^3$	0,6749715		94.968	2.088	
4		140.700	3.093	$1/(1+0.14)^4$	0,5920803		83.306	1.831	
5		140.700	3.093	$1/(1+0.14)^5$	0,5193687		73.075	1.606	
	14.365	422.100	9.279			14.365	483.034	10.619	
							VAN 1 = \$	458.051	

TD 2									
Inversión	14.365								
Tiempo	5 años								
AÑOS	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACTUALIZACION		INVERSION	INGRESOS	EGRESOS	
0	14.365					14.365			
1		140.700	3.093	$1/(1+0.25)^1$	0,8000000		112.560	2.475	
2		140.700	3.093	$1/(1+0.25)^2$	0,6400000		90.048	1.980	
3		140.700	3.093	$1/(1+0.25)^3$	0,5120000		72.038	1.584	
4		140.700	3.093	$1/(1+0.25)^4$	0,4096000		57.631	1.267	
5		140.700	3.093	$1/(1+0.25)^5$	0,3276800		46.105	1.014	
	14.365	422.100	9.279			14.365	378.382	8.318	
							VAN 2 = \$	355.699	

Fuente: Empresa "Home Solutions"

Elaborado por: Jiménez N.

4.3.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

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

$$TIR = 14 + (25 - 14) \left(\frac{458.051}{458.051 - 355.699} \right)$$

$$TIR = 14 + (11) \left(\frac{458.051}{102.352} \right)$$

$$TIR = 63,28\%$$

4.3.3.3 Relación Beneficio Costo

$$RBC = \frac{\sum VP \text{ Ingresos Netos (TIO)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$RBC = \frac{140.700,00}{14.365,00}$$

$$RBC = 9,79$$

4.3.3.4 Período de Recuperación de Inversión

Tabla N°. 61: Evaluación del Proyecto PRI

FLUJO DE CAJA:	
INGRESOS	EGRESOS
140.700,00	3.093,15
TOTAL	137.606,85

INVERSION	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
14.364,52	137.607	137.606,85	137.606,85	137.606,85	137.606,85
			MESES	0,10	1
			DIAS	1	
			PRI= 1 MES ; 1 DIAS		

Fuente: Empresa "Home Solutions"

Elaborado por: Jiménez N.

4.3.3.5 Análisis de Sensibilidad

Para X_j se incrementa un 50% de riesgo.

$$GS_x = \left[\frac{\frac{(VAN_j - VAN_i)}{VAN_i}}{\frac{(X_j - X_i)}{X_i}} \right]$$

Tabla N°. 62: Análisis de Sensibilidad

VARIABLE	Xi	Xj	VANi	VANj	GRADO DE SENSIBILIDAD
Precio	800,00	900,00	458.042,15	355.690,05	-1,787645213
Costos	9.550,48	14.325,72	458.042,15	355.690,05	-0,446911303
Gastos	5.707,27	8.560,90	458.042,15	355.690,05	-0,446911303
Producción	1.000,00	1.500,00	458.042,15	355.690,05	-0,446911303

Fuente: Empresa “Home Solutions”

Elaborado por: Jiménez N.

4.3.3.6 Cuadro de Control

Tabla N°. 63: Cuadro de Control

	VAN	TIR Vs TMAR	RCB	PRI	GSx
VALORES	VAN1 = 458,051 VAN2 = 355,699	TMAR = 8,62% TIR = 63,28%	10	1 mes, 1 días	GSprecio = -1,78 GScostos = -0,44 GSgastos = -0,44 GSprd = -0,44
INTERPRETACIÓN	La inversión producirá ganancias altas razón por la cual incrementará la rentabilidad exigida. El proyecto es factible.	TMAR = TIR Cuando la TMAR y la TIR son iguales quiere decir, que el proyecto es factible está en un punto de equilibrio es decir puede ser conveniente o como no ejecutar el proyecto ya que demanda riesgo.	RBC = 9,79 Cuando RBC Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos. Demanda riesgo.	Quiere decir que la inversión se va a recuperar en 1 mes y 1 días	GSx > 1 Cuando GSx es mayor a 1 indica que el proyecto es sensible ante la variación de las variables, si es menor no es sensible

Fuente: Empresa “Home Solutions”

Elaborado por: Jiménez N.

CONCLUSIONES

- Se realizó una encuesta dirigida a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba y se tomó como muestra a 382 personas de las cuales se conoció los requerimientos y necesidades, obteniendo una demanda insatisfecha de 420 juegos de muebles.
- Se realizó la ingeniería del proyecto y se evaluó al personal con el fin de minimizar costos y gastos, maximizar la eficiencia y eficacia de los recursos de la empresa, obteniendo como resultado que cuenta con todos los recursos necesarios para elaborar la nueva línea de muebles de sala.
- Se pudo constatar que la empresa cuenta con todos los documentos legales para su funcionamiento, para el área administrativa se modificó la misión de la empresa lo cual va a permitir cumplir con los objetivos organizacionales.
- La evaluación financiera nos permitió conocer si es factible o no la ejecución del proyecto, tomando en consideración para el estudio una proyección de costos de producción (\$ 84.306,04 USD), gastos operacionales (\$ 3.092,15 USD), capital de trabajo (\$ 14.364,52 USD) e ingresos (140.700,00 USD), información otorgada por la empresa “Home Solutions”, se calculó las herramientas financieras como el Valor Actual Neto (VAN) dando como resultado de 458.051USD ; La Tasa Interna de Retorno (TIR) de 63,28%; Relación Beneficio Costo de 9,79; Período de Recuperación de Inversión de 1 mes 1 días; Análisis de Sensibilidad menor a 1, donde se concluye que el proyecto es factible frente a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) de 10%.

RECOMENDACIONES

- A la empresa “Home Solutions”, debe aprovechar al máximo su capacidad de producción para obtener mayor rentabilidad a largo plazo, además que debe realizar inversiones innovando su línea productiva.
- A los representantes de la empresa “Home Solutions” se recomienda aprovechar al máximo su capacidad de producción para obtener mayor rentabilidad a largo plazo, además que debe realizar inversiones innovando su línea productiva.
- A los representantes de la empresa “Home Solutions” se recomienda implementar una administración más sólida, donde los trabajadores se comprometan a cumplir los objetivos trazados por la empresa. Además debe considerar analizar constantemente los requerimientos legales y ambientales con la finalidad de llevar a cabo sus actividades con normalidad, ya que mediante el estudio existe un impacto ambiental medio negativo en el cual se debe tomar correctivos que permita mitigar el impacto encontrado.
- Se recomienda al gerente de la empresa “Home Solutions” tomar en consideración el presente trabajo de investigación que permitirá elevar la rentabilidad de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. L. (12 de 2014). *El método de la investigación*. Recuperado el 01 de 11 de 2017 de [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Anónimo. (2012). *Empresa y actualidad*. Obtenido de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- Arias, X. (2010). *Las opciones reales como herramienta de valoración de proyectos*. (Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar): Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2726/1/T0887-MFGR-Arias-Las%20opiniones%20reales.pdf>
- Blogdiario. (02 de 06 de 2009). *Planeación estratégica*. Recuperado el 01 de 03 de 2018 de <http://planeacionestrategica.blogspot.es/1243897868/matriz-efe-efi/>
- Book, J. (09 de 05 de 2009). *Preparación y evaluación de proyectos*. Recuperado el 21 de 07 de 2017 de <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-legal-y-la-formulacion-y-la.html>
- Bravo Orellana, S. (03 de 11 de 2017). *Evaluación económica financiera: EVA y FVA*. Recuperado el 03 de 11 de 2017 de <http://blogs.gestion.pe/inversioneinfraestructura/2017/09/evaluacion-economica-financiera-eva-y-fva.html>
- Business School. (2016). *Etapas de un proyecto*. Recuperado el 17 de 07 de 2017 de <http://www.obs-edu.com/es/blog-project-management/etapas-de-un-proyecto/conoces-cuales-son-las-etapas-de-un-proyecto>
- Business School. (2016). *Tipos de proyectos y sus principales características*. Recuperado el 17 de 07 de 2017 de <http://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/administracion-de-proyectos/tipos-de-proyectos-y-sus-principales-caracter%C3%ADsticas>
- Cadena, D. (20 de 09 de 2010). *Implementación de una planta procesadora de brócoli*. (Tesis de Maestría, Instituto Nacional De Altos Estudios Nacionales Diplomado

En Gestión Y Evaluación De Proyectos) Recuperado el 25 de 01 de 2018 de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/545/1/MONOGRAFIA%20DARWIN%20CADENA.pdf>

Cañon, J. V. (10 de 2015). *Tipos de proyectos*. Recuperado el 20 de 07 de 2017 de <http://www.tiposde.com/economia/proyectos/tipos-de-proyectos.html>

Castillo, R. (21 de 03 de 2013). *Proyecto, importancia, ventajas, desventajas, finalidad*. Recuperado el 08 de 02 de 2018 de <http://aldiaconproyectos.blogspot.com/2013/03/proyecto.html>

Contreras, J. (2011). *Matriz de evaluación de factores externos*. Recuperado el 01 de 03 de 2018, de <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap491d.htm>

Córdoba, P. M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Córdova, M. (2012). *Gestión financiera*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Crece Negocios. (18 de 04 de 2012). *El análisis costo-beneficio*. Recuperado el 03 de 11 de 2017 de <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-costo-beneficio/>

Crece Negocios. (04 de 04 de 2012). *El punto de equilibrio*. Recuperado el 09 de 02 de 2018 de <https://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>

Crece Negocios. (21 de Junio de 2014). *Análisis externo: oportunidades y amenazas*. Recuperado el 01 de 03 de 2018 de <http://www.crecenegocios.com/analisis-externo-oportunidades-y-amenazas/>

Crece Negocios. (2016). *El VAN y el TIR*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

Delgado, M. (19 de 09 de 2013). *Cómo calcular el precio de venta dado el coste y el margen deseado*. Recuperado el 13 de 02 de 2018 de <https://manueldelgado.com/como-calcular-el-precio-de-venta-coste-margen/>

Entrepreneur. (6 de 05 de 2010). *Las cuatro P*. Recuperado el 04 de 11 de 2017 de <https://www.entrepreneur.com/article/256375>

- Espinoza, R. (6 de 05 de 2014). *Marketing MIX*. Recuperado el 04 de 11 de 2017 de <http://robertoespinoza.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Fisher, L. (2011). *Mercadotécnica*. New York: McGraw-Hil.
- Fisher, L., & Espejo , J. (2013). *Mercadotécnica*. Recuperado el 04 de 11 de 2017 de <https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Fondo Monetario Internacional. (18 de 04 de 2018). *Informe FMI abril 2017 (proyecciones hasta 2022)*. Recuperado el 12 de 02 de 2018 de <http://www.skyscraperlife.com/forum/latin-american-forums/foro-latinoamericano/latin-bar/7551358-informe-fmi-abril-2017-proyecciones-hasta-2022>
- Gestiopolis. (07 de 09 de 2002). *Qué son elasticidad, elasticidad de la demanda y de la oferta*. Recuperado el 09 de 02 de 2018 de <https://www.gestiopolis.com/que-son-elasticidad-elasticidad-de-la-demanda-y-de-la-oferta/>
- INEC. (12 de 11 de 2016). *Tasa de crecimiento poblacional*. Recuperado el 23 de 01 de 2018 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- INEC. (13 de 02 de 2018). *Inflación de Ecuador fue de -0.27% en noviembre*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/12/06/nota/6515200/inec-inflacion-ecuador-fue-027-noviembre>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). En *Marketing*. México D.F: Pearson Education.
- Kume, A. (04 de Septiembre de 2014). *Diccionario de negocios*. Recuperado el 26 de 07 de 2017 de <http://www.crecenegocios.com/glosario-de-marketing/>
- Kume, H. (2012). *Tipo de investigación*. Bogotá: Norma.
- Lara, B. (2011). *Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Quito: Oseas Espin.
- León, F. (07 de 09 de 2015). *Sabes que es un estudio de mercado*. Recuperado el 08 de 02 de 2018 de <https://www.merca20.com/sabes-que-es-un-estudio-de-mercado/>
- Mendez, M. (2010). *Diseño de la propuesta*. Recuperado el 21 de 07 de 2017 de <https://www.google.com/search?q=Dise%C3%B1o+de+una+propuesta+en+un+>

proyecto+definicion&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-
b&gfe_rd=cr&ei=gbZyWduhMInQ8Aflw7qIBQ

- Mestre, C. (26 de 05 de 2011). *Evaluación de impacto ambiental*. Recuperado el 21 de 07 de 2017 de <https://es.slideshare.net/carlosjunior16/estudio-ambiental-para-un-analisis-de-factibilidad>
- Montes, N. (6 de 06 de 2016). *Proyecto de inversión*. Recuperado el 03 de 11 de 2017 de <http://contyfin2016.blogspot.com/2016/05/tasa-interna-de-oportunidad-la-tasa.html>
- Oleas, J. (07 de 2011). *Análisis sectorial*. Recuperado el 20 de 01 de 2018 de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/lswuu6fcs3om3boynvtipvvejnkzxx.pdf>
- PymesFuturo. (10 de 02 de 2010). *Periodo de recuperación de la inversión - PRI*. Recuperado el 09 de 02 de 2018 de <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- Quesada, G. (05 de 11 de 2005). *Punto de equilibrio ejemplo*. Recuperado el 12 de 02 de 2018 de <https://www.gestiopolis.com/formula-del-punto-de-equilibrio-y-ejemplo/>
- Rivas, L. (02 de 10 de 2017). *Tasa de inflación*. Recuperado el 07 de 02 de 2018 de <http://www.elnorte.ec/actualidad/70671-gobierno-de-ecuador-prev%C3%A9-crecimiento-de-2,4-e-inflaci%C3%B3n-1,38-para-2018.html>
- Rocafuerte, A. (2011). *Funciones de la comercialización*. Recuperado el 26 de 07 de 2017 de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Funciones-De-La-Comercializacion/2713778.html>
- Rojas, S. (21 de 10 de 2009). *Análisis de la demanda*. Recuperado el 23 de 01 de 2018 de <http://buendato.com/profiles/blogs/analisis-de-la-demanda>
- Rojas, S. (21 de 10 de 2009). *Análisis de la demanda*. Recuperado el 23 de 01 de 2018 de <http://buendato.com/profiles/blogs/analisis-de-la-demanda>
- Rojas, Seanq;. (21 de 09 de 2009). *Análisis de la demanda*. Recuperado el 08 de 02 de 2018 de <http://buendato.com/profiles/blogs/análisis-de-la-demanda>

- Rosales, W. (19 de Febrero de 2013). *Análisis de la empresa y su entorno*. Recuperado el 01 de 03 de 2018 de <http://werobe01.blogspot.com/2013/02/macro-y-microambiente.html>
- Rosero, R. N. (13 de 06 de 2014). *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de la harina de camote para el mercado español*. (Tesis de Ingeniería en comercio y finanzas internacionales bilingüe, Univesidad Católica de Santiago de Guayaquil) Recuperado el 03 de 11 de 2017 de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1744/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-9.pdf>
- Salcedo Quevedo, R. (10 de 08 de 2011). *Área de E-business*. Recuperado el 17 de 07 de 2017 de <http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info46/sistemas/articulo3.htm>
- Sánchez, D. (09 de 09 de 2014). *Análisis de sensibilidad*. Recuperado el 09 de 02 de 2018 de <https://es.slideshare.net/198920142007/anlisis-de-sensibilidad-40094444>
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación*. Chile: Progreso, S.A. de C-V.
- Sarg, W. (2014). *Estudio administrativo*. Recuperado el 21 de 07 de 2017 de <https://es.scribd.com/document/80052350/Tarea-de-Estudio-Administrativo>
- Valera, F. (27 de 10 de 2010). *Factibilidad y viabilidad*. Recuperado el 04 de 11 de 2017 de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
- Vasquez, C. (05 de 11 de 2011). *Importancia de proyecto*. Recuperado el 17 de 07 de 2017 de www.megatareas.com/doc/789/Importancia-Proyecto.html
- Vásquez, L. (2017). *Demanda insatisfecha*. Recuperado el 04 de 11 de 2017 de <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

ANEXOS

Anexo N°. 1: Fotografías de la empresa

Producto Final



Alrededores de la empresa



Alrededores de la empresa



Sierra artesanal



Sierra Escuadradora



Pegadora de Cantos



Post formadora



Compresores



Tupí de banco



Taladros Eléctricos



Sierra de banco



Taladro Inalámbrico



Lijadora de banco



Ingletadora



Caladoras



Martillo



Cepillos



Anexo N°. 2: Encuesta

1.- ¿Qué tipo de Muebles desearía comprar para su hogar?

MUEBLES SALA	COMEDOR	APARADORES	COMODA	PEINADORAS	OTROS
	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	

2.- ¿Dónde desearía comprar sus muebles?

Colineal	<input type="checkbox"/>
Comercial Daniele's 2	<input checked="" type="checkbox"/>
Carpintería Noble Madera	<input type="checkbox"/>
Los Andes Home & Design	<input type="checkbox"/>
Jael'd Muebles	<input type="checkbox"/>
Bryxajos Muebles	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Qué muebles desearía comprar para su hogar?

SALA	COMEDOR	ESTAR
	<input checked="" type="checkbox"/>	

4.- ¿Al momento de comprar sus muebles qué analiza usted?

PRECIO	CALIDAD	DISEÑO	COLOR
<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	

5.- ¿Qué tipo de madera prefiere para sus muebles?

Seike	<input checked="" type="checkbox"/>
Melamínico	<input type="checkbox"/>
Pino	<input type="checkbox"/>
Roble	<input type="checkbox"/>
Cedro	<input type="checkbox"/>

6.- ¿Cómo le gustaría pagar la compra de sus muebles?

EFFECTIVO	<input type="checkbox"/>
CREDITO	<input checked="" type="checkbox"/>
Tarjeta de Crédito	<input checked="" type="checkbox"/>
Cuotas mensuales (efectivo)	<input type="checkbox"/>

Anexo N°. 3: Fotografías de la encuesta



Anexo N°. 4: balance general

IGUASNIA AUCANCELA PABLO RODRIGO				
BALANCE GENERAL				
31/12/2016				
ACTIVO			PASIVO	
CORRIENTE			CORRIENTE	
DISPONIBLE		22,838.00	CFN CORTO PLAZO	17,342.88
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EF.	22,838.00		PROVEEDORES	925.80
BANCOS	15,350.82		IMPUESTOS PERSONAL Y PATRONAL	
CAJA	7367.77		IMPUESTOS POR PAGAR FUENTE IVA	42.00
EXIGIBLES		8,988.89	IR AFTE FUENTE	840.00
CUENTAS POR COBRAR			TOTAL PASIVO CORRIENTE	18,231.21
CREDITO TRIBUTARIO IVA	8,210.14		NO CORRIENTE	
CREDITO TRIBUTARIO RENTA	760.75		CFN LARGO PLAZO	38,949.82
ATRASO DEL IMPUESTO A LA RE-	1,522.00		TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	38,949.82
REALIZABLE		65,232.25	TOTAL PASIVO	76,350.13
MERCADERIA (INV. FVWL)	53,232.25		PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		46,839.23	CAPITAL Y RESERVAS	295,492.45
ACTIVO NO CORRIENTE	218,438.58	264,309.36	PATRIMONIO	
EDIFICIO	188,000.00		PATRIMONIO DOS	
MAQUINARIA ANTERIO	18,438.58		RESULTADO DE EJERCICIO	(11,771.73)
MAQUINARIA NUEVA	32,000.00		PERDIDA PERIODO ANTERIO	(120,626.28)
DEPRECIACIONES		23,000.00	TOTAL PATRIMONIO	163,094.45
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE			TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	241,342.59
TOTAL ACTIVOS		241,342.59		

TIGO, PARCO IGUASNIA GERENTE PROPIETARIO	ING. FRANCISCA HERNANDEZ CONTADORA CPA.
---	--

Anexo N°. 5: Estado de pérdidas o ganancia

IGUASNIA AUCANCELA PABLO RODRIGO

**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
31/12/2016**

INGRESOS		
VENTAS		167,799.96
COSTO DE VENTAS		
INVENTARIO INICIAL	24,467.93	
COMPRAS NETAS DEL PERIODO	127,225.02	
NC COMPRAS	2,832.62	
TRANSPORTE EN COMPRAS	105.51	
MERCADERIAS DISPONIBLES PARA LA VENTAS	148,965.84	
INVENTARIO FINAL DEL PERIODO	15,232.25	
COSTO DE VENTAS	133,733.59	133,733.59
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		34,066.37
G. OPERACIONALES (VENTAS)		
GASTOS OPERACIONALES		45,838.10
SUELDOS	31,171.00	
IESS PATRONAL	2,945.65	
HONORARIOS	1,600.00	
COMBUSTIBLE	82.06	
SERVICIOS PUBLICOS		
OTROS SERVICIOS		563.48
TELEFONO CONVENCIONAL	225.09	
EERSA	321.46	
EMAPAR	16.93	
INTERERES PAGADOS	9,475.91	
SUMINISTROS Y MATERIALES		
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		45,838.10
RESULTADO DEL EJERCICIO		(11,771.73)

TLGO. PABLO IGUASNIA
GERENTE PROPIETARIO

FRANCISCA HERNANDEZ
CONTADORA

Anexo N°. 6: RUC

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

SRI
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

NUMERO RUC: 0602292047001

APELLIDOS Y NOMBRES: IGUASNIA AUCANCELA PABLO RODRIGO

NOMBRE COMERCIAL: HOME SOLUTIONS

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** SI

CALIFICACIÓN ARTESANAL: JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO **NUMERO:** 126741

FEC. NACIMIENTO: 12/05/1988 **FEC. ACTUALIZACION:** 10/04/2014

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 16/01/2006 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**

FEC. INSCRIPCION: 16/01/2006 **FEC. RENICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
FABRICACION DE MUEBLES DE MADERA PARA EL HOGAR

DOMICILIO TRIBUTARIO:
Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: LIZARZABURU Calle: AV. PEDRO VICENTE MALDONADO
Número: 813 Referencia: URBANIZACION GRUTA DE LOURDES, A UNA CUADRA DE LA GASOLINERA POLITECNICA
Teléfono: 032805737 Email: pua68@hotmail.com

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- * DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACION MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1

JURISDICCION: REGIONAL CENTRO (A) CHIMBORAZO **CERRADOS:** 0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

Declaro que los datos contenidos en este documento son ciertos y verídicos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de mí se deriva de conformidad con el Código Tributario, Art. 9, Ley del RUC y del 3 Reglamento de la Ley del RUC.

Usuario: DECRET1007 Lugar de emisión: RIOBAMBA, C.A. DANIEL LEÓN Fecha y hora: 10/04/2014 12:28:53

Página 1 de 2

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 0602292047001

APELLIDOS Y NOMBRES: IGUASNIA AUCANCELA PABLO RODRIGO

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO: ABIERTO	MATRIZ: MATRIZ	FEC. INICIO ACT.: 16/01/2006
NOMBRE COMERCIAL: HOME SOLUTIONS			FEC. CIERRE:
			FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

FABRICACION DE MUEBLES DE MADERA PARA EL HOGAR.
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MUEBLES.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RÍOBAMBA Parroquia: VELASCO Calle: PANAMERICANA NORTE Intersección: TENIENTE HUGO CRTIZ Referencia: SECTOR SANTA ANA, DIAGONAL A LA PIZZERIA MONACO Kilómetro: 2 Camino: A AMBATO Teléfono Domicilio: 032318131 Teléfono Trabajo: 033026501 Email: priel8@hotmil.com Celular: 0991851728

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son ciertos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriva (Art. 97 Código Tributario, Art. 3 Ley del RUC y Art. 3 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC)

Usuario: CECM011007

Lugar de emisión: RÍOBAMBA, D. DANIEL LEÓN Fecha y hora: 10/04/2014 12:38:23