



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:

INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tema:

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE
MUEBLES DE OFICINA POLIFUNCIONALES, EN LA
PARROQUIA ROCAFUERTE, CANTÓN GUAYAQUIL**

Tutor:

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs.

Autores:

González Cabrera Pedro Adriano

Navas Villalta Joffre Andrés

Guayaquil – Ecuador

2020

Certificado de Tutor de Titulación

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs, en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico que los egresados **González Cabrera Pedro Adriano y Navas Villalta Joffre Andrés**, son autores de la Tesis de Grado titulada: **“Proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de muebles de oficina polifuncionales, ubicada en la parroquia Rocafuerte, cantón Guayaquil”**, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs
Tutor trabajo investigación

Certificado del tribunal

El trabajo de investigación “**Estudio de prefactibilidad para Proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de muebles de oficina polifuncionales, ubicada en la parroquia Rocafuerte, cantón Guayaquil**”, presentado por los egresados **González Cabrera Pedro Adriano y Navas Villalta Joffre Andrés**, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Mercedes Intriago, Mgs.

Coordinadora de la carrera

Lsi. Yandres García Charcopa, Mgs.

Tutora trabajo investigación

Msc. Francisco Verduga Vélez

Miembro del tribunal

Msc. Verni Jácome Santos

Miembro del tribunal

Declaración de autoría

González Cabrera Pedro Adriano y Navas Villalta Joffre Andrés, autores de este trabajo de titulación denominado **“Proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de muebles de oficina polifuncionales, ubicada en la parroquia Rocafuerte, cantón Guayaquil”**, declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

González Cabrera Pedro Adriano

Navas Villalta Joffre Andrés

Egresados de la carrera de Gestión Empresarial

Agradecimiento

Doy gracias a Dios por estar con vida ante la situación actual del mundo, agradezco a mis hijos porque por ellos lucho cada día.

González Cabrera Pedro Adriano

Gracias a Dios por darme cada día la oportunidad de existir y poder compartir con mi familia para cuidar de ellos cada día, gracias a mi familia que me sostiene día a día para seguir adelante, gracias a las oportunidades que dan las instituciones educativas para poder tener un crecimiento en conocimientos y ser mejores profesionales.

Navas Villalta Joffre Andrés

Dedicatoria

Dedico este esfuerzo a las personas que me rodean, comparten mis días y me dan fuerzas para seguir creciendo.

González Cabrera Pedro Adriano

Este documento va dedicado a mi esposa e hijos, ya que gracias a ellos he querido ser mejor profesionalmente y ser mejor persona cada día.

Navas Villalta Joffre Andrés

Resumen

El proyecto planteado, consiste en presentar una propuesta de fabricación de muebles polifuncionales que ayudan a la comunidad de quienes las utilizan debido a los beneficios que traen consigo. Basado en una investigación científica se desarrollan cada uno de los aspectos que se consideran de suma importancia para determinar si un proyecto de inversión es factible o no lo es. Planteando los análisis, estudios necesarios, analizando la población, clientes, proveedores, valores a invertir se puede partir a la elaboración de cálculos que llevan a determinar la viabilidad para invertir. Al determinar la viabilidad se cubre a una parroquia de la ciudad de Guayaquil donde hay mayor demanda de los productos planeados cubriendo sus necesidades de permanencia en oficina mayoritariamente, y poder ofrecer un ambiente agradable en reuniones de negocios.

Palabras claves:

Mueble Polifuncional	Escritorio	Inversión	Prefactibilidad
----------------------	------------	-----------	-----------------

Abstrac

The proposed project consists of presenting a proposal for the manufacture of multifunctional furniture that helps the community of those who use them due to the benefits they bring. Based on scientific research, each of the aspects that are considered of utmost importance are developed to determine whether an investment project is feasible or not. By proposing the necessary analyzes, studies, analyzing the population, customers, suppliers, securities to be invested, it is possible to start with the elaboration of calculations that lead to determine the feasibility of investing. When determining the viability, a parish in the city of Guayaquil is covered where there is a greater demand for the planned products, mainly covering their needs for permanence in the office, and being able to offer a pleasant environment in business meetings.

Keys words:

Multifunctional Furniture	Desk	Investment	Pre-feasibility
---------------------------	------	------------	-----------------

CONTENIDOS:	Tabla de contenido	PÁGINAS:
	CERTIFICADO DE TUTOR DE TITULACIÓN II	
	CERTIFICADO DEL TRIBUNAL III	
	DECLARACIÓN DE AUTORÍA IV	
	AGRADECIMIENTO V	
	DEDICATORIA VI	
	RESUMEN VIII	
	ABSTRACIX	
	TABLA DE CONTENIDO X	
	LISTA DE TABLAS XIV	
	LISTA DE FIGURAS XVII	
	CAPÍTULO I 1	
1. Problematización.....		1
1.1. Tema.....		1
1.2. Antecedentes generales		1
1.3. Formulación del problema		6
1.4. Planteamiento del problema.....		6
1.5. Preguntas de la investigación.....		8
1.6. Delimitación del problema.....		9
1.7. Justificación.....		9
1.8. Objetivos		13
1.8.1. Objetivo general		13
1.8.2. Objetivos específicos		13
1.9. Conclusión.....		14
	CAPÍTULO II 15	
2. Contextualización.....		15
2.1. Marco teórico		15
2.2. Marco Conceptual		41
2.3. Marco Ambiental		43

2.3.1. Variable dependiente: Creación de microempresa.....	45
2.4. Operacionalización de las Variables	47
2.5. Conclusión	49

CAPÍTULO III 50

3. Marco metodológico	50
3.1. Plan de investigación.....	50
3.2. Tipos de Investigación	53
3.3. Fuentes de investigación	59
3.4. Población.....	62
3.4.1. Tipos de población	62
3.5. Tamaño de la muestra	66
3.6. Conclusión	69

CAPÍTULO IV 70

4. Formulación del proyecto	70
4.1. Análisis e interpretación de resultados.....	70
4.2. Estudio de mercado	81
4.2.1. Microambiente	85
4.2.2. Macroambiente.....	86
4.2.3. Oferta.....	90
4.2.4. Demanda	94
4.2.5. Demanda Insatisfecha	95
4.2.6. Producto	96
4.2.7. Precio.....	101
4.2.8. Comercialización.....	103
4.2.9. Promoción	109

4.3.	Estudio técnico	109
4.3.1.	Dimensión y características.....	110
4.3.2.	Localización del proyecto	112
4.3.3.	Tecnología del proceso productivo y/o servicio	115
4.3.4.	Ingeniería del proyecto.....	118
4.3.5.	Maquinarias y equipos	125
4.4.	Estudio administrativo	125
4.4.1.	Análisis situacional	125
4.4.2.	Organigrama.....	132
4.5.	Estudio Legal	134
4.5.1.	Tipo de empresa	135
4.6.	Conclusiones	136

CAPÍTULO V 138

5.	Propuesta.....	138
5.1.	Título de la Propuesta.....	138
5.2.	Autores de la propuesta.....	138
5.3.	Empresa auspiciante.....	138
5.4.	Área que cubre la propuesta.....	138
5.5.	Fecha de presentación	138
5.6.	Fecha de terminación	138
5.7.	Duración del proyecto	138
5.8.	Participantes del proyecto	138
5.9.	Objetivo General de la propuesta.....	139
5.10.	Objetivos específicos	139
5.11.	Beneficiarios directos.....	139

5.12.	Beneficiarios indirectos.....	139
5.13.	Impacto de la propuesta	140
5.14.	Descripción de la propuesta	140
5.14.1.	Ingresos	141
5.14.2.	Costos de materiales directos	142
5.14.3.	Préstamos del proyecto (tabla de amortización)	144
5.14.4.	Estados financieros.....	145
5.14.5.	Flujo de caja	148
5.14.6.	Evaluación económica	149
5.14.7.	Evaluación financiera.....	151
5.14.8.	Relación beneficio – costo	153
5.14.9.	Tiempo de recuperación de la inversión.	153
5.14.10.	Análisis de sensibilidad	154
5.15.	Importancia	154
5.16.	Metas del proyecto	155
5.17.	Finalidad de la propuesta	156

REFERENCIAS 157

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 <i>DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA</i>	9
TABLA 2 <i>VARIABLE DEPENDIENTE: PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD</i>	47
TABLA 3. <i>CREACIÓN DE MICROEMPRESA</i>	48
TABLA 4. <i>TIPO DE INVESTIGACIÓN</i>	53
TABLA 5. <i>FUENTES DE INVESTIGACIÓN</i>	60
TABLA 6. <i>TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN</i>	60
TABLA 7. <i>EDAD</i>	72
TABLA 8. <i>SEXO</i>	73
TABLA 9. <i>SERVICIO</i>	73
TABLA 10. <i>FÁBRICAS</i>	74
TABLA 11. <i>ASPECTOS IMPORTANTES</i>	75
TABLA 12. <i>MEDIOS TECNOLÓGICOS</i>	76
TABLA 13. <i>ESTILO</i>	77
TABLA 14. <i>SELECCIÓN</i>	78
TABLA 15. <i>CONOCER</i>	79
TABLA 16. <i>INVERTIR</i>	79
TABLA 17. <i>FORMA DE PAGO</i>	80
TABLA 18. <i>ANÁLISIS FODA</i>	85
TABLA 19. <i>PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA</i>	91
TABLA 20. <i>PRINCIPALES COMPETIDORES POR LÍNEA DE PRODUCTO Y PRECIO.</i>	95
TABLA 21. <i>LÍNEA DE PRODUCTOS Y PRECIOS DE LA EMPRESA</i>	95
TABLA 22. <i>PRECIO</i>	101

TABLA 23. ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS	102
TABLA 24. PROVEEDORES	104
TABLA 25. PLAN DE PUBLICACIONES.....	106
TABLA 26 MEDIOS PUBLICITARIOS.....	107
TABLA 27. PLAN DE PUBLICACIONES.....	108
TABLA 28. MEDIOS PUBLICITARIOS.....	108
TABLA 29. ÁREAS	114
TABLA 30. TECNOLOGÍA DE LA MICROEMPRESA	117
TABLA 31. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS	127
TABLA 32. TIPOS DE EMPRESAS.....	135
TABLA 33. INGRESOS	141
TABLA 34. COSTOS MATERIALES DIRECTOS SILLA SECRETARIA	142
TABLA 35. COSTOS MATERIALES DIRECTOS SILLA SENA.....	143
TABLA 36. COSTOS MATERIALES DIRECTOS ESCRITORIO EN L	143
TABLA 37. COSTOS MATERIALES DIRECTOS MUEBLE POLIFUNCIONAL.....	143
TABLA 38. INVERSIÓN.....	144
TABLA 39. TABLA DE AMORTIZACIÓN	144
TABLA 40. RESUMEN DE LA TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	145
TABLA 41. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO	146
TABLA 42. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	147
TABLA 43. FLUJO DE FONDOS PROYECTADO.....	148
TABLA 44. PUNTO DE EQUILIBRIO	149
TABLA 45.....	151

TABLA 46. VAN Y TIR	152
TABLA 47. RELACIÓN COSTO BENEFICIO	153
TABLA 48. TIEMPO DE RETORNO DE INVERSIÓN	153
TABLA 49. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	154

Lista de figuras

Contenidos:	Páginas:
FIGURA 1. DEMOGRAFÍA DE GUAYAQUIL.....	64
<i>FIGURA 2. PARROQUIA ROCAFUERTE - GUAYAQUIL.....</i>	66
FIGURA 3. EDAD.....	72
FIGURA 4. SEXO	73
FIGURA 5. SERVICIO.....	74
FIGURA 6. ASPECTOS IMPORTANTES	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
FIGURA 7. MEDIOS TECNOLÓGICOS	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
FIGURA 8. ESTILOS.....	77
FIGURA 9. SELECCIÓN	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
FIGURA 10. CONOCER	79
FIGURA 11. INVERTIR.....	80
FIGURA 12. FORMA DE PAGO.....	81
<i>FIGURA 13. SILLA SECRETARIA</i>	97
<i>FIGURA 14. ESCRITORIO EN L.....</i>	98
FIGURA 15. MUEBLE POLIFUNCIONAL.....	99
FIGURA 16. SEÑALES DE SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	111
FIGURA 17. PLANO DE LOCAL.....	112
<i>FIGURA 18. UBICACIÓN</i>	114
<i>FIGURA 19. PROCEDIMIENTO DE COTIZACIÓN</i>	120
<i>FIGURA 20. DIAGRAMA DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE SERVICIO</i>	123
FIGURA 21. PUNTO DE EQUILIBRIO	150

Capítulo I

1. Problematicación

1.1. Tema

Proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de muebles de oficina polifuncionales, ubicada en la parroquia Rocafuerte, cantón Guayaquil.

1.2. Antecedentes generales

El crecimiento del sector mobiliario es notable con registros consolidados desde el año 2016, donde se registraron ingresos de hasta 4.277 millones de euros. Lo que en datos estadísticos establece un porcentaje de hasta el 5,9% con referencia al año 2015. Todo esto de acuerdo a datos obtenidos y sustentados en la investigación sobre ‘La Industria del Mueble en España Edición 2017’, investigación que se realiza de manera anual. Y editado por “AIDIMME” (edita el Instituto Tecnológico Metalmecánico, Mueble, Madera, Embalaje y Afines)

En este crecimiento ha tenido mucho que ver el hecho de que el tradicional concepto de amueblar una casa para toda la vida está en decadencia y cada vez más son los casos de habitantes que apuestan por renovar el mobiliario cada cierto tiempo. Pero, además, también hay que tener en cuenta que se ha instaurado una tendencia nómada que genera cambios de residencia de forma habitual, ya sea por motivos laborales, familiares o por otras causas. De la misma forma, en la actualidad, se construyen pisos en los que se ha visto reducido de forma considerable el tamaño de las habitaciones y los metros cuadrados construidos, de forma más sencilla. La consecuencia evidente es que son más pequeños. Debido a

todo ello, se busca la utilidad y la simplicidad a la hora de tantear el mobiliario para su hogar.

Precisamente, en este punto es donde encontramos los diseños de muebles cada vez más prácticos, funcionales, convertibles y multiusos. Se busca aprovechar al máximo el espacio y que puedan tener más de una utilidad, para así minimizar el número de muebles y poder tener espacios más amplios. Un ejemplo cada vez más utilizado son las mesas de centro elevables, que otorgan la comodidad de no tener que agacharse o desplazarse para hacer uso de ellas, incluso algunas que se transforman en mesas de comedor.

Es por ello por lo que el mueble polifuncional ha irrumpido con fuerza en los hogares. Ya no es extraño ver una 'chaiselongue' cuyo interior es un arcón para almacenaje o descubrir en su lateral uno o varios pufs. Sofás que se convierten en cómodas camas para ese invitado inesperado, incluso sillones cama. Y así una gran variedad de opciones donde escoger.

Los muebles polifuncionales son tremendamente prácticos, ahorran espacio, permiten dar mayor amplitud y evitan saturar habitaciones y espacios pequeños, evitando la sensación de agobio que se suele provocar en espacios reducidos.

Ambientes minimalistas

En definitiva, la tendencia actual que se ha implantado en los hogares va destinada a crear ambientes minimalistas, donde se ubican menos muebles, pero estos son más prácticos, ya que, al aportar más de una función, ayudan a otorgar

una comodidad óptima, además de permitir amplitud a cada una de las habitaciones y generando ambientes limpios y sencillos.

En Chile encontramos un claro exponente en las tiendas de Muebles Don Rebajón, donde se pueden encontrar una amplia variedad de muebles multifuncionales ideales para aprovechar los espacios de nuestro hogar y crear ambientes sencillos pero completos, con unos precios adecuados a todos los bolsillos para que disfrutar de tu hogar sea fácil y económico.

Cuando nos enfrentamos a espacios pequeños en los que cada metro cuenta, ¡lo que no puede faltar es un mueble multifuncional! Este tipo de muebles, como su nombre indica, cumplen más de una función, y si los elegimos de cierto diseño, nos ayudarán a decorar el ambiente donde vayan. Suelen tener dos funciones: una predominante y una secundaria. Los más habituales son los que permiten el almacenaje en su interior (como mesas para cabinas interiores o sofás con cajones) o bien los que permiten dormir a la vez que sirven de asiento (como sofás cama). Los muebles multifuncionales son tremendamente prácticos, pues ahorran el espacio equivalente al mueble de segunda función, lo que nos permite dar más amplitud a espacios pequeños sin que perdamos funcionalidad.

Los muebles polifuncionales, son un producto práctico y adaptable perfectamente en espacios reducidos, al día de hoy, los consumidores priorizan la comodidad para satisfacer sus necesidades, a la hora de adquirir este tipo de productos, la adaptabilidad a sus exigencias es enmarcable. Por esa razón, también buscan opciones económicas, y actuales, en las tiendas especializadas en diseño y decoración de interiores, las cuales puedan ofrecer variedad de

mobiliario, así como y complementos para, en un espacio reducido, con el fin de lograr ambientes cómodos y acogedores que satisfagan a los habitantes.

Algunas incluso ofrecen asesoramiento gratuito y la posibilidad de personalizar todos los muebles con el objetivo de evidenciar la esencia de quien habita en un determinado espacio. En la lista de elementos más solicitados están sofás-cama, mesas extensibles, poltronas, muebles transformables, pufs.

Estos últimos son los mimados, porque ocupan poco espacio y lucen en diversos ambientes.

En el Ecuador, la fábrica BoConcept, por ejemplo, hay variedad de mesas de centro que se transforman en tableros de trabajo y hasta en mesas de comedor y otomanas que se convierten en cama. Armar este último complemento toma hasta ocho minutos, según la demostración realizada por Marcelo Bastidas. Ese mueble viene con un forro que permite mantenerlo limpio. Los elementos pensados para estos jóvenes poseen un diseño elegante, pero al mismo tiempo des complicado. “Los jóvenes buscan muebles que reflejen su estilo de vida”, señala Andrea Quintero, de Loft Noa, un estudio de diseño y decoración interior que ofrece alternativas novedosas, realizadas por artistas ecuatorianos, opción que seduce a los jóvenes por un sentido.

Los amantes de la naturaleza y aventureros, por ejemplo, cuentan con mobiliario elaborado con materiales naturales, como la madera. Para los que disfrutan del toque ‘chic’ hay mesas de centro y comedor de vidrio con impresiones que pueden personalizarse. También hay muebles con metal y peltre, para los más vanguardistas, y otros, con líneas rectas y el blanco como color principal, para quienes disfrutan del

estilo nórdico. Estos últimos se caracterizan por lucir líneas sencillas, explica Quintero.

Con esos elementos, un joven puede lograr una vivienda organizada y que luzca más amplia de lo que realmente es y convertirla en el espacio que requiera, según sus necesidades. “Muchos de esos jóvenes trabajan en casa, pues su principal herramienta es la Internet”, dijo Rivas. Y para ellos hay alternativas novedosas en las tiendas locales. Un mueble, a simple vista, por ejemplo, parece un cajón de almacenamiento suspendido en la pared. Se transforma en escritorio al retirar un seguro que sostiene la puerta que desciende hasta alcanzar la altura establecida.

Los muebles actuales se acoplan, según Miguel Ángel García, de Kare Quito, a departamentos con varios estilos de decoración. Entre las tendencias se destacan la minimalista, industrial y vintage. Se cuelan en esos estilos porque priman los colores neutros, como el blanco y escala de grises.

Aunque también hay jóvenes que quieren colores más vivos y muebles con diseños más arriesgados, según García. Con esos elementos, un joven puede lograr una vivienda confortable y que se vea mucho más amplia, en Ecuador no hay microempresas que se dedican a la fabricación de muebles polifuncionales.

El sector inmobiliario en tiempos de pandemia se ha visto afectada en el ejercicio del año 2020 apuntando al sector de vivienda siendo que debido a la economía inestable tuvo un decremento del 11% de las proyecciones antes previstas según investigaciones de la asociación de la madera. Al apuntar al sector empresarial tuvo una caída del 10% ya que muchos paralizaron actividades, pero muchos aprovecharon la ausencias físicas del personal para hacer las adecuaciones que tenían

en sus planificaciones administrativas sin cumplir con el cien por ciento ya que de igual manera sus ingresos estaban limitados en muchos casos.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo incide la elaboración de un proyecto de prefactibilidad, en la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de muebles de oficina polifuncionales, ubicada en la parroquia Rocafuerte, ciudad Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2021?

1.4. Planteamiento del problema

Actualmente y de manera continua los índices de sobrepoblación a nivel mundial son cada vez más notorios, la falta de espacios cómodos donde laborar son escasas, hecho que representa un gran inconveniente para muchas personas, ante este hecho se presenta la necesidad de construir muebles multipropósitos para oficinas y hogares, muebles cada vez más pequeños para oficinas con espacios reducidos, el fin de este producto de constante innovación es la de satisfacer la necesidad de los individuos y familias ante esta situación.

Este inconveniente se encuentra cada vez mas alejado de la realidad económica de los individuos, un ejemplo claro radica en Ecuador, donde en muchos lugares no se posee el espacio idóneo para desarrollar las actividades sean en el hogar o laborales de manera confortable y adecuada, este hecho a provocado que se lleve a cabo el diseño y construcción de muebles polifuncionales adaptables para los hogares y oficinas en el país.

Cabe agregar, que actualmente en la ciudad de Guayaquil, de manera constante se busca promover múltiples planes mobiliarios que se basan en el de diseño,

creación e innovación de muebles multifuncionales que logren adaptarse en espacios reducidos como los que encontramos en oficinas y varios hogares dentro de la ciudad de Guayaquil; No obstante, muchos de los proyectos son detenidos al no presentarse ofertas concretas sobre esta clase de muebles multifunción.

La interrogante en cuestión es. ¿Por qué no implementar un tipo de mobiliario multifuncional, que cubra las necesidades de espacio y sobre todo de utilidad?

Es importante mencionar que este tipo de mobiliario posee el objetivo concreto de satisfacer las necesidades presentes en los hogares y oficinas con espacio reducido, además de que su fabricación radicaría en materiales de bajo costo que cumplan con las especificaciones requeridas para brindar un producto de calidad y resistente, que no posean algún efecto adverso y dañino al medio ambiente. Asimismo, buscaría a que se ajusten a la multifuncionalidad; ya que por lo general no se encuentra este tipo de mobiliario fácilmente en el mercado ecuatoriano.

Se destaca que con este proyecto se pretende diseñar y desarrollar una línea de muebles que permitan cubrir las necesidades de vida de muchas familias que habitan en viviendas y tenga microempresas con espacios reducidos, basado en una estética contemporánea, que cumpla con objetivos importantes como confort, comodidad y funcionalidad.

Con el fin de mejorar la calidad de vida de estas personas, aportando desde una visión de crear productos que económicamente sean accesibles y tecnológicamente sean funcionales aportando a una mejor solución del espacio, y mejor versatilidad en su oficina como organizar y obtener un mueble pequeño que tenga como utilidad de varias formas y funciones para implementar.

El mobiliario estará dirigido hacia las microempresas y familias de viviendas pequeñas que están dentro de la ciudad de Guayaquil y sus alrededores, contando con un público de cuatro a cinco personas por familia, desde niños de siete años en adelante, hasta personas adultas; pertenecientes a la clase social media y clase social baja, la necesidad de crear la micro empresa es para cubrir la demanda de cubrir al pedido de los clientes potenciales que tiene oficinas de espacios reducidos y necesitan adquirir un mueble polifuncional y también de gran utilidad en sus hogares.

1.5. Preguntas de la investigación

- ¿Cuáles son los aspectos de mayor relevancia a medir dentro de un proyecto de prefactibilidad?
- ¿Cuáles son los permisos, requisitos, patentes y/o normativas a cumplir para un emprendimiento de esta índole?
- ¿Cuál es el estudio adecuado para analizar la demanda en la parroquia Rocafuerte?
- ¿Cómo se determinará el estado de la viabilidad financiera para la microempresa dedicada a la fabricación de muebles de oficina polifuncionales?

1.6. Delimitación del problema

Tabla 1

Delimitación del problema

Campo:	Empresarial
Área:	Financiera
Aspectos:	Prefactibilidad, creación, microempresa, polifuncional
Tema:	Proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de muebles de oficina polifuncionales, ubicada en la parroquia Rocafuerte, cantón Guayaquil
Espacio:	Guayaquil – Guayas
Tiempo:	2021
Línea de investigación:	Desarrollo e innovación empresarial

1.7. Justificación

En el marco de un correcto análisis de la actividad financiera del sector productivo de las sociedades de fabricación de muebles de oficina polifuncionales es importante considerar el desenvolvimiento en el entorno del área comercial. Así como, profundizar el análisis sobre los aspectos importantes como lo constituyen los económicos, sociales, culturales y a su vez internacionales. Asimismo, determinar su incidencia sea esta de forma directa o indirecta.

Una microempresa de servicios de fabricación de muebles de oficina polifuncionales tiene como objetivo ofrecer muebles a pequeñas y medianas empresas, potenciando la imagen de marca de sus servicios, por medio de un servicio innovador, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, propiciando la satisfacción y la fidelización de los clientes.

La consecución del objetivo planteado conllevará a poseer un conocimiento más concreto sobre los mercados potenciales a los cuales estarán destinados los productos

y servicio de la microempresa. Es importante mencionar que, según datos del 2018, establecidos por el Instituto Nacional de Estadística y Censos en el Ecuador 2650 empresas se dedican expresamente a la fabricación de muebles, con lo que generan la cantidad de 8500 empleos a nivel nacional.

La creación de la microempresa de servicios de muebles polifuncionales en la ciudad de Guayaquil, poseerá el objetivo concreto de satisfacer el presente crecimiento de la demanda de las distintas pequeñas y medianas empresas situadas en la zona.

En la actualidad una idea de negocio propio, significa emprendimiento, lo que conlleva a un amplio proceso de investigación y desenvolvimiento dado que, las oportunidades de financiamiento que brindan las instituciones financieras a estos proyectos innovadores radican en la sostenibilidad de los mismos.

Ya con lo mencionado anteriormente se hace énfasis en las posibilidades de llevar a cabo múltiples estudios de mercado en miras a un incremento de la demanda en el sector, dada la disminución de los clientes invitados. Esto parte de que los clientes potenciales para el tipo de negocio, definidas en empresas naturales y jurídicas, públicas o privadas, y los distintos niveles socio económicas, con un objetivo claro sobre la promoción en los servicios.

Se llevará a cabo una investigación sobre la conformación de una microempresa de prestación de servicios de muebles de oficina polifuncionales, en la parroquia Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil, dado que se considera un un sector con un alto índice de cotización y constante crecimiento.

Al mostrarse un servicio personalizado y primordial, el mismo permite hacer una captación de mercado por medio de una diversificación de los servicios, satisfaciendo las necesidades en cuanto a las pequeñas y medianas empresas.

Con la ejecución de una investigación direccionada al mercado de servicios de muebles de oficina polifuncionales específicamente de las microempresas dedicadas a esta clase de servicios, donde se puede determinar la inexistencia de una competencia fuerte dentro de este mercado. Sin embargo, se pretende la elaboración de una aplicación sobre un estudio de prefactibilidad, que permita adentrarse y obtener conocimientos más concretos sobre la base del valor actual neto VAN, así como, el de conocer el tiempo de recuperación y la determinación de la tasa de interés de igual manera conocer otros indicadores financieros, que factibilicen la viabilidad del proyecto.

Es importante determinar si el presente proyecto cuenta con oportunidad de ser introducido y aumentar su presencia en el mercado empresarial.

Al público y a los clientes propuestos se les presentara, las novedades que estarán basadas en productos de su preferencia y agrado, así como en las tendencias referenciadas en la moda. No obstante, para determinar el potencial del proyecto constara del trabajo en conjunto y con equipos de trabajo consolidados, hecho importante y esencial para lograr de manera eficaz y con rapidez la solución a los problemas que llegasen a presentarse, demostrando una alta responsabilidad y a su vez compromiso con el cliente, cabe mencionar que esto es posible, con lo que se buscara alcanzar influencia en el sector, así como una marca diferencial del producto.

Con la creación y constitución de este proyecto se establecen los cimientos de una amplia cartera de los productos y servicios que se ofrecen, de igual manera, servirá como nexo entre los proveedores los cuales son los encargados de relacionar a las empresas de muebles, lo que recae en la adquisición de sus servicios para satisfacer las necesidades que se suscitan.

Lo expresado con anterioridad sobre este proyecto de investigación, en base a la factibilidad para la creación de una microempresa de muebles polifuncionales, es relevante en el ámbito social, dado que, favorecería a los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil, y le beneficiaría a ese segmento de microempresarios de los sectores financiero y comercial. Un intercambio de ideas, trabajo en equipo y responsabilidad de los trabajadores maximiza las posibilidades de que una microempresa a mediano plazo se logre ubicar como líder del sector.

La investigación que se llevó a cabo para la creación de la nueva microempresa es de origen exploratoria y descriptiva, dado que es necesaria información suficiente, veraz y confiable que permita sustentar las bases teóricas citadas. Es importante profundizar en conocimientos concretos que permitan determinar a los posibles clientes y proveedores potenciales.

Llevar a cabo la elaboración de un análisis sobre la prefactibilidad nos permite estar al tanto, de los principales indicadores que dan orden financiero, así como de los encargados de establecer viabilidad o no de la misma, esta forma expresada permite exteriorizar la capacidad de los recursos que la microempresa invertirá en términos de activos, de igual manera identificar la utilidad que representa.

Como finalidad la microempresa posee bases teóricas en las cuales fundamenta la viabilidad de la constitución de la misma, estas bases se encuentran centradas en fijar y orientar el futuro con relación a los objetivos ya planteados mediante estrategias direccionadas a la consecución del éxito microempresarial.

1.8. Objetivos

1.8.1. Objetivo general

Evaluar la prefactibilidad financiera para la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de muebles de oficina polifuncionales, en el cantón Guayaquil.

1.8.2. Objetivos específicos

- Presentar diseños de mobiliarios ergonómicos, antropométricos, polifuncionales y estéticos, con la conformación de una microempresa.
- Redistribuir los espacios creativamente, mejorando la funcionabilidad de cada área, mostrando que un mismo diseño de mobiliario y su funcionamiento puede ser acoplado a un espacio interior y cumplir con varias funciones.
- Desarrollar un estudio de mercado para analizar las oportunidades existentes en el sector y poder así elaborar un plan estratégico para la microempresa.
- Realizar un estudio financiero para definir el costo total de la creación de la microempresa y evaluar la viabilidad y rentabilidad de los productos determinando sus costos y obteniendo como resultado del presente proyecto, la evaluación de costos, precios y obteniendo una utilidad para la microempresa.

1.9. Conclusión

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron mediante los antecedentes de la investigación realizada, se determinó que las necesidades suscitadas para la utilización de muebles polifuncionales para el uso del hogar y oficinas con espacio reducido, es viable, del mismo modo esta idea se abre camino para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de muebles de uso múltiple con diferentes diseños, arraigando el objetivo de satisfacer las distintas necesidades en las que se requiera.

Capítulo II

2. Contextualización

2.1. Marco teórico

Factibilidad

El autor Flórez, J (2004) indica que la factibilidad debe guiar a la identificación concisa del plan de negocios por medio de un estudio de mercado, la dimensión, el establecimiento, la ingeniería del proyecto, los diseño en base a los modelos administrativos apropiados para cada momento del proyecto, la estimación del nivel sobre las inversiones consideradas necesarias así como su cronología, se encuentra conexas al cálculo de los ingresos y los costos de operación, se identifica de manera compacta con las fuentes de financiación y las encargadas de regular los compromisos de colaboración en el proyecto, las aplicación de los criterios de evaluación financieros, así como los de ámbito económico, social y ambiental, todos ellos permiten que logre obtener argumentos que influyan en la toma de decisiones para la ejecución del proyecto.

Por consiguiente, Arboleda, G. (2014) expresa que el estudio sobre la factibilidad no solo es un medio que facilita las tomas de decisiones con relatividad a inversiones, asimismo, queda mencionar que estas decisiones no necesariamente deben concordar con las conclusiones de la investigación. No obstante, sería anormal el encontrar inversionista cuya flexibilidad fuese limitada que se viera conformada completamente con los resultados de la investigación.

Los nuevos productos de una empresa, tiene que estar actualizando constantemente su mezcla de productos, para satisfacer la demanda de los

consumidores, sin embargo, es necesario tener en cuenta algunos aspectos antes de emprender el desarrollo nuevo de productos.

Denominados como el medio en los cuales sirven de intermediarios tanto instituciones como personas, los canales de distribución son los encargados o el medio en sí, que facilita la circulación de un producto terminado, partiendo desde el fabricante hasta el consumidor, o cliente final. Es importante manifestar que para que este proceso transcurra de manera idónea deberá seguir una serie de filtros antes de encontrarse disponibles en el mercado.

Los filtros mencionados se expondrán de manera breve a continuación:

En primer lugar, encontramos la etapa denominada de “Conocimiento” En donde el cliente es consiente de nuestra existencia, así como la calidad y variedad de productos que se poseen a su disposición y para su adquisición.

La etapa de “Consideración” específicamente se basa en conseguir que el cliente muestre interés y aceptación de nuestro producto, así como de conocer su importancia, y los beneficios que le proporcionara en la satisfacción de sus necesidades

Por último, encontramos la etapa de la “Visita”, donde el cliente debe aproximarse a uno de nuestros puntos de venta donde pueda adquirir el producto sea de manera física o virtual.

A este aspecto, el analista de mercados y estrategia de Aidima subrayó que el Instituto tecnológico del Mueble, madera, Embalaje y afines, está realizando una serie de propuestas a empresas interesadas en valorar su modelo de negocio en base

al análisis de los nuevos hábitos de compra, para establecer, en correlación, nuevos hábitos de venta adaptados al perfil de los consumidores y sus estilos de vida. De este modo, mediante una metodología específica se establece una estrategia que aporte soluciones de implicación con el mercado.

En este sentido, el analista destacó que el consumidor está ganando “poder de negociación” frente al distribuidor y fabricante, porque interacciona con una realidad de consumo elegida por él, de manera inmediata y accesible desde cualquier ubicación, y que han dibujado una dimensión hasta ahora desconocida en la colaboración humana, lo que conocemos como “crowdsourcing”.

Por tanto, el modelo de beneficio de una empresa empieza por identificar sus fuentes de ingresos y los costes asociados. Puesto que ingreso es igual a precio por cantidad, y el precio es una dimensión esencial del valor creado para los clientes, se vincula el modelo de creación de valor con el modelo de beneficio de la empresa.

Según Mariño, 2009. “Un estudio de factibilidad es un propósito que radica en investigar, realizar y desarrollar una propuesta de un modelo operativo que sea viable para una respuesta a la problemática, o necesidad de empresas o de grupos”

“la importancia de una propuesta de operación técnico-económica radica en la efectividad para solucionar la necesidad suscitada, esta operación lleva a cabo la utilización de un grupo de recursos los cuales se encuentran disponibles, dichos recursos son especificados como: recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Por consiguiente, se lo considera como un instrumento detallado, que toma forma a partir de múltiples, los cuales admiten a un emprendedor para la

presentación de la idea a las empresas, las cuales aportan con el conocimiento, idea que es viable, y que se crea para generar ganancias” (Cohen, 1992).

Un estudio de factibilidad se enlaza con las funciones propias entre sí, su cumplimiento permite de cumplir de manera beneficiosa con los objetivos ya planteados, los cuales son ejecutados para la atención a todas las necesidades suscitadas en las organizaciones, instituciones o los grupos en un tiempo establecido. Las distintas ideas, así como el estudio de factibilidad que se realiza mediante varias etapas como: una de ellas el análisis de la necesidad, el cual consiste en llevar a cabo un estudio de campo como documental, planteando con bases sólidas la fundamentación de teórica de la propuesta, el procedimiento metodológico a seguir, las funciones y los recursos para que estos se pongan en marcha, y se lleve a cabo un análisis sobre la viabilidad o factibilidad de la investigación, y así se posibilite su ejecución. (Lojano, 2014)

Proyectos de prefactibilidad

Un proyecto de prefactibilidad es también denominado como aquel instrumento que posee utilidad al momento, es decir, es el encargado de llevar a cabo una división y así como el de establecer el proyecto. Asimismo, su organización consta de un valioso aporte para la identificación y promover los distintos proyectos en el área de económica. En muchos casos estos proyectos económicos son requeridos por organizaciones oficiales, que poseen uso para los inversionistas en el área privada, y sobre el cual reposa uno de los aspectos principales de responsabilidad, para dar paso al inicio del desarrollo de un estudio de inversión.

Cabe agregar que el sector empresarial es el encargado de auspiciar y crear diferentes estudios, dentro del marco global, determinado por normativas generales y sectoriales específicamente. Asimismo, son los inversionistas del área privada los encargados de los proyectos económicos, los cuales constan como la herramienta principal que permite ponderar las oportunidades de una inversión en varios estudios, así como el de analizar los requisitos de utilidad que se originan, y evaluar el riesgo que los involucra en el interior del estudio. También es importante el ordenamiento que se lleva a cabo, ya que permite que se determine el nivel máximo aceptable de riesgo, así como, una mejor toma de decisiones a la hora del proceso de selección de los estudios con mayor rendimiento con un riesgo menor o aceptable.

Un proyecto de prefactibilidad se define como aquel análisis o estudio inicial encargado de verificar si un proyecto cuenta con potencial y si este es factible o no para ser ejecutado, al mismo tiempo se lleva a cabo la comparación sobre el escenario idóneo para su desarrollo. Es importante que un proyecto de prefactibilidad posea como mínimo distintos semblantes como: el estudio de mercado, financiero, técnico y administrativo.

Al traducir la dimensión del proyecto en un documento sea por separado o no, con lo que se pretende de un procedimiento más explícito. Con el cual busca de nivelar y verificar al menos uno de los modos de solución que resulten más rentables, asimismo, trata de ser técnica y económicamente viable.

El proyecto de viabilidad de inversión establece, con mayor puntualidad, la importancia de la inversión, los costos y de todos los beneficios del estudio, para realizar una comparación y establecer la conveniencia de emprender. El origen de la

etapa principal se conoce por su formulación y elaboración del estudio, en la cual la formulación pertenece al asunto de definición o de una disposición del estudio, es así que la elaboración es el procedimiento de los cálculos y organización de costos, de las inversiones y de todos los beneficios de las expectativas configurada. En una etapa siguiente pertenece a evaluar el estudio.

La elaboración del estudio investiga medir el comportamiento que es más posible que los ingresos y egresos del estudio. Sin embargo, varias ocasiones el estudio no se establece de forma completa y es importante la formulación previa. Cuando establece el estudio, se experimenta de forma detallada los costos y todos los beneficios que se asocian con las variables que se eligen que se realiza un análisis de su nivel de perfil, no es la adecuada para el cumplimiento de la calidad que exige toda la información del proyecto de prefactibilidad o también de factibilidad. La respuesta a la elaboración del estudio es construir un flujo de caja basando las proyecciones estimando de lo que sucede los costos y los beneficios que tienen relación al implementarse en el estudio.

Creación de una microempresa de servicios

Según (Pérez, 2009). Expreso que “La microempresa también se la llama empresa de tamaño mediana. Esta se define por el acuerdo con cada país, por lo general se dedica a que una microempresa se mantenga con hasta 10 empleados que permita una facturación acorde.

El nacimiento de una microempresa se establece a partir del término usado para constituir la diferencia de una empresa por sus ingresos como por sus servicios. Por consiguiente, se define al servicio como al grupo de acciones de las cuales parten

para servir a alguien, o algo. O como al grupo de acción donde se conforman para servir alguna causa. Estos son las funciones que ejercen por las personas hacia otras personas con el fin de cumplir la satisfacción de ser recibidos.

El estudio de prefactibilidad se concreta como el análisis en la etapa preliminar de un proyecto potencial, que se realiza para determinar si valdría la pena proceder a la etapa de estudio de factibilidad. Esto se hace en proyectos grandes, y colectivamente de empresas conjuntas.

El desarrollo de este estudio es llevado a cabo por un pequeño grupo de trabajo el cual se encuentra diseñado para darle a las partes interesadas de la empresa la información básica y necesaria para proceder a la ejecución del proyecto, o la de elegir entre posibles inversiones, con la previa selección de los mejores escenarios de negocios. (Corvo,2019)

Se considera como un punto vital el área de una microempresa, dado que al momento de iniciar un emprendimiento se debe establecer un propósito y llevarlo a cabo, este espacio en mención es en el cual se ubican las microempresas, las mismas que se identifican por los negocios pequeños o familiares, cuando estos no cuentan con mano de obra. Los servicios que se distribuyen se establecen de acuerdo a las capacidades, dado que se vuelve importante tener los conocimientos idóneos los cuales les permitan contribuir a todos los miembros.

La oferta del producto/servicio

Es la encargada de analizar la cantidad que proveen los productores del bien que se ofrece al mercado. Del mismo se analizan las alternativas sobre la producción de

las organizaciones las cuales se encuentran dentro de las productoras más reconocidas. Por lo tanto, esto hace hincapié a la situación del momento y de forma futura, logrando proporcionar la base para la posibilidad de la realización de este estudio, así como determinar la condición para la competencia existente.

Precio

El valor de intercambiar productos o servicios, estableciendo la utilidad o la satisfacción que deriva la compra y la utilización o el consumo de un producto o servicio.

Plaza

Es la semejanza a la distribución y que se constituye por los intermediarios por medio de los productos o servicios que llegan a los clientes.

Promoción

Es el mecanismo o el instrumento de marketing que es el objetivo principal: recordar e informar a las personas el objetivo de los productos que la compañía presenta al mercado, pretende de esa forma, ser capaz en las cualidades y conductas, para esto surge el grupo de instrumento como la publicidad, promocionar las ventas, el marketing directo y hacer venta personal.

Competencia

Hace referencia a la presencia de la cantidad de empresas o a su vez de individuos que elaboran la oferta o las ventas del producto en un mercado establecido, asimismo se posee la presencia de personas o empresas, las cuales son

denominadas como consumidoras o demandantes, ya que van de acorde a las preferencias y necesidades, que se suscitan dentro de las compras o demandas sobre los productos a los oferentes. Del mismo modo, en otras ocasiones la competencia se encuentra presente con distintos niveles de intensidad, todo esto hace que surja una categorización variada. Categorización que se origina debido a la cantidad en la verificación de los costos que poseen los oferentes, y los clientes diferentes de los productos que se hayan en el mercado y con la aceptación de los oferentes que ingresan al mercado (Banrepcultural, 2017)

La creciente demanda de departamentos pequeños ha creado una nueva generación de y oportunidades para el sector mobiliario, con los llamados muebles multipropósitos o polifuncionales.

Estos muebles son considerados contemporáneos, modernos, así como también funcionales, dado que cumplen variados propósitos a fin de aprovechar al máximo los espacios reducidos o simplemente establecer ambientes adicionales para la creciente familia.

En la actualidad, el aumento de viviendas y apartamentos pequeños y de espacio reducido, van en aumento, dado por el incremento de la población a nivel mundial, de igual manera, existen alternativas muy positivas para su decoración, que al mismo tiempo permiten sacar un máximo partido del espacio disponible. Una solución que resulta atractiva, por el toque actual que añade a un ambiente, consiste en evitar el uso de muros o tabiques divisorios, pues los interiores diáfanos, abiertos, crean el efecto de mayor espaciosidad.

Lo cierto es que en algunas casas o departamentos pequeños es posible eliminar paredes o muros que separan un ambiente de los otros, pero, de todos modos, es importante que estas modificaciones a la estructura de la vivienda u oficina no afecten la funcionalidad y el confort que brinda cada espacio.

Cuando se prescinde de paredes o tabiques en un interior, puede que un ambiente pierda intimidad y confort, es el caso de por ejemplo una cocina abierta a una sala, o al resto de la casa.

Pues en esta zona de la vivienda, se generan vapores, ruidos, humos y olores que afectan a otras áreas del apartamento, y que causan ciertas incomodidades en el día a día.

Dentro de las oficinas no tenemos competencia alguna, ya que los muebles en la actualidad son los comunes que ocupan espacio y muchos recursos para el cliente, en la parte de hogar será de gran utilidad ya que muchas viviendas son pequeñas y espacios reducidos para colocar un mueble que sirva de gran utilidad y con varias funciones.

El beneficio de poseer un mueble reducido y con costos bajos es una gran ventaja para las familias guayaquileñas y demás ciudades. La empresa asesoría a las constructoras a diseñar muebles pequeños con gran utilidad y mayor funcionalidad para el hogar y oficinas.

Los consumidores a los que busca llegar este proyecto son hombres y mujeres, con residencia en la región metropolitana, entre los 25 y 60 años, habitan solos, con su pareja o son padres de familia, y viven en casas de menos de 70 mt² o

departamentos de menos de 50mts². Pueden pertenecer a cualquiera de los estratos socioeconómicos C1 a, C1b, C2, C3. Con ingresos mensuales entre \$400.00 a \$2.000.00 (dependiendo del ciclo de vida en el que se encuentren).

Se habla de Consumidor y no de cliente porque es el que tiene el poder de definición y aceptación de los argumentos o razones de compra. Es a quién se va a orientar las comunicaciones de marketing para lograr su convencimiento y sobre el que se va a desarrollar los argumentos que logren posicionar el producto.

Mientras se llevan a cabo estas operaciones, se realiza una investigación y una prueba de mercado y se preparan los materiales de posibilidad y de promoción de ventas.

La innovación, soporte de la nueva empresa Howard Stevenson establece un nuevo paradigma en la administración empresarial al señalar la diferencia entre un emprendedor y un administrador convencional: en tanto que el dominio del emprendedor este guiado por la percepción de oportunidades, el del administrador está orientado por la disponibilidad de recursos.

Sin embargo, no fue hasta que surgió la escuela Bauhaus, que se comenzó a desarrollar mobiliarios que se adaptaran a las nuevas necesidades industriales y sociales de la época. Walter Gropius en 1922 impuso diversas exigencias, los productos de los talleres de dicha escuela, cada objeto debía estar construido con pocas y sencillas piezas para que de esta manera se facilitara la producción industrial.

Desde 1924 la palabra funcionalismo conquistó la Bauhaus y desde entonces ha estado íntimamente relacionada con ella. Los artistas modernos se familiarizan con la ciencia y la economía, uniendo la imaginación creativa con un conocimiento práctico de la artesanía y consecuentemente desarrollan un nuevo sentido funcional, explorando diferentes materiales industriales para facilitar la producción en serie, para así explotarla y poder amueblar las viviendas de la clase media.

De esta manera se buscaba unir el idealismo social con una realidad comercial, es decir, que los muebles realmente solucionaran problemas a los que los habitantes comunes se enfrentaban, con soluciones factibles y al alcance de este sector.

En Latinoamérica, se ha comenzado a desarrollar mobiliarios multifuncionales, como ejemplo se puede mencionar el proyecto Toco Madera en el 2010, desarrollado en el ámbito de las actividades de investigación y extensión de la Escuela Universitaria Centro de Diseño de Uruguay, con el fin de proveer una solución de equipamiento doméstico a programas de asistencia social o a poblaciones ante situaciones de catástrofe. Sus principales innovaciones consisten en las estandarizaciones de materiales, la simplicidad productiva de las piezas y el sistema de unión brindando una gran flexibilidad productiva.

Con el paso de los años, el modo en el que habitan los ecuatorianos ha cambiado, cada vez las familias son más reducidas y con ello también se reduce el espacio de sus viviendas obligando al diseñador actual a poner en práctica recursos y diseños casi nunca empleados en las viviendas, buscando soluciones de interiorismo que permita aprovechar al máximo los metros disponibles, las fuentes de luz natural y el espacio de almacenamiento.

La vivienda u oficina, es un espacio resguardado y adecuado para la subsistencia y morada del ser humano. Pueden ir desde una choza hasta una mansión, que se convierte siempre en un refugio seguro y es el lugar donde principalmente sucede la vida cotidiana del hombre,

Tendencias del servicio de mueblería en el Ecuador

La tecnología y el diseño son puntos claves en el mobiliario de oficina, para lograr confort y ambientes con estilo. En la actualidad, esta clase de muebles se centra en la ergonomía para alcanzar altos niveles de comodidad, pero a la vez promover las pausas activas dentro de la jornada de trabajo. César Duque, director de DVO S.P.A. se constituye en 1990, señala que la tecnología avanzada permite crear productos con ingeniería y materiales innovadores. Hoy, el abanico de posibilidades en cuanto a diseño es amplio, ya que se ajusta a diferentes estilos, presupuestos y usuarios.

Si se habla de estilos, el minimalista y las líneas rectas se imponen en los espacios corporativos. Atrás quedó la idea de escritorios grandes y de madera maciza. La madera aglomerada con fórmica, el metal, el vidrio e incluso el mármol son las opciones.

Este mobiliario, por ejemplo, se importa desde Italia y también hay la posibilidad de personalizarlo, según la medida, el material y el diseño, explica el especialista de DVO. Además, otros modelos están hechos para esconder el cableado de monitores y dispositivos en el interior para alcanzar un ambiente más limpio a nivel visual. Otro objetivo del mobiliario corporativo actual es la prevención de problemas de salud

relacionados a molestias en la espalda, muñecas, cuello y más, causados por una mala posición y por la altura errónea de las sillas y del escritorio o mesa de trabajo.

En este sentido, las sillas juegan un papel fundamental. Se destacan los sillones que, acorde al peso de la persona, regulan automáticamente la presión en la espalda. Asimismo, siguen los movimientos del usuario al momento de trabajar. Los soportes de los brazos, por ejemplo, también se regulan automáticamente. Estos tienen tecnología e ingeniería alemana.

Estudio de mercado

Una investigación de mercado medita la opinión de los clientes como pertinente en las funciones predictiva. Para esto surge las formas de recopilar la opinión como es la elaboración de encuestas para una representativa muestra en la población, elaborar experimentos o una observación de consumidores en mercados de prueba, se busca probar la hipótesis del mercado específico, las características de un producto o consumidor. (Sapag, 2004).

Mediante un estudio de mercado de establecer la existencia del mercado para el servicio o producto que se brinda del objeto de análisis, en esa área se hace un análisis de la oportunidad en el mercado, se lo traduce en los consumidores, la competencia, la inversión, el canal de distribución etc.

Lo primordial es el proyecto surge en que nos va a permitir tener el conocimiento para medir el volumen del objeto este se distribuye en el mercado escogido, es principal, analizar la demanda del producto, la posibilidad de aceptar los posibles

consumidores que se miden bajo un enfoque diferente, teniendo presente los hábitos, las conductas y su lealtad hacia el servicio o producto que es similar al mercado.

Es principal analizar la competencia para elaborar el proyecto de mercado, al nivel de la producción y de la capacidad de uso, los costos de la fabricación de los productos que se ofertan, con el precio que se designa para los compradores por medio de los canales de distribución.

Es el lugar de tomar en consideración los proyectos que nos permiten llegar a la inversión financiera.

Estudio técnico

Es importante para determinar las bases de la productividad de forma anual, nos permite poder estimar con el estudio de mercado, la cantidad de inversión en la estructura operativa, el mismo hace relación a la cantidad económica que se relaciona con la inversión de los activos de producción, así como del valor al adquirir de la materia prima que se necesita, a su vez la mano de obra que es directa como indirecta, la importancia de los gastos fijos para la fabricación de un producto y el capital que sea viable.

En relación con el estudio técnico surge desde la posibilidad del producto y de un análisis que lo vincula a la inversión, evita que al inicio en exceso de los gastos de los activos que usan y estos misma generan un elevado nivel en los costos fijos de la producción como resultado recuperar el capital inicial a largo plazo.

Programa de inversiones en activos de producción

Tiene relación con los equipos y con las maquinas que se usan, estos incluyen el área, es decir las instalaciones para que funcionen de forma oportuna para abarcar las producciones que se estima, este no puede ser más de 20%, se denomina por las maquinarias que son necesarias, se hacen cotizaciones por parte de los proveedores aceptados, por el tiempo que dura y por la depreciación de estos mismos.

Programa de materia prima y otros insumos

Determinación de la materia prima y de otros insumos que se emplean en el momento de producir de forma periódica y esta guarda una relación con capacidad situada de forma anual, considerando las tipologías de la demanda, es decir que son ciclos cada cierto tiempo este puede ser mensual o trimestral. Estos son definidos por la cantidad de productos a producir, por su calidad, por sus costos y a su vez por los proveedores, entre otros.

Programa de personal

En la línea de elaboración se vuelve notoria la mano de obra, por ser precisa en conocer la cantidad de trabajadores que hacen uso de ella, y por la cantidad de estos, por lo cual se muestra un vínculo con las diferencias en sus niveles. Así como la planificación que se establece en la cantidad de los empleados por departamento, por las aptitudes que se necesitan, por la cantidad final del registro y de todos los beneficios que se deben cancelar.

Estudio Organizacional

La estructura organizacional se define como relación formal entre aquellas partes que la conforman punto donde se evidencian las relaciones de autoridad o subordinación de acuerdo a las actividades y procesos a cargo de cada una de las partes involucradas en la organización o empresa.

La estructura organizacional de las áreas de apoyo debe responder a las necesidades del proyecto, el cual bien si fue concebido para el área de bienes y servicios requiere una serie de procesos administrativos que dan soporte a su operación.

Es aquí donde se sitúa el manifiesto de efectuar un estudio organizacional riguroso. ya que a partir de este punto se desprende información relevante para el estudio financiero del proyecto, relacionados con el nivel de inversión y los gastos en lo sucesivo, una vez que se ponga en marcha el proyecto.

La estructura organizacional de las áreas de apoyo debe responder a las necesidades del proyecto, el cual bien si fue concebido para el área de bienes y servicios requiere una serie de procesos administrativos que dan soporte a su operación.

Es aquí donde se pone de manifiesto hacer un estudio organizacional riguroso. ya que de él se desprende información relevante para el estudio financiero del proyecto, relacionados con el nivel de inversión y los gastos en lo sucesivo, una vez que se ponga en marcha el proyecto.

Estudio financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una compañía para ser sostenible, factible y beneficioso en un periodo determinado.

El estudio financiero es una parte esencial para el examen de un proyecto de inversión. El cual consiste en analizar un emprendimiento con potencial, una organización en marcha, o producto que integre una inversión nueva para una compañía, como puede ser la conformación de una nueva área destinada a los de actividades comerciales, la adquisición de otra sociedad o una inversión en una nueva planta de producción.

Para realizar este estudio es necesario datos con distintos orígenes, como por ejemplo evaluaciones sobre comercializaciones futuras, costos, inversiones a ejecutar, estudios de mercado, sobre la demanda, costos laborales, costos de financiación, y una estructura impositiva, etc.

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse en operaciones de manera continua. En muchas compañías, la viabilidad está estrechamente anexada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad por periodos extensos, debido a la viabilidad no precisamente implícitamente rentable.

Usualmente hay períodos de tiempo en las que muchas organizaciones no poseen rentabilidad. En el marco de los períodos inaugurales del emprendimiento, la empresa debe incidir en costos que otorgan beneficios a largo plazo, por medio de publicidad, los costos de organización, compra de stock de materiales, etc. No obstante, deben existir posibilidades de adquirir beneficios en el futuro.

En este caso, el estudio financiero deberá establecer si la compañía será capaz de sortear los períodos de rentabilidad negativa sin incurrir en cesación de pagos, y estimar en qué etapas la rentabilidad se considerará positiva y la correlación entre la rentabilidad y el capital invertido.

Una parte importante es la capacidad para poder financiar de que se encuentra dentro de las arcas de la empresa y el costo de esta. ¿Cómo puede obtener capital una empresa? Algunas formas pueden ser:

- Ingresos netos por operaciones
- Aportes de capital de los socios
- Incorporación de nuevos socios
- Disponibilidad De Capital Por Aportes Iniciales
- Disponibilidad De Fondos Por Resultados Acumulados
- Préstamos Bancarios
- Préstamos Gubernamentales
- Liquidación De Activos
- Créditos De Proveedores

El análisis financiero puede forjar distintas ratios financieras que los cuales accedan a los niveles principales de la administración, brindando una visión de la "salud financiera" de la compañía. Federico "Estudio Financiero"

<https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero> (Consultado el 03 de Oct de 2020)

Elaborar un adecuado estudio financiero te servirá como una excelente carta de presentación ante posibles fuentes de financiamiento.

Con este método reducirás la incertidumbre natural de un proyecto, dando como resultado menos riesgo y menor probabilidad de errores. Además, lograrás conseguir ver la factibilidad económica de tu proyecto.

Antes de comenzar veamos una breve introducción a los componentes del estudio.

Los Ingresos

Son la raíz de todo el estudio, de él parten todos los análisis para conocer si los mismos serán favorables y rentables para la futura empresa a través de las valuaciones futuras.

Los costos

Esta evaluación pretende encontrar el costo total de venta de los productos o servicios que pretende elaborar o prestar con la realización del proyecto. Para esto, necesita calcular el costo unitario de la materia prima, la cantidad exacta de unidades a producir para tener siempre un inventario de mercadería, los costos indirectos de fabricación y los de mano de obra directa.

Gastos de administración

Son todos los gastos relacionados con la administración de la empresa, por ejemplo, la planilla de empleados que corresponda, gastos de energía eléctrica, telefónicos, insumos de administración (calculadoras, corrector, Usb, fólder, grapas,

grapadoras y saca grapas, perforadoras, talonario de factura, tinta de impresora, papel, artículos para limpieza, bolígrafos, etc.), medicamentos, depreciaciones, amortizaciones, contratación, inducción, celebraciones especiales, etc.

Gastos de Venta

Incluye todos los gastos relacionados al esfuerzo de mercadotecnia para realizar las ventas, por ejemplo: planilla de empleados que corresponda, comisiones a vendedores, plan de publicidad, gastos de combustible, degustaciones, energía eléctrica, depreciaciones, insumos de venta, gastos telefónicos, etc.

Gastos Financieros

Son aquellos gastos en los que se incurre dada la adquisición de préstamos mediante el sistema financiero, son adquiridos para compensar el requerimiento de efectivo en la apertura de la empresa; es decir, la cantidad de capital de trabajo necesario, o alguna maquinaria para el funcionamiento, entre otros. Es importante tener presente que los préstamos son factibles siempre y cuando posean el respaldo para el crédito como son; los terrenos y edificios en caso de ser hipotecarios, vehículos, mobiliario, entre otros en caso de ser prendarios.

Depreciaciones

Son aplicados dado el deterioro de la maquinaria, vehículo, mobiliario y edificios. Su cálculo procede generalmente por el método de línea directa = (valor del activo menos valor de salvamento "1%") entre (años de vida útil) aprobados por el gobierno.

Amortización

Son gastos que no se incluyen directamente en el estado de resultado, pero si se toma el valor total de los mismos para ser considerados gastos distribuidos en varios años = (Valor del gasto) entre (número de años).

Plan de inversión

Es quien hará posible con exactitud una mejor visualización de lo requerido por el inversionista o socios, con el fin de lograr establecer un negocio y así determinar la cantidad de financiamiento óptima acorde al tipo de industria, la capacidad de los socios o inversionista.

Balance de apertura

Es la ordenación de todos nuestros activos, pasivos y capital contable al momento de la apertura. Es como una fotografía instantánea de la organización, también es llamado estado de situación financiero.

En el Estado de Resultado presentamos el resumen de nuestros futuros ingresos y gastos, menos impuestos y reservas, con el fin de conocer uno de los datos más importantes en la valuación de la empresa; que es nuestra utilidad o pérdida neta si se llegara a implementar dicho proyecto.

Presupuesto de caja

Su elaboración sirve para dar a conocer la circulación de divisas así como las cantidades que se mantendrán en nuestra cuenta de "bancos" o "caja", siendo este un dato primordial para la elaboración del balance general proyectado del negocio.

Balance general proyectado

Consiste en la ordenación de todos los activos, pasivos y capital contable con proyección, según la duración de la empresa. Es como una fotografía instantánea de la organización en cada año de la duración del proyecto de inversión.

Razones financieras

Considerados como los métodos de valuación que permiten analizar el estado de una empresa a través de sus: índices de liquidez, razones de endeudamiento, razones de rentabilidad y razones de cobertura.

Punto de equilibrio

Como su nombre lo indica, es la cantidad necesaria de ventas que debe alcanzar el proyecto para cubrir sus costos fijos y variables consiguiendo estar en equilibrio. Es necesario que no nos haga falta ni nos sobre dinero en la subsistencia del proyecto.

Flujo neto de efectivo

Esta herramienta te permitirá valorar el proyecto en el tiempo a través del valor presente neto, tasa interna de retorno e índice de rentabilidad; VAN, TIR e IR respectivamente.

El flujo neto de efectivo es la cantidad exacta de dinero que recibirá el proyecto en todos los años de vida de este al restar el flujo de ingreso del flujo de los egresos y en el último año de funcionamiento del negocio recuperar y pagar todas las deudas,

liquidar inventarios, vender activos fijos que sería prácticamente su valor de salvamento y el terreno en caso de tenerlo.

Indicadores financieros

Valor Presente Neto (VPN)

Denominado como valor monetario el cual posee el efecto de minimizar la suma del flujo reducido en cuanto se realiza la inversión principal, del mismo modo, se lleva a cabo una comparación de las ganancias estimadas en relación a los desembolsos, siendo importantes para la producción de las mismas. Por consiguiente, en relación al valor parecido en un tiempo cero, lo cual permite que se indique que para realizar una inversión y la misma sea accesible por su ganancia es importante un desembolso elevado, ya que esto permitirá un resultado positivo, un VPN elevado a cero. (Pronadri, 1998, pág. 299)

Valor actual neto (VAN)

Denominado el valor monetario que da respuesta a la suma de todos los flujos que se descuentan en el momento de la inversión principal, hace una comparación de las ganancias que se esperan en relación con los desembolsos, que son importantes para la producción de las mismas ganancias, en cláusulas del valor que equivalen en el tiempo cero. Dato que hace mención en la inversión y los parámetros en los que pueda ser aceptado por su ganancia, de igual manera debe existir un mayor desembolso, por ende, como resultado un VPN es mayor a cero (Pronadri, 1998, pág. 299).

El cálculo del VAN permite determinar la viabilidad del estudio en los valores bancarios que derivan de la inversión. Del mismo modo, se establecen la tasa de descuento y de los flujos que serán a futuro. Por medio de este indicador se puede realizare una selección de acorde al mejor resultado de inversión entre conjunto de varias respuestas que son excluyentes. (Aching, 2006)

Formula del VAN

$$VAN = \sum_{T=1}^n \frac{Fct}{(1+i)^t} = -I0$$

El progreso de la teoría de las alternativas nos presenta una alerta de las mismas, dado que los estudios tienden (a retrasar la elaboración, hacer una ampliación de lo que se invierte, reducción, etc.). Los distintos estudios presentan alternativas que poseen apertura para la organización, la cual se ejecuta. El establecimiento del valor de la alternativa real, es importante a menudo notificar el cálculo que se realiza de forma matemática ya que utilizan el tiempo y con el esfuerzo. Asimismo, es relevante tener presente que un estudio con varias alternativas vale más que otro semejante sin las mismas.

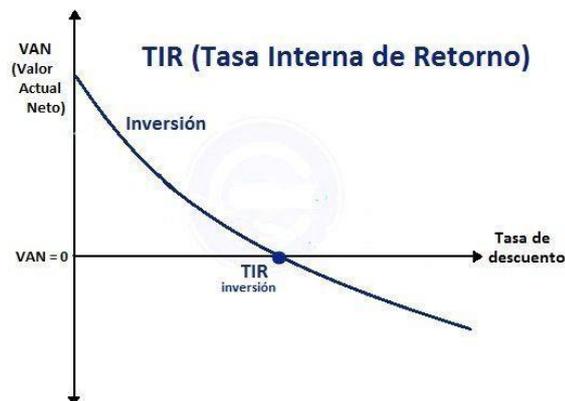
- I: inversión inicial
- FC: Flujo de caja
- I: tasa de descuento
- t: Tiempo
- n: vida útil

Tasa interna de retorno (TIR)

Su importancia radica en la utilidad asignada, ya que permitirá llevar a cabo la evaluación de los proyectos de inversión, permitiendo establecer la rentabilidad del mismo. No obstante, se expresan algunos inconvenientes:

La Hipótesis de reinversión de los flujos intermedios de caja: esta supone que los flujos netos de caja positivos son reinvertidos a “ r ” y que los flujos netos de caja negativos son financiados a “ r ”.

La inconsistencia de la TIR: no garantiza asignar una rentabilidad a todos los proyectos de inversión y existen soluciones (resultados) matemáticos que no tienen sentido económico.



Proyectos con varias r reales y positivas.

Proyectos con ninguna r con sentido económico.

Razón beneficio costo (RBC)

Al hacer referencia sobre los ingresos netos, nos expresamos de los ingresos que efectivamente se percibirán en los años proyectados. De igual modo, al hacer

mención sobre los egresos presente netos se toman aquellas partidas que positivamente provocaran salidas de divisas durante los diferentes periodos del proyecto. No obstante, como se puede apreciar en el estado de flujo neto de efectivo, se le visualiza como la herramienta que encargada de suministrar los datos necesarios para la cuantificación del indicador.

La relación beneficio / costo es aquel indicador encargado de medir el grado de mejora y bienestar que un proyecto puede brindar en la zona donde se proyecta su aplicación.

¿Cómo se calcula la relación beneficio costo?

Se adquiere como tasa de descuento la tasa social en vez de la tasa interna de oportunidad.

Se trae a valor presente los ingresos netos de efectivo asociados con el proyecto.

Se trae a valor presente los egresos netos de efectivo del proyecto.

Se establece la relación entre el VPN de los Ingresos y el VPN de los egresos.

2.2. Marco Conceptual

Mueble: Definido como aquel objeto funcional y utilitario que creado para satisfacer ciertas necesidades como el dormir, el sentarse y eventualmente algo donde puedan almacenarse cosas, en un tiempo que no puede ser señalado, actualmente las personas no solo poseen la necesidad de utilidad en un mueble, sino que también suelen desear estos objetos innovadores y atractivos. (Minguet, 2011)

Muebles multifuncionales: También pueden llegar a ser utilizados como un mueble común. No obstante, sus características difieren de la de un mueble tradicional; para ejemplificar, al ver la imagen de un armario común, cuya función se basa en la de guardar ropa, pero a su vez también pueda servir para guardar la cama y el escritorio entre otros. Así como puede desempeñarse como una vitrina para mantener ropa o libros. Pero resulta que, al abrirse, se transforma en un recibidor completo que nos permite disfrutar de orden y comodidad, así como de diferentes artículos y objetos. Del mismo modo, un escritorio transformable que se encoge al cerrar la puerta, y logra adaptarse con un par de ruedas para facilitar su traslado. (Janice Clark, 2013).

Ergonomía: Basada en los conocimientos científicos los cuales se encuentran orientados a mejorar la calidad de vida y brindar un ambiente laboral seguro y confiable, del mismo modo, conseguir que los productos elaborados se acoplen a las necesidades que se susciten y mejorar sus condiciones físicas.

Polifuncional: No es un término aceptado por la Real Academia Española (RAE). No obstante, su uso es muy frecuente en nuestra lengua para hacer referencia a aquel o aquello que puede cumplir con varias funciones.

Sin embargo, este adjetivo, se utiliza con frecuencia para designar al individuo con versatilidad a la hora de ejecutar actividades o tareas de manera eficaz. Cabe mencionar que, si un periodista deportivo asevera que un deportista es polifuncional, hará mención que el deportista en cuestión puede desenvolverse, así como ocupar diversas posiciones en el campo de juego desarrollando múltiples funciones. Un

deportista que puede desempeñarse en cualquier lugar en la mitad de la cancha, será calificado como polifuncional.

De manera similar, es posible calificar como polifuncional al funcionario público que se ha desempeñado en distintas áreas de la Administración. Si una misma persona trabajó en distintos sectores como lo son de Economía, Salud, Turismo y Medio Ambiente, se podría decir que se trata de un funcionario polifuncional.

Cabe agregar que este adjetivo también puede ser aplicado en dispositivos u objetos. Por ejemplo, un mueble que, según su disposición, puede emplearse como sofá, cama o mesa, es considerado como un producto polifuncional. Lo mismo que puede afirmarse al respecto de aquella herramienta que cuenta con destornillador en una punta, martillo en la otra y una regla sobre su superficie para realizar mediciones.

Tomando como referencia objetos, el término polifuncional puede variar llegando a ser utilizado como sinónimo de multifuncional o multifunción: “Es un electrodoméstico multifunción: corta, tritura y pica los alimentos”, “El edificio dispone de una sala multifuncional en la que se pueden organizar seminarios, brindar banquetes o desarrollar jornadas de capacitación”.

2.3. Marco Ambiental

Constitución de la República del Ecuador (2008), artículo 15: El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Que, el numeral 2 del artículo 278 de la Constitución de la República del Ecuador ordena que, para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

2.4. Marco legal

Es importante mencionar que para realizar un diseño y elaboración de mobiliario se debe considerar la normativa, teniendo en cuenta que no hay normativas para construcción de muebles multifuncionales la norma INEN 1897 hace hincapié para manipulan materiales y técnicas durante el proceso de elaboración y darle al usuario un producto de calidad debe cumplir los siguientes requisitos:

Alturas y el largo adecuado acorde al cuerpo humano, los materiales deben ser tales que sus propiedades le den al usuario estabilidad, resistencia permanezcan a lo largo de la vida útil del mueble no debe tener defectos naturales en el caso si son enchapados, no deben presentar levantamientos de cantos, separación de ensamblados.

Normas de calidad para el diseño y la fabricación de muebles bajo la norma ISO 9000, todo producto elaborado debe tener en cuenta que la certificación se basa en los procesos de elaboración debe ponerse a prueba antes de lanzarlo al mercado.

Para el diseño y elaboración de mobiliarios de interior, literas y camas altas plegables dirigidas para que el usuario deba cumplir con la siguiente características normas que sea resistente y duradera, ya que ella es utilizada para descansar (UNE - EN 747) CPE INEN 005 diseño general.

2.5. Variables de la Investigación

Variable independiente: Proyecto de prefactibilidad

Para Thompson (2009) los proyectos de prefactibilidad alcanzan un análisis técnico- económico de varias alternativas de inversión que permitan una solución a la problemática establecida. El objetivo de la prefactibilidad se efectúa por medio de una preparación y evaluación de los estudios que permiten una reducción de los márgenes de inseguridad mediante la estimación de indicadores financieros de viabilidad socioeconómica y privada que aporten a las decisiones de la inversión. El comienzo de la información proviene de una fuente secundaria.

2.3.1. Variable dependiente: Creación de microempresa

Para abrir una microempresa, es principal elaborar un estudio de mercado, que permitan decidir de forma adecuada, desde una visión teórica, es importante considerar los físicos relativos del marketing mix el mismo que hace relación al grupo de acciones que una organización usa para hacer la promoción de la marca o de los productos en el mercado. Se usan las 4P porque están se conforman por hacer

mezcla del marketing típico, como el precio, producto, promoción y da lugar a la plaza. (Redacc, 2018)

2.4. Operacionalización de las Variables

Tabla 2

Variable dependiente: Proyecto de pre factibilidad

Definición	Categoría	Indicador	Ítems	Técnicas
Se define a la empresa como aquella organización encargada de organizar, crear y vender productos o servicios, con el fin de satisfacer las necesidades de las personas. No obstante, el concepto de microempresa recae en ser considera como aquella entidad pequeña de una compañía, que surge a partir de un emprendimiento. La persona encargada de la microempresa es el gerente, dado es el quien colabora solo o muchas ocasiones con un equipo de trabajo o familiares, el sitio de trabajo suele ser en su casa o un pequeño local de alquiler. Es así que los clientes del barrio no disponen de efectivo y realizan algunas tareas: como compra de la mercadería, la ordena, se atiende, se hacen las cobranzas y efectúan los pagos entre otros se lo llama microempresario. (Teleduc, 2016)	Estudio financiero	VAN	¿Los flujos de caja contienen eternidad? ¿La cantidad del VAN se considera más igual que 0?	
		TIR	¿Se considera la tasa interna de retorno nombrada (TIR) es más que la tasa pequeña anhelada de retorno (TMAR)?	
		PAYBACK	¿El tiempo de recuperar la inversión es a importes constantes o se descuentan?	
	Instalaciones, localización	¿Cuál es el valor de adquirir la materia prima que se necesita? ¿Cuál es la cantidad que se estima para lo que corresponde a mano de obra sea directa o indirecta y a su vez lo correspondiente a gastos fijos de fabricación?	Análisis documental Entrevista	
	Estudio técnico	Costos operativos	¿Cómo es el capital inicial?	

Tabla 3.
Variable independiente: Creación de microempresa

Definición	Categoría	Indicador	Ítems	Técnicas
Para Thompson (2009) los proyectos de prefactibilidad alcanzan un análisis técnico- económico de varias alternativas de inversión que permitan una solución a la problemática establecida. El objetivo de la prefactibilidad se efectúa por medio de una preparación y evaluación de los estudios que permiten una reducción de los márgenes de inseguridad mediante la estimación de indicadores financieros de viabilidad socioeconómica y privada que aporten a las decisiones de la inversión. El comienzo de la información proviene de una fuente secundaria.	Estudio de mercado	Servicio/ Precio	¿Con que frecuencia realiza usted comercialización de sus productos? ¿Cuál es el presupuesto que usted tiene destinado para la planificación de sus servicios?	Encuesta
		Plaza	¿Dónde le gusta que se encuentre el salón de servicios?	
		Promoción	¿Con que medio de comunicación se enteró de la empresa que brinda servicios de mueblería?	
	Estudio Organizacional	Competencia	¿Qué otros tipos de empresa usted contrata para los servicios de mueblería?	
		Ejecución/ operación	¿Estaría usted listo a hacer uso de los servicios de mueblería?	

2.5. Conclusión

La contextualización es importante para tomar un camino científico a seguir para cumplir con los objetivos planteados ante la necesidad de la fabricación de muebles polifuncionales, es menester conocer el marco ambiental y determinar el comportamiento de las variables con su operacionalización.

Capítulo III

3. Marco metodológico

3.1. Plan de investigación

El plan de investigación planteado realiza una búsqueda de un itinerario que continua en el momento de querer responder a la problemática de forma sistemática, el mismo señala los objetivos, haciendo uso de la hipótesis y aporta mediante la solución de un cronograma establecido.

Para establecer el fin del proyecto, es importante que el investigador reflexione de forma práctica y eficaz, para brindar una respuesta concreta a la pregunta de investigación, respuesta que permita cubrir los objetivos e interés establecidos. Lo mismo que elige o desarrolla varios planes de investigación y que se aplican en un contexto particular del proyecto. El verbo plan hace referencia a la estrategia que concede de la obtención de información que se desea, elige lo que se debe realizar para alcanzar los objetivos presentados del proyecto y que da solución a las interrogantes que con anterioridad establecieron. (Hernández y Baptista, 2007, p. 97)

Se clasifica en:

Bibliográfico: se define como la indagación bibliográfica en base a argumentos para establecer un conocimiento fijado sobre el estado de la cuestión. Del mismo modo, se ejecuta una búsqueda, con el fin de hacer recopilación, y de forma organizada para la organización. Por último, una crítica e información bibliográfica del tema que se aborda tiene un valor, así lográndose evitar la dispersión de una publicación o que se admita la visión panorámica de un problema.

Por medio de la revisión de la bibliografía específica se hace referencia al tema que se está investigando y que se determina por la necesidad de elaborar un proyecto de prefactibilidad financiera que nos permite determinar la viabilidad de crear una microempresa de servicios de mueblería.

Documental: Se establece como aquel procedimiento en busca recuperar, y su vez llevar a cabo un análisis crítico, así como la correcta interpretación de los datos secundarios, mediante a ellos se obtiene y se registra por otro investigador en las fuentes documentales con el fin de hacer aportaciones de los conocimientos nuevos. Se realiza por medio de un nivel exploratorio o explicativo.

Una Investigación documental es la perfección de la investigación bibliográfica, dado que permite obtener un análisis más específico y así sintetizar la información en particular de forma financiera determinando la cantidad de inversión y por la tasa de retorno lo que establece la viabilidad financiera o no del proyecto.

De campo: Esta investigación posee como objetivo principal el llevar a cabo la ejecución del proyecto forma natural, de esta manera se pretende conseguir la situación lo más real posible. Se debe incluir los experimentos de campo y una investigación ex post facto que emplee una metodología cualitativa.

Se elabora cuando se observa una competencia para hacer un análisis de tipo de servicios que oferta la microempresa entre otros, también en el momento de aplicar las encuestas y en el momento de asistir a la empresa y elaborar las entrevistas. En resumen, se aporta con el uso de las técnicas de la investigación.

Investigación científica: el procedimiento sistemático, que controla y critica y tiene como fin descubrir o hacer interpretaciones de los hechos y de los fenómenos, y de

las leyes y ciertos ámbitos de la realidad. La búsqueda de estos hechos es el camino que permite conocer la realidad, un proceso para saber la verdad de forma parcial, el mismo que permite descubrir la falsedad parcial.

La investigación surge de la ciencia en el momento que la misma construye la teoría, desde ahí que los datos, los problemas, la hipótesis y la ley que suelta y no constituye a la ciencia, la teoría es un mecanismo que sin el mismo no existe la ciencia, la investigación científica, surge de preguntas y que termina con construir un sistema de varias ideas y estas se compactan por el saber de las teorías. (Yuren, 2000).

Enfoque participativo: es el proyecto que nace del problema que tiene origen de una comunidad, cuyo objetivo está en buscar una respuesta a mejorar el nivel de vida de los involucrados. En la investigación participativa que se encuentra lo siguiente:

1. Estudio de los casos
2. Estudio etnográfico

3.2. Tipos de Investigación

Investigar consiste en hacer seguimiento a algo, ya sea un hecho u objeto, sondear, cuestionar, seguir son la finalidad de obtener un resultado. Los tipos que se pueden emplear para esta investigación son:

Tabla 4.
Tipo de investigación

Tipos	Definición
Investigación exploratoria	Se elabora en el momento que el objetivo reconoce el tema o la problemática de la presente investigación que no se estudia, la misma que genera varias dudas y no se abordaron antes. En el instante que se hace una revisión de la literatura se revela que bajo la guía no se investiga y por la idea que es vagamente aporta con el problema de estudio, o bien se desea hacer una indagación del tema en el área hacia una perspectiva.
Investigación descriptiva	Determina la propiedad, así como sus características y a su vez los perfiles de cada ser humano, de los grupos, de las comunidades, de los procedimientos, el objetivo o de existir otro instrumento que arribe a elaborar el análisis.
Investigación correlacional	Se pretende hacer la medición o una recolección de la información de una forma individual o independiente de los conceptos o las variables a la que hacen referencia por su objetivo que no se identifica como elabora la misma.
Investigación explicativa	Este estudio cuyo fin es conocer la relación o a su vez la asociación que existe entre varios conceptos, las categorías y también las variables del contexto en particular. Se asocian por medio de un esquema predeterminado para una población. Es aquella va más allá de una investigación descriptiva del concepto o de donde se estableció la relación de varios conceptos, esta se dirige a dar una respuesta a la causa de un acontecimiento o de un fenómeno físico o social así su mismo nombre lo menciona, su importancia se centra en hacer una explicación de la ocurrencia del mismo fenómeno y por la condición que este manifiesta, se relaciona con varias variables.

La presente investigación que se realiza se utiliza para una investigación descriptiva y su objetivo es hacer un detalle específico de un comportamiento de las variables específicas de mercado: la oferta del producto o del servicio, así como el precio, la plaza, la promoción y a su vez la competencia, se considera el indicador y el parámetro que se define como la operación de las mismas se abarcan por la

posibilidad de localizar el rasgo y el comportamiento del consumidor, el vendedor entre otros.

Métodos de investigación

Método científico

El método que se usa en la producción de los conocimientos en todas las ciencias. Se llama científico, por ser un método de investigación que se basa en lo empírico y en la medición.

Método científico es que se sustenta por los pilares fundamentales. Uno de ellos es la reproducibilidad, es por la capacidad de repetir cierto experimento, en varios lugares por cualquier individuo. El pilar se fundamenta, específicamente en comunicar y por la publicidad de los resultados que se obtienen. El siguiente pilar hace referencia a la refutabilidad es por la proposición científica que es susceptible por ser falsada o refutada.

Método científico hace referencia a una serie de procesos que se deben conocer para obtener el conocimiento que sea válido en el punto de vista científico, se usa para efectos que sean fiables. En este método busca minimizar la influencia de la subjetividad del científico en el proyecto. (Zarzar, 2015)

Método inductivo- deductivo

Representa la conducción hacia, mas no es un método de investigación consolidado como tal, sin embargo, si puede llegar hacer considerado como aquel método de razonamiento como el mismo se halla en hacer referencia a los estudios

de Aristóteles, el mismo que posee relevancia con la ciencia natural de manera empírica en los siglos XVII y XVIII. (Rosenal, 1980).

La introducción hace de los hechos en específico algunas calidades generales. Estas residen en la observación variada con hechos o fenómenos, para de esta forma se clasifiquen y puedan establecer la relación existente entre los mismos, de esta forma se concluye en una teoría inferida-inductiva por la teoría de encontrar contenido en los fenómenos. (Damiani, 1994)

Es así que uno de los problemas principales del método es la inducción práctica sea imposible por no ser aplicable en las clases de los objetos o de los fenómenos que se reducen por la cantidad de personas, de esta forma todos pueden observar. De tal forma la inducción científica se elabora de forma incompleta porque no se puede observar ni estudiar en los objetos, hechos o por los fenómenos del mismo género.

Cabe mencionar que el método inductivo no solo es usado de manera aislada, dada a que es importante su nexo con el método deductivo (de esta forma se materialismo histórico se construye en forma indisoluble), la ley y la teoría van de la mano y se forma por las observaciones, es necesario que se convierta en principios de forma general que sirven para exponer y a su vez poseer un pronóstico con mayor veracidad de los hechos en particular, así como lo expresa Charlmers. (Damiani, 1994)

El método deductivo es el procedimiento de forma mental o de razonamiento que surge a partir de lo universal a manera general. Este método consiste en una o más premisas para cumplir con la conclusión. Se utiliza en los procesos periódicos de los conocimientos en una investigación científica.

Según datos históricos el método científico fue usado por primera vez por los antiguos griegos. Como es el caso de Aristóteles organizaron procedimientos deductivos que se usan en los silogismos, se piensa que una premisa elevada concibe referencia a una sustancia del objetivo, cuya finalidad de que esta sea positiva, de tal manera que se concluya también lo del exterior.

De esta manera se indica que la deducción nos conlleva por medio del razonamiento lógico, en otras palabras, va de acorde al grado de certeza que poseen mediante una hipótesis o de hacer formulación en un juicio o por medio de otros juicios o de las premisas. De tal forma los juicios van como partida en las llamadas premisas que se desarrollan por las ocupaciones de ser las condiciones de la derivación deductiva.

Método deductivo también es conocido por ser el primer método científico por la lógica y por la matemática, como la inicial presentación de la ciencia racional por su excelencia, estas se designan abstractas y también deductivas; el proceso deductivo se concede con validez seria bajo la inclusión de un pensamiento racional, el cual se da por la no legitimidad de la información. (Hurtado, 2007, pp. 63).

Método análisis- síntesis

Este procedimiento se diferencia por los distintos materiales del fenómeno, el mismo que proviene de acorde al análisis sistemático por cada uno de los mismos por separado. Así como la física y la química, y la biológica se usa en el mismo método; una vez surge la experimentación su análisis presenta un gran aumento de casos los cuales son determinados por una ley universal.

El procedimiento en que se atañe con hechos supuestamente de forma aislada y se genera un texto que se relaciona con los diversos elementos.

El analista que elabora de acuerdo a la investigación documental y de campo posee un acercamiento direccionado a la comunidad, dado que los integra bajo los acontecimientos que lo establecen mediante periodos que son aplicados bajo el método sintético. (Rodríguez, 2005, p. 30)

Por consiguiente, se hace un análisis de los distintos métodos que se explicaron con anterioridad dada su finalidad se logra concluir mencionando que los mismos que se agrupan y se contemplan. Una vez el método analítico se visualiza por los fenómenos que son singulares, se realiza la inducción para formular una ley universal, por medio del método deductivo que se emplea con la misma ley por la situación en privada; por medio de la síntesis, se completa un conocimiento que no se relacione.

Es así que al existir correlación con el método deductivo y con la síntesis del mismo método inductivo y el método analítico, dado el prólogo que considera como el análisis y por la deducción como parte de una síntesis. (Rodríguez, 2005, p. 30)

Método estadístico inferencial

El método estadístico llamado también matemático el mismo que consiste de forma secuencial en los procesos para conducir en los datos cualitativos y cuantitativos de una investigación. De esta forma de conduce a los datos por el propósito de comprobar, la realidad de algunas consecuencias que se verifican por la deducción de la hipótesis general de una investigación. Sus características se adoptan por el proceso de los propios métodos estadísticos los mismos que dependen de los

diseños de una investigación que elige para evidenciar la consecuencia que se verifica en cuestión. (Reynaga, 2010).

Método científico, es aquel que se lleva a cabo por la serie de pasos que permiten efectuar el verdadero conocimiento estadístico. Dicho método tiene algunas etapas las cuales son:

- Recolectar los datos
- Orden y presentar los datos en las tablas simples o de doble ingreso.
- Establecer la medida o a su vez el parámetro que intenta hacer un resumen de la cantidad de la información.
- Determinar la hipótesis de la regulación que presentan
- Y como punto final realizar un análisis estadístico formal este que hace una verificación de la hipótesis que se establece.

Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas e instrumentos para la recopilación de la información de campo son de la siguiente forma:

El volumen y los tipos de información como cualitativa y cuantitativa que se efectúan con el trabajo de campo y se plantean para justificar los objetivos e hipótesis de una investigación, es decir, aquí yace el punto de partida que surge como riesgo al llevar a cabo la recopilación de los datos de la poca o de no existir utilidad para que se efectúe el análisis del apropiado problema establecido.

El método es la vía del texto teórico de las técnicas con las cuales se construyen por los procedimientos establecidos que un expositor usa para cumplir con la

información. Cada método es de forma global y a su vez general, así como cada técnica es específica y de carácter práctico y operativo.

Cada técnica ejecutada es la encargada de subordinar al método y el mismo tiempo establecer las técnicas que se utilizaran. El método y las técnicas que son de forma interna y se encuentran nexos al no ser identificados, en este caso las mismas no se complementan siendo importantes para el desarrollo del estudio.

Las técnicas ya expresadas están conexas por una serie de conjuntos y mecanismos, de los medios o de recursos que se dirigen para llevar a cabo la recolección, para conservar, realizar un análisis y transmitir los datos sobre los fenómenos del que se investiga. Por lo tanto, cada técnica se considera un recurso principal para la obtención de información, es decir que, lo que se recepta le es de utilidad al investigador para poseer una aproximación más sólida de los hechos acontecidos y así ingresar el hecho de acceder a conocer. Para concluir, la técnica de la investigación o de recolectar los datos dependen del estado para emplear, en la actualidad para una investigación científica que existe con la diversidad de las técnicas o de los instrumentos pertinentes. (Varela, 2015).

3.3. Fuentes de investigación

Las fuentes a considerar para el estudio son:

Tabla 5.

Fuentes de Información

Tipos de fuentes de información		
Fuente Primaria:	Proporcionan datos de primera mano. Un tipo muy importante de fuente primaria son los artículos científicos.	Ejemplos: <ul style="list-style-type: none"> • Libros • Artículos Científicos • Tesis • Opinión de expertos • Sitios Web
Fuente Secundaria:	Consiste en compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas sobre un tema.	Ejemplos: <ul style="list-style-type: none"> • Bibliográfico • Enciclopedias • Índice • Censos

Técnicas de la investigación

Tabla 6.

Técnicas de la investigación

Técnicas	Instrumentos
Entrevista (microempresas)	Formularios
Encuesta (Público en general)	Cuestionarios

3.3 Fuentes de investigación

Fuentes primarias: es la información que se necesita adquirir de forma concreta y directa en la cual se origina los datos por nombrar como información de primordial. No obstante, son las empresas, los individuos y a su vez un ambiente natural, así como otras fuentes. Una de las formas de conseguir la información es el medio de observar directa (encontrar el hecho), entrevistar de forma directa a todas las personas que aportan directamente la situación de objetivo de estudio (si se desea conocer la opción del gerente del impacto de medir la economía de la actividad en una compañía, la información directa que genera al realizar la entrevista directa al

gerente, y no en el momento de leer en un diario periódico, o en el caso de un libro, o un medio televisivo).

Fuentes secundarias: la misma facilita la información precisa para una investigación, con la diferencia de la fuente primaria la misma que no considera como fuente original el suceso, pero hace una referencia de la misma. Esta se destaca por ser la fuente secundaria en los libros, los documentos, un reporte, una revista, el informe, documental como fin el medio de información.

Como fuente secundaria de información se puede mencionar:

1. Buscar los datos estadísticos que permitan compartir el mercado, en el año 2016 hasta el primer trimestre del 2019.
2. Documentos: revisar y analizar el estado del arte: el trabajo de investigación de una viabilidad financiera para crear una pequeña media empresa en la ciudad de Guayaquil, la misma que se orienta a prestar servicios, y consulta la información bibliográfica para el respectivo análisis crítico bajo físico teórico y metodológico que se sustenta en el tema.

3.4. Población

La RAE define el término población (del latín tardío *populatio*, -ōnis, 'saqueo', 'devastación'), en sentido general y en su primera acepción, como la acción o efecto de poblar. A su vez, define poblar, también en su primera acepción como fundar uno o más pueblos⁴ y, por último, define a pueblo como ciudad o villa, por ejemplo, la ciudad condal (Barcelona) o la villa de Madrid (recordemos que el término ciudad, en español, tiene un sentido más histórico que geográfico).

Además de acción y efecto de poblar, existen en la RAE otras acepciones de la palabra población:

Conjunto de personas que habitan en un determinado lugar.

Conjunto de edificios y espacios de una ciudad. Atravesó la población de una parte a otra.

Conjunto de individuos de la misma especie que ocupan determinada área geográfica.

Conjunto de los elementos sometidos a una evaluación estadística mediante muestreo.

En 1971, Edward O. Wilson et al. usó el término modelo matemático en el sentido de aplicarlo a la genética de poblaciones, la ecología comunitaria y la dinámica de poblaciones. Alan Hastings utilizó el término en 1997 como el título de su libro sobre las matemáticas utilizadas en la dinámica de poblaciones. El nombre también se utilizó para un curso impartido en UC Davis a fines de la década de 2010, que lo describe como un campo interdisciplinario que combina las áreas de ecología y biología evolutiva. El curso incluye matemática, estadística, ecología, genética y sistemática. Se estudian numerosos tipos de organismos.

3.4. Población

3.4.1. Tipos de población

Según las relaciones que se pueden dar entre los individuos que conforman las poblaciones, pueden clasificarse en varios tipos.

Poblaciones familiares

Son aquellas en que la unión entre los individuos que la componen se da por el parentesco entre ellos. en otras palabras, todos son familia ejemplo: Manada de leones.

Poblaciones gregarias

Son aquellas formadas por transporte pasivo o por la movilización de individuos no necesariamente emparentados entre sí. Ejemplo de esto son los bancos de peces (sardinias, atún), las bandadas de aves migratorias (gansos canadienses, golondrinas), manadas de mamíferos (renos, ñúes) e insectos (langostas, mariposas monarca).

Este vínculo no siempre es permanente y se produce con un solo fin, como puede ser la migración, la defensa mutua o la búsqueda de alimento Jaguares.

Poblaciones estatales

Son aquellas que se caracterizan por la división y especialización del trabajo entre sus miembros y que les hace imposible la vida en forma aislada. Ejemplo de esto son los insectos sociales como las abejas, termitas y hormigas.

Poblaciones coloniales

Es aquella agrupación de individuos procedentes de uno primitivo, al que normalmente se encuentra unido. Ejemplo de esto son las medusas y los corales. (Wikipedia, 2020).

Población estadística infinita.

Se trata de aquella población que no tiene fin. Por ejemplo, el número de planetas que existen en el universo. Aunque puede que sea finito, el número es tan grande y desconocido que estadísticamente se asume como infinito.

Población estadística finita.

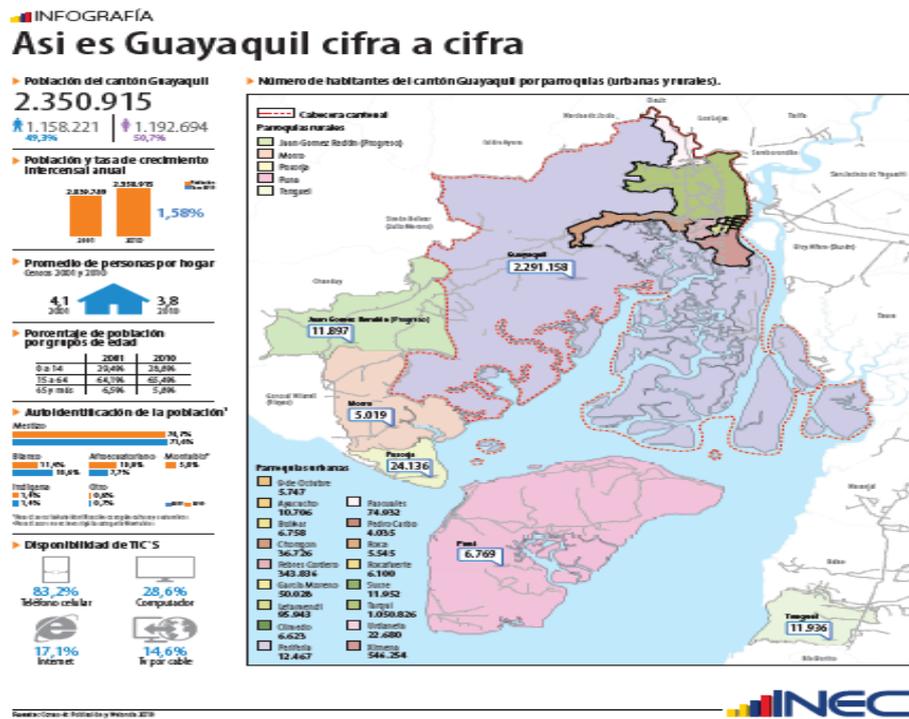
Es aquella en la que el número de valores que la componen tiene un fin. Por ejemplo, la población estadística que nos indica la cantidad de árboles de una ciudad es finita. Es cierto que puede variar con el tiempo, pero en un instante determinado es finita, tiene fin. (Economipedia, 2020)

Población de Estudio.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) pone a disposición de la ciudadanía las proyecciones poblacionales a nivel cantonal hasta el año 2010, Guayaquil con 2.350.915; habitantes.

Las proyecciones son un instrumento indispensable para llevar a cabo la planificación demográfica, económica, social y política del país y permite establecer posibles escenarios y prever acciones.

El INEC presenta estos datos a la ciudadanía, en el cual se puede acceder a la metodología, y principales resultados, en el marco de la democratización de la información y ratificando nuestro compromiso con el país de entregarle cifras de calidad, de manera adecuada y oportuna.



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

Parroquia Rocafuerte.

Aquí se encuentran la Catedral de la ciudad, las iglesias de San Francisco y El Sagrario, los parques Centenario, Seminario, Sucre, La Victoria, la parte sur del Hemiciclo de La Rotonda, la Municipalidad, la Gobernación del Guayas, la Torre del Reloj en el Malecón Simón Bolívar y la Oficina de Correos del Ecuador.

En esta parroquia se concentra la actividad administrativa y financiera de la ciudad. Parroquia 9 de octubre. En esta parroquia se destacan el Monumento a Francisco Urbina Jado, la Iglesia del Corazón de María, el Museo Antropológico del Banco Central, la Piscina Olímpica Asisclo Garay y la pista atlética de la Federación Deportiva del Guayas.

La población de Rocafuerte, del cantón Guayaquil cuenta con 6,100 habitantes

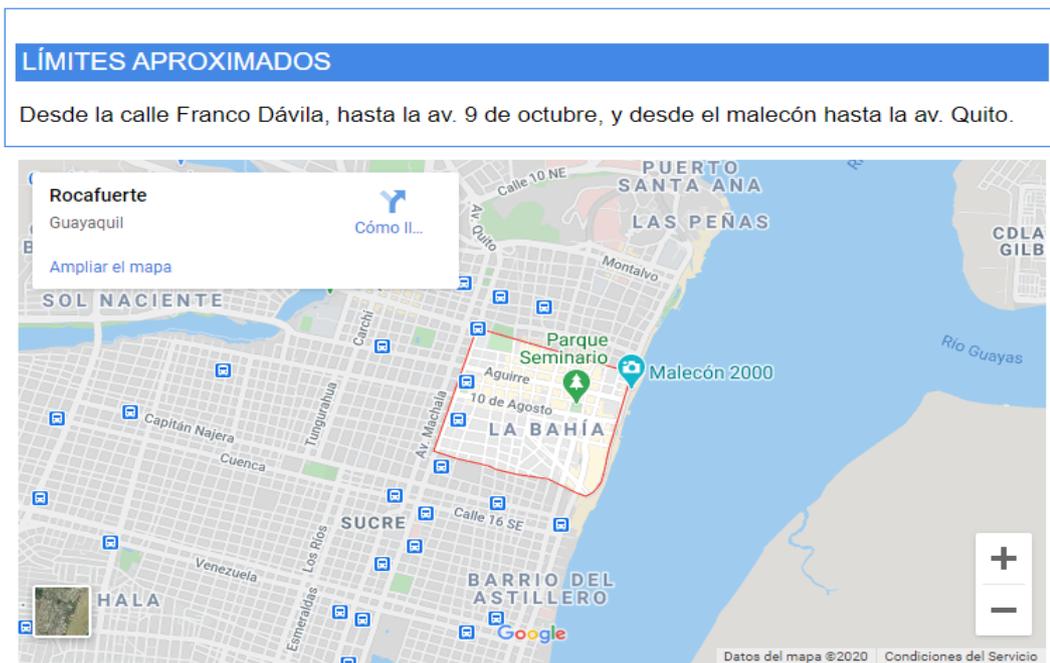


Figura 2. Parroquia Rocafuerte - Guayaquil

3.5. Tamaño de la muestra

¿De qué depende el tamaño muestral?

El tamaño muestral dependerá de decisiones estadísticas y no estadísticas, pueden incluir por ejemplo la disponibilidad de los recursos, el presupuesto o el equipo que estará en campo.

Antes de calcular el tamaño de la muestra se necesita determinar varias cosas:

Tamaño de la población. - Una población es una colección bien definida de objetos o individuos que tienen características similares. Se habla de dos tipos: población objetivo, que suele tener diversas características y también es conocida como la población teórica. La población considerada accesible es aquella que los investigadores destinarán sus conclusiones.

Margen de error (intervalo de confianza). Se le denomina como aquella estadística la cual expresa el tamaño del error en el muestreo aleatorio en los resultados de una encuesta, es decir, es la medida estadística del número de veces de cada 100 que se espera que los resultados se encuentren dentro de un rango específico.

Nivel de confianza. Son intervalos aleatorios que se usan para acotar un valor con una determinada probabilidad alta. Por ejemplo, un intervalo de confianza de 95% significa que los resultados de una acción probablemente cubrirán las expectativas el 95% de las veces.

La desviación estándar. Es un índice numérico de la dispersión de un conjunto de datos (o población). Mientras mayor es la desviación estándar, mayor es la dispersión de la población.

Cálculo del tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384$$

Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

La fórmula menciona que los niveles óptimos de la muestra para llevar el estudio del mercado son de 385 personas, la misma proporcionará un nivel de confianza del 96%.

Tipos de muestreo

El muestreo es una herramienta para determinar qué parte de una población se debe analizar cuando no es posible realizar un censo. Depende de los objetivos del estudio el elegir una muestra probabilística o no probabilística.

Muestreo probabilístico

Se basa en el principio de equiprobabilidad, esto quiere decir que todos los individuos de la muestra seleccionada tendrán las mismas probabilidades de ser elegidos. Lo anterior asegura que la muestra extraída contará con representatividad.

3.6. Conclusión

En todo marco metodológico es menester identificar el tipo de investigación que se debe aplicar en un proyecto con el actualmente elaborado. Los tipos de investigación, las fuentes de investigación, se relacionan para poder también junto a la población y la fórmula de la muestra poder identificar a la cantidad de familias que llegaremos a investigar para de acuerdo a sus respuestas poder toar un rumbo más real conociendo las necesidades reales de los habitantes de la zona de estudio.

Capítulo IV

4. Formulación del proyecto

4.1. Análisis e interpretación de resultados

De acuerdo a los resultados expresados se detalla que el 100% de los datos obtenidos corresponden a los 385 participantes de las encuestas, a los cuales se los clasifíco en primer lugar por edad, tomando como referencia las edades de entre 35 - 50 años, con el predominio del género masculino siendo estos 260 hombres y 125 mujeres. Del mismo modo, se logró identificar asertivamente a la población económicamente activa, con el fin de evaluar su estado adquisitivo de muebles polifuncionales.

Mediante la investigación de mercado se obtuvo información derivada de las redes sociales, medio por el cual se constituye uno de los principales canales de comunicación utilizado por todo tipo de personas al momento de adquirir algún tipo de bien o servicio, este medio es también usado para captar a los posibles clientes potenciales, Así como, para obtener información de muebles multifuncionales personalizados. La tendencia da realce al aspecto innovador en estos muebles, es lo que da lugar a la entrega de un trabajo seguro y garantizado con creatividad y calidad. (Yanez, 2019)



Instrucción para visualizar:

- Proceder a leer las preguntas mencionadas
- Alguna inquietud consultar al encuestador
- Utilizar solo bolígrafo azul o negro
- Evaluar y analizar cada respuesta
- Elegir una sola opción por pregunta, marcando con (X)
- Variable dependiente: creación de una microempresa.

1. Edad

Tabla 7.
Edad

Edad	Cantidad
De 35 a 40 años	255
De 40 a45 años	50
De 45 a 50 años	60
De 50 en adelante	20
Total	385

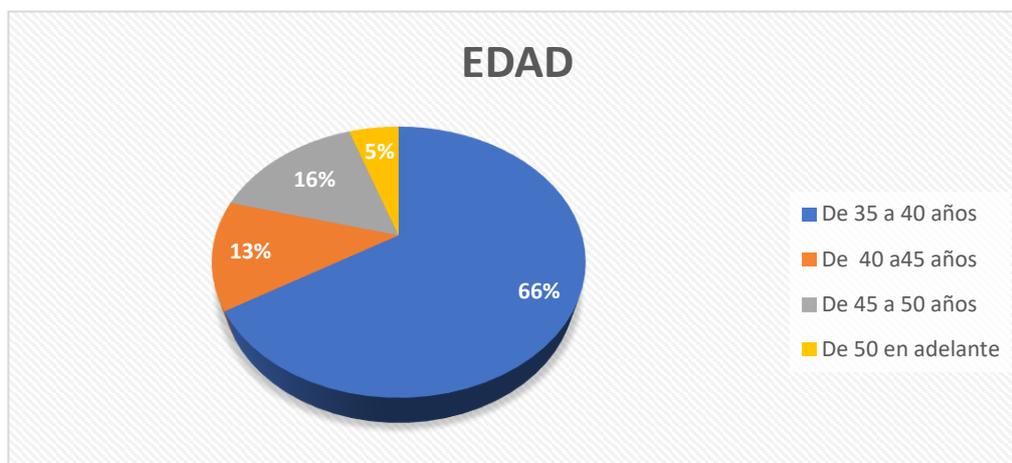


Figura 1. Edad

Interpretación: En la Figura 1 correspondiente a las edades de los 385 encuestados, tenemos que el 66% de los encuestados poseen una edad de entre 35 a 40 años, el 16% una edad entre los 45 y 50 años, el 13% de 40 a 45 años y el 5% de 50 años en adelante.

2. Sexo

Tabla 8.
Sexo

Sexo	Cantidad
Hombres	260
Mujeres	125
Total	385

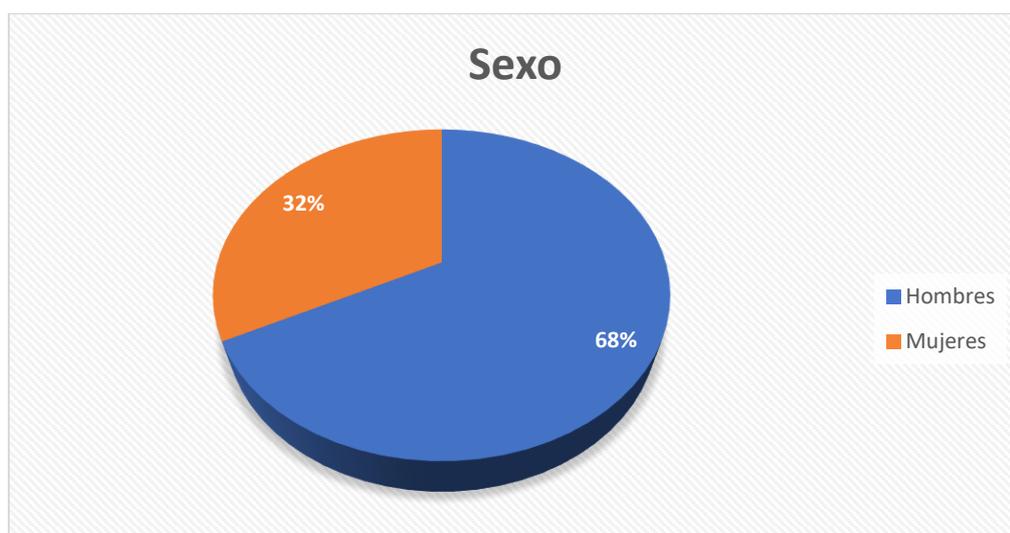


Figura 2. Sexo

Análisis: En la Figura 2 que corresponde a determinación del sexo de los 385 encuestados, se detalla que el 68% de los participantes pertenecen al género masculino, y con un 32% correspondiente a género femenino.

3. ¿Cuánto conoce usted de los servicios que oferta una microempresa de mueblería polifuncional?

Observación: 1 siendo el más bajo y 5 más alto.

Tabla 9.
Servicio

Nivel	Cantidad
1	197
2	50
3	25
4	18
5	95
Total	385

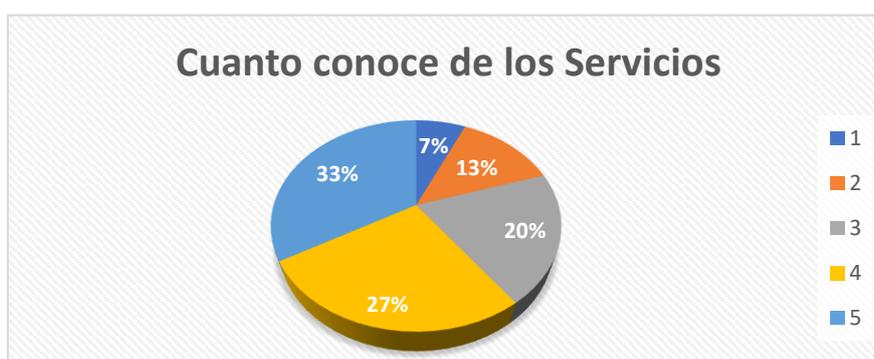


Figura 3. Servicio

Interpretación: En la Figura 3, el 33% de los 385 participantes manifiestan no conocer de los servicios que prestan las microempresas de muebles polifuncionales, un 27% manifestó estar al tanto de los servicios que ofrecen, el 20% está en un rango moderado de conocimiento, el 13% desconoce de los servicios que ofrecen y por último el 7% posee un desconocimiento total.

4. ¿Indique cuáles son las principales fábricas de mueblería polifuncional que usted conoce?

Tabla 10.
Fábricas

Fabricas	Cantidad
Mueblería Palito	200
Mueblería Cuenca	45
Vitefama	50
Zerep	32
Mueblería Polifuncional	58
Total	385

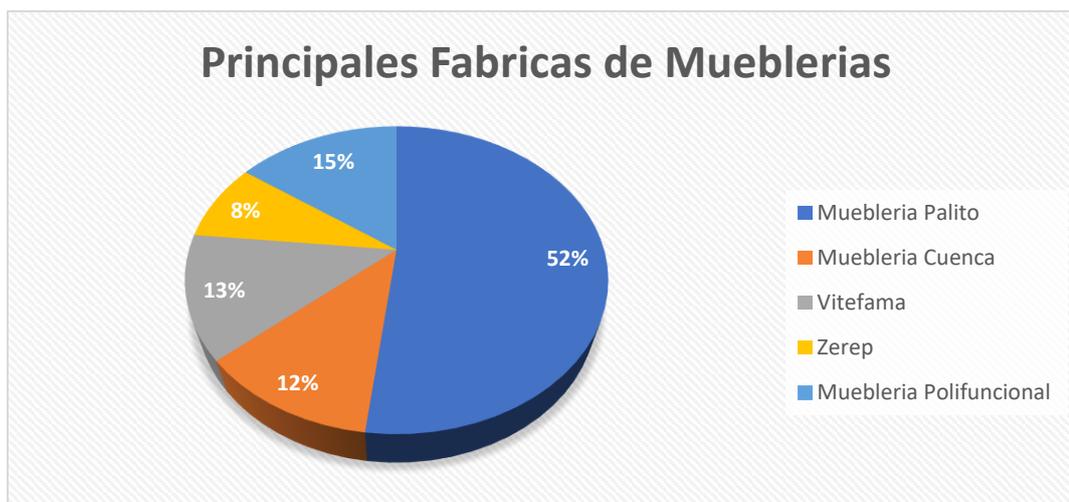


Figura 4. Fábricas

Interpretación: En la Figura 4, pregunta que corresponde a las principales fábricas de Mueblería Nacional. los 385 participantes, expresaron que el 52% de los encuestados expresaron que la empresa de la cual poseen más conocimientos es Mueblería Palito, un 15% asevera conocer la Mueblería Polifuncional, el 12% a la Mueblería Cuenca, el 13% a Vitefama y tan solo un 8% a la Mueblería Zerep.

5. ¿Qué aspectos considera usted relevantes en la adquisición de un mueble polifuncional?

Tabla 11.
Aspectos importantes

Aspectos Importantes	Total
Decoración	80
Espacios adaptables	126
Variedad	96
Costo	83
Total	385

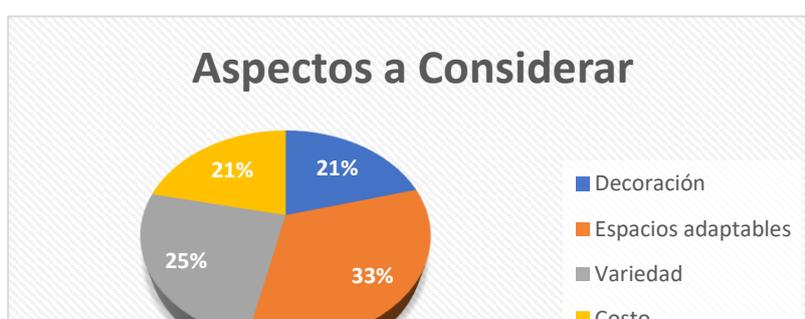


Figura 5: Aspectos importantes

Análisis: En la Figura 5 que corresponde a los aspectos importantes de adquirir muebles polifuncionales, el 33% de los encuestados manifiestan que los aspectos a considerar son los espacios adaptables para su adquisición, el 25% necesita un catálogo con variedad de los productos a ofertar, por último, con 21% se fijan en los costos y las decoraciones ellos mismos.

6. ¿Por qué medio tecnológico conoce usted de las empresas de servicios de mueblería polifuncional?

Tabla 12.

Medios tecnológicos

Medio Tecnológico	Total
Redes Sociales	232
Referencias de Amigos	98
Radio- TV	12
Volantes	43
Total	385

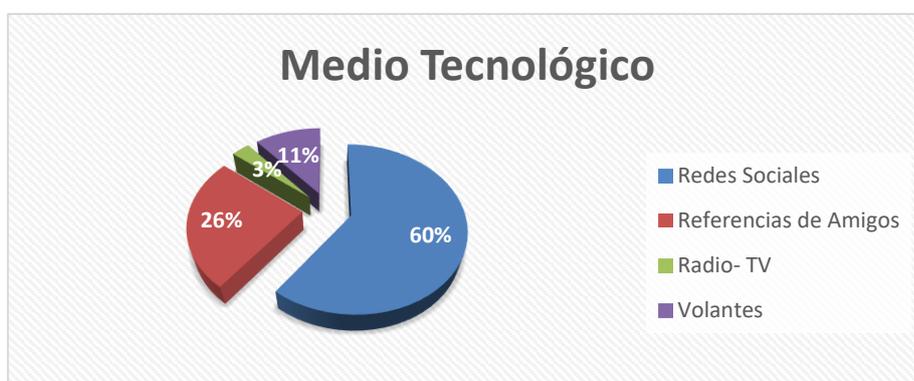


Figura 6: Medios tecnológicos

Análisis: En la Figura 6 que corresponde a los medios tecnológicos de los 385 encuestados, el 60% de los encuestados manifiestan que conocen la empresa por las redes Sociales, un 26% ha manifestado tener conocimiento de la misma por medio de referencias de amigos, un 11% por volantes que la empresa ha dado para la entrega y un 3% por Radio o Tv.

7. ¿Qué estilo de mueblería prefiere?

Tabla 13.

Estilo

Estilo	Total
Modernos	101
Clásicos	28
Polifuncional	256
Total	385

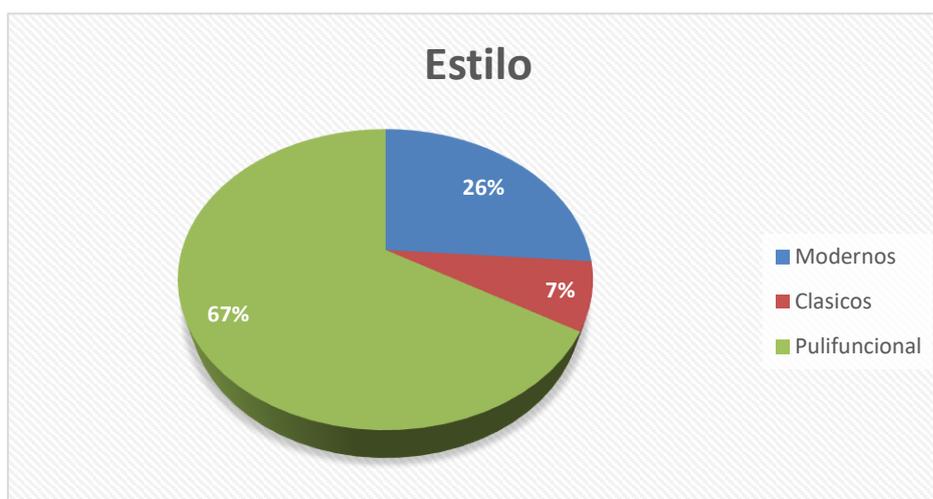


Figura 7. Estilos

Interpretación: En la Figura 7 que corresponde a los estilos de mueblería, un 67% de los participantes manifestaron su preferencia a un estilo polifuncional, de igual manera un 26% de ellos devalen sus preferencias por los estilos modernos, como último dato, el 7% prefiere los estilos clásicos.

8. ¿Cómo le gustaría seleccionar su mueble polifuncional?

Tabla 14.

Selección

Selección	Total
De un Catalogo	25
Bajo Pedido	24
Internet	158
Revista	10
Publicidad	158
De una sala de Exposición	10
Total	385

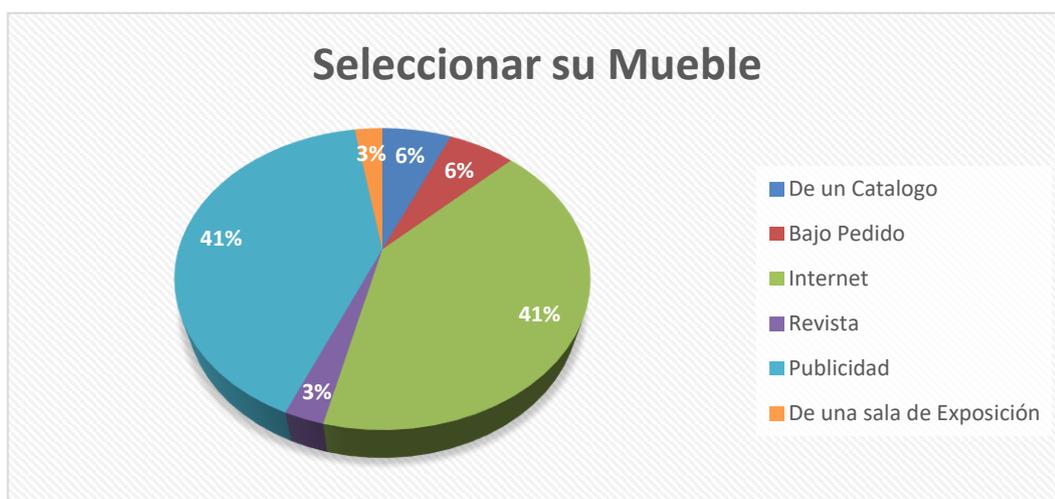


Figura 8: Selección

Interpretación: En la Figura 8, que corresponde a la selección los muebles, los 385 participantes de la encuesta, alegaron en 41% el método más eficaz para visualizar y seleccionar las opciones de muebles disponibles, es mediante catálogo o por el internet (redes sociales), otros dos, con un 6% lo hacen bajo pedido o por publicidades ofertadas, el 3% comúnmente por revistas o sala de exposición.

9. ¿Conoce usted sobre la mueblería convertible o polifuncional?

Tabla 15.
Conocer

Conoce	Cantidad
Si	106
No	279
Total	385

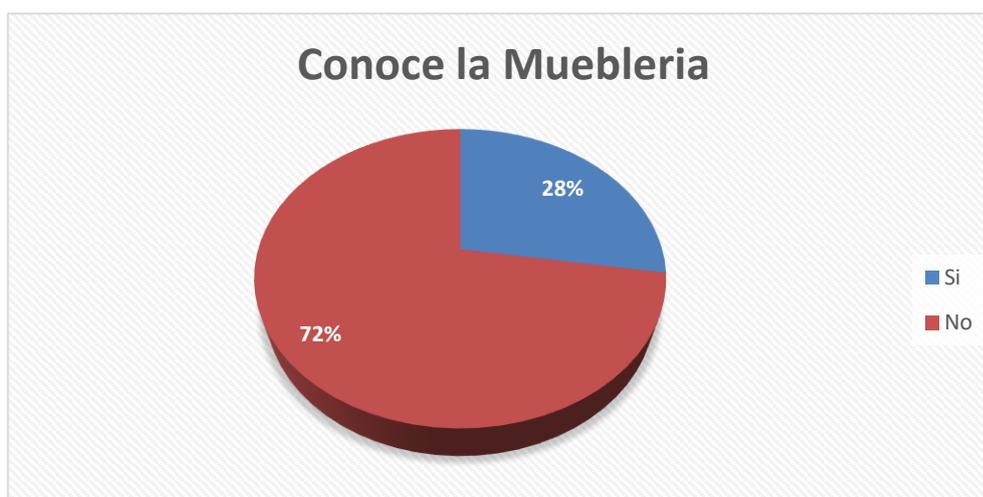


Figura 9. Conocer

Interpretación: En la Figura 9 que corresponde, si se posee conocimientos sobre la mueblería convertible o polifuncional el 72% de los 385 encuestados, expresaron no conocer este tipo mueblerías. Por consiguiente, solo en un 28% expresaron conocer algún tipo de mueblería poli funcional.

10. ¿Cuánto dinero invertiría usted anualmente en la compra de mueblería?

Tabla 16.
Invertir

Invertir	Cantidad
De \$400 a \$ 700	285
De \$701 a \$ 1000	60
Más de \$1000	40
Total	385

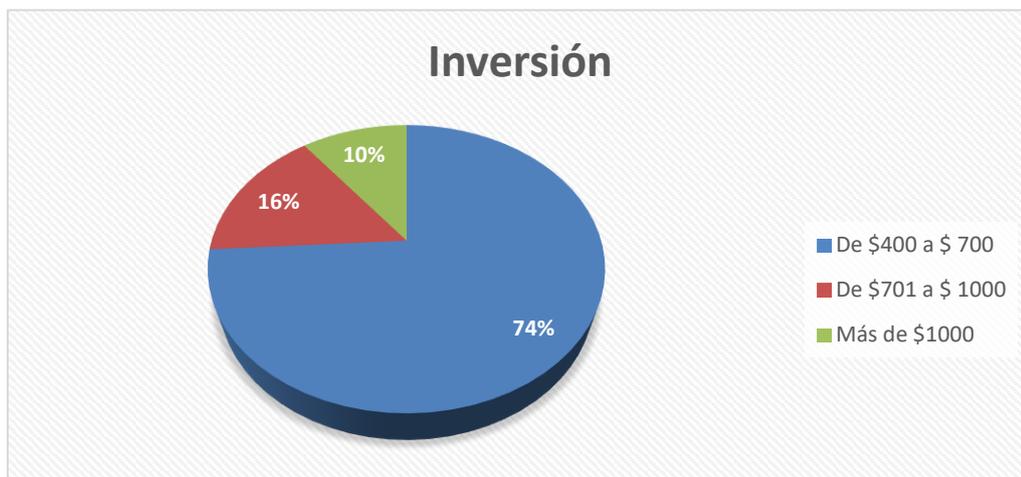


Figura 10. Invertir

Interpretación: En la Figura 10, la cual corresponde a datos sobre la inversión el 74% los 385 encuestados, manifiestan que pueden hacer dicha inversión en un mueble polifuncional desde \$ 400 a 700 dólares en adelante, el 16% asiente viable la una inversión de alrededor de \$ 701 a 1000 dólares y el 10% un monto mayor a \$ 1000.

11. ¿Cómo cancelaría la compra de su mueblería?

Tabla 17.
Forma de pago

Forma de Pago	Cantidad
Efectivo	158
Crédito de 6 meses a 12 meses	185
Crédito de 18 a 24 meses	42
Total	385

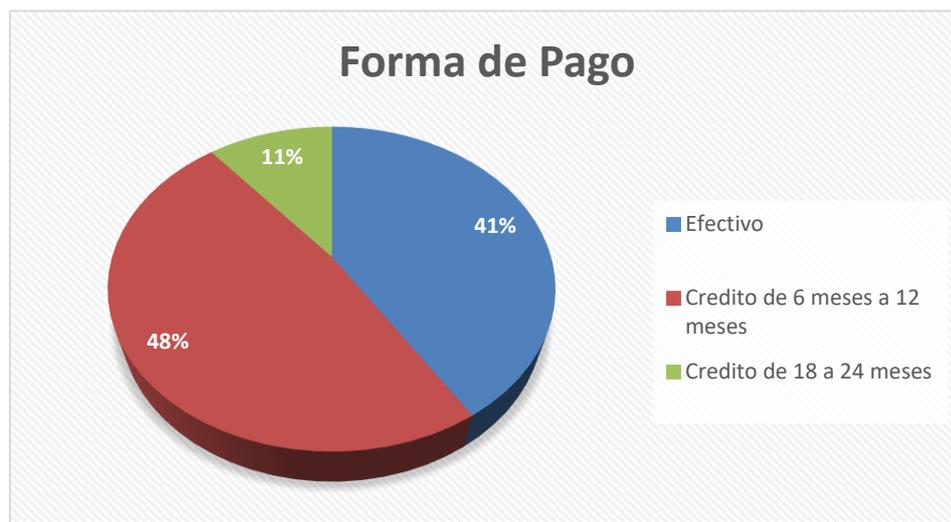


Figura 11. Forma de pago

Interpretación: En la Figura 11, el 48% de los participantes expresa de forma positiva un crédito de 12 meses. Por consiguiente, un 41% se inclina por realizar un pago de manera efectiva. Por último, el 11% manifiesta que realizarían su forma de pago a crédito de 18 a 24 meses plazos.

4.2. Estudio de mercado

La selección de los datos que se gestionaran en este proceso será clave para cosechar los frutos que sembrados. Asimismo, del cómo gestionar esta información, nos dará calidad en el resultado final. No obstante, y en definitiva la formulación del proyecto debe responder a una problemática concreta ya planteada, en la cual cuya solución debe satisfacer una necesidad puntual.

Así, se elabora un plan de trabajo con el propósito de alcanzar ese objetivo. Al detectar unos objetivos concretos, se le da unos valores medibles con los que hacer una evaluación más exhaustiva cuando se recojan los resultados. Así funciona la formulación de proyectos, pensando también en la evaluación.

Cuando se elabora la formulación de proyectos en cualquier tipo de empresa, se tiene en cuenta una concepción básica: la ideación constante de soluciones a problemas que impidan la creación y mantenimiento de valor continuo del negocio. Y esto es posible por una asignación y un uso eficiente de los recursos. Hablándose así de una correcta gestión de proyectos profesionales.

una investigación de mercado considerada que mediante el criterio de los participantes se fundamenta la actividad predictiva. Para ello, se incurre a distintas maneras para la recolección y recopilación de los datos como, por ejemplo, la toma de encuestas a una muestra determinada de la población, la realización de experimentos o el análisis de los clientes potenciales en mercados de prueba, con el fin, de probar o refutar la hipótesis sobre un mercado concreto, basado en características de algún producto o clientes (Sapag, 2004).

Por medio de esta investigación se establece la existencia de un mercado para los productos y/o servicios en la zona de estudio, en este ámbito se analizan las diferentes oportunidades manifestadas en el mercado, traducido en consumidores, la competitividad, los posibles inversionistas, así como los canales de distribución, entre otros.

La importancia de ejecutar este estudio reside, en la visión que promoverá permitiendo tener conocimientos y a su vez medir la cantidad y/o volumen del objeto (bien) que se va a comercializar en el mercado seleccionado, es fundamental entender que la demanda del bien o producto, las posibilidades de aprobación por los posibles clientes siendo moderado, bajo un enfoque de periodos, teniendo en consideración la conducta, hábito, práctica y su fidelidad con productos de oferta con similitud en el mercado.

Es fundamental analizar la competencia para la realización del estudio de mercado, conocer su nivel fabricación y la capacidad que se necesitara usar, el coste de fabricación de los productos presentados, el costo seleccionado para los próximos clientes en los canales de distribución. Es un punto a considerar en base a los proyectos con una gran inversión financiera.

De resultados obtenidos por medio de las encuestas y entrevistas realizadas a los 385 participantes, se evalúa y analiza esta información con el fin de comprender el entorno donde se desarrolla la empresa, la recopilación de datos de los posibles clientes potenciales, nos permite fijar tácticas y estrategias, para ahondar el segmento de nuestro mercado meta, asimismo, como el de conocer precios y preferencias de los usuarios, y a su vez dar a conocer la marca diferencial de nuestro producto con relación a la competencia. Así como, el estado y elasticidad presente del mercado de muebles a nivel País.

El producto a comercializar, posee aspectos innovadores tanto en sus diseños como en su polifuncionalidad, buscamos ingresar en un mercado de muebles aun no explotado en su totalidad. Cabe recalcar que el mercado mobiliario nacional cumple con una sola función y cubre toda el área de muebles del país actualmente. Nos adentramos a este mercado con un portafolio de x productos, los cuales fueron elaborados con el fin de ajustarse tanto en nuestro lugar de trabajo como en nuestros hogares.

Cabe agregar que el papel de la publicidad es de vital importancia a la hora de adquirir muebles polifuncionales, su importancia recae en los distintos canales de comunicación que buscan atraer la mayor cantidad de clientes, y permitir que la demanda del producto vaya en ascenso, y se establezca sólidamente en el mercado.

El segmento de mercado a investigar para el precio está enfocado al sector empresarial ya que, por la ubicación de la empresa, así como por las facilidades de sus contactos, la experiencia, dominio y los conocimientos se apunta el proyecto al sector empresarial. Es por eso que, se ha considerado geográfico, con un criterio de comportamiento por el volumen de demanda, cantidad de venta en los contratos.

Mercados Competitivos

Ecuador posee potencial en lo que al mercado de muebles tradicional se manifiesta, no obstante, este aun no es sumamente medido en su total capacidad, debido a que se encuentra sin ser explotado casi en su totalidad, lo que permite la introducción de nuevos diseños y modelos junto a nuevas características e ideas de innovación que connoten el interés de los usuarios para su consumo.

No obstante, para el primer trimestre del año 2016, 324 compañías establecidas en el Ecuador, registraron un decrecimiento en sus ventas de manera general, valor representado porcentualmente en un 38% menos de lo estimado. Esta crisis poseía registros anteriores desde el año 2015. (Monroy, 2016)

A nivel internacional el Mercado de Muebles, posee un consumo de aproximadamente unos 420.000 millones de dólares de manera anual. Posterior a ello, uno de los mayores y principales productores a nivel mundial en esta industria es China con cifras de un (39%), seguido por Estados Unidos con un (12%), posteriormente seguido de Alemania un (5%), Italia e India (4%) respectivamente además de otros. (Encina, 2018)

4.2.1. Microambiente

Encargado del respectivo análisis, así como de visualizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un proyecto de investigación con potencial, con el fin de establecer las posibles ventajas existentes sobre la competencia situadas en la parroquia Rocafuerte del cantón Guayaquil, así como, determinar las desventajas que se llegasen a encontrar. En la actualidad posee una gran relevancia el ejecutar la de este tipo de examen, dado que de ello dependerá que la microempresa aproveche las oportunidades que se muestren en el mercado, y adquiera prevalecer sobre cualquier amenaza actual.

Tabla 18.
Análisis FODA

Análisis de FODA	
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Personal competente ● Muebles en excelentes condiciones ● Mejor ubicación estratégica ● Prestar un servicio de calidad y garantía <p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Elevados costos en la inversión inicial ● Seguridades inestables en el sector de comercialización del catering ● inexperiencia en el tipo de mercado a abarcar ● Infraestructura inadecuada ● Inexactitud en la capacidad competitiva 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● calidad de insumos por proveedores ● Competitividad en los precios ● Alta estima por parte de la clientela ● Extender los horizontes del negocio ● Conciliación a los acaecimientos <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Aparición de nuevos competidores ● Variación en los precios de la materia prima por déficit económico en el país ● Nuevos poderes legislativos a nivel nacional ● Desfavorecimiento del producto en el mercado.

4.2.2. Macroambiente

Con el presente estudio investigativo se plantea el análisis actual de la microempresa, un diagnóstico situacional para definir el ambiente interno y externo que comprenden a la microempresa de servicios de mueblería. Teniendo relación con los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos. Estos factores externos de manera general están fuera de la manipulación de la compañía y, donde en ocasiones se presentan tanto como amenazas y oportunidades.

En el ámbito político las leyes en el Ecuador, como es la Constitución, la ley de compañía y la Ley del Turismo regulan a las microempresas de servicios, siendo las normas legales encargadas de velar el correcto desempeño de las empresas; en el sector económico por las que, en esta situación el análisis PEST se realizará concretamente para el proyecto del trabajo de investigación. Teniendo en cuenta que los factores externos suelen a ser perpetuos, se deberá dar prioridad y seleccionar los factores que considerados como primordiales en el sector en el cual se desplegará la microempresa de servicios de mueblería.

Factor Político

Regulaciones gubernamentales y jurídicas.

El actual gobierno impulsa el intercambio comercial viabilizando la facilidad de importar, como ejemplo tenemos los acuerdos comerciales que se conservan con varias naciones de Sudamérica, entre ellos la UE y otros con el continente asiático.

- la Inauguración por parte del gobierno a políticas en país que beneficien el sector productivo y de servicio.

En octubre del 2019 la autoridad correspondiente al legislativo ejecutó reformas como la exclusión del impuesto a la renta, la disminución en el gravamen del 2,5% en insumos y maquinarias industriales, así como la disminución del ISD y simplificación de las gestiones para las microempresas como la declaración y pago del (IVA) y del (ICE) las cuales deberán realizarse tanto semestral como anualmente.

- **Convenios con el fondo monetario internacional.**

Uno de los convenios mejor conocidos entre el FMI y el Gobierno ecuatoriano es el denominado “Plan de Prosperidad 2018-2021” el cual relata la existencia en apoyo de las políticas enmarcadas en el mismo. Para el analista Mark Weisbrot, codirector del centro de estudios Center for Economic and Policy Research, "El acuerdo con el FMI provocará una deflación en el desarrollo, provocando una mayor tasa de desempleo, así como, un mayor desequilibrio macroeconómico”.

Factor Económico

- **Incremento del PIB.**

En base a datos expresados por el Banco Central del Ecuador (BCE), en donde se informa, el aumento del 0.3% del PIB a partir del segundo trimestre del 2019, todo ello, pese a los ajustes fiscales que buscan mermar los gastos públicos por lo menos \$1.500 millones; generando solo un acrecentamiento en la economía del país del 0.2%.

- **Situación económica del país.**

Al presente, en el Ecuador coexiste una crisis política-económica, uno de los factores fue la derogación del subsidio al combustible por el Decreto 883 y el supuesto aumento a los recaudos (impuestos), por el cual se crearon fuertes manifestaciones generando pérdidas alrededor de \$100 millones en varios sectores financieros del país, conmoviendo no solo a las multinacionales sino también a las pymes.

Costes de las materias primas.

Unas de los efectos negativos de las pasadas protestas fue el desequilibrio en la valía de los víveres, la derogación del subsidio de combustibles generó un incremento al costo del transporte y a su vez la interrupción de las vías interprovinciales, provocando escases de los insumos alimenticios, además que, en distintas partes del Ecuador; a pesar de la derogación de decreto, aún el sector agrícola no consigue estabilidad.

Factor Social

- **Costumbres y tradiciones**

Ecuador es considerado un país “rico” en costumbres las cuales pueden variar dependiendo de la ubicación, pero existen festividades que se celebradas en to territorio nacional, ya sea carácter religioso, corporativo o simplemente festivo; las encuestas expresaron que en un 47% de la muestra posee presencia de forma mensual en un evento donde el 27% son fiestas de cumpleaños.

- **Tendencia de la sociedad**

El sector de planeación y organización de programas está en constante innovación, donde se aprecian nuevas tendencias de manera semestral, cambiando los gustos y preferencias de los individuos, estas modas son determinadas por los nuevos matices para decoración de interiores, los accesorios, mobiliarios o colores por lo que la compañía debe poseer la capacidad de adaptarse para satisfacer a la sociedad.

Factor Tecnológico

- **E-commerce**

Al presente todo va progresando de manera positiva e inclusive la forma de desarrollarse el marketing, uno de los medios predilectos de los negocios actuales para llevar a cabo una campaña publicitaria es el internet, en especial las redes sociales dado que esta plataforma es útil y versátil permitiendo abarcar un amplio campo y facilidades para llegar al consumidor, además de que estas permiten la creación gratuita de una fan page, así como la venta, compra y promoción de los bienes y/o servicios generados por la demanda, tomando a consideración el mayor beneficio que se pueda obtener, y terminar su establecimiento de manera competitiva en el mercado.

- **Equipos e innovaciones tecnológicas**

Existen progresos tecnológicos en todos los sectores, tanto en equipamientos como en sistemas informáticos, es decir, que existe un accesorio, electrodoméstico, utensilio, máquina o equipo para ejecutar diferentes actividades, lo que generaría una

reducción costos, mano de obra, y tiempo. Asimismo, cuenta con la automatización de los sistemas informáticos, la generación de pedidos, cobros, y planificación, etc.

4.2.3. Oferta

El análisis de la oferta permite establecer datos concretos sobre el bien o servicio que se desea posicionar en el mercado, ya sea por cantidad, o condición económica

La oferta, así como la demanda, se encuentra en función a una serie de factores, como es el coste en el mercado del producto o del servicio a ofrecer, del mismo modo, posee apoyo gubernamental al ser producido. De igual manera, en el caso de una investigación de campo la cual se ejecuta, teniendo presente varios factores en relación al entorno económico. En dicha investigación la encuesta consta como la adecuada herramienta para recabar información.

Los muebles multifuncionales o polifuncionales deben ser innovadores, poseer características únicas y especiales. No obstante, estas características suelen ser establecidas por el cliente y su visión innovadora. Su precio de venta es negociable y se puede suscitar, de acuerdo a las descripciones requeridas por parte del consumidor. Dentro de la oferta de la microempresa, se le garantiza al consumidor, los privilegios al adquirir nuestro producto, así como detalles muy concretos de su uso y funcionalidad, para su hogar o sitio de trabajo,

El mercado meta seleccionado, radica en las familias de la parroquia Rocafuerte, la cual cuenta con 6.100 familias, pertenecientes al segmento económicamente activo, que se encuentren limitados de espacio o deseen una remodelación en sus hogares u oficinas.

En registros del año 2016 a escala nacional se poseía un establecimiento de 100 empresas mobiliarias, dedicadas a la elaboración de muebles de madera y sus partes, el establecimiento geográfico de estas empresas data de las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay. Para ese mismo año, según datos del (CFN) el sector generó ganancias de \$ 188 millones de dólares, influyendo en el total del PIB en un 0,27% respectivamente. (Corporación Financiera Nacional, 2016)

Del mismo modo, según datos anunciados por la revista Ekos, en el Ecuador se registraron seis grandes empresas, con un destacable crecimiento económico en ventas con ganancias de \$ 342.3 millones de dólares, en el 2019 (Novapan Aglomerados Cotopaxi, Muebles el Bosque, Edimca, Colineal y Botros). Por consiguiente, tres de ellas ingresaron en el Ranking Top de las 1000 empresas mejor posicionadas en el sector de madera y muebles, para ese mismo año destacaron por el gran apogeo en su nivel de ventas, consiguiendo aumentar sus utilidades, entre ellas Novapan (+8.8%) con ganancias de \$ 142.5 millones, siendo nuevamente la mejor ubicada a nivel nacional, Aglomerados Cotopaxi generó (+6.0%), \$ 48. 7 millones, y Muebles el Bosque. Registro (+1.1%) \$ 26. 5 millones. (Notifix, 2020)

Tabla 19.
Productos de la competencia

Mueble	Precio
	\$280



\$180



\$380



\$600



\$130



\$90



\$110

El sector de muebles tradicionales en el país, posee lo que se denominaría como competitividad imperfecta, dado que no tiene un precio fijo, el costo del producto puede variar de acuerdo al modelo, características y calidad. No obstante, todo lo contrario se suscita en el mercado de muebles polifuncionales. Donde es notable el predominio los gustos y preferencias de los clientes, esta clase de mercado hace énfasis en una nueva forma en la que el consumidor puede interactuar con los fabricantes, y conseguir lo que se consideraría como exclusividad en sus productos. Por consiguiente, se menciona a las empresas de muebles tradicionales y polifuncionales en la ciudad de Guayaquil con mayor antigüedad y posicionamiento: Muebles Finos Núñez, y las Mueblerías Cervantes, Salcedo y Mueblería Palito, etc. (Yáñez, 2019)

La microempresa tiene el fin de satisfacer la necesidad del consumidor con nuestro producto, y con ello lograr medir la calidad del mismo. Planificar, organizar y direccionar el mercado de muebles polifuncionales, mercado que posee poca inmersión en la parroquia Rocafuerte. Asimismo, los procedimientos a continuar recaen desde crear, innovar y gestionar este mercado en evolución.

4.2.4. Demanda

Según (Yáñez, 2019) “La demanda tiene relación con el deseo de un individuo por un producto determinado que pueda satisfacer una necesidad suscitada, sumando a ello la relación que se tiene, con la capacidad de desembolso inmediato”.

La demanda toma lugar en la parroquia Rocafuerte del cantón Guayaquil, de donde procede la necesidad de este servicio, dada la inexistencia de los muebles de uso polifuncional.

Para la determinación de la demanda se tomará en cuenta el 40% de la población general de la parroquia Rocafuerte. Tomando como objeto de estudio a la población económicamente activa. Por ende, se puede hacer una estimación de la demanda general del tipo de servicios que se brinda.

Provincia del Guayas: 3'645,483 habitantes

Ciudad de Guayaquil: 2'350,915 habitantes

Parroquia Rocafuerte: 6.100 familias

Población Objetivo (40% de la población económicamente activa): 2.440 habitantes

Cabe señalar que de las 6.100 familias de la parroquia Rocafuerte, 2.440 de ellas corresponde a un 40% de la población general, poseen el poder adquisitivo para adquirir uno de estos bienes.

Tabla 20. Principales competidores por línea de producto y precio.
Principales competidores por línea de producto y precio.

Nombre	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Productos Principales	Línea de Precio
Colineal	Alta	43 años	Víctor Emilio Estrada y Costanera	Salas, Comedor, Dormitorios, Oficinas	Entre \$1,000.00 a \$3,500.00
Duarte	Alta	39 años	Víctor Emilio Estrada 715 entre Ficus y Guayacanes	Comedor, Recibidores, Dormitorios, Diarte kids	Entre \$800.00 a \$2,000.00
Modermueble	Alta	24 años	Av. Francisco de Orellana	Salas, Comedores, Dormitorios	De \$600.00 a \$1,400.00

Línea de productos y precios de la empresa.

Tabla 21. Línea de productos y precios de la empresa
Línea de productos y precios de la empresa

Nombre	Productos	Ubicación	Precio
Microempresa Muebles Villalta	Sillas secretaria	Parroquia Rocafuerte	\$ 120.00
	Sillas Sensa		\$ 105.00
	Escritorio En L		\$ 150.00
	Mueble Polifuncional		\$ 250.00

4.2.5. Demanda Insatisfecha

Análisis y proyección de la demanda insatisfecha

Al hablar de Demanda Insatisfecha, se hace referencia a ese porcentaje de la población, la cual no se ha conseguido abastecer por el mercado. Por consiguiente, la visualización de este punto nos permite direccionarnos hacia el mercado de muebles polifuncionales, y enmarcarnos hacia ese volumen de ventas proyectado. Asimismo, dar a conocer el valor agregado de nuestro producto.

El análisis del mercado implica cuantificar la demanda potencial e insatisfecha ya sea por el producto o servicio, a partir de allí el trabajo de investigación que se desarrolla se entiende como demanda a un número de bienes o de servicios que un mercado requiere o se solicita para satisfacer una determinada necesidad con un precio establecido. Igualmente cuantificar la necesidad conlleva la utilización de un proceso investigativo eficiente.

En base al último estudio que se originó a nivel nacional, pondero que los ecuatorianos poseen un promedio de cambio de muebles de cada cinco años, pese a la garantía, y extensa durabilidad, de acuerdo a los consumidores, ellos eligen efectuar estos cambios, por tendencia o remodelación en el interior de sus hogares u oficinas. (El Universo, 2018)

Según (Lima, 2021) “El mercado inmobiliario es el mercado de transacciones inmobiliarias extrabursátiles en las que propietarios vendedores (oferta) y compradores (demanda) permutan bienes raíces por una consideración valiosa”.

Uno de los aspectos fundamentales del análisis de la demanda, respecto al mercado mobiliario recae el incremento demográfico de la población, por ende, la necesidad de muebles polifuncionales cada vez es más latente, la innovación del mercado, junto a los espacios reducidos de muchos hogares, es vital para quienes buscan ajustarse a las pretensiones del cliente.

4.2.6. Producto

El producto que se ofertara serán muebles polifuncionales, bienes de consumo y uso para todas las familias e individuos, (personas naturales o Jurídicas) con una edad comprendida entre los 35 años y más, sin importancia de género, con poder

para adquirir estos bienes de varios usos en el hogar, departamentos limitados de espacio y oficinas.

El previo estudio de mercado permitió determinar la existencia de competencia directa en el mercado de muebles tradicionales, en la ciudad de Guayaquil, no obstante, caso contrario se suscita en referencia de los muebles polifuncionales o de uso múltiple en la parroquia Rocafuerte, sitio donde se suscita la demanda del producto y la cual no ha sido satisfecha. Asimismo, estos resultados nos permitieron estar al comprobar que en su mayoría son los hombres quienes buscan la adquisición de estos muebles.

Por ende, con la introducción de nuestro producto ya expuesta en el mercado, buscaremos posicionar nuestra marca, diseños de nuestro producto, el cual posee características únicas que permitirá captar clientes potenciales. Nuestro producto tiene la finalidad de proporcionarle a nuestros clientes comodidad y diversidad con el uso de los mismos en el interior de sus hogares, piso, departamento u oficina, así como detallar su fácil uso y capacidad de transporte lo que permitirá a nuestros usuarios identificarse con nosotros y con el objetivo principal de microempresa.



Figura 3. Silla secretaria



Figura #... Silla senda



Figura 4. Escritorio en L



Figura 5. Mueble polifuncional

Presentación

Muebles Villalta es una microempresa ecuatoriana, establecida en la Parroquia Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil, la cual se encuentra enfocada en la elaboración de muebles polifuncionales, para la comodidad del hogar, lugares con espacio reducido, departamentos o pisos, permitiéndole a los usuarios un mejor aprovechamiento de los espacios, es un producto 100% nacional, fabricado con: madera de buena calidad, metal frío etc. el cual permitirá substituir muchos otros muebles de madera y plástico, que abarcan un exceso de espacio en el hogar. Los muebles polifuncionales tendrán una garantía de dos años, así como podrá poseer una mejor visión y perspectiva del mueble, su correcto uso, modo de limpieza y mantenimiento.

Marca

El color de la marca es café, dorado y blanco, el color café es representativo de responsabilidad la cual posee la marca del producto que se oferta con el consumidor. Además de ser un producto con calidad y originalidad. Por otro lado, dorado representa paz y la finalidad de la marca.

Slogan

Reinventando juntos, tu hogar

El eslogan con sus siglas en inglés, “*slogan*”, se define como aquella frase que escolta a tu marca y que intenta conducirte hasta un posible consumidor, así como visualizar el valor que tiene tu producto, y el beneficio que este ofrece.

Composición

Llevar a cabo la presentación de un itinerario, la planificación, así como mostrar una lista de productos.

Forma de uso

El cliente posee la opción de ingresar por medio de una llamada telefónica, una solicitud o mediante las redes sociales de la empresa. De acuerdo al método por el cual desee optar, el mismo tendrá la opción de elegir de entre una variedad de productos más convenientes a la necesidad del consumidor.

Tamaño

El tipo de servicio que se ofrece cuenta con espacio necesario para que los clientes denoten los diferentes productos, así como se cuenta con recursos tecnológicos para el cliente visualice o elija ideas de lo que desea.

Naturaleza

El servicio de planificar y organizar va de acorde a la expresa necesidad del consumidor, ofreciendo calidad y eficiencia del producto y servicio. El personal es capacitado para brindar una atención idónea, así como ser cortés.

4.2.7. Precio

Se expone un análisis en base a la información recolectada de diversas empresas dedicadas a ofrecer u ofertar servicios de mueblería tomando como base el precio referencial por su largo trayecto de trabajo, cabe mencionar, que se estiman los costos de varios productos que se ofertan y que tienen una variación por la necesidad del consumidor.

Tabla 22

Precio

Producto	Precio
Sillas secretaria	120.00
Sillas Sensa	100.00
Escritorio en L	150.00
Mueble polifuncional	250.00

Plaza

Para el presente trabajo de investigación sobre la zona de estudio, se realizó un análisis de los tipos de empresas existentes, entre públicas y privadas, a continuación de detalla las siguientes:

Tabla 23.
Entidades públicas y privadas

Entidades públicas	Entidades privadas
Fiscalía del Guayas	Banco Guayaquil
Banco Central	Banco Solidario
Notarías	Corporación El Rosado
Registro Civil	Colegio Enrique Gil Gilbert
Junta de Beneficencia	Seguros Cóndor
	Banco ProCredit
	Claro

Entorno, geográfico o el área de influencia

Actividad económica de la zona

En la zona de estudio de la ciudad de Guayaquil se encuentran varias empresas dedicadas a distintas actividades económicas, cerca al lugar que se eligió para la ubicación de la Microempresa de mueblería polifuncional, encontramos actividades de carácter educativo, monetario, alimenticio, comercial al por mayor y menor, transporte, comunicación, bancario y seguros, clínicas, hoteleras, y recreación.

Equipamiento de la zona

Se eligió un sitio céntrico de la zona, la cual se considera de fácil acceso a servicios básicos que brindan las empresas que se contratan, se cuenta con un área de parqueo al público, de fácil acceso y salida tanto para los vehículos como para los productos de mueblería, asimismo consta de calles principales y secundarias en excelentes condiciones.

La infraestructura cuenta con los permisos pertinentes para iniciar operaciones, permiso que es otorgado en el momento en que se cumple con las especificaciones

determinadas con el tipo de suelo establecido y actividad, se evalúa la composición de la ubicación, la existencia de una puerta de emergencia, entre otros aspectos.

4.2.8. Comercialización

Muebles Villalta estará ubicada en una zona céntrica del cantón Guayaquil, en las calles Víctor Manuel Rendón #234 y Pedro Carbo, la instalación constara de un espacio de 45.18 m², cuyo espacio se encuentra diseñado y será distribuido para los mobiliarios, el área sanitaria, recepción y asientos, contara con un área de estacionamiento privada para el uso de los clientes, se brindara un servicio de contacto directo, con lo que se buscara alcanzar un mayor grado de personalización del producto.

Competencia directa

El previo estudio y análisis de mercado permitió que se llegase evidenciar que no existe competencia directa en el mercado de muebles polifuncionales en la parroquia Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil.

Competencia indirecta

Al día de hoy, se encuentran en la zona múltiples microempresas que ofertan el servicio de mueblería tradicionales.

Empresas proveedoras

Tabla 24.
Proveedores

Categoría	Proveedor
Servicios básicos	CNEL - Interagua - CNT
Telecomunicación	TV Cable - Claro – Telconet
Alimentos	Carlos Quinlli - Com. Alexander – Sup. Carnes Española
Imprenta	Albocopia - Disgrafic - Imprenta Servigraf
Textil	Gentex - Casa Lulú-Turko
Confección	Freddy Peñafiel - Benítez Confecciones - Zurcir confección
Productos de limpieza	Mi comisariato - Hipermercados El Coral - JYM
Productos químicos	Droguería Kronos - Químicos Cevallos - Nueva Selecta

Clientela Potencial

A través de la encuesta realizada se determinó los siguientes datos:

Se estableció que la población objetiva de este proyecto pertenece a la económicamente activa, siendo los usuarios que buscan un mejor aprovechamiento de espacios en sus hogares o sitios de trabajo, y poseen un poder económico representativo, para cubrir con la presente oferta, del mismo modo, con ello se demuestra el aumento del interés de la población de la parroquia Rocafuerte en adquirir este tipo de bienes, queda constancia que demanda suscitada en el mercado de la zona aún no ha sido satisfecha, por ende, es de su agrado la existencia de una microempresa en el sector, la cual cuente con variedad en sus diseños, precios módicos, e innovación de los productos que se ofertan.

Duración

Se pronostica llevar cabo una campaña publicitaria en el primer trimestre del año debido a que se considera que los consumidores potenciales se encuentran en periodo de descanso por festividades entre otros.

Objetivo

- Diseño de campaña publicitaria para redes sociales
- Posicionamiento de la marca en el mercado.
- atracción de nuevos clientes mediante una campaña de publicidad
- dar a conocer las ofertas que se ofrecen a través de la marca en el tiempo

Campaña

De acuerdo a los datos obtenidos mediante la encuesta, los habitantes de la parroquia Rocafuerte, del cantón guayaquil reconocen que el mercado de muebles polifuncionales en la zona no ha sido explotado, pese a existir la demanda del producto, actualmente no existe la oferta necesaria que cubra la demanda exigida. Asimismo, se reconoce que el medio más efectivo y dinámico en la que el consumidor adquiere conocimientos de un bien o servicio son las redes sociales. Considera una de las herramientas con mayor impacto social. Por ende, la campaña estará encaminada en las redes sociales, en páginas como Facebook, Instagram, Telegram y anuncios en la plataforma de YouTube.

De acuerdo a estudios realizados se concluyó que el ser humano posee el habito de, entre una hora o más al día encontrarse inmerso en las distintas páginas web, sean estas por cuestiones laborales, sociales o personales, por ello, una campaña

publicitaria enfocada en las redes sociales, es viable además de representar un bajo costo de utilización.

Las campañas publicitarias tendrían inicio con unas 20 publicaciones con una duración de dos meses, direccionada a las redes sociales de lo cual se espera incrementar la captación de clientes potenciales.

Presupuesto

Actualmente no es novedad diagnosticar la facilidad que ofrecen las redes sociales en los negocios, debido que mediante ellas se pueden dar a conocer variedad de productos y servicios. No obstante, se prevé con las redes sociales se puedan determinar con un presupuesto de \$150 dólares el mismo con que se analiza obtener un alcance de 11.000 personas, el fin es publicar y que sea compartido entre familiares y amigos, y así lograr un alcance mayor al proyectado.

Plan de publicación

Tabla 25. Plan de publicaciones

Mes:	Enero			
Semana:	Del 2 al 7	Del 9 al 14	Del 16 al 21	Del 23 al 28
Días:	Lunes, miércoles y viernes	Martes, jueves y sábado	Lunes, miércoles y viernes	Martes, jueves y sábado
Horario:	Entre 09:00 y las 10:00 am Y 17:00 pm antes de hora de salida.	Entre 09:00 y las 10:00 am Y 17:00 pm antes de hora de salida.	Entre 09:00 y las 10:00 am Y 17:00 pm antes de hora de salida.	Entre 09:00 y las 10:00 am Y 17:00 pm antes de hora de salida.
No. de publicaciones	2	3	2	3

Tabla 26 Medios publicitarios

Medios Publicitarios	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Medios impresos				
Volantes	Tamaño: 14x20 cm	500	\$ 0,03	\$ 15,00
Banner publicitario	Material: Couche 160 g Impresión: Full color Tamaño: 215x90 cm Impresión: Full color	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Medios digitales				
Facebook	Campaña publicitaria para alcance de 11.000 personas	Duración de 2 meses	\$ 100,00	\$ 100,00
Material pop				
Camisas	Con cuello tipo v, tallas M y L con el bordado del negocio	6	\$ 6,50,00	\$ 39,00
Gorras	Llana azul oscuro con el bordado del negocio	6	\$ 5,	\$ 30,00
			Total	\$ 234,00

Plan de publicación

Tabla 27. Plan de publicaciones

Mes:		Febrero			
Semana:	Del 2 al 7	Del 9 al 14	Del 16 al 21	Del 23 al 28	
Días:	Lunes, miércoles y viernes	Martes, jueves y sábado	Lunes, miércoles y viernes	Martes, jueves y sábado	
Horario:	Entre 09:00 y las 10:00 am Y 17:00 pm antes de hora de salida.	Entre 09:00 y las 10:00 am Y 17:00 pm antes de hora de salida.	Entre 09:00 y las 10:00 am Y 17:00 pm antes de hora de salida.	Entre 09:00 y las 10:00 am Y 17:00 pm antes de hora de salida.	
No. de publicaciones	2	3	2	3	

Tabla 28. Medios publicitarios

Medios Publicitarios	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Impresiones Hojas Volantes	Tamaño: 14x20 cm	500	\$ 0,03	\$ 15,00
Banner	Material: Couche 160 g Impresión: Full color Tamaño: 215x90 cm Impresión: Full color	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Redes sociales	Campaña publicitaria para alcance de 11.000 personas	Duración de 2 meses	\$ 100,00	\$ 100,00
Estampados en Camisas	Con cuello tipo v, tallas M y L con el bordado del negocio	6	\$ 6,50	\$ 39,00
Gorras	Llana azul oscuro con el bordado del negocio	6	\$ 5,00	\$ 30,00
			Total	\$234,00

4.2.9. Promoción

Muebles Villalta mediante promociones le ofrecerá al consumidor la oportunidad de conocer beneficios y ventajas, en la adquisición de sus productos, este incentivo promocional le permitirá al cliente conocer el bien de primera mano. Asimismo, le generara a la microempresa un incremento en el volumen de ventas. La publicación de estas promociones en redes sociales permitirá llegar a una mayor cantidad de usuarios digitales,

Estrategia TTL (Through the line)

- Redes sociales (Facebook, Instagram, telegram, Twitter, WhatsApp Bussiness).

4.3. Estudio técnico

El estudio técnico se establece por los aspectos técnicos operacionales que tienen relación con la utilización eficiente del recurso específico para originar un bien o servicio. El trabajo de investigación que se desenvuelve permitiendo verificar la factibilidad de los aspectos en el cual corresponde a un estudio de técnico.

Este estudio efectúa un análisis, elige el material, el equipo y la instalación que es necesaria para la elaboración del proyecto, crear una microempresa de servicios de mueblería polifuncional donde se relacionan los costos de inversión y operacionales necesarios. Es importante, connotar la posibilidad expuesta para llevar la cuantificación de la economía, así como la de los aspectos técnicos del proyecto, permitiendo conocer el valor exacto o aproximado del recurso requerido.

La subdivisión del estudio técnico en varias partes se expresa como: dimensión y sus características, la ubicación del proyecto, la tecnología de los procesos de producción, así como la ingeniería y la maquinaria y sus equipos.

Establecer el espacio que da respuesta a la necesidad y las características del recurso necesario, el tamaño del equipo, el área que conforma el servicio. Así como, la localización que se lleva a cabo para optar por el lugar apropiado que permita a la compañía cumplir con el resultado anhelado, tiene presente la fuente de insumo, la competencia, la orientación que se le brinda al consumidor, y acceso del lugar, etc.

El uso de la tecnología de producción de servicio hace referencia a la calidad y el valor material de los equipos que se proyectan. La ingeniería del proyecto posee la descripción sobre los procedimientos que contribuyen al servicio que ofrecen. El material y la maquinaria requieren de un progreso en la actividad propia de la microempresa.

4.3.1. Dimensión y características

Tiene relación con el volumen o también con la dimensión del proyecto y se expresa de varias formas como: en relación de la producción en un tiempo determinado (1° toneladas/mes) por el valor de la inversión, según el número de empleos que se instituyen de acuerdo a la cobertura que establezca en el mercado.

Es importante tener presente el tipo de dinámica que se produce en el mercado, por otra parte, se hace una exposición de la situación donde el tamaño esté sobredimensionado y causando una capacidad ociosa o, al contrario, si el tamaño es ajustado en un mercado presente que se desconoce por su progreso y que conlleva realizar una replantación del proyecto a corto plazo.

El presente trabajo investigativo consiste en crear una microempresa de servicios de mueblería polifuncional, de acorde a los resultados del estudio de mercado se establece la dimensión con relación a la demanda insatisfecha con la que se busca establecer y participar en el mercado que se necesita alcanzar, es decir, la oferta del servicio que se pretende satisfacer.

	Toma corriente 110v		Lámpara EXIT
	Interruptor		Letrero de Riesgo eléctrico
	Iluminaria		Alarma de humo
	Punto de teléfono		Botiquín de Emergencia
	Toma corriente 220v		Extintor PQS
	Caja de conexión elec		Cámara de vigilancia

Figura 6. Señales de seguridad industrial

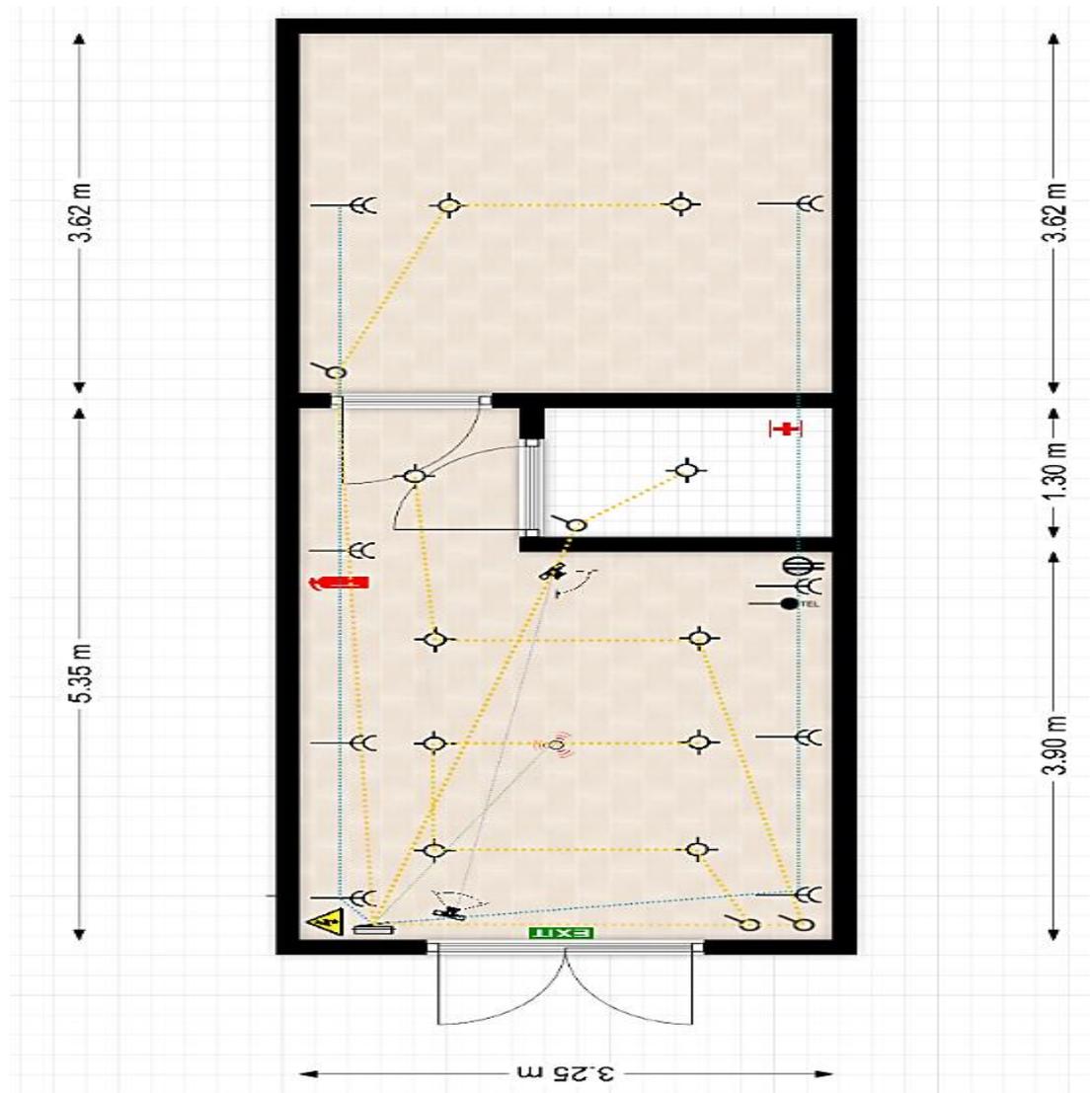


Figura 7. Plano de local

4.3.2. Localización del proyecto

Consiste en el establecimiento de una localización óptima para la creación de una microempresa de servicios de mueblería, y ejecución de un proyecto, así como la de que aporten en una elevada medida, a una mejor tasa de rentabilidad del capital permitiendo obtener el costo unitario al mínimo. Por tal motivo se eligió una zona en la cual su ubicación fuese idónea para la demanda.

La ubicación de la microempresa de servicios de mueblería polifuncional considera que la oferta es un servicio que se enfoca en el cliente, en base a ello se decidió, llevar a cabo su desarrollo en un lugar céntrico de la ciudad de guayaquil, en

el cual existe una cuantiosa circulación de personas, los mismos que brindan una fácil visualización del nombre, de la marca o de los productos, de tal forma que este en un lugar estratégico por ser un hábitat rodeado de muchas compañías públicas y privadas poseyendo una fácil accesibilidad.

Otro factor que se tiene en cuenta es la proximidad de los distintos proveedores, como son las distribuidoras, la zona comercial bahía. Es necesario destacar este escenario por la ubicación en la que se encuentra, la facilidad para acceder a los servicios básicos y de comunicación, entre otros etc.

Dirección: Víctor Manuel Rendón #234 y Pedro Carbo

Sector: Centro

Parroquia: Roca

Cantón: Guayaquil

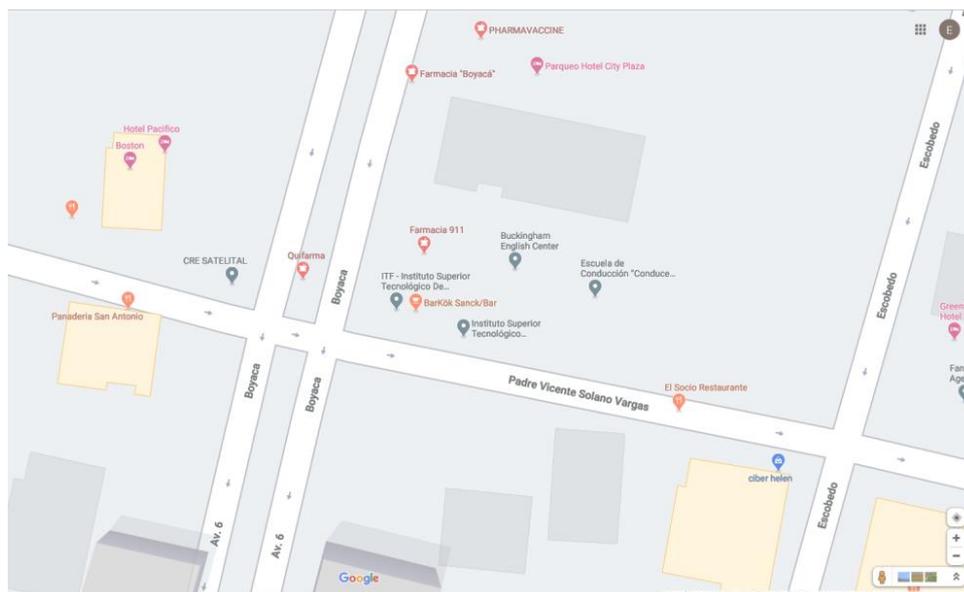


Figura 8. Ubicación

Distribución de la planta.

Muebles Villalta maneja una instalación de 40.352 m² en la cual se dará la atención apropiada al cliente, las instalaciones están equipadas adecuadamente con los servicios básicos vitales como (electricidad, agua, teléfono e internet), de igual manera cuenta con las debidas autorizaciones municipales y autorización de funcionamiento.

Por consiguiente, se detallan las distintas dimensiones de cada una de las áreas, de la microempresa.

Tabla 29.
Áreas

Área	Medida
Área de Comercialización	45.15 m ²
Área de Producción	38.34 m ²
Área de Bodega	50.81 m ²
Área de Parqueo	30.57 m ²
Área total del proyecto	156.87 m ²

Área de Comercialización

Está constituida por una zona de 45,15 m²; cuyo espacio será distribuido para los mobiliarios, servicio sanitario, recepción y asientos, con el fin de asegurar, una correcta ejecución de las operaciones.

Área de Producción

El área más importante dentro la microempresa, ya que deben cumplir con todas las normas de seguridad con el fin de evitar accidentes a los trabajadores, el área destinada para esta sección es de 28,88 m² de construcción, en este sitio se fabricará los muebles polifuncionales, donde luego de haber pasado los filtros de calidad su destino será el área de ventas.

Área de bodega

El área de bodega estará comprendida por 50,81m² los cuales serán destinados para el almacenamiento de los bienes terminados, así como, materia prima para el encaje de los mobiliarios.

Área de Parqueo

El área de parqueo estará comprendida por 30.57 m², lo cual será distribuida una con las medidas necesarias, el aprovechamiento de este espacio estará diseñado para la entrada y salida de los vehículos de los clientes.

4.3.3. Tecnología del proceso productivo y/o servicio

El proceso tecnológico es concebido como un conjunto de elementos adicionales entre sí, los cuales incluyen maquinas, herramientas y productos, además de conocimiento y cultura organizacional, igualmente se manifiesta como

componente trascendental para que las microempresas obtengan ventajas competitivas consideradas como indispensables para operar en los mercados de bienes y servicios (Miranda, 2012, p. 171).

Muebles Villalta está orientada a ofrecer servicios de alta calidad, su tecnología se basa fundamentalmente en equipos para el análisis de la información, tales como la aceptación de la solicitud del servicio por parte de los consumidores; las necesidades, compromisos, recursos financieros de los consumidores, entre otros, además estos equipos sirven como enlace comunicativo con los consumidores, antes, durante y después del servicio. Así mismo son el medio que se usó para la promoción y publicidad, proceso de cobranza, el proceso contable y de gestión del talento humano.

Tabla 30.
Tecnología de la microempresa

No.	Descripción	Cantidad	Total
1	Aire acondicionado Samsung 24000 btu split inverter	1	\$ 984.35
2	Celular Samsung A10S 2021 32gb negro	1	\$ 160.90
3	Impresora multif. Epson tinta continua l3110 33 ppm negro 15 ppm color botellas t554120	1	\$ 215.68
4	Kit DVR Logan 6 canales + 4 cámaras 1180p lx4dnr-2x2bbar (con disco)	1	\$ 164.84
5	Teléfono Grandstream ip 1 línea lcd gxp1815 poe	1	\$ 45.59
		Total	\$ 1,571.36

4.3.4. Ingeniería del proyecto

El estudio de ingeniería está orientado en investigar una función de producción que optimice el uso de los recursos disponibles en la fabricación de un bien o presentación de un servicio

La transformación de insumos en productos mediante una técnica definida de mixtura de elementos como mano de obra, equipo, conjunto de métodos y procedimientos, conlleva a la constitución del proceso de elaboración; en resultado, dependiendo de la forma como se haga esta transformación se obtendrá distintos métodos (Miranda, 2012, p. 167).

En esta etapa el estudio técnico se describe el proceso y los subprocesos de servicios de la microempresa, detallándose las operaciones en cada caso. Para ello, se procede a la utilización del diagrama como técnica de procesos, la cual sirve para llevar a cabo una representación esquemática del diseño que poseerá el proceso de servicio de la microempresa

Cotización del evento o servicio

Procedimiento

Propósito

La recepción de los requerimientos de los posibles consumidores para la enunciación de una cotización bajo un formato, para estar al tanto de la variedad de productos/servicios, así como del precio de acuerdo con las necesidades que se susciten.

Alcance

Esta fase se aplicará a todos los clientes que requieren los distintos tipos de servicios a ser ofertados.

Políticas de operación

- El responsable de la cotización debe detallar todas las características de lo requerido al igual que su costo determinado.
- Estar al tanto las políticas internas de la microempresa.
- Realizar descuentos a valores mayores de \$120,00.
- La cotización poseerá una durabilidad de 10 días laborables, precios y servicios quedarán sujetos a cambio.

Diagrama del procedimiento

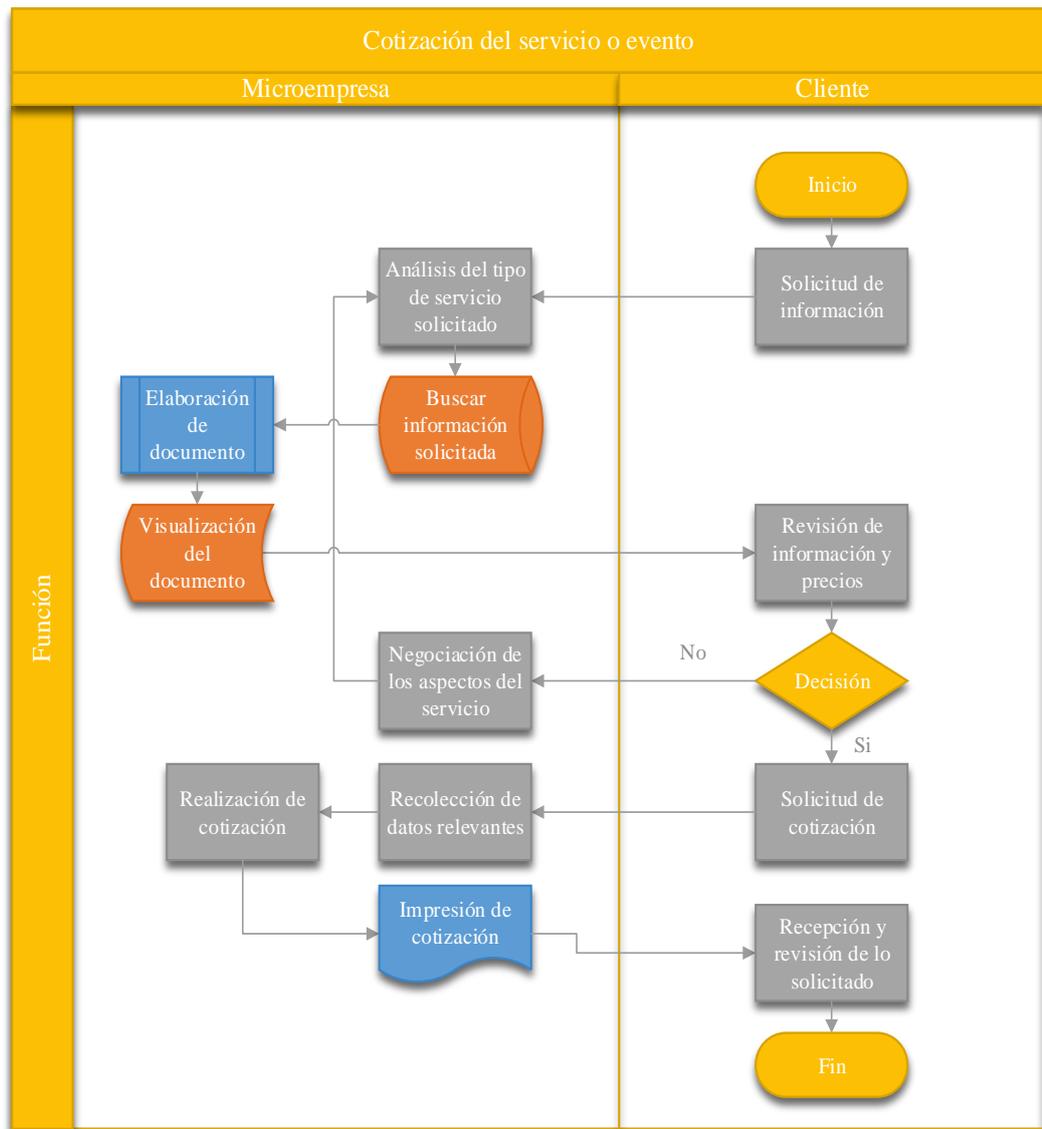


Figura 9. Procedimiento de cotización

Descripción del procedimiento

- Solicitud de información: El consumidor proporcionará previamente información sobre el producto o servicio que requiere contratar.

- Análisis del tipo de servicio requerido: El colaborador dará recomendaciones concernientes a lo que necesita el interesado para el éxito de su evento siempre y cuando se respete el presupuesto establecido.
- Indagación de la información solicitada: El colaborador indagará en el centro de datos de la microempresa toda aquella información factible y será considerada importante y necesaria.
- Elaboración de documento: Se aprovechará el formato de cotización exteriorizando el producto o servicio, así como los precios.
- Visualización del documento: Se facilitará la información al cliente sobre el costo total de lo cotizado con una breve especificación de este.
- Revisión de información y precio: Conciernen netamente al discernimiento del consumidor
- Decisión: No
- Negociación de los aspectos del servicio: Si el consumidor no está de acuerdo con el precio indicado en el documento se procederá a una negociación o ajuste de lo requerido a la microempresa.
- Decisión: Si
- Solicitud de cotización: El consumidor requerirá un documento impreso de lo tasado.
- Recolección de datos relevantes: El colaborador pedirá al consumidor datos como nombre, C.I/RUC, dirección, teléfono y otros datos auténticos del servicio como fecha, lugar, hora de inicio y finalización. para la emisión de los comprobantes de ventas autorizados

- Realización de cotización: Luego de la complacencia con la información concedida por el colaborador y los datos primordiales concedidos, el colaborador realizará una cotización digital de lo dialogado.
- Impresión de cotización: Se concederá una cotización impresa con datos del consumidor, del evento, descripción y precio además de las políticas indicadas en Políticas de operación.
- Recepción y revisión de lo solicitado: El consumidor receptara la cotización solicitada.

Contratación del evento o servicio

Procedimiento:

Propósito

Tiene como objetivo la complacencia de una necesidad tanto para el consumidor por la pretensión de éxito del evento y para la microempresa como el cierre de un negocio.

Alcance

Esta fase se aplicará a todos los consumidores que requieren contratar los diversos tipos de servicios propuestos.

Políticas de operación

- El consumidor deberá acreditar un 50% del valor total de la cotización anticipadamente aprobada.
- Se legalizará un contrato por la suma > a \$500,00.
- El importe total se habrá cancelado en totalidad un día antes del alquiler o acontecimiento.

- Se solicitará una garantía la cual será reembolsada a la recepción del mobiliario y/o menaje.
- Si existe un perjuicio a los activos de la microempresa, el consumidor deberá solventar el o los valores correspondientes.
- En caso de anulación del contrato, el consumidor deberá pagar el coste proporcional al valor establecido.

Diagrama del procedimiento

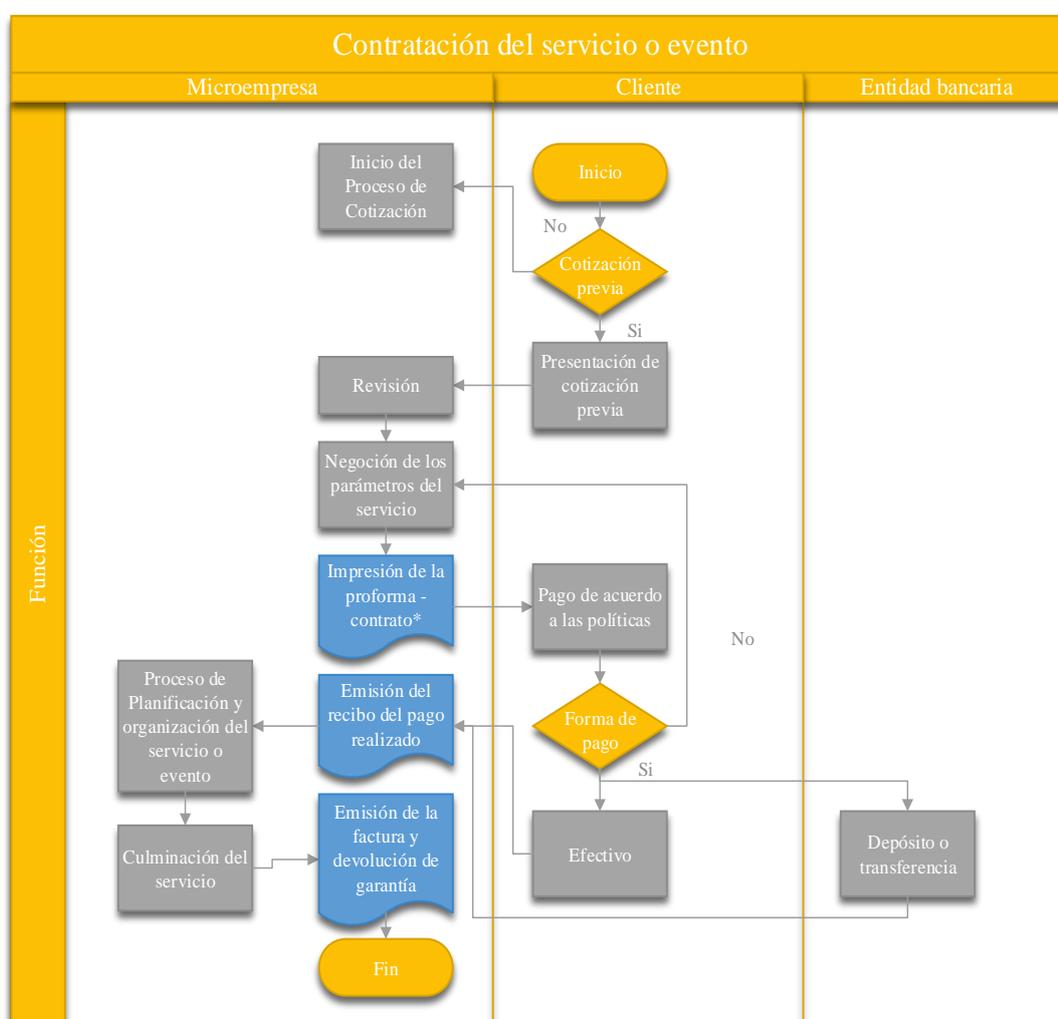


Figura 10. Diagrama del procedimiento de contratación de servicio

Descripción del procedimiento

- Cotización previa: Si el consumidor no ha elaborado una cotización con la microempresa le corresponderá iniciar el proceso de Cotización del servicio o programa; caso inverso sigue el procedimiento establecido.
- Exposición de la cotización previa: El consumidor deberá exhibir la cotización transmitida por el colaborador.
- Exploración: El colaborador inspeccionará el documento para confirmar los datos, valores y vigencia de la cotización.
- Estipulación de los parámetros del servicio: Última inspección o corrección del documento por el colaborador y el consumidor.
- Impresión de la proforma-contrato: El colaborador proporcionará el respaldo concerniente del documento firmado al consumidor.
- Pago de acuerdo con las políticas: Se comprometen a cumplir las Políticas de operación de este proceso (punto 3).
- Forma de pago: No
- Negociación de los parámetros del servicio: Si el consumidor no está de acuerdo con el precio fijado en el documento se procederá a una negociación o conciliación de lo requerido a la microempresa.
- Forma de pago: Si; Sea este en efectivo o depósito/transferencia
- Emisión del recibo del pago realizado: Se adjudicará un comprobante de pago por el coste cancelado.
- Proceso de Planificación y organización del servicio o evento
- Culminación del servicio o evento: Terminación del servicio o suceso.
- Emisión del recibo y reembolso de garantía: Entrega del documento de venta autorizado y pago por parte de la microempresa a la valía de la garantía por

los activos concertados en caso de cumplir con las Políticas de maniobra en este proceso.

4.3.5. Maquinarias y equipos

El importe para inversión en equipamiento se concebirá contiguo a todas las inversiones que permitan que la operación de la planta de la microempresa creada por el proyecto. En este caso se hace énfasis al equipo, maquinaria, vehículos, mobiliarios y equipos en general para la puesta en marcha del negocio (Sapag, 2016, p. 89).

En esta fase se define concretamente el concepto de la maquinaria y equipo, así como se procede a la descripción de aquellos de los que serán usados para ofrecer el servicio, concretamente en el caso de la microempresa de mueblería. El siguiente elemento forma parte transcendental del estudio técnico, además de garantizar la medida en que el servicio se brinda satisfaga las expectativas del consumidor.

4.4. Estudio administrativo

En estudio administrativo será el encargado de proporcionar las herramientas que serán utilizadas como guía para el desarrollo del proyecto, este estudio exhibirá los elementos administrativos como la planeación estratégica que fije el horizonte y los ejercicios a establecer para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se concretan otras herramientas como el organigrama y la preparación de los recursos humanos con el propósito de presentar un perfil apropiado y alcanzar la alineación del beneficio de las metas empresariales.

4.4.1. Análisis situacional

En la actualidad, en la provincia del Guayas existe una gran diversidad de compañías que se despliegan en diferentes ámbitos, ya sean estas en actividades

como la prestación de servicios, en actividades comerciales o industriales. Esta ciudad es reconocida como referente de progreso turístico, se destaca por el extenso segmento en la manufactura de muebles, es muy reconocida por la calidad y diversidad de diseños de mobiliarios que elaboran las empresas, asimismo por su extensa variedad maderera y tradiciones artesanales, por lo cual con el pasar de los años ha conseguido destacarse en diferentes mercados tanto nacionales como internacionales y en el que lograra afiliarse como una empresa innovadora en la industria del mueble, “MUEBLES DE OFICINA POLIFUNCIONALES”.

Tabla 31.
Clasificación de las empresas

Clasificación	Tipos
Sectores Económicos	Mineras. servicios. comerciales. Agropecuarias. Industriales: Transforma la materia prima en un producto terminado. Financieras.
Origen de su capital	Público Privado: Son aquellas en que el capital procede de particulares. Economía mixta
Tamaño	Grande Mediana Pequeñas: Se dividen a su vez en. Pequeña. Micro: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados). Empresas familiares.
Conformación de capital	Multinacionales. Grupos económicos. Nacionales. Locales: Son aquellas en que su radio de atención es dentro de la misma localidad.
Pago de impuestos	Personas naturales, Sucesiones indivisas. Régimen simplificado. Régimen común: Empresas legalmente constituidas y sobrepasan las limitaciones del régimen simplificado, deben llevar organizadamente su contabilidad. Contribuyente especial
Número de propietarios	Individuales. Unipersonales Sociedades: Todas para su constitución exigen la participación como dueño de más de una persona lo que indica que mínimo son dos por lo general pertenecen al régimen común, y son regentadas por la superintendencia de compañías.
Función Social	Con ánimo de lucro: Se compone a la empresa con la intención de explotar y generar más capital. Trabajo asociado. Sin fines de lucro. Economía Solidaria.

Estudio situacional

El único propósito de la planificación estratégica es la de aprobar que la empresa adquiera, tan eficientemente como sea viable, una ventaja sostenible sobre la competencia, es decir, la estrategia empresarial conjetura, así, un intento de perturbar las fortalezas relativas de la compañía para distanciarse de sus competidores del modo más eficiente.

La empresa empleará la estrategia de diferenciación, proponiendo al consumidor atención personalizada en donde podrá optar por los distintos diseños de acuerdo a sus agrados y preferencias, ya sean estos, diseños de muebles convertibles ya acabados que se hallarán disponibles para su comercialización o bajo encargos.

Estrategia de Crecimiento.

La estrategia de desarrollo que utilizará la empresa es la de la penetración en los mercados, que radica en desarrollarse en el mercado con productos idénticos, para proporcionar un mejor método que le permita al consumidor de su existencia y crecimiento como empresa y luego ofrecer a los clientes presentes nuevos productos como muebles transformables.

Estrategia de Competencia.

Es muy importante tener en cuenta para rivalizar dentro del mercado de producción y comercialización de muebles, es por ello que se tendrá siempre en cuenta la actualidad, la moda e innovación de la industria. Teniendo en cuenta estos tres aspectos se conseguirá atraer a un mayor número consumidores.

Estrategia Operativa

Se buscará el máximo aprovechamiento sobre productividad de todos los recursos empleados en la producción, haciendo que todos los empleados se faculten constantemente en el área y se sientan motivados en su ambiente laboral, tomando en cuenta la teoría Tayloriana de la eficiencia en las sistematizaciones, es decir reduciendo el costo de los recursos manejados y emplearlos al máximo para producir.

- Disminución de los costos de fabricación.
- Disminución de tiempos en procesos.
- Aumento motivacional de los trabajadores.

Estrategia de Competitividad

Se efectuarán capacitaciones mediante un entorno de familiaridad y compañerismo para con cada uno de los integrantes de la empresa para así conseguir un mayor nivel de efectividad en cada área. Esto se ejecutará mediante la comunicación de actividades que realizaban individuos con experiencia en el área de muebles de otras empresas, es decir que por medio de dichas personas se adquirirán factores de éxito, lo cual hará más competitiva a la empresa forjando más fortalezas frente a la competencia.

Misión

Producir muebles convertibles para el hogar, piso, departamentos de espacios reducidos con excelente calidad, de elegancia y confort, de diseños exclusivos e innovadores para satisfacer los gustos y preferencias de nuestros clientes.

Visión

Ser una empresa líder en la industria del mueble reconocida a nivel local, regional y nacional como la productora de confort y optimización de la exigencia de nuestros clientes, mostrando la innovación perenne que tienen nuestros productos mediante los diseños de excelencia y calidad que brinda.

Valores

- Creatividad: brindar excelentes diseños de muebles y calidad acomodados cada vez en satisfacer a la demanda en todo ámbito y generando posicionamiento con sus diseños.
- Liderazgo: MUEBLES DE OFICINA POLIFUNCIONALES” por medio del líder se facilitará el camino por el cual circularán los involucrados en la empresa, ofreciendo la máxima excelencia en muebles, estableciendo cada vez un grupo humano interno comprometido y encaminado a los objetivos empresariales para conservar una cartera de clientes de calidad y un patrimonio compacto.
- Compromiso con el medio: el compromiso de empresa no sólo está se encuentra con el cliente interno y externo, sino también con el mantenimiento del medio ambiente mediante una política ecológica.

- Innovación: la empresa se anticipará a las necesidades de los clientes y a las operaciones de la competencia, estará atenta a los cambios del mercado respondiendo a ellos de forma rápida y segura.

- Entre los valores anteriormente mencionados la empresa ejercerá valores como la Honestidad, Equidad, Respeto, Responsabilidad, Puntualidad, Solidaridad compartida entre sus colaboradores y clientes.

Propósitos empresariales

- Incrementar los ingresos por ventas perennemente.
- Brindar excelentes productos con calidad y elegancia.
- Hallar a los mejores proveedores de materia prima con excelentes referencias de calidad.
- Innovar de manera continua diseños creativos.
- Implementar de forma constante capacitación y estimulación a los empleados de la empresa.
- Fomentar el trabajo en equipo con cada área empresarial.
- Crear planes de contingencia para posibles sucesos empresariales.

Estrategias

Crecimiento

- Incorporar tecnología que ayude a minimizar procesos y optimizar tiempo.

Operativa

- Llevar el mantenimiento pertinente y necesario para un correcto funcionamiento de las máquinas industriales.

Competitividad

- Ofrecer a los clientes productos asegurados y únicos.

Empresarial

- Incrementar la productividad de la organización con la diversificación de diseños.

Competencia

- Fidelizar al cliente mediante el compromiso de muebles de calidad e innovadores.

4.4.2. Organigrama

La estructura orgánica de una empresa es la representación gráfica de su organización; es decir es un sistema de roles que han de desplegar los miembros de una entidad para trabajar en equipo de una forma óptima y poder conseguir las metas planteadas en el plan estratégico y de la empresa.



Gerente:

- Órgano responsable de los recursos: económicos, materiales y humano.
- Aprueba la compra de materia prima, insumos, materiales.
- Persona indicada para la Comercialización, Financiero y Marketing de la empresa.
- Emite todas las políticas necesarias para todas las áreas.

Perfil:

- Persona con educación superior con título en Ing. Comercial.
- Experiencia mínima 2 años en Gerencia de empresas.
- Valores: Ser ordenado, organizado y responsable.

Jefe de marketing:

La persona encargada de desempeñar en este cargo deberá tener buenas facultades estratégicas y tácticas para direccionar con éxito nuestra empresa en el mercado, ya que la demanda depende del producto, es decir del “enganche” así como de la imagen que tenga el mismo sobre la multitud; por lo tanto, esta persona debe poseer las siguientes características y habilidades:

- Saber aplicar y direccionar las estrategias comerciales.
- Poseer constantemente buena información del mercado actual.
- Poseer información acerca de la competencia.

- Tener buenos contactos comerciales.
- Tener una elevada creatividad.
- Tener conocimientos publicitarios y de marketing.
- Tener una buena información acerca de la calidad del producto.
- Tener excelentes relaciones exteriores.

Talento Humano:

La persona que va a desenvolverse en este cargo, deberá tener principalmente aptitudes de liderazgo y una excelente capacidad de comunicación para conservar una buena relación con el personal. Debe agrupar las siguientes características:

- Ser efectivo en la toma de decisiones siendo eficaz y eficientemente bajo presión.
- Poder de persuasión.
- Conocer muy bien el entorno y el mundo laboral.
- Debe conocer a todos y a cada uno de los empleados y mantener una buena relación con ellos.

4.5. Estudio Legal

El nombre de la empresa “MUEBLES DE OFICINA POLIFUNCIONALES”. Se deriva por ser una microempresa productora y comercializadora de muebles poli o multifuncionales para el hogar, departamentos, pisos u oficinas, la cual consta de características diferenciadoras que innovan a la misma siendo una combinación de

materiales convertibles y con conciencia ecológica, generando optimización de espacio.

La microempresa se identifica con la demanda existente en la parroquia Rocafuerte de ciudad de Guayaquil, y con los oferentes del medio, para lo cual se tomará en cuenta dos aspectos denominados (demanda y oferta) para la elaboración de los diseños que se adaptarán a los gustos y preferencias del consumidor sean estos modelos tradicionales, modernos, innovadores, elegantes y de calidad.

4.5.1. Tipo de empresa

Según el, Clasificador Internacional Industrial Único la microempresa MUEBLES DE OFICINA POLIFUNCIONALES, productora y comercializadora de muebles se encuentra ubicada en la categoría de: Fabricación de muebles de madera para el hogar u oficina.

Tipos de empresa según el clasificador

Tabla 32.

Tipos de empresas

Clasificación	Actividades
D36100001	Fabricación de muebles de madera para el hogar.
D36100002	Fabricación de muebles de madera para oficina u otros usos (excepto muebles para medicina o afines).
D36100301	Fabricación de muebles de otros materiales (excepto de cerámica, hormigón o piedra) y para cualquier uso.
D36100101	Fabricación de muebles de otros materiales (excepto de cerámica, hormigón o piedra) y para cualquier uso.
D36100102	Fabricación de muebles de metal para oficina y otros usos

(excepto muebles para medicina o afines).

D36100201 Fabricación de muebles de materiales plásticos para cualquier uso, excepto muebles para medicina o afines.

Procedimiento para constituirse una compañía.

1. Registrarse en la superintendencia de compañías a través del portal <https://www.supercias.gob.ec/> en reserva electrónica y reservar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.
2. Creación de usuario y contraseña de manejo de la cuenta.
3. Definir el tipo de compañía a constituir
4. Ingresar los datos de representante legal, aportes, minuta de constitución, domicilio
5. Adjuntar los documentos habilitantes
6. Opcional consular notarias y costos
7. Aceptar las condiciones legales de constitución.

4.6. Conclusiones

Se fundamentó mediante consulta bibliográfica los componentes específicos del problema objeto de estudio, es decir el proceso necesario para compilar información y nos permita desarrollar el análisis e interpretación de resultados, el análisis de la oferta y demanda para establecer la demanda insatisfecha y poder desarrollar estrategias que nos permita atender las necesidades de los consumidores, se desarrolló el estudio técnico para determinar la dimensión del proyecto considerando

los resultados del estudio de mercado, asimismo se estudió la localización macro y micro de la planta de producción, además de establecer la ingeniería del proyecto que sirve para la toma de decisiones respecto a la tecnología a utilizar.

El estudio de mercado que se llevó a cabo para determinar la creación de la microempresa de muebles polifuncionales, “Muebles Villalta”, refleja poseer aprobación en la zona establecida, correspondiente a la parroquia Rocafuerte.

Los resultados derivados del estudio administrativo, logro establecer, la misión, visión, valores, las funciones de acuerdo a los puestos en función al trabajo, estructura organizativa entre otros roles importantes dentro de la organización, lo cual permitirá un óptimo progreso de la microempresa una vez inicie funciones.

De acuerdo a los resultados obtenidos se concluye, que mediante el estudio legal se accedió a la clasificación del tipo de constitución de la empresa, de acuerdo a la ley, y habiendo detallado los trámites de legitimación y establecimiento de los deberes y obligaciones tributarios a efectuar antes y durante del ejercicio la microempresa.

Capítulo V

5. Propuesta

5.1. Título de la Propuesta

Proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa, dedicada a la fabricación de muebles de oficina polifuncionales, en la parroquia Rocafuerte, cantón Guayaquil.

5.2. Autores de la propuesta

- Pedro Adriano González Cabrera
- Joffre Andrés Navas Villalta

5.3. Empresa patrocinadora

Ninguna

5.4. Área que cubre la propuesta

Parroquia Rocafuerte, cantón Guayaquil.

5.5. Fecha de presentación

Febrero 2020

5.6. Fecha de terminación

Agosto 2021

5.7. Duración del proyecto

El proyecto ha sido analizado con una proyección de cinco años

5.8. Participantes del proyecto

- Autores
- Ciudadanos

- Proveedores

5.9. Objetivo General de la propuesta

Desarrollar el estudio de prefactibilidad sobre la viabilidad económica de la microempresa que se dedica a la fabricación y comercialización de muebles polifuncionales.

5.10. Objetivos específicos

- Identificar los ingresos y egresos proyectados.
- Plantear los costos en los que se incurre para la elaboración de los muebles polifuncionales
- Determinar el tiempo de retorno de inversión.
- Identificar el valor actual neto y la tasa interna de retorno para comprobar su viabilidad.

5.11. Beneficiarios directos

Los beneficiarios directos del proyecto son aquellos que constituyen parte de la microempresa,

- Inversionistas
- Personal Administrativo
- Clientes

5.12. Beneficiarios indirectos

El presente trabajo investigativo denota a los beneficiarios indirectos los cuales son considerados:

- Proveedores de la madera y demás materiales de fabricación

- Servicio de rentas internas

5.13. Impacto de la propuesta

- Generador de plazas laborales
- Satisfacción de la oferta
- Posicionamiento en el mercado de mobiliario

5.14. Descripción de la propuesta

A través de la realización de este proyecto se plantea satisfacer la demanda insatisfecha suscitada en la parroquia Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil, se implementará una microempresa dedicada a la fabricación de muebles polifuncionales innovadores, y personalizados ajustado a las directrices del cliente.

Del mismo modo, se exhiben muebles con precios afín al sector y realidad económica del país.

Con la aplicación de las percepciones científicas se plantea un itinerario para la fabricación de un análisis sobre la prefactibilidad. La investigación sondea el criterio ciudadano, asimismo aporta significativamente en los costes reales a indagar.

El planteamiento de estudios técnicos para establecer todos los aspectos de los productos, el estudio administrativo para estar al tanto de lo que se requiere administrativamente para conservar el negocio vigente, el estudio legal fija los términos legales que corresponde considerar para la ejecución del proyecto propuesto. El estudio financiero puntualiza todos los rubros trascendentales que se deben nivelar para considerar si la propuesta es factible o no dentro de los parámetros económicos del inversor, se debe estar al tanto de los costos, gastos fijos

y variables, proyección de ingresos, así como fijar el tiempo de retorno de la inversión, el flujo de efectivo en una proyección de cinco años.

5.14.1. Ingresos

Muebles Villalta se dedica a la elaboración de muebles polifuncionales con el fin de abarcar la demanda insatisfecha de la parroquia Rocafuerte. Asimismo, se ha planteado la comercialización en el mercado de diferentes modelos de muebles polifuncionales como lo son: la silla secretaria (30 und.), silla Sensa (40 und.), escritorio en L (6 und.), y Muebles polifuncionales (3 und.). Por consiguiente, el costo del bien total ha sido promediado de acuerdo al cálculo entre la cantidad mensual y anual.

El precio unitario de cada uno de los productos ha sido preliminarmente asimilado, llevando a cabo la consigna de los costos que envuelven al producto terminado. El número de unidades producidas de forma anual es de 948 con un valor total de \$ 110,200.00.

Tabla 33.
Ingresos

Producto	Cantidad	Anual	Precio	Total, Anual
Sillas secretaria	30	360	120.00	43,200.00
Sillas Sensa	40	480	100.00	48,000.00
Escritorio en L	6	72	150.00	10,800.00
Mueble polifuncional	3	36	250.00	9,000.00

Se estima un crecimiento del 15% en futuras ventas, lo cual permitirá solventar gastos posteriores. Dicho crecimiento se enmarca a la generación de mayores ingresos para la microempresa. Asimismo, el cálculo de estos ingresos ha sido establecido en el formato “precio por cantidad” personificados por las letras (P*Q)

por ende, al tener conocimientos de los precios de venta de los muebles polifuncionales y de la demanda proyectada, se procede a una multiplicación.

5.14.2. Costos de materiales directos

Los costos directos fueron establecidos mediante un estudio previo de los proveedores de la materia prima, este estudio contribuyo a la constitución de un inventario que dio lugar a los materiales esenciales para la fabricación del bien, como son: la Tela, espuma, base, Madera mdf, entre otros.

Cada uno de los materiales directos actúan en la elaboración de los muebles polifuncionales, formando parte primordial en su creación, mediante el estudio de mercado se logró establecer el costo unitario. Así como, fijar la cantidad mensual a percibir para el acople de los muebles y posteriormente verificar el aforo de producción anual de la microempresa.

A continuación, se detalla los costos de los materiales directos de los muebles polifuncionales.

SILLA SECRETARIA

Tabla 34. Costos materiales directos Silla secretaria
Costos materiales directos Silla secretaria

Descripción	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Total, Mensual	Total, Anual
Madera mdf	30	3.00	\$ 90.00	\$ 1,080.00
Tela	30	2.00	\$ 60.00	\$ 720.00
Espuma	30	3.08	\$ 92.40	\$ 1,108.80
Base	30	35.00	\$ 1,050.00	\$ 12,600.00
Total	120		\$ 1,292.40	\$ 15,508.80

SILLA SENSA

Tabla 35. Costos materiales directos Silla Sensa
Costos materiales directos Silla Sensa

Descripción	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Total Mensual	Total Anual
Madera mdf	40	\$ 3.00	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Tela	40	\$ 2.00	\$ 80.00	\$ 960.00
Espuma	40	\$ 3.08	\$ 123.33	\$ 1,480.00
Base	40	\$ 35.00	\$ 1,400.00	\$ 16,800.00
Total	160		\$ 1,723.33	\$ 20,680.00

ESCRITORIO en L

Tabla 36. Costos materiales directos Escritorio en L
Costos materiales directos Escritorio en L

Descripción	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Total Mensual	Total Anual
Madera mdf	6	\$ 30.00	\$ 180.00	\$ 2,160.00
Fórmica	6	\$ 30.00	\$ 180.00	\$ 2,160.00
Cajonera	6	\$ 80.00	\$ 480.00	\$ 5,760.00
Faldón	6	15.00	\$ 90.00	
Pata Telescópica	6	15.00	\$ 90.00	
TOTAL	30		\$ -	\$ 10,080.00

MUEBLE POLIFUNCIONAL

Tabla 37. Costos materiales directos Mueble polifuncional
Costos materiales directos Mueble polifuncional

Mueble Polifuncional	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Total Mensual	Total Anual
Madera mdf	6	\$ 96.00	576.00	6,912.00
Tornillos	200	\$ 0.02	3.00	36.00
Pintura	3	\$ 28.00	84.00	1,008.00
Rieles telescópicos	9	\$ 7.00	63.00	756.00
Diluyente	3	\$ 6.00	18.00	216.00
			\$ -	\$ -
			744.00	8,928.00

En las tablas No. 29-32 constan los costos de los materiales directos que incurren en el proceso de fabricación, estos datos permitirán identificar el total de gastos corrientes.

5.14.3. Préstamos del proyecto (tabla de amortización)

De acuerdo a la organización que demanda del proyecto, el nivel de inversión correspondiente al capital de trabajo corresponde al 23,42%, asimismo, el total de los activos fijos, se ve reflejado en un 73,93%, tan solo obteniendo un 2,66% derivado de los activos diferidos. Lo que constituye un 100% de la inversión total.

Tabla 38.

Inversión

INVERSIÓN	
DESCRIPCIÓN	% PARTICIPACIÓN
Capital de trabajo	23.42%
Activo fijo	73.93%
Activo diferido	2.66%
Otros activos	0.00%
TOTAL	100.00%

Tabla 39.

Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO	
1	\$ 9,835.00	\$ 74.66	\$ 449.81	\$ 375.14	
2	\$ 9,459.86	\$ 71.81	\$ 449.81	\$ 377.99	
3	\$ 9,081.87	\$ 68.95	\$ 449.81	\$ 380.86	
4	\$ 8,701.01	\$ 66.05	\$ 449.81	\$ 383.75	
5	\$ 8,317.26	\$ 63.14	\$ 449.81	\$ 386.66	
6	\$ 7,930.59	\$ 60.21	\$ 449.81	\$ 389.60	
7	\$ 7,540.99	\$ 57.25	\$ 449.81	\$ 392.56	
8	\$ 7,148.43	\$ 54.27	\$ 449.81	\$ 395.54	
9	\$ 6,752.90	\$ 51.26	\$ 449.81	\$ 398.54	
10	\$ 6,354.36	\$ 48.24	\$ 449.81	\$ 401.57	
11	\$ 5,952.79	\$ 45.19	\$ 449.81	\$ 404.61	
12	\$ 5,548.18	\$ 42.12	\$ 449.81	\$ 407.69	
13	\$ 5,140.49	\$ 39.02	\$ 449.81	\$ 410.78	
14	\$ 4,729.71	\$ 35.91	\$ 449.81	\$ 413.90	
15	\$ 4,315.81	\$ 32.76	\$ 449.81	\$ 417.04	
16	\$ 3,898.77	\$ 29.60	\$ 449.81	\$ 420.21	
17	\$ 3,478.56	\$ 26.41	\$ 449.81	\$ 423.40	

No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
18	\$ 3,055.16	\$ 23.19	\$ 449.81	\$ 426.61
19	\$ 2,628.55	\$ 19.95	\$ 449.81	\$ 429.85
20	\$ 2,198.70	\$ 16.69	\$ 449.81	\$ 433.11
21	\$ 1,765.59	\$ 13.40	\$ 449.81	\$ 436.40
22	\$ 1,329.18	\$ 10.09	\$ 449.81	\$ 439.71
23	\$ 889.47	\$ 6.75	\$ 449.81	\$ 443.05
24	\$ 446.42	\$ 3.39	\$ 449.81	\$ 446.42
TOTAL		\$ 960.33	\$ 10,795.44	\$ 9,835.00

El préstamo bancario requerido posee un plazo de financiamiento a 24 meses, lo que representa el total de cuotas determinado, siendo este factible de acuerdo a la cantidad de años a los cuales ha sido diferido. Por consiguiente, se logra prever el retorno del capital en un tiempo menos extenso.

Tabla 40.
Resumen de la tabla de amortización

RESUMEN TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PROYECTO DE MUEBLES POLIFUNCIONALES				
No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 9,835.00	\$ 703.15	\$ 5,397.66	\$ 4,694.51
2	\$ 5,140.49	\$ 257.17	\$ 5,397.66	\$ 5,140.49
TOTAL		\$ 960.32	\$ 10,795.32	\$ 9,835.00

Según datos obtenidos por el BCE. el capital a pagar corresponde a \$ 9,835.00, del mismo modo la tasa de interés de financiamiento establecida es del 9,50%, con un plazo hacer cubierto en dos años, cuyos pagos se realizarán de manera mensual en cuotas de 449,81\$.

5.14.4. Estados financieros

El Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados proyectado, son considerados instrumentos vitales para el estudio y organización de la información financiera, dado que permiten adquirir un campo de visión mucho más amplio sobre

la rentabilidad financiera de la microempresa “Muebles Villalta”, ambos estados financieros detallan el comportamiento proyectado a dos años.

Tabla 41. Estado de situación financiera proyectado

Estado de situación financiera proyectado

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
PROYECTO DE MUEBLES POLIFUNCIONALES						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO	\$ 18,829.32	-\$ 3,850.25	-\$ 25,638.51	-\$ 44,629.97	-\$ 58,108.88	-\$ 67,408.24
CORRIENTE	\$ 4,409.32	-\$ 15,568.25	-\$ 34,654.51	-\$ 50,943.97	-\$ 63,800.88	-\$ 72,478.24
CAJA/BANCOS	\$ 4,409.32	-\$ 15,568.25	-\$ 34,654.51	-\$ 50,943.97	-\$ 63,800.88	-\$ 72,478.24
FIJO	\$ 13,920.00	\$ 11,218.00	\$ 8,516.00	\$ 5,814.00	\$ 5,192.00	\$ 4,570.00
0	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
DEP. AC. EDIFICIO						
VEHÍCULO	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEP. AC. VEHICULO		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 2,085.00	\$ 2,085.00	\$ 2,085.00	\$ 2,085.00	\$ 2,085.00	\$ 2,085.00
DEP. AC. MAQUINARIA Y EQUIPOS		-\$ 208.50	-\$ 417.00	-\$ 625.50	-\$ 834.00	-\$ 1,042.50
HERRAMIENTAS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
DEP. AC. HERRAMIENTAS		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 6,240.00	\$ 6,240.00	\$ 6,240.00	\$ 6,240.00	\$ 6,240.00	\$ 6,240.00
DEP. AC. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		-\$ 2,080.00	-\$ 4,160.00	-\$ 6,240.00	-\$ 6,240.00	-\$ 6,240.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2,920.00	\$ 2,920.00	\$ 2,920.00	\$ 2,920.00	\$ 2,920.00	\$ 2,920.00
DEP. AC. EQUIPOS DE OFICINA		-\$ 146.00	-\$ 292.00	-\$ 438.00	-\$ 584.00	-\$ 730.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,675.00	\$ 2,675.00	\$ 2,675.00	\$ 2,675.00	\$ 2,675.00	\$ 2,675.00
DEP. AC. MUEBLES Y ENSERES		-\$ 267.50	-\$ 535.00	-\$ 802.50	-\$ 1,070.00	-\$ 1,337.50
TERRENO	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
DEP. AC. OTROS ACTIVOS FIJOS		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
DIFERIDO	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
OTROS ACTIVOS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
0						
PASIVO	\$ 9,835.00	\$ 5,140.49	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 9,835.00	\$ 5,140.49	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00

PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	\$ 9,835.00	\$ 5,140.49	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PATRIMONIO	\$ 4,409.32	-\$ 18,284.66	-\$ 39,937.98	-\$ 58,626.09	-\$ 71,612.27	-\$ 80,206.33
CAPITAL SOCIAL	\$ 4,409.32	\$ 4,409.32	\$ 4,409.32	\$ 4,409.32	\$ 4,409.32	\$ 4,409.32
UTILIDAD RETENIDA			\$ 71,013.49	\$ 154,111.57	\$ 251,836.49	\$ 367,385.97
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 71,013.49	\$ 83,098.08	\$ 97,724.92	\$ 115,549.48	\$ 134,359.63
PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 18,829.32	-\$ 6,250.25	-\$ 30,515.79	-\$ 52,064.29	-\$ 68,182.59	-\$ 80,206.33

Es importante alegar que de acuerdo a los resultados que nos arroje el estado de situación inicial, y el número de periodos determinados se podrá conocer la viabilidad, rentabilidad y desarrollo del proyecto en la microempresa. La Información financiera expresada con este ejercicio generalmente es solicitada por los socios y acreedores.

Tabla 42.
Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
PROYECTO DE MUEBLES POLIFUNCIONALES					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 159,200.00	\$ 180,532.80	\$ 204,724.20	\$ 232,157.24	\$ 263,266.31
VENTAS	\$ 159,200.00	\$ 180,532.80	\$ 204,724.20	\$ 232,157.24	\$ 263,266.31
GASTOS OPERATIVOS	\$ 47,103.13	\$ 49,925.70	\$ 51,430.20	\$ 50,903.15	\$ 52,506.10
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	\$ 27,224.60	\$ 29,443.09	\$ 30,391.16	\$ 31,369.76	\$ 32,379.86
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 2,460.00	\$ 2,539.21	\$ 2,620.97	\$ 2,705.37	\$ 2,792.48
GASTO INSUMOS	\$ 306.00	\$ 315.85	\$ 326.02	\$ 336.52	\$ 347.36
GASTO DE ADECUACIONES	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
GASTO DE ARRIENDO	\$ 9,600.00	\$ 9,909.12	\$ 10,228.19	\$ 10,557.54	\$ 10,897.49
GASTO PUBLICIDAD	-\$ 180.00	-\$ 185.80	-\$ 191.78	-\$ 197.95	-\$ 204.33
OTROS GASTOS	\$ 2,400.00	\$ 2,477.28	\$ 2,557.05	\$ 2,639.39	\$ 2,724.37
GASTO IMPREVISTOS	\$ 2,090.53	\$ 2,224.94	\$ 2,296.58	\$ 2,370.53	\$ 2,446.86
GASTO DEPRECIACIÓN	\$ 2,702.00	\$ 2,702.00	\$ 2,702.00	\$ 622.00	\$ 622.00
GASTO AMORTIZACIÓN	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
UTILIDAD/PÉRDIDA OPERATIVA	\$ 112,096.87	\$ 130,607.10	\$ 153,293.99	\$ 181,254.09	\$ 210,760.20
GASTO FINANCIERO	\$ 703.15	\$ 257.17	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
UTILIDAD/PÉRDIDA BRUTA	\$ 111,393.72	\$ 130,349.93	\$ 153,293.99	\$ 181,254.09	\$ 210,760.20
15% EMPLEADOS	\$ 16,709.06	\$ 19,552.49	\$ 22,994.10	\$ 27,188.11	\$ 31,614.03
IMPUESTO A LA RENTA 25%	\$ 23,671.16	\$ 27,699.36	\$ 32,574.97	\$ 38,516.49	\$ 44,786.54
UTILIDAD/PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 71,013.49	\$ 83,098.08	\$ 97,724.92	\$ 115,549.48	\$ 134,359.63

El Estado de resultados es el indicador que permite medir la rentabilidad del proyecto, así como la de conocer toda la información sobre los ingresos derivados

por ventas, así como la de dar a conocer el costo total del bien, y los gastos en los que se haya incidido durante el tiempo que se haya establecido

Por consiguiente, de acuerdo a los datos reflejados en la tabla No. 38 se denota que los ingresos operativos del proyecto se cuantifican en \$159,200.00 los cuales son mayores que los gastos operativos, valor representado por la cantidad de \$47,103.13

Flujo de caja

Tabla 43.
Flujo de fondos proyectado

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO						
PROYECTO DE MUEBLES POLIFUNCIONALES						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES	\$ 9,835.00	\$ 159,200.00	\$ 180,532.80	\$ 204,724.20	\$ 232,157.24	\$ 263,266.31
VENTAS		\$ 159,200.00	\$ 180,532.80	\$ 204,724.20	\$ 232,157.24	\$ 263,266.31
APORTE DE CAPITAL						
PRÉSTAMO	\$ 9,835.00					
USOS	\$ 18,829.32	\$ 87,779.02	\$ 97,395.93	\$ 101,740.23	\$ 113,346.37	\$ 125,560.30
PARA INVERSIÓN	\$ 18,829.32	\$ 0.00				
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4,409.32	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
ACTIVO FIJO	\$ 13,920.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 500.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
OTROS ACTIVOS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PARA COSTOS Y GASTOS		\$ 87,779.02	\$ 97,395.93	\$ 101,740.23	\$ 113,346.37	\$ 125,560.30
GASTO SUELDOS Y SALARIOS		\$ 27,224.60	\$ 29,443.09	\$ 30,391.16	\$ 31,369.76	\$ 32,379.86
GASTO SERVICIOS BÁSICOS		\$ 2,460.00	\$ 2,539.21	\$ 2,620.97	\$ 2,705.37	\$ 2,792.48
GASTO INSUMOS		\$ 306.00	\$ 315.85	\$ 326.02	\$ 336.52	\$ 347.36
GASTO DE ADECUACIONES		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
GASTO DE ARRIENDO		\$ 9,600.00	\$ 9,909.12	\$ 10,228.19	\$ 10,557.54	\$ 10,897.49
GASTO PUBLICIDAD		-\$ 180.00	-\$ 185.80	-\$ 191.78	-\$ 197.95	-\$ 204.33
GASTO AMORTIZACIÓN		\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
GASTO IMPREVISTOS		\$ 2,090.53	\$ 2,224.94	\$ 2,296.58	\$ 2,370.53	\$ 2,446.86
GASTO FINANCIERO		\$ 703.15	\$ 257.17	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
15% EMPLEADOS		\$ 16,709.06	\$ 19,552.49	\$ 22,994.10	\$ 27,188.11	\$ 31,614.03
IMPUESTO A LA RENTA 25%		\$ 23,671.16	\$ 27,699.36	\$ 32,574.97	\$ 38,516.49	\$ 44,786.54
PAGO DE CAPITAL PRÉSTAMO		\$ 4,694.51	\$ 5,140.49	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
FLUJO NETO	\$ 4,409.32	\$ 71,420.98	\$ 83,136.87	\$ 102,983.97	\$ 118,810.87	\$ 137,706.00

FLUJO DE PRESTAMO	-\$ 9,835.00	\$ 66,023.32	\$ 77,739.21	\$ 102,983.97	\$ 118,810.87	\$ 137,706.00
FLUJO PROYECTADO	-\$ 18,829.32	\$ 71,420.98	\$ 83,136.87	\$ 102,983.97	\$ 118,810.87	\$ 137,706.00
FLUJO DE INVERSIONISTA	\$ 0.00	\$ 71,420.98	\$ 83,136.87	\$ 102,983.97	\$ 118,810.87	\$ 137,706.00

El flujo de caja es aquel informe financiero encargado de exteriorizar de forma detallada los ingresos y egresos de la microempresa. Del mismo modo, verifica el saldo procedente de las ventas de un bien o servicio en un periodo fijado.

Mediante el flujo de caja se obtiene estar al tanto los ingresos positivos que arroja el ejercicio de acuerdo al primer año de actividades, con referencia al ejercicio este valor es representativo a \$ 159,200.00. en el primer año. No obstante, al segundo año alcanzó la cifra de \$180,532.80 Por consiguiente, se prevé que en los años consecutivos el volumen de ventas obtendrá un incremento en rentabilidad.

Este flujo permite llevar a cabo el cálculo en base a indicadores financieros como el TIR y VAN, añadiendo tasas de interés, y adquirir conocimientos de los costos de producción, lo cual permite establecer un margen real sobre la productividad.

5.14.5. Evaluación económica

La evaluación económica es aquella que mediante distintos indicadores permite conocer la realidad financiera del proyecto, (rentabilidad y factibilidad) brindándole a la microempresa firmeza en sus ingresos. Ingresos que le permitan instaurarse en el mercado continuamente.

Tabla 44.
Punto de equilibrio

	PUNTO DE EQUILIBRIO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de Venta	\$ 250.00	\$ 262.50	\$ 275.63	\$ 289.41	\$ 303.88
(-) Costo Variable	\$ 3.40	\$ 3.51	\$ 3.62	\$ 3.74	\$ 3.86
(=) Contribución marginal	\$ 246.60	\$ 258.99	\$ 272.00	\$ 285.67	\$ 300.02
Costos fijos	\$43,012.25	\$ 3,928.63	\$ 45,077.67	\$ 6,529.17	\$ 8,027.41
PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL UND	\$ 174.42	\$ 169.61	\$ 165.73	\$ 162.88	\$ 160.08

PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL UND	\$ 14.54	\$ 14.13	\$ 13.81	\$ 13.57	\$ 13.34
PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL\$	\$43,605.28	\$ 4,523.89	\$ 45,678.01	\$ 47,138.20	\$ 48,645.26
PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL \$	\$ 3,633.77	\$ 3,710.32	\$ 3,806.50	\$ 3,928.18	\$ 4,053.77

Dentro del primer año el precio de venta del producto se establece en \$250, con una equivalencia en sus costos fijos de \$43,012,25, poseyendo un equilibrio viable tanto de manera mensual como anual en los cinco años proyectados para el desarrollo del ejercicio.

Cálculo del punto de Equilibrio

Costo Fijo Mensual	\$ 14,54
Precio Unitario	\$ 250,00
Costo Variable Unitario	\$ 3,40
Punto de equilibrio	\$ 0,06

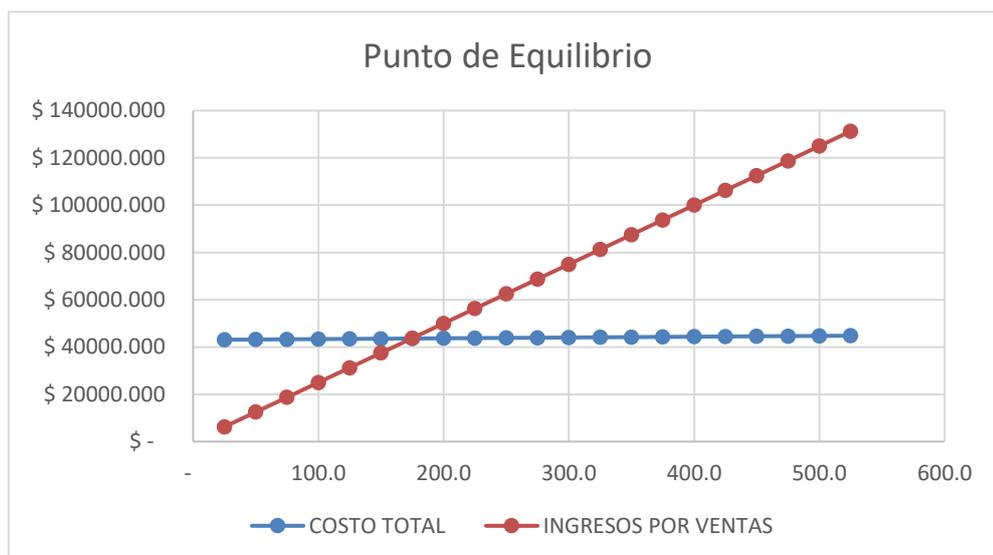


Figura 11. Punto de equilibrio

Los datos establecidos en la figura No. 20 son referentes al cálculo, el punto de equilibrio se encuentra entre \$12000,000 y 140000,000 lo cual expresa, que no existe un índice negativo de egresos, debido a que se refleja un ingreso por ventas positivo del 0,06, lo que en definición denota aprobación y una curva ascendente en rentabilidad y crecimiento.

Tabla 45.
Valores para punto de equilibrio

UNIDADES	COSTO TOTAL	INGRESOS POR VENTAS	UTILIDAD
25	\$ 43,097.25	6,250	(36,847.25)
50	\$ 43,182.25	12,500	(30,682.25)
75	\$ 43,267.25	18,750	(24,517.25)
100	\$ 43,352.25	25,000	(18,352.25)
125	\$ 43,437.25	31,250	(12,187.25)
150	\$ 43,522.25	37,500	(6,022.25)
175	\$ 43,607.25	43,750	142.75
200	\$ 43,692.25	50,000	6,307.75
225	\$ 43,777.25	56,250	12,472.75
250	\$ 43,862.25	62,500	18,637.75
275	\$ 43,947.25	68,750	24,802.75
300	\$ 44,032.25	75,000	30,967.75
325	\$ 44,117.25	81,250	37,132.75
350	\$ 44,202.25	87,500	43,297.75
375	\$ 44,287.25	93,750	49,462.75
400	\$ 44,372.25	100,000	55,627.75
425	\$ 44,457.25	106,250	61,792.75
450	\$ 44,542.25	112,500	67,957.75
475	\$ 44,627.25	118,750	74,122.75
500	\$ 44,712.25	125,000	80,287.75
525	\$ 44,797.25	131,250	86,452.75

5.14.6. Evaluación financiera

Se precisa como la capacidad de retorno financiero de un proyecto, esta información financiera usualmente es solicitada por los acreedores y accionistas de las organizaciones. Una evaluación financiera consiste en verificar si se cumple o no con los objetivos planteados con su puesta en marcha. Dentro de esta evaluación se considera como uno de los objetivos con mayor relevancia la maximización de los ingresos y generar rentabilidad.

Los indicadores financieros establecidos para el estudio del proyecto son el TIR y VAN. El TIR, (tasa interna de retorno), es la encargada de llevar a cabo una evaluación financiera y dar a conocer el nivel de retorno que posee el proyecto, por otro lado, el VAN (valor actual neto) se simplifica siempre y cuando el valor

que obtenga sea mayor a cero, ya que permite expresar la rentabilidad del proyecto. Por consiguiente, en lo que a la aceptación o rechazo del proyecto se refiere, encontramos las siglas de “WACC” denominado (costo de capital promedio ponderado alto,) junto al indicar financiero TIR, donde se expresa que el proyecto planteado será aprobado siempre y cuando el TIR sea \geq WACC, caso contrario si $TIR \leq WACC$ será rechazado.

Tabla 46.

Van y Tir

VAN y TIR				
Tasa de Descuento	20.00%			
N°	FNE	(1+I)^		
0	\$ -18,829.32	100%		\$ -18,829.32
1	\$ 71,420.98	1.2000		\$ 59,517.49
2	\$ 83,136.87	1.4400		\$ 57,733.94
3	\$ 102,983.97	1.7280		\$ 59,597.20
4	\$ 118,810.87	2.0736		\$ 57,296.91
5	\$ 137,706.00	2.4883		\$ 55,340.95
		VAN		\$ 428,476.71
		TIR		82.00%

Una vez realizados los cálculos, dentro de la tabla de TIR y VAN, se puntualiza una tasa de descuento del 20%. Así como, un valor de \$ 428,476.71 representado por el VAN y un 82. % perteneciente al TIR.

VAN	\$ -18,829.32	\$ 71,420.98	\$ 83,136.87	\$ 102,983.97	\$ 118,810.87	\$ 137,706.00
		(1+8%) ^1	(1+8%) ^2	(1+8%) ^3	(1+8%) ^4	(1+8 %) ^5
VAN	\$ -18,829.32	\$ 71,420.98	\$ 83,136.87	\$ 102,983.97	\$ 118,810.87	\$ 137,706.00
		1.200	1.440	1.728	2.074	2.488
VAN	\$ -18,829.32	\$ 59,517.49	\$ 57,733.94	\$ 59,597.20	\$ 57,296.91	\$ 55,340.95
VAN	\$ -80,552.24					

5.14.7. Relación beneficio – costo

Es el encargado de la comparación entre el beneficio y costo del proyecto, así como el de determinar su viabilidad.

Tabla 47.
Relación costo beneficio

RBC					
Tasa de Descuento	9.00%				
N°	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS		
0	\$ -18,829.32				
1		\$ 159,200.00	\$ 47,806.28	\$	111,393.72
2		\$ 180,532.80	\$ 50,182.87	\$	130,349.93
3		\$ 204,724.20	\$ 51,430.20	\$	153,293.99
4		\$ 232,157.24	\$ 50,903.15	\$	181,254.09
5		\$ 263,266.31	\$ 52,506.10	\$	210,760.20
		Ingresos	\$ 110,559.67		
		Costos	\$ 178,825.31		
		Costos + Inversión	\$ 159,995.99		
		RBC	\$ 0.69		

Dentro de la tabla N0. 43 la relación beneficio-costo, los ingresos registrados equivalen a \$ 110,559.67 mientras que los costos ascienden a \$ 178,825.31, lo que se expresa como resultado RBC \$0,69, con una tasa de descuento del 9%.

5.14.8. Tiempo de recuperación de la inversión.

El (PRI) periodo de recuperación de la inversión es el encargado de calcular el tiempo y/o número de periodos que le tomara retornar de la inversión a valor actual, (PAYBACK) o tiempo de retorno.

Tabla 48.
Tiempo de retorno de inversión

PayBak / Años	1	2	3	4	5
Inversión inicial	\$18,829.32				
Flujo de caja	\$71,420.98	\$83,136.87	\$102,983.97	\$118,810.87	\$137,706.00
Flujo de caja acumulada		\$154,557.85	\$257,541.82	\$376,352.69	\$514,058.69
Periodo de recuperación	\$57,893.16	-3.55			
RBC					

Los datos obtenidos de la tabla No. 48 expresa que el monto total de la inversión inicial del proyecto, se refleja en \$18.829,32 con un flujo de caja estimado de \$71.420,98, con un periodo de recuperación del \$57.893,16.

5.14.9. Análisis de sensibilidad

Un análisis de sensibilidad, se define como una herramienta o indicador de gestión que le permite a una organización conocer los resultados del proyecto en distintos escenarios, siendo estos estudiados, analizados y comparados para tener claro si los objetivos planteados se están cumpliendo o no, y comprobar la rentabilidad del proyecto.

Tabla 49.
Análisis de sensibilidad

ESCENARIOS								
PESIMISTA 4%			MODERADO 8%			OPTIMISTA 13%		
TIR		78.72%	TIR		82.00%	TIR		86.10%
VAN	\$	93,795.01	VAN	\$	156,059.95	VAN	\$	223,298.49
RBC	\$	1.34	RBC	\$	0.69	RBC	\$	1.57

Los siguientes escenarios nos trasladan a datos desde el escenario pesimista de un 4% y uno optimista del 13%. En base al proyecto se plantea un escenario moderado del 8% con un TIR del 82% sobre un VAN de \$ 156,059.95 con un valor de RCB de \$ 0.69 lo que denota rentabilidad en el proyecto.

5.15. Importancia

La ejecución del siguiente proyecto posee el propósito de satisfacer la demanda de muebles polifuncionales en los hogares, departamentos con espacio reducido, pisos u oficinas de la población económicamente activa, en la parroquia Rocafuerte perteneciente al cantón Guayaquil ofreciendo un producto y servicio de calidad al

consumidor. “Muebles Villalta” posee el objetivo de ubicar tiendas en distintas ciudades del Ecuador.

5.16. Metas del proyecto

La meta principal de “Muebles Villalta” es la de establecerse en los mercados potenciales de la ciudad de Guayaquil, satisfaciendo la demanda de este bien, y sucesivamente posicionarse en el mercado nacional con una amplia línea de tiendas.

- Ofrecer un servicio de calidad a nuestros clientes, el cual exprese nuestro compromiso con ellos.
- Ahondar en las redes sociales con nuestros productos, mediante campañas publicitarias de marketing para la captación de clientes.
- Mejorar el aprovechamiento de espacios con nuestro producto en los hogares y oficinas de la población económicamente activa de la parroquia Rocafuerte.
- Conseguir establecernos con una amplia cobertura tazada en un 20% del producto en el mercado local.
- Establecer varias sucursales de la microempresa “Muebles Villalta” a lo largo del país.
- Respetar los lineamientos administrativos, proceder adecuada y ordenadamente.
- Impulsar el marketing para llegar a cumplir con lo previsto con relación a la proyección de ventas.
- Ser líderes en el mercado brindando productos garantizados y un servicio de calidad.

5.17. Finalidad de la propuesta

La propuesta posee el fin de establecer la prefactibilidad al dar nacimiento a la microempresa “Muebles Villalta” dedicada a la elaboración de muebles polifuncionales para el hogar y oficinas entre otros, y satisfacer la demanda expresada en la parroquia Rocafuerte del cantón Guayaquil. Así como, la de ser un negocio rentable y sostenible a través del tiempo.

5.18. Conclusión

Al término del análisis financiero del proyecto de prefactibilidad de muebles polifuncionales en la parroquia de Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil, se plantea la siguiente conclusión.

Podemos definir que el presente proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de muebles polifuncionales, es rentable con un TIR del 82% un VAN de \$ 156.059,95, y un RBC de 0.69, lo que da como resultado un análisis positivo del proyecto.

Se concluye que la capacidad financiera en el retorno de la inversión a valor actual en el proyecto es factible, generándole a la microempresa ingresos que le brinden rentabilidad y posicionamiento a largo plazo en el mercado.

Referencias

Asenjo, A. (2014). *Academia*. Obtenido de Origen del Catering:

https://www.academia.edu/9104769/ORIGEN_DEL_CATERING?auto=download

Ayala, L. E. (2015). *Gerencia de Mercadeo*. Obtenido de El Análisis PEST:

<http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm>

Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6ta edición ed.). Mc Graw Hill.

Banrepcultural. (2017). *Red Cultural del Banco de la República en Colombia*.

Obtenido de Competencias del mercado:

http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Competencias_del_mercado

Bernal , C. A. (2006). *Metodología de la Investigación* 2da edición. Pearson.

Ceballos, F. (2016). *Universidad Pedro de Valdivia*. Obtenido de Outsourcing,

outplacement y benchmarking:

<http://www.ulasalle.edu.bo/es/images/ulasalle/postgrado/geastioncapitalhumano2016/modulo10/Diapositivas-de-Clases.pdf>

CEF, C. d. (2020). *CEF*. Obtenido de ¿Cuáles son las principales obligaciones del

contribuyente?: [https://www.fiscal-impuestos.com/cuales-son-principales-](https://www.fiscal-impuestos.com/cuales-son-principales-obligaciones-contribuyente.html)

[obligaciones-contribuyente.html](https://www.fiscal-impuestos.com/cuales-son-principales-obligaciones-contribuyente.html)

Cordoba, M. (2011). *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*.

España: ECOE.

- D'Angelo, S. (2008). *Población y Muestra*. Obtenido de U.N.N.E.; U.C.P.:
[https://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20\(Lic%20DAngelo\).pdf](https://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20(Lic%20DAngelo).pdf)
- Drunker. (2010). *La gestión del marketing, producción y calidad en las Pymes*.
- Egg, A. (1992).
- Epicuro. (29 de Septiembre de 2013). *La Revista* . Obtenido de Restauración y
'catering': Breve historia:
<http://www.larevista.ec/gastronomia/epicuro/restauracion-y-catering-breve-historia>
- Escobar Callejas, P. H., & Bilbao Ramírez, J. L. (2018). *Guía Metodológica para la Investigación Científica*.
- FAO, O. d. (2007). *Fortalecimiento de los sistemas nacionales de control de los alimentos - Directrices para evaluar las necesidades de fortalecimiento de la capacidad*.
- Fernández, C., Hernández, R., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*
5ta edición.
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. En S. Fernández. Costa Rica: Editorial Tencológica de Costa Rica.
- Galmés, M. A. (3 de Diciembre de 2010). *Universidad de Málaga Tesis Doctoral*.
Obtenido de *La organización de eventos como herramienta de comunicación*

de marketing: <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>

García, J., Ramos, C., & Ruíz, G. (2009). Estadística empresarial de 2009 pag 6. UCA Universidad de Cádiz.

García, P. (2006). Introducción a la investigación bioantropológica en actividad física, deporte y salud.

Grant, R. (2004). Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones. Thomson Civitas.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2007). Fundamentos de metodología de la investigación. Mc Graw Hill.

Hurtado, I., & Toro, J. (2007). Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio. Los libros El Nacional.

INEC. (2018). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. El sector empresarial del país Cuenta.

Jiménez, F., Espinoza, C. L., & Fonseca, L. (2007). *Ingeniería Económica*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Kotler, P. (2001). *Mercadotecnia* 8va edición.

Lerma, H. D. (2013). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto* 4ta edición. Ecoe Ediciones.

- Lojano, R. (2014). Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Semanario Comunitario . En *Tesis (Bachelor)* (págs. 16 - 17). Grin.
- Martín, J. (15 de Mayo de 2017). *Cerem*. Obtenido de Estudia tu entorno con un PEST-EL: <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Méndez, R. (2012). *Formulación y Evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores* (7ma edición ed.). Icontec international.
- Miranda, J. J. (2012). *Gestión de proyectos* (7ma edición ed.). MM.
- Orellana , A., & Orellana, M. (2019).
- Orellana, A., & Orellana, M. (2019).
- Páez, A. (9 de Octubre de 2014). *PBP Law*. Obtenido de ¿Qué es el Registro Único de Contribuyentes?: <https://www.pbplaw.com/es/que-es-el-ruc/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2009). *Definición*. Obtenido de Definición de micro empresa: <https://definicion.de/micro-empresa/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2009). *Definición.de*. Obtenido de Micro Empresa: <https://definicion.de/micro-empresa/>
- Prieto, J. (2004). *Proyectos, enfoque gerencial* (2da edición ed.). Colombia: Ecoe Ediciones.
- Pronadri, & Siepa. (1988). Taller para la preparación de proyectos de inversión. SARH. Obtenido de Unidad 5.- Métodos de evaluación del proyecto: <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpsc137/EvalFin.pdf>

Puente, W. (2000). *RRPPnet tema: Técnicas de Investigación*. Obtenido de Sitio

web: <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

QuestionPro. (2019). Obtenido de 7 pasos para hacer un cuestionario para una

encuesta: <https://www.questionpro.com/blog/es/hacer-un-cuestionario-para-una-encuesta/>

Ramírez, D., Vidal, A., & Domínguez, Y. (2009). Etapas del análisis de factibilidad.

Compendio Bibliográfico. *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

Redacc. (2018). *Genwords*. Obtenido de Marketing Mix: Qué es y Cómo Aplicarlo:

<https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>

Reynaga, J. (2010). *Antología de la Estadística*. Obtenido de

<http://paginas.facmed.unam.mx/deptos/sp/wp-content/uploads/2015/11/03REYNAGA1.pdf>

Rodríguez, E. (2005). Metodología de la Investigación.

Salas, E. L., & Godoy, M. E. (2015). MARKETING COMO EJE ESTRATÉGICO

PARA LA PLANIFICACIÓN COMUNICACIONAL DE MARCA.

Contribuciones a la Economía.

Sapag, N. (25 de Enero de 2016). *Evaluación de proyectos*. Obtenido de EL

PROCESO DE ESTUDIO DE UN PROYECTO: <http://evaluacion-proyectos-ua.blogspot.com/2016/01/el-proceso-de-estudio-de-un-proyecto.html>

Sequeda, P. (2014). Finanzas corporativa y valoración de empresas: Al alcance de todos. Ediciones de la U.

Socatelli, M. (2011). *La promoción y la gestión de medios*. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana5/LS5.5.pdf>

Soriano, R. R. (2006). Guía para realizar investigaciones sociales . P y V: Plaza y valdes.

Superintendencia de Compañías, S. (2019). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Obtenido de Tasas y Tarifas por Servicios Notariales: <https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/ConstitucionElectronica/Tarifas!/ut/p/a1/j>

Superintendencia de compañías, v. y. (2019).

Teleduc. (2016). *Solidario conmigo*. Obtenido de Qupes es una microempresa y qupe áreas tiene: <https://cuidatufuturo.com/que-es-microempresa-y-que-areas-tiene/>

Tenerife, C. S. (2019). *Plan de viabilidad*. Obtenido de Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife: <https://www.camaratenerife.com/servicios/emprendimiento/creacion-empresas/asesorate/plan-de-viabilidad>

Thompson, J. (17 de Abril de 2009). *Todo sobre proyectos*. Obtenido de Estudio de Prefactibilidad: <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html>

- Varela, F. X. (5 de Marzo de 2015). *Técnicas de Investigación: Procedimientos del Trabajo Manual del Investigador* . Obtenido de <https://manualdelinvestigador.blogspot.com/2015/03/tecnicas-de-investigacion.html>
- Vasquez, J. (23 de Agosto de 2015). *La importancia de un estudio técnico de un proyecto*. Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/La-importancia-de-un-estudio-t%C3%A9cnico-de-un/2696632.html>
- Vidalpro. (2018). *VIDALPRO CORPORATION*. Obtenido de <https://vidalpro.mx/marketing/modelo-aida/>
- Yurén, M. T. (2000).
- Zarzar, C. (2015). *Métodos y pensamiento crítico*. Grupo Editorial Patria.
- Zevallos, E. (2006). *Obstáculo al desarrollo de las pequeñas y mediana empresas en América Latina*. Perú: FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

APENDICES

Apéndices

Apéndice A. Encuesta



CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA

ROCAFUERTE, DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Propósito: Estudiar la preferencia de los posibles clientes en relación con el servicio de mueblería polifuncional en cuanto la calidad de servicio, precios, promoción, plaza y competencia.

La encuesta: Es aplicada mediante un cuestionario en representación anónima por lo que usted, alcance a contestar bajo total liberación de cordura y sin motivo de compromiso.

De esta forma se solicita que responda las preguntas siguientes, mediante las mismas, se podrá establecer la conformidad en el mercado en la creación de la microempresa de servicios de mueblería polifuncional en la ciudad de Guayaquil.

Atentamente,

González Cabrera Pedro Adriano

Navas Villalta Joffre Andrés

Cuestionario

Instrucción para visualizar:

- Proceder a leer las preguntas mencionadas
- Alguna inquietud consultar al encuestador
- Utilizar solo bolígrafo azul o negro
- Reflexionar y analizar cada respuesta
- Elegir una sola opción por pregunta, marcando con (X)
- Variable dependiente: creación de una microempresa.



12. Edad

- 35-40
- 40-45
- 45-50
- 50 en adelante

13. Sexo

- Hombre
- Mujer

14. ¿Cuánto conoce usted de los servicios que oferta una microempresa de mueblería polifuncional?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Observación: 1 siendo el más bajo y 5 más alto

15. ¿Indique cuáles son las principales fábricas de mueblería polifuncional que usted conoce?

16. ¿Qué aspectos considera usted relevantes en la adquisición de un mueble polifuncional?

	Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante
Decoración				
Espacios adaptables				
Variedad				
Costo				

17. ¿Por qué medio tecnológico conoce usted de las empresas de servicios de mueblería polifuncional?

- Redes sociales
- Referencia de amigos
- Radio- Tv
- Volantes

18. ¿Qué estilo de mueblería prefiere?

- Modernos
- Clásicos
- Polifuncional

19. ¿Cómo le gustaría seleccionar su mueble polifuncional?

- De un catálogo
- Bajo pedido
- Internet,
- Revista
- publicidad
- De una sala de exposición

20. ¿Conoce usted sobre la mueblería convertible o polifuncional?

- Si
- No

21. ¿Cuánto dinero invertiría usted anualmente en la compra de mueblería?

- \$400- \$700 \$701- \$1000
- Mas de 1000

22. ¿Cómo cancelaría la compra de su mueblería?

Contado

Crédito: 6 meses, 12 meses, 18 meses, 24 meses

Gracias por su cortesía y el tiempo laborioso al responder este cuestionario.

González Cabrera Pedro Adriano

Navas Villalta Joffre Andrés

C.C. 0911842458

C.C. 0916330129

Apéndice B. Entrevista



CARRERA DE INGENERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS Y EMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN LA PARROQUIA ROCAFUERTE

Ciudad:	Fechas:
Lugar:	
Hora de inicio:	Hora de finalización:
Nombre del entrevistado:	Cargo:
Nombre del entrevistador:	

Objetivo: Estudiar la opinión de los directivos y de los empresarios de varias empresas para establecimiento de la calidad de servicio, precio, ubicación y a su vez el medio de promoción.

Variable independiente: proyecto de prefactibilidad

Formulario

- 1) ¿Qué características de servicios de muebles polifuncional y bajo que frecuencia compraría muebles para oficinas?

2) ¿Cuántos clientes hacen uso de los servicios de su empresa en el año?

3) ¿Cuál es el presupuesto que usted como empresario asigna para los tipos de actividades que se desarrollan dentro de la empresa?

4) ¿En su empresa cuentan con infraestructura necesaria para ofertar los servicios?

5) ¿Al usted contratar los servicios de mueblería polifuncional cuales serían sus perspectivas para recibir?
