



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
ESMERALDAS
(PUCESE)**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN INGENIERO
COMERCIAL MENCIÓN PRODUCTIVIDAD**

TEMA:

**EXPANSIÓN DE LA EMPRESA “CRÉDITOS MI BAHÍA” EN LA LÍNEA DE
MUEBLES, EN EL CANTÓN ATACAMES PROVINCIA DE ESMERALDAS**

AUTORA:

DIANA CRISTINA GUAMÁN VALAREZO

ASESORA:

ING. RHUT QUIÑONEZ CASTILLO

ESMERALDAS 2015

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de: INGENIERÍA COMERCIAL MENCIÓN PRODUCTIVIDAD.

.....
PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

.....
Msc. Orlin Alava Chila
Lector 1

.....
PHD Carmen León Segura
Lector2

.....
Ec. Alexandra Bautista
DIRECTORA DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

.....
Ing. Rhut Quiñonez Castillo
DIRECTORA DE TESIS

Fecha:.....

AUTORÍA

Yo, DIANA CRISTINA GUAMÁN VALAREZO, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, autentica y personal.

En virtud de que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal académica de la autora y de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede en Esmeraldas.

.....
Diana Cristina Guamán Valarezo

.....
Rhut Quiñonez Castillo

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por su infinito amor y bendiciones que me permite alcanzar esta meta, logrando así un muy anhelado sueño.

Así también agradezco a mi madre mi mayor apoyo, que con sus cuidados y esmero siempre me ayudo a salir adelante.

De la misma manera agradezco a mi familia y amigos porque me dieron aliento muchas veces, procurando solo mi bienestar.

Doy muchas gracias a mis compañeros, que durante los años de estudio de una u otra manera me ayudaron.

Agradezco a los docentes y personal de la PUCESE principalmente a mi asesora de tesis ING. RHUT QUIÑONEZ; que me formaron académicamente ayudándome a cumplir este anhelo de ser una profesional.

¡Gracias, muchas gracias!

DEDICATORIA

A Dios, a mi madre y a mis hijas que son los pilares de mi vida, todo lo que hago es por y para ellos, son la razón de mi existir por eso les dedico con todo el amor del mundo este y cada uno de mis logros.

ÍNDICE

CAPITULO I

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	II
AUTORÍA.....	III
DEDICATORIA.....	IV
DEDICATORIA.....	V
ÍNDICE	IV
1.1 MARCO CONTEXTUAL de LA INVESTIGACIÓN	1
1.1.1 Problema de la investigación.....	1
1.1.2 Formulación del problema	1
1.2 JUSTIFICACIÓN	2
1.3 OBJETIVOS	3
1.3.1 General.....	3
1.3.2 Específicos	3
1.3.3 Estrategias para la expansión	3
1.4 MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.4.1 Antecedentes de estudio	3
1.5 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	5
1.5.1 Personas naturales.....	5
1.5.2 Definición	5
1.5.3 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones	6
1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.6.1 Métodos utilizados en la investigación	7
1.6.2 Tipo de investigación	7
1.7 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN	7
1.7.1 Recolección de la información.....	8
1.7.2 Información primaria	8
1.7.3 Información secundaria	9

1.7.4	Descripción de la información obtenida	9
2	ANÁLISIS Y ESTUDIO DE MERCADO.....	10
2.1.1	El producto	10
2.2	Generalidades del producto	10
2.2.1	Necesidades que cubre el producto	11
2.2.2	Caracterización del producto.....	12
2.2.3	Ciclo de vida del producto	13
2.3	Oferta del producto.....	14
2.4	Canales de comercialización de la oferta.....	15
2.5	Análisis de la competencia.....	16
2.6	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	16
2.6.1	Segmentación del mercado.....	16
2.7	CONDUCTA DE COMPRA DE LOS CLIENTES.....	18
2.8	PRECIO.....	18
2.9	Análisis de las ventajas comparativas de las empresas que operan en la zona sur de la provincia de esmeraldas 19	
2.10	FORTALEZAS Y DEBILIDADES	20
2.11	VENTAJAS COMPETITIVAS.....	21
2.12	ESTRATEGIAS GENÉRICAS PARA COMPETIR.....	21
2.13	Canales de comercialización	22
3	Estudio técnico	23
3.1.1	Determinación del tamaño óptimo	23
3.1.2	Localización óptima del proyecto	23
3.2	MACRO Y MICROLOCALIZACIÓN	24
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	25
3.3.1	Memoria técnica:.....	25
3.4	Diseño del servicio o producto.....	27
3.4.1	Línea tradicional.....	27
3.4.2	Línea especial.....	28
3.5	DIAGRAMAS Y MANUALES DE PROCEDIMIENTOS.....	30
3.5.1	Del proceso general	30
3.6	DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO O PRODUCTO SI HAY EN STOCK.....	33
3.7	DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO O PRODUCTO SI NO HAY EN STOCK.....	34
4	MARCO LEGAL	35
4.1	Estudio organizacional y legal	35

4.1.1	Nombre de la empresa.....	35
4.2	LOGO.....	35
4.2.1	Eslogan	36
4.2.2	Tipo de negocio.....	36
4.2.3	Aspectos legales de la empresa.....	36
4.2.4	El nombre.	37
4.3	Planificación estratégica.....	37
4.3.1	Misión.....	37
4.3.2	Visión.....	37
4.3.3	Objetivo.....	37
4.3.4	Objetivos específicos.....	38
4.3.5	Valores corporativos	38
4.4	Estructura organizacional	39
4.5	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL.....	41
5	ESTUDIO FINANCIERO	52
5.1	Determinación de los costos.....	52
5.1.1	Requerimientos del proyecto	52
5.2	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	62
5.3	Tabla # 24 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	65
6	ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	66
6.1	IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO.....	67
6.2	IMPACTO TECNOLÓGICO	68
7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
7.1	CONCLUSIONES.....	69
7.2	RECOMENDACIONES	70
	BIBLIOGRAFIA.....	71
	ANEXOS.....	73

INDICE DE TABLAS

NÚMERO	DETALLE	PÁGINA
TABLA#1	RUTA DE VENTAS.....	15
TABLA #2	POBLACION CANTONAL DE ATACAMES.....	17
TABLA #3	POBLACION CANTONAL DE MUISNE.....	18
TABLA #4	VEHICULOS.....	52
TABLA #5	EDIFICIO.....	52
TABLA #6	MANTENIMIENTO DE VEHICULOS.....	52
TABLA #7	MANTENIMIENTO DE EQUIPOS.....	53
TABLA #8	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	53
TABLA #9	EQUIPOS DE OFICINA.....	53
TABLA #10	MUEBLES Y ENSERES.....	53
TABLA #11	MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	53
TABLA #12	SUMINISTRO DE LIMPIEZA.....	54
TABLA #13	SUMINISTRO DE OFICINA.....	54
TABLA #14	UNIFORMES.....	55
TABLA #15	PERMISOS Y PATENTES.....	55
TABLA #16	MERCADERÍA.....	55
TABLA #17	CAPITAL DE TRABAJO.....	56
TABLA #18	PRESUPUESTO DE VENTAS.....	57
TABLA #19	PRESUPUESTO DE COMPRAS.....	57
TABLA #20	RESUMEN DE DEPRECIACIÓN.....	58
TABLA #21	RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL.....	59
TABLA #22	COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN MENSUALES.....	60
TABLA #23	RESUMEN DE GASTOS MENSUALES.....	61
TABLA #24	CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	63
TABLA #25	CALCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO.....	64
TABLA #26	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	64
TABLA #27	TABLA DE INTERPRETACIÓN DE IMPACTOS.....	66
TABLA #28	IMPACTO SOCIO-ECONOMICO.....	67
TABLA #29	IMPACTO TECNOLÓGICO.....	68

RESUMEN EJECUTIVO

En la ciudad de Esmeraldas existen varias empresas comercializadoras de productos para el hogar, las cuales cumplen un rol muy importante dentro del comercio local. Estas empresas son reconocidas a nivel provincial debido a que ofertan la mercadería no solo en modalidad de contado sino que también lo hacen a crédito teniendo así como sus principales consumidores a personas que trabajan en el sector público, dándole facilidades a las instituciones para que puedan acceder a la compra de manera rápida y sin muchos papeleos; sin embargo hasta la fecha estas empresas no tienen una línea de distribución que les permita por medio de recorrido vender sus productos hacia muchos sitios refiriéndonos especialmente a los cantones del sur de la provincia.

La comodidad y exigencia de los usuarios de la zona sur de la provincia de Esmeraldas, permite que se demande este tipo de empresas dedicadas a vender todo tipo de producto para el hogar en la modalidad de crédito, sin tener que verse en la necesidad de trasladarse hasta la capital de la provincia para adquirirlos. Es por esto que la Empresa “Créditos Mi Bahía” como una forma de mantener su competitividad y llegar a ser líderes en el mercado se planteó realizar esta investigación para así poder determinar la situación actual y buscar estrategias para llevar a cabo la expansión de la empresa en la línea de muebles para el hogar y la oficina.

ABSTRACT

In the city of Esmeraldas there are several companies selling household products, which play a very important role in the local trade. These companies are recognized at the provincial level because the merchandise offered not only in form of cash but also do credit and its main consumers having people working in the public sector, giving facilities to institutions so they can access the purchase quickly and without much paperwork; however to date these companies have a distribution line that allows them to travel through selling their products to many places especially referring to the southern counties of the province.

The convenience and requirement of users south of Esmeralda's area allows these businesses are demanded dedicated to sell all kinds of household product in the form of credit, without having to be in the need to travel to the capital the province to purchasing. That is why the Company "Credits My Bay " as a way to remain competitive and become market leaders are proposing to carry out this investigation in order to determine the current situation and seek strategies to carry out the expansion of the company in the line of furniture for home and office.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es una investigación de cómo se encuentra actualmente el mercado de muebles en la ciudad de Esmeraldas, lo cual permita determinar estrategias para convertir a “Créditos Mi Bahía” en una empresa líder en el mercado ofertando muebles con tendencia vanguardista dirigidos a un consumidor final y hacia un mercado de distribuidores, manteniendo como políticas la innovación, el mejoramiento continuo, precios competitivos y servicio personalizado, mismos que llevaron a constituir una empresa sólida y de crecimiento.

La Infraestructura propia, el local de exhibición, bodega y la calidad de los productos, son la mejor carta de presentación y el respaldo que cualquier cliente necesita.

En el capítulo I, se detalla el marco teórico y la metodología de la investigación en donde se refleja la problemática, justificación y objetivos del proyecto así como también se señala los antecedentes, la fundamentación teórica y base legal del estudio realizado.

El capítulo II contiene todo lo relacionado al estudio de mercado, donde se especifican la misión, visión, y objetivos de la empresa. Se establece la demanda del producto, se analiza la competencia, precio y se definen estrategias para el logro de los objetivos planteados.

El capítulo III detalla todo lo referente al proceso de expansión de la empresa, como es el diseño de producto, manual general de procedimientos, como también lo necesario para lograrlo.

El capítulo IV detalla la expansión de una empresa, requisitos a cumplir, planificación estratégica, valores corporativos, estructura organizacional y procedimientos de la institución.

El capítulo V es en el cual se determina la inversión inicial del proyecto, el pronóstico de los ingresos y los gastos; se definen los flujos netos activos y se calcula los indicadores financieros del proyecto (VAN, TIR, PCR, RCB),

En el capítulo VI se encuentran cada uno de los impactos que intervienen dentro del proyecto y para finalizar las conclusiones y recomendaciones que se encuentran en el capítulo VII.

CAPITULO I

1.1 MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 Problema de la investigación

Créditos “MI BAHÍA” considera que tiene la oportunidad de expansión de la empresa en una nueva línea que complementa la que actualmente comercializa; desde sus inicios esta empresa comercializa electrodomésticos en la línea blanca y café como son todo tipo de artefactos para el hogar, ahora considera que debido a su aumento de capital puede complementar esta línea con la comercialización de muebles en general. Los muebles estarían comercializados bajo 2 modalidades que serían bajo pedido por medio de catálogos o modelos estándar previamente escogidos tanto por su calidad como por su variedad, se procurara llegar a todos los sectores de la zona Sur.

Delimitación del problema

- Determinar la factibilidad de la expansión de CRÉDITOS “MI BAHÍA” como empresa en la línea de muebles para el hogar y oficina.
- Delinear la competencia directa o indirecta de la venta a crédito de muebles en general.
- Ejecutar las diferentes modalidades de inversión que permitan determinar costos y pagos.
- Identificar las preferencias o gustos en cuanto a muebles se refiere

1.1.2 Formulación del problema

¿Es factible la expansión de la empresa Créditos “MI BAHÍA” en la línea de muebles para hogar y oficina?

1.2 JUSTIFICACIÓN

Es importante realizar este trabajo de investigación porque así se puede determinar la situación actual de la empresa en cuanto a reconocimiento de marca y a situación financiera.

Como microempresa la expansión es un gran reto, ya que depende del esfuerzo y perseverancia de todos los miembros para lograr las metas propuestas, tanto en el ámbito laboral como en lo personal.

La expansión de la empresa es importante para su desarrollo, y la implementación de nuevas líneas brindara más opciones de clientes, siempre tomando en cuenta el propósito de ofrecer productos de calidad a bajo precio y en cómodas cuotas, haciendo la respectiva consideración también se puede decir que generara un avance para la población del cantón que podrá conseguir variedad de productos para el hogar sin necesidad de viajar fuera de la provincia.

La exigencia del mercado a nivel mundial tanto en los ámbitos de producción como el de comercialización obligan a los negocios a ser competitivos, para lograr esta competitividad es necesario innovar o en algunos casos expandir, esto resulta necesario en microempresas como Créditos “MI BAHÍA”.

Producto de la expansión se empleara más personal, también se tomara en cuenta el implementar un sistema que permita unificar los dos almacenes; cabe recalcar que al realizar este diagnóstico se podrán determinar falencias y errores con la finalidad de rectificarlos y poder realizar todos los cambios pertinentes.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General

Elaborar un estudio de factibilidad para la expansión de la empresa Créditos “MI BAHÍA” en la línea de muebles de hogar y oficina, ubicada en el cantón Atacames con la finalidad de tener mayor diversidad de productos para la satisfacción de los clientes actuales y futuros.

1.3.2 Específicos

1. Desarrollar un estudio de mercado que permita identificar factores o agentes que contribuyan a la viabilidad del proyecto de expansión dentro del sector.
2. Determinar la fuente de financiamiento de la inversión y recuperación de capital, tomando en cuenta los estados contables de los últimos años de la empresa.
3. Diseñar y sociabilizar el manual de control interno de recursos humanos.

1.3.3 Estrategias para la expansión

1. Penetración en el mercado: se basa en el aumento de las ventas utilizando un estudio de mercado y técnicas de marketing para buscar nuevos clientes.

2. Desarrollo de mercado: en este caso se trata de buscar nuevos mercados para nuestro producto.

3. Desarrollo de productos: hay empresas que deciden mejorar sus productos tradicionales, haciendo que evolucionen, como puede hacer un fabricante de muebles para que estos se adapten a las necesidades del cliente. (JIMENEZ, 2012)

1.4 MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Antecedentes de estudio

Créditos MI BAHÍA es una empresa comercial dedicada principalmente a la venta de electrodomésticos a crédito, ubicada en el cantón de Atacames.

Con una experiencia de algunos años en una distribuidora de electrodomésticos a nivel nacional, surgió la idea de comenzar a trabajar en esta rama comercial, es así que el año de 1998 se inicia las actividades con un pequeño capital producto de un ahorro de un sueldo mensual.

Vendiendo mercadería a muy bajo precio a crédito y así con mucho esfuerzo y perseverancia en la actualidad esta empresa ha aumentado en gran manera su capital.

Al inicio de la actividad comercial se arrendaba un local en la calle principal de Atacames, donde no se atendía al público, este sitio servía solo de bodega para tener en stock mercadería variada. Al pasar el tiempo y contando con credibilidad bancaria se pudo acceder a un préstamo con él se adquirió una casa de dos plantas en la calle Roberto Luis Cervantes, vía principal de Atacames.

Una vez consolidada la empresa se pudo contemplar la expansión que no es otra cosa que un crecimiento interno, es decir, ampliando la capacidad de la propia empresa. Las estrategias de expansión tienen en común el mantenimiento de los productos y la actividad principal de la empresa. Sin embargo, existe otra posibilidad que no es otra cosa que la expansión de la empresa en líneas que se complementen, en este caso, la empresa estaría diversificando su actividad.

A través de la diversificación de las actividades, la empresa se introduce en nuevos mercados ofertando nuevos productos correspondientes a campos de actuación diferentes. Gracias a la diversificación, la empresa aprovechara plenamente sus recursos productivos: es decir, siendo comercializadores de electrodomésticos se puede utilizar el almacén y su personal para la distribución de muebles, pues al fin y al cabo no son actividades distintas. Además, se puede ofrecer estos productos a los clientes actuales, lo que si se ha determinado por el aumento de líneas es la ampliación de las instalaciones para una mejor exhibición de los productos. (REYES, 2013)

Por tal motivo la empresa se diversificara hacia una actividad afín a la que realizaba (diversificación homogénea).

En el Cantón Atacames existen varias cadenas empresariales como son: La Ganga, Artefacta, Marcimex, las cuales ofrecen todo tipo de electrodomésticos en las líneas blanca y café sin embargo ninguna de estas cadenas comerciales ofertan muebles para el hogar.

1.5 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

1.5.1 Personas naturales

Créditos Mi Bahía está inscrita en el SRI como persona natural, siendo su gerente propietario el Sr Iván Figueroa Zambrano con CI. 091609336-2

1.5.2 Definición

Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas. (SRI, 2014)

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica. (SRI, 2014)

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000. (SRI, 2014)

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos. (SRI, 2014)

Las personas que no cumplan con lo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y no

empresarios), no están obligados a llevar contabilidad, sin embargo deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos (SRI, 2014)

1.5.3 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones

Los numerales 2, 15, 16, 17, 26 y 27 del artículo 66 de la Constitución de la República, establecen garantías constitucionales de las personas, las cuales requieren de una normativa que regule su ejercicio. (REPUBLICA, 2011)

Conforme al numeral 2 del Artículo 133 de la Constitución de la República, las leyes orgánicas deben regular el ejercicio de los derechos y garantías constitucionales, como los señalados en el considerando anterior. (REPUBLICA, 2011)

El numeral 2 del Artículo 276 de la Constitución de la República establece que el régimen de desarrollo, tiene entre sus objetivos el de construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable. (REPUBLICA, 2011)

El numeral 5 del artículo 281 de la Constitución de la República establece las responsabilidades del Estado para alcanzar la soberanía alimentaria, entre las que se incluye el establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción. (REPUBLICA, 2011)

El Artículo 283 de la Constitución de la República establece que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y, tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. (REPUBLICA, 2011)

1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 Métodos utilizados en la investigación

En el proceso de investigativo se utilizaron los métodos inductivo y deductivo porque partiendo de la observación de los recursos de la empresa Créditos “Mi Bahía”, se procede a realizar un análisis, comparaciones y diferenciaciones para llegar a obtener conclusiones específicas

Dentro de este proceso de investigación se utilizaron los métodos mencionados a continuación:

Método Deductivo: a través de este método se estableció todo aquello que brindan en productos y servicios las empresas comercializadoras de electrodomésticos y muebles de todo tipo, así como los proveedores con los que cada una de ellas trabajan ya que esto permitirá establecer los productos que tienen mayor demanda, sus costos y logística en el momento de compra y venta. (HOLMES, MAYNARD, EDWARDS, & MEIER, 1972)

Método Inductivo: a través de este método se analizó las necesidades que poseen los clientes al momento de adquirir los productos de esta empresa y los proveedores que cumplan con los requisitos para brindar un producto de calidad con precios competitivos. (HOLMES, MAYNARD, EDWARDS, & MEIER, 1972)

1.6.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación a utilizar fue el descriptivo, ya que permitirá analizar el funcionamiento de las comercializadoras de productos para el hogar que existen en el país y concretamente en la provincia de Esmeraldas. A través de esta investigación se estableció los parámetros que se analizaron para la ampliación de la Empresa Créditos Mi Bahía y si dicha ampliación es viable y será un aporte al comercio de la ciudad de Esmeraldas.

1.7 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo fue desarrollado bajo los parámetros exigidos por la Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, así como también bajo los parámetros proporcionados por la Ing. Rhut Quiñonez, proyecto que ha tenido como finalidad la

expansión de la empresa “Créditos Mi Bahía” en la línea de muebles, en el cantón Atacames provincia de Esmeraldas.

1.7.1 **Recolección de la información**

1.7.2 **Información primaria**

La información primaria fue obtenida a través de las siguientes técnicas:

- **Entrevistas:** Fueron dirigidas a varias personas que se encuentran en la industria del Mueble como así también a Gerentes de Empresas comercializadoras de Muebles.

Las personas entrevistadas fueron: Sr. Luis Paucar agente comercial de la Empresa ECUAMUEBLES, Sr. William Quizhpe agente comercial de Empresa de Muebles QUIMERA, Sr. Milton Abad Gerente de la empresa CUENCA MUEBLES.

Se utilizaron entrevistas que permitan recabar: Declaraciones (Datos, juicios u opiniones recogidos textualmente); y al mismo tiempo que sean De investigación o indagación: (No aparece publicado con forma de entrevista. Se utiliza para obtener o contrastar información)

- **Observación:** Se estableció un formato en el cual se destacaron las áreas más críticas a ser observadas utilizando un modelo de ficha simple, con el propósito de sacar posibles soluciones para ser aplicadas en el futuro. (MEDINA, 2010)
- **La encuesta:** Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales es de gran interés para el avance de este estudio. Para ello, se utilizaron un listado de preguntas escritas que se entregaron a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito, este listado se denomina cuestionario y con todas las necesidades de información que permitan tener una visión general del mercado actual y de su demanda.

1.7.3 Información secundaria

Se ha recopilado toda la información necesaria a través de: revistas, páginas web, reglamentos, códigos, leyes, entre otros.

1.7.4 Descripción de la información obtenida

A través de las entrevistas, observación y encuestas pudo recopilarse mucha información acerca de los procesos en la elaboración de muebles, logísticas en la transportación y entrega del producto así como también se conocieron costos y demás servicios que brindan los fabricantes de los muebles para hogar y oficina.

CAPITULO II

2 ANÁLISIS Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1 El producto

Los productos que son comercializados cuentan con controles de calidad. Los fabricantes que son los proveedores utilizan como materia prima madera Férnan Sánchez la misma que es sometida a un proceso de prevención de plagas, materia prima e insumos que permiten ofrecer a los clientes productos de calidad con precios competitivos.

2.2 GENERALIDADES DEL PRODUCTO

Créditos MI BAHÍA, que actualmente comercializa electrodomésticos se ha planteado expandir su línea de negocio, ahora en la línea de muebles en general los cuales se compran a los fabricantes que los elaboraran en dos modalidades que son modelos estándar y modelos bajo pedido por medio de catálogos en ambos casos se pretende abarcar a todas las clases sociales por medio de precios acorde a la capacidad de pago en los diferentes modelos a ofertar.

Los diseños serán variados y para satisfacción de todos los gustos habrá modelos clásicos y modernos elaborados en diferentes tipos de materia prima siendo la primordial la madera, sin dejar de lado materiales que en la actualidad se están utilizando con buena acogida.

Su línea de productos pretende cubrir todas las necesidades del hogar y de las distintas edades.

La empresa diseña sus propios muebles y productos, los cuales son fabricados por diversos proveedores seleccionados de manera muy minuciosa.

Se mantiene y se mejorara la cultura de crédito directo brindando así a la población la posibilidad de adquirir productos de calidad, en cómodas cuotas y con las respectivas garantías.

2.2.1 Necesidades que cubre el producto

Se ha determinado por medio de un análisis a los clientes actuales utilizando el método de la observación directa los hábitos tanto en el hogar como en el momento de la compra. Es importante la comprensión por parte de la empresa de las necesidades de muebles de bajo costo con buena calidad, la demanda de consumidores para realizar una propuesta de valor agregado.

El sur de la Provincia de Esmeraldas, que comprende los Cantones de Atacames y Muisne con sus respectivas Parroquia tienen como actividad principal la pesca y el turismo, esto hace que muchos de ellos no puedan adquirir muebles de contado, y esto ha hecho que vendedores de algunos almacenes no tomen en cuenta estos sectores para su venta, es por esta razón y viendo la necesidad del lugar en lo que respecta al tema inmobiliario Créditos Mi Bahía innova la línea café o mobiliaria, donde con productos de bajo costo y facilidades de pago pensamos incrementar la cartera de clientes, y cubrir las necesidades del sector.

Adicionalmente, la generación de valor debe ir acompañada de una comunicación adecuada en el momento de venta que incremente la percepción de valor que tienen los consumidores acerca del mueble que van a adquirir con la finalidad de afianzar la compra. Actualmente la industria del mueble ha introducido nuevas tendencias llamadas a modernizar los diseños tradicionales, en procura de proporcionar belleza, flexibilidad,

eficiencia y optimización del producto por tal motivo estos productos brindaran confort, satisfacción a los clientes mejorando incluso su calidad de vida.

El conjunto de muebles de oficina o lugar de trabajo están destinados a facilitar los usos y actividades habituales en oficinas y otro tipo de locales, proporcionando también elegancia y comodidad.

2.2.2 Caracterización del producto

Créditos “Mi Bahía”, comercializará muebles para el hogar y la oficina en diferentes tipos de materia prima como son madera, metal y mixtos.

- Madera de buena calidad.
- Acabados perfectos.
- Compuesto metálico de alta duración, en hierro forjado y metal galvanizado
- Pintura al horno

Para poder comercializar estos productos se ha investigado sobre las condiciones de los diferentes proveedores siendo en la mayoría de los casos muy similares sus parámetros de venta los cuales se detallan a continuación:

- **Garantía del proveedor de 2 años:**
 - Juegos de sala
 - Juegos de dormitorios
 - Bares
 - Aparadores
 - Juegos de Comedor

- **Monto de compra de la empresa al proveedor :**

La empresa para aplicar precios de distribuidor, tiene como política, establecer un pedido inicial por un valor de \$4000, indicando que posteriormente los pedidos podrán realizarse por un monto menor, de acuerdo a los requerimientos de la empresa distribuidora.

- **Forma de pago al proveedor :**

Toda compra será según su forma de pago; contado y diferido, distribuida de la siguiente manera:

50% pago al momento de realizar el pedido

50% en un plazo de hasta 30 días luego de llegada la mercadería, mediante pago directo, depósito o transferencia bancaria

- **Tiempo de Entrega del proveedor a la empresa:**

Máximo 20 días a partir de la entrega del 50% inicial

- **Empaque del proveedor:**

La empresa se compromete a empacar los productos debidamente, utilizando planchas de cartón corrugado, poli expandes y plástico estrech, dependiendo de cada caso, así como la documentación digital del proceso de empacado (fotografías antes y luego de empacados los productos) para dar constancia del estado en que los productos salen desde la fábrica hacia la empresa de transportes designadas por el cliente o por la empresa.

- **Transporte desde el proveedor a la empresa:**

El valor de envío así como el transporte corre a cuenta y cargo de la persona/empresa que realiza la compra y la responsabilidad de la fábrica sobre el traslado de las mercaderías, termina al momento de entrega en el transporte.

2.2.3 **Ciclo de vida del producto**

La propuesta de “Créditos Mi Bahía” se encuentra en el ciclo de vida en la etapa de introducción ya que en la zona Sur de la Provincia de Esmeraldas aún no hay un almacén que comercialice muebles en general a crédito, y con diseños bajo pedido por medio de

catálogos. En cuanto a muebles anteriormente estaba estipulada una garantía mínima de seis meses en la actualidad el plazo mínimo de la garantía de los bienes muebles, se amplia, por ley, a dos años.

2.3 OFERTA DEL PRODUCTO

La empresa estará dirigida hacia la Población Económicamente Activa (PEA), específicamente a los sectores de nivel socioeconómico medio y alto. Los muebles serán elaborados en materiales resistentes y durables a fin de garantizar a su dueño un largo tiempo de uso.

- **Muebles de madera**

La madera es un material noble por lo que las oficinas con mobiliario de madera dan elegancia y prestigio. Dan un aspecto clásico a la oficina y algunos diseñadores los siguen utilizando principalmente para las oficinas de puestos directivos. (ISHIKAWA, 1993)

Dentro de los muebles de madera existen diversos acabados y calidades, como materia prima madera Férrnan Sánchez también se comercializaran muebles de roble, de teca, de arce, de cerezo y acabados con distintas tonalidades que permiten combinarlos de forma estética. (ISHIKAWA, 1993)

Los muebles de madera tienen la ventaja que no suelen pasar de moda y que la solidez y la durabilidad, si son de calidad, están garantizadas.

- **Muebles de oficina de metal**

Existen diversos tipos de metal para el mobiliario. Su característica principal es la dureza, resistencia y durabilidad.

Una oficina con muebles de metal se caracteriza por la frialdad, aunque con los nuevos moldeados y materiales de los que se disponen en el mercado actualmente ofrecen un estilo moderno.

2.4 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA

Esta empresa tiene un canal corto de comercialización de sus productos, es decir que del fabricante pasa al mayorista que es en este caso Créditos Mi Bahía y por ultimo al consumidor final que en este caso son los clientes. Los almacenes que ofertan sus productos en esta zona tienen ya sus rutas definidas, entre la logística que utilizan están los camiones que transportan la mercadería, todo esto con personal capacitado en ventas y atención al cliente.

Créditos “Mi Bahía” ha diseñado rutas para la comercialización de sus productos que permitirá optimizar la logística en ventas y recaudación, dicho cronograma se presenta a continuación:

Tabla # 1 RUTAS DE VENTAS

	VISITAS DEL VENDEDOR DE CRÉDITOS MI BAHÍA A LOS CLIENTES EN LA SEMANA						
	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
ESMERALDAS					X		
TONSUPA				X			
ATACAMES		X	X				
TONCHIGUE						X	
MOMPICHE							X
MUISNE	X						

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

2.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En base al estudio de mercado se pudo determinar la competencia directa e indirecta que actualmente tiene Créditos “Mi Bahía” encontrando a varios almacenes que comercializan electrodomésticos a crédito. En cuanto a competencia directa en esta zona se identificó al almacén Mi Crédito que comercializa muebles, entre las que comercializan electrodomésticos tenemos: La Ganga, Marcimex, Artefacta; estas comercializadoras ofertan una variedad de productos para el hogar; también se identificaron a varias carpinterías que ofertan los servicios de elaboración de muebles en madera. En cuanto a competencia indirecta se podrían citar algunos almacenes de la ciudad de Esmeraldas que comercializan mueble para hogar como son: Novedades Marjorie, Betty Hall shopping, La feria del muebles que periódicamente visita la ciudad de Esmeraldas, se los considera indirecta puesto que no se encuentran en la zona mencionada sin embargo como la demanda en la zona Sur es amplia y los ofertantes pocos la gente de la localidad se traslada a la capital de la Provincia para adquirir estos productos para sus hogares.

2.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.6.1 Segmentación del mercado

El proyecto se va a dirigir a la población económicamente activa, de todas las clases sociales de la zona sur de la Provincia de Esmeraldas, Cantones Atacames y Muisne dando la oportunidad a la población de estos sectores de adquirir muebles de buena calidad.

- **Atacames**

Localización: El cantón se encuentra ubicado en la parte sur de la Provincia de Esmeraldas y al noroccidente de la República del Ecuador. Limita con los cantones Muisne y Esmeraldas y con el Océano Pacífico. Está conformado por 5 parroquias. En la costa: Tonsupa, Atacames, Súa y Tonchigüe (Same) y en el interior: La Unión.

Extensión territorial: 508 km²

Tabla #2 POBLACIÓN CANTONAL DE ATACAMES

CANTÓN	PARROQUIA	URBANO	RURAL	Total
Atacames	ATACAMES	15,463	1,392	16,855
Atacames	LA UNION	-	2,540	2,540
Atacames	SUA	-	3,449	3,449
Atacames	TONCHIGUE	-	8,001	8,001
Atacames	TONSUPA	-	10,681	10,681
Atacames	Total	15,463	26,063	41,526

Fuente: INEC, resultados censo poblacional 2010

Infraestructura y equipamiento: Una considerable red vial, magníficos hoteles, estupendos restaurantes, bares y discotecas y el alegre encanto de la gente atacameña, es variada la infraestructura que oferta esta Cantón. (ESMERALDAS, 2013)

Clima y temperatura media anual: El clima es cálido, Atacames es uno de los pocos lugares de la geografía ecuatoriana que goza de temperaturas constantes y un sol radiante durante casi todo el año. El mar posee una temperatura promedio de 24° C. La estación de verano se extiende de junio a diciembre. Provincia 25° C Cantón 24° (ESMERALDAS, 2013)

Muisne

El cantón Muisne limita al norte con el Océano Pacífico y el cantón Atacames, al sur con la provincia de Manabí, al este con los cantones Esmeraldas y Quinindé y al oeste limita con el Océano Pacífico, con 6.199 habitantes en el último censo de Ecuador el 24 de noviembre de 2001. Es la cabecera del cantón homónimo. (ESMERALDAS, 2013)

Se encuentra en el extremo norte de la pequeña semi-isla conocida como Isla de Muisne. También conocido como el canal island. El encantado estrecho entre el continente y el lado oriental de la isla está atravesado principalmente por pequeñas embarcaciones de motor fuera de borda para los pasajeros y por barcas para coches y camiones pequeños. (ESMERALDAS, 2013)

Tabla#3 POBLACIÓN CANTONAL MUISNE:

CANTÓN	PARROQUIA	URBANO	RURAL	Total
Muisne	BOLIVAR	-	1,039	1,039
Muisne	DAULE	-	2,153	2,153
Muisne	GALERA	-	1,733	1,733
Muisne	MUISNE	5,925	2,955	8,880
Muisne	QUINGUE (OLMEDO PERDOMO	-	574	574
Muisne	SALIMA	-	1,117	1,117
Muisne	SAN FRANCISCO	-	2,809	2,809
Muisne	SAN GREGORIO	-	5,915	5,915
Muisne	SAN JOSE DE CHAMANGA	-	4,254	4,254
Muisne	Total	5,925	22,549	28,474

Fuente: INEC, resultados censo poblacional 2010

2.7 CONDUCTA DE COMPRA DE LOS CLIENTES

Se ha determinado por medio de un análisis de los clientes actuales utilizando el método de la observación directa con modelos simple de ficha, los hábitos tanto en el hogar como en el momento de la compra. Es importante la comprensión por parte de la empresa de las necesidades y demandas de los consumidores para realizar una propuesta de valor agregado. (MEDINA, 2010)

Adicionalmente, la generación de valor debe ir acompañada de una comunicación adecuada en el momento de venta que incremente la percepción de valor que tienen los consumidores acerca del mueble que van a adquirir con la finalidad de afianzar la compra. Actualmente la industria del mueble ha introducido nuevas tendencias llamadas a modernizar los diseños tradicionales, en procura de proporcionar belleza, flexibilidad, eficiencia y optimización del producto por tal motivo estos productos brindaran confort, satisfacción a los clientes mejorando incluso su calidad de vida.

2.8 PRECIO

En términos generales se puede decir que las empresas que comercializan muebles en general en la Provincia de Esmeraldas, manejan una misma política de precios ya que

mediante la observación directa se pudo constatar que los valores tienen un promedio de margen de ganancia muy parecido tanto en las ventas a crédito como al contado.

Para establecer la política de precios de la empresa se tomaron en cuenta todos los gastos que influyen como son costos de transportación, costos operativos, comercialización y calidad.

Es importante resaltar que se buscaran las estrategias necesarias tales como promociones, facilidades de pago, planes acumulativos, y otras, para que los precios sean competitivos y accesibles para todos los clientes brindando así no solo productos de calidad sino también satisfacción y reconocimiento en el mercado.

2.9 ANÁLISIS DE LAS VENTAJAS COMPARATIVAS DE LAS EMPRESAS QUE OPERAN EN LA ZONA SUR DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS

Con la finalidad de determinar los factores que ayuden en la expansión de la Empresa Créditos Mi Bahía así como también identificar las condiciones actuales de las empresas que comercializan productos para el hogar se ha realizado un análisis de las fortalezas y debilidades que permitan establecer estrategias competitivas para ser líderes en el mercado.

Para la identificación de fortalezas y debilidades se utilizó como herramienta de investigación, el método de observación directa que permitió definir conceptos dentro del proyecto de expansión.

2.10 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Comercializadoras de muebles en la zona sur	FORTALEZAS	DEBILIDADES
CRÉDITOS MI BAHÍA	<ul style="list-style-type: none"> • Excelente distribución de zonas de trabajo • Local propio • Garantía en todos sus productos. • Reconocimiento de la marca. • Utiliza publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • El personal contratado no es suficientemente responsable.
OTRAS COMERCIALIZADORAS	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento por lo años de trayectoria en el mercado. • Excelente distribución de sus áreas. • Cuenta con un personal con experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • No utiliza publicidad. • Problemas en la atención al cliente
CARPINTERIAS	<ul style="list-style-type: none"> • El personal está muy bien definido y apto para la fabricación de los muebles. • Administrado por sus propietarios. • Gran afluencia de contratos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No realiza publicidad. • Limitaciones en el servicio. • Las facilidades de pago no agradan al cliente

Fuente: Almacén CREDITOS MI BAHIA, y carpinterías de la zona.

Investigador: Autora del Proyecto

2.11 VENTAJAS COMPETITIVAS

Una de las ventajas competitivas o tal vez la mayor será que Créditos “Mi Bahía” ofertara un producto diferente, innovador que presenta características únicas para el comprador, cubriendo y satisfaciendo todos sus gustos y necesidades.

Actualmente la zona sur cuenta con algunos almacenes que ofertan este tipo de producto; sin embargo los habitantes no se encuentran totalmente satisfechos por lo que se ha realizado el respectivo análisis determinando variables importantes en la calidad y diseño del producto, sin afectar los precios de manera que la empresa sea competitiva también en este aspecto.¹

Algo relevante también es que la empresa se preocupa de brindar capacitación permanente a su capital humano de manera que este pueda asesorar al cliente y ayudar para que la decisión al momento de la compra sea lo más satisfactoria posible.

2.12 ESTRATEGIAS GENÉRICAS PARA COMPETIR

Con el propósito de generar ventajas competitivas el Almacén Créditos “Mi Bahía” diseñará estrategias de diferenciación que permita competir y liderar en el mercado, logrando satisfacer los gustos y necesidades de los clientes.

Al ofertar los productos se dará valor agregado a ellos brindando los siguientes servicios:

- **Amplia línea de productos** con esto se pretende que los clientes puedan escoger brindando variedad y calidad.
- **Marca de productos** no solo productos simples si no de marca que permitan reunir condiciones de calidad.
- **Servicio Técnico** en todos los productos con cobertura de garantía establecida.
- **Precios bajos** esto permitirá que los productos sean asequibles para todos.
- **Contar con el personal idóneo** y capacitado para realizar todas las sugerencias en el momento de la compra, para lograr una completa satisfacción del cliente.

¹ Cartera de clientes créditos Mi Bahía zona Atacames

- **Instalaciones modernas**, acogedoras y en constante limpieza.

2.13 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Créditos “Mi Bahía”, utilizará un canal corto de comercialización, ofreciendo sus productos al consumidor, tanto en las instalaciones ubicadas en el Cantón Atacames como por medio de recorridos semanales por toda la zona sur de la Provincia de Esmeraldas, para lo cual se realizará lo siguiente:

- Cronograma de recorridos por las diferentes zonas de ventas.
- Descuentos y promociones en días especiales, o temporadas festivas como Navidad, Fin de año, Día de las Madres, Día del Padres, San Valentín, etc.
- Se podrán realizar los pagos en dinero efectivo y por medio de tarjetas de crédito Visa, Diners Club, American Express, Pacificard.
- Se realizará publicidad en diferentes medios de comunicación.
- Venta directa
- Agentes cobradores y vendedores.
- Ventas telefónica
- Internet

CAPITULO III

3 Estudio técnico

3.1.1 Determinación del tamaño óptimo

Después de haber realizado la respectiva investigación de mercado se pudo determinar la demanda insatisfecha existente, al igual que las falencias en cuanto a los locales que ofertan este tipo de productos; por lo que se diseñó unas instalaciones recopilando todas las observaciones posibles con la finalidad de garantizar un espacio acogedor en donde se puedan presentar de una manera elegante y acogedora los diferentes muebles en ambientes de hogar y la oficina.

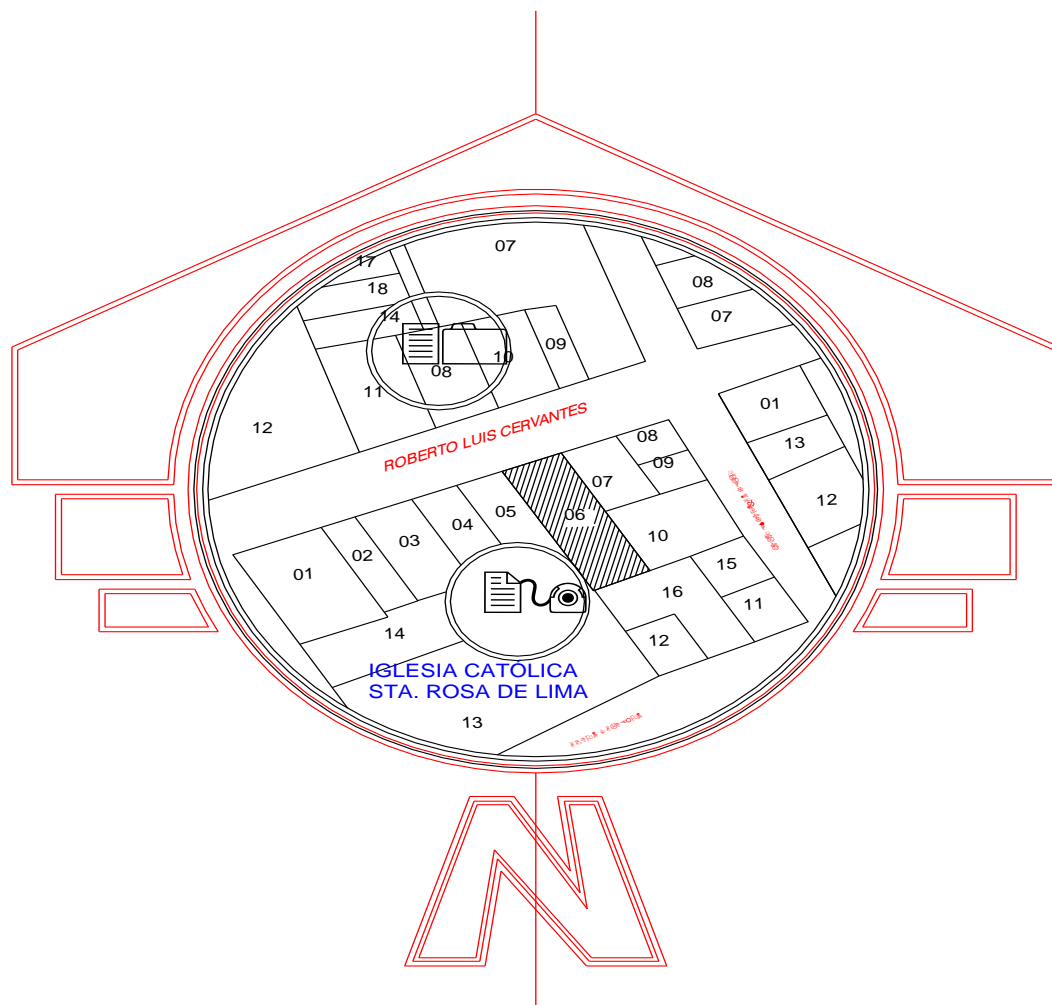
Para determinar el tamaño óptimo del proyecto se consideró por medio de un análisis de un estudio de mercado: la demanda insatisfecha y los recursos que disponemos para poder suplirla; por lo cual, se ha identificado una participación del 5%.

3.1.2 Localización óptima del proyecto

Se procedió hacer la micro y macro localización con la finalidad de determinar con exactitud la ubicación más estratégica, así como también identificar la ubicación de cada área con sus respectivas dimensiones; determinando que la Empresa Créditos “Mi Bahía” funcionara en un local ubicado en las calles Roberto Luis Cervantes, de la parroquia Urbana del Cantón Atacames, Provincia de Esmeraldas.

La localidad contará con una infraestructura amplia, moderna y dotada de los servicios básicos (agua, luz, teléfono) y fácil vía de acceso.

3.2 MACRO Y MICROLOCALIZACIÓN



UBICACIÓN

- **CANTÓN:** Atacames
- **PARROQUIA:** Atacames
- **MANZANA:** 29
- **LOTE:** 06
- **BARRIO:** Centro Urbano

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Memoria técnica:

Accesos a servicios básicos de uso público.- El solar del terreno, participa de todos los servicios básicos de uso público, y obras de infraestructura tales como: Energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, red telefónica, vías pavimentadas, aceras y bordillos, recolección de desechos sólidos.

- **Descripción de la edificación.-** El proyecto contemplara una edificación, ejecutada bajo las siguientes especificaciones técnicas:

La edificación se construirá de hormigón armado en su totalidad, ejecutada con las siguientes características:

Estructura conformada por cimentación, vigas y pilares de hormigón armado, en ambas direcciones, contra piso de hormigón simple, piso revestido con baldosas, paredes de mampostería de bloques de piedra pómez enlucidas de mortero de cemento, instalaciones eléctricas empotradas, instalaciones sanitarias y agua potable de PVC, recubrimiento de cerámica en el baño, puertas enrollables de aluminio en ingreso y puerta de madera dura en parte posterior del local y demás dependencias del local, ventanas con rejas metálicas, piezas sanitarias de cerámica, pintura de caucho, tumbado de madera colorado, en la planta baja.

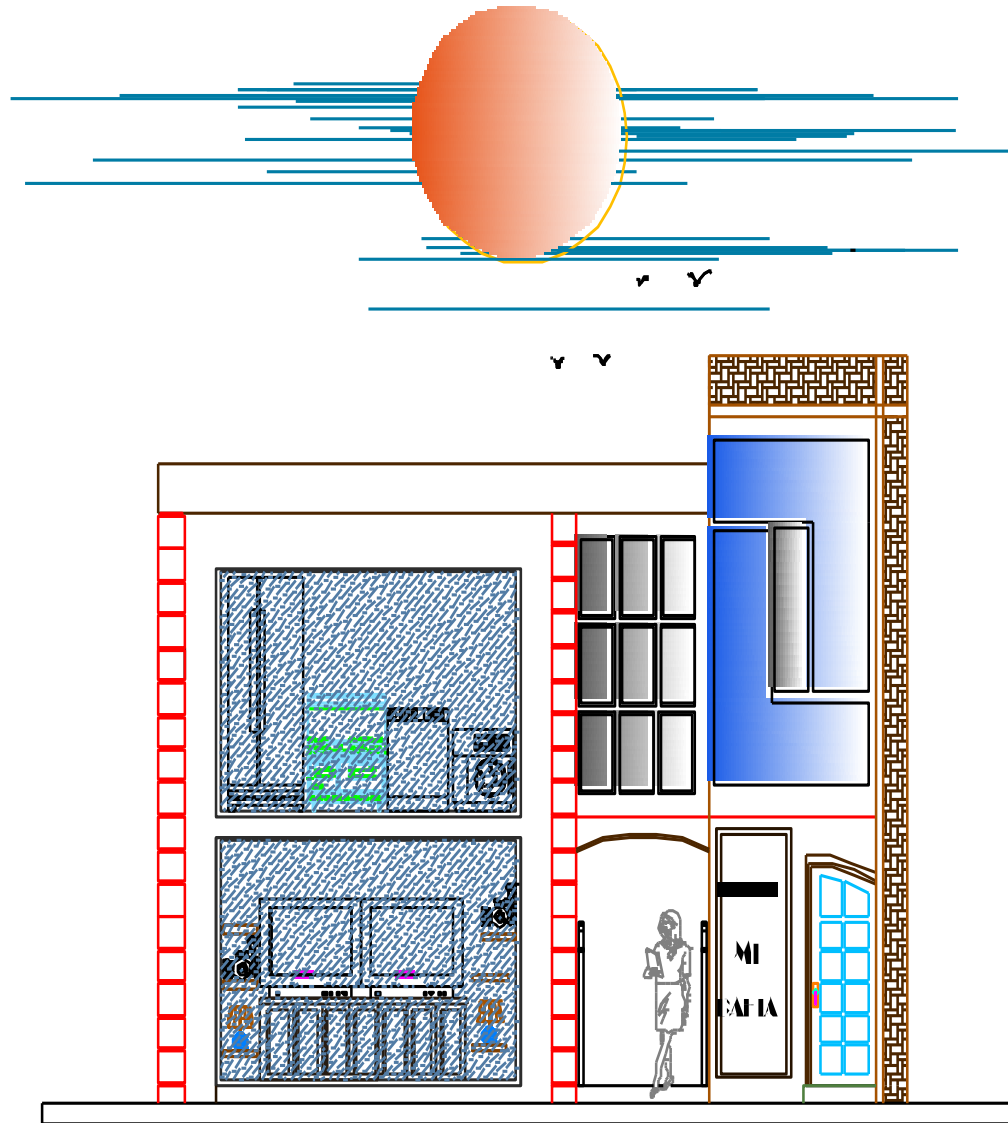
- **Área de construcción**

Planta Baja: 252.17 M2

Planta alta: 176.21 M2

Área total de construcción: 428.38M2

ILUSTRACIÓN #1 FACHADA PRINCIPAL DE ALMACÉN CRÉDITOS MI BAHÍA



 **FACHADA PRINCIPAL**
Esc: 1 _____ 100

3.4 DISEÑO DEL SERVICIO O PRODUCTO

La línea de muebles de Créditos “Mi Bahía” está dirigida a toda la población esmeraldeña, con diseños innovadores, calidad garantizada y precios accesibles, pretende cubrir toda la zona sur de la provincia de Esmeraldas.

Los productos serán ofertados de dos maneras: mediante una línea estándar con modelos tradicionales, y la línea especial en la cual el producto será diseñado bajo los parámetros y gustos de los clientes.

3.4.1 Línea tradicional

Se presentan modelos tradicionales con diseños sobrios y elegantes para los diferentes tipos de ambientes como son: sala, dormitorio, comedor, oficina, además de contar con diseños infantiles para los más pequeños del hogar.

ILUSTRACIÓN #2 MUEBLES TRADICIONALES





En todos los modelos se busca la funcionalidad, elegancia y detalle genuino para ese lugar especial del hogar o la oficina.

3.4.2 Línea especial

En esta línea predomina las especificaciones únicas de cada cliente porque además se le presentan propuestas de muebles con diseños únicos ellos pueden poner su toque particular escogiendo colores y demás en modelos modernos.

ILUSTRACIÓN #3 MUEBLES DE LINEA ESPECIAL



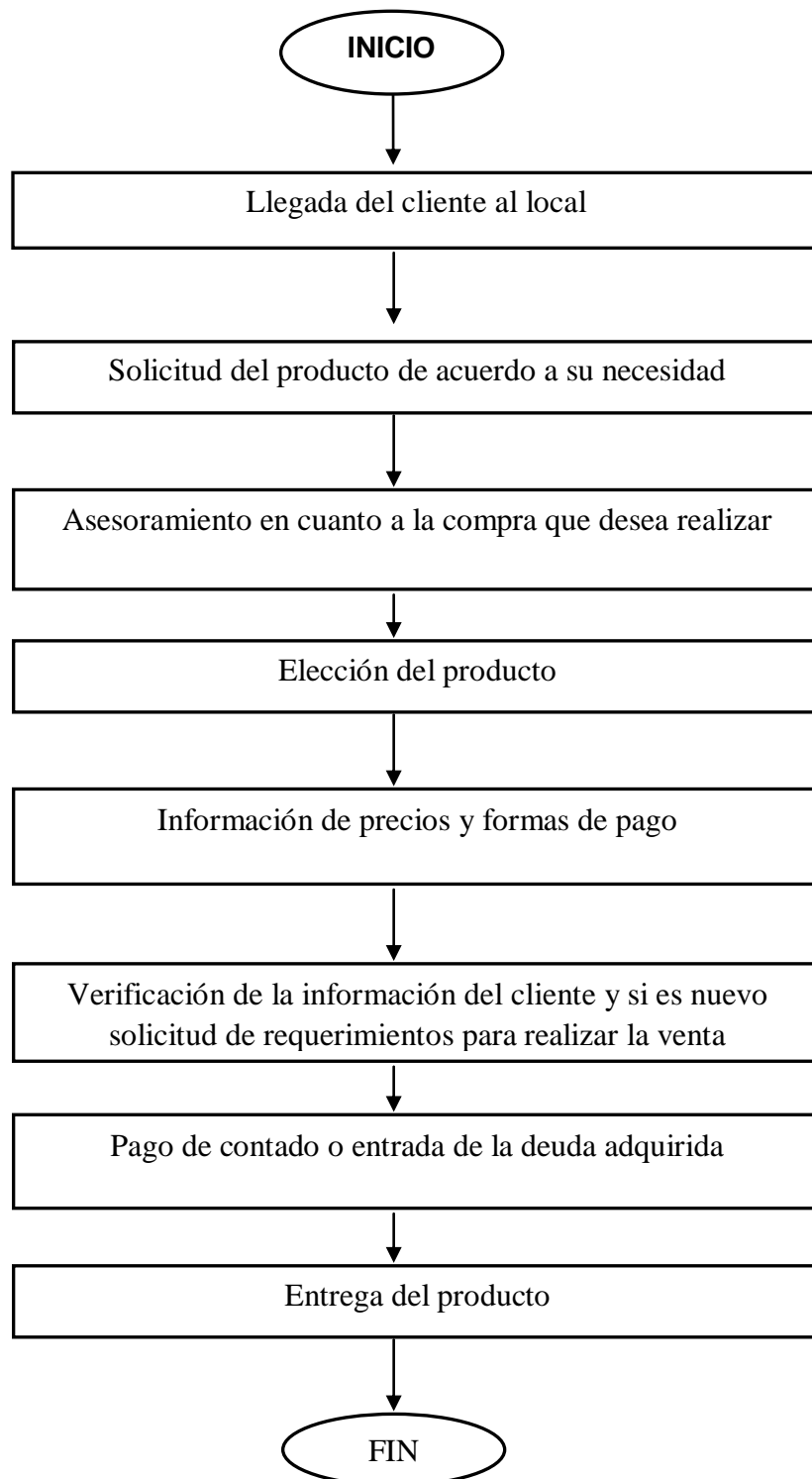


La simplicidad sin dejar de lado la elegancia se conjuga para brindar en cualquier ambiente la comodidad y confort esperados.

3.5 DIAGRAMAS Y MANUALES DE PROCEDIMIENTOS

3.5.1 Del proceso general

a.- Diagrama de Bloque



b.- Manual General de procedimientos

- **Llegada del cliente al local.**

El cliente interesado en adquirir cualquiera de los productos que la empresa ofrece, llega hasta las instalaciones, ubicado en la calle Roberto Luis Cervantes diagonal al almacén de electrodomésticos de Créditos “Mi Bahía” en el Cantón.

- **Solicitud del producto.**

El cliente realiza la respectiva solicitud del producto que desea comprar indicando todas las especificaciones en cuanto a gustos y preferencias de materiales.

- **Asesoramiento.**

Cualquiera de los agentes vendedores que atienda al cliente estará en condiciones de asesorar de acuerdo a las especificaciones previas, es importante en este punto resaltar también la calidad y variedad de diseños con los que se cuenta.

- **Elección del producto**

Este es un momento decisivo en el manual de procedimientos, aquí el cliente elige el modelo deseado y verifica que todos los requerimientos personales se cumplan a cabalidad.

- **Información de precios y formas de pago.**

Luego de que el cliente seleccionó el producto se le brinda toda la información posible tanto de precios como las diferentes formas de pago, en este punto existirán algunas variables.

- **Verificación de la información disponible del cliente.**

Si el cliente ya ha adquirido algún producto en el almacén anteriormente se revisará toda la información posible en cuanto a su perfil de crédito, verificando que los

requisitos para la adquisición de ventas a crédito estén completos con documentos en vigencia, de llegar a faltar algún requisito antes de aprobar el crédito se solicitara lo faltante y se completará toda su información.















- **Cancelación del producto.**

Luego de aprobado el crédito, se solicita la cancelación del producto o la cuota inicial que represente la entrada del monto, se reciben los respectivos respaldos para la cancelación de la deuda.

















- **Entrega del producto.**

Concluido con el trámite respectivo se procede a embalar el producto y trasladarlo a su destino, de ser un producto bajo pedido se indicará la fecha exacta de entrega.

3.6 DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO O PRODUCTO SI HAY EN STOCK

<p style="text-align: center;">DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA VENTA DE MUEBLES EN LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS</p>						SIMBOLOGÍA	
							TRANSPORTE
							DEMORA
							OPERACIÓN
							INSPECCIÓN
							ALMACENAMIENTO
PASOS	SIMBOLOGÍA					DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	
							
1						Recepción del pedido	
2						Verificación en inventarios	
3						Si hay disponible, embalaje.	
4						Transporte de la mercadería	

3.7 DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO O PRODUCTO SI NO HAY EN STOCK

<p style="text-align: center;">DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA VENTA DE MUEBLES EN LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS</p>						SIMBOLOGÍA					
								TRANSPORTE			
								DEMORA			
								OPERACIÓN			
								INSPECCIÓN			
								ALMACENAMIENTO			
PASOS	SIMBOLOGÍA					DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD					
											
1						Recepción del pedido					
2						Verificación en inventarios					
3						Si no hay disponible, pedido al proveedor.					
4						Recepción de la mercadería					
5						Verificación de mercadería.					
6						Transportación de mercadería a la casa del cliente					

CAPITULO IV

4 MARCO LEGAL

4.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1.1 Nombre de la empresa

El nombre de la empresa es: CRÉDITOS MI BAHÍA está dado debido a que esta empresa es comercializadora de electrodomésticos y muebles bajo la modalidad de crédito, compitiendo con los precios más bajos del mercado sin descuidar la calidad y garantía de los productos.

4.2 LOGO

Para identificación de la empresa y como imagen general de la empresa se usará el logo en la fachada principal de las instalaciones, en la publicidad que se realizará y en demás impresiones que se realicen como: facturas, reportes, oficios, etc. El Logotipo se muestra a continuación:

ILUSTRACIÓN # 4 LOGOTIPO INSTITUCIONAL



4.2.1 **Eslogan**

“Calidad y Economía para su hogar” Este Eslogan encierra lo que básicamente se quiere brindar a los clientes: Calidad y economía con la facilidad de adquirir sus productos en la modalidad de crédito directo.

4.2.2 **Tipo de negocio: Empresa comercializadora de electrodomésticos y muebles.**

- **RUC:**0916093362001
- **REPRESENTANTE LEGAL:** FIGUEROA ZAMBRANO IBAN ANTONIO
- **NOMBRE COMERCIAL:** CRÉDITOS MI BAHÍA
- **FEC. INICIO ACTIVIDADES:**7/5/2002
- **ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:** VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ELECTRODOMÉSTICOS

Para continuar con el negocio dentro del mercado se debe tener en cuenta la importancia de conocer el sistema jurídico, es decir, tener consciencia del sinnúmero de obligaciones que deben cumplirse para no cometer litigios, por tal motivo Créditos Mi Bahía planifica su expansión e incremento de producto.

4.2.3 **Aspectos legales de la empresa**

Créditos Mi Bahía está obligada a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos. (SRI, 2014)

La ejecución del proyecto en mención, se realizará por medio de la expansión de la empresa, en este caso, se aumentara capital por medio de un préstamo bancario y ser creara nuevas líneas de distribución de productos.

4.2.4 **El nombre:** Como empresa constituida mantendrá su nombre, ya que es bastante el prestigio que tiene dentro del mercado local y este nombre está registrado en el SRI (servicio de rentas internas) como persona natural.

4.3 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

4.3.1 Misión

Ofertar productos de calidad con garantía; brindando a los clientes satisfacción de sus necesidades y un mejor estilo de vida

El desarrollo integral del personal y el trabajo en equipo son vitales para lograr mejores satisfactorias en la economía de las familias, comunidad y empresa.

Ser una empresa de comercialización y distribución de productos de calidad a precios justos y con un excelente servicio al cliente, mereciendo siempre la confianza plena de los colaboradores, accionistas y clientes.

4.3.2 Visión

Somos una empresa comercializadora de alto nivel, que logra la plena satisfacción del cliente poniendo a disposición productos de alta calidad, Y para su cumplimiento CRÉDITOS “MI BAHÍA” cuenta con un personal comprometido con el trabajo que hace posible que se cumpla a cabalidad.

Llegar a ser líderes en la zona Sur de la Provincia de Esmeraldas cubriendo las diferentes necesidades de los clientes.

4.3.3 Objetivo

Brindar oportunidades de desarrollo, respeto y justa retribución a sus colaboradores, grupo que estará integrado por un equipo humano con altas cualidades profesionales, morales y con responsabilidad social; cuidando e incrementando el capital invertido de los accionistas y fomentando la optimización de los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos que se encuentran dentro del desarrollo de las actividades de la empresa, participando en el adelanto del país.

4.3.4 Objetivos específicos

- Identificar estrategias para el mejoramiento de la empresa.
- Lograr un reconocimiento de marca a través de la publicidad adecuada.
- Mantener una base de datos actualizada de los clientes.
- Poseer una infraestructura propia que brinde las comodidades necesarias para atender a los clientes de la mejor manera.

4.3.5 Valores corporativos

- **Honestidad:** Ofrecer a los clientes lo que la Empresa está en condiciones de cumplir. Ser coherentes con su razón de ser, actuar dentro de la verdad, con honradez, responsabilidad y total transparencia.
- **Trabajo en Equipo:** Preparar al equipo de trabajo fomentando la práctica de la mutua ayuda entre las personas, apoyando a los compañeros para que puedan mejorar su calidad de trabajo.
- **Responsabilidad Social:** Orientar que las operaciones y políticas de la empresa vayan de acuerdo con las leyes y reglamentos aplicados hacia la prevención de problemas sociales creando de esta manera una imagen pública favorable.
- **Calidez humana:** Que los clientes pueden contar con un trato amable y personalizado. El sistema de entregas y equipo humano deben estar formados para entablar relaciones comerciales cordiales y amistosas.
- **Puntualidad:** Saber de la importancia de hacer las cosas a tiempo y en el lugar conveniente. La eficacia y la calidad de los servicios es la meta teniendo como labor la garantía de satisfacción de los clientes.
- **Respeto:** Preparar al personal humano de la empresa, fomentando el buen vivir entre ellos y preparándolos para que ellos actúen con respeto hacia los clientes. Se entiende mejor cuando procuramos tratar a los demás de la manera en que

deseamos ser atendidos, saludar a los demás, emplear un vocabulario adecuado, pedir las cosas amablemente, y evitar inmiscuirse en la vida privada de los demás, es la forma más sencilla de vivir este valor en el trabajo.

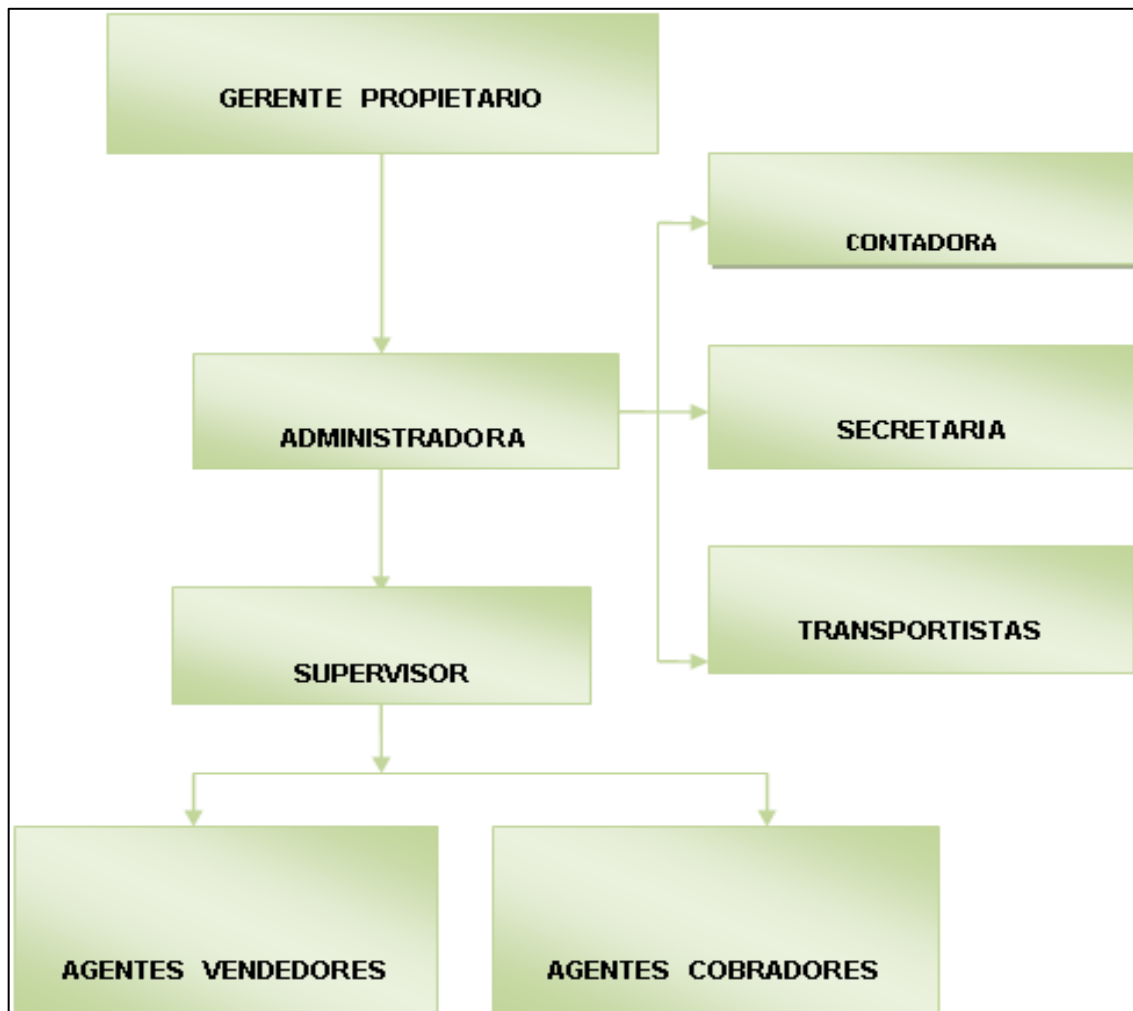
- **Comunicación:** Mantener una buena comunicación ayuda a desarrollar el desempeño de los procesos y mejora las relaciones con los clientes internos y externos.
- **Servicio:** Responder de manera oportuna a las necesidades de los clientes internos y externos, propiciando una relación continua y duradera
- **Credibilidad:** Responder siempre a las necesidades y expectativas de los clientes con la integridad y cumplimiento de promesas en las relaciones entre clientes internos y externos generando lealtad hacia la empresa.
- **Calidad:** Saber que el cliente es lo primero, por eso se debe lograr mantener las buenas relaciones brindando un excelente servicio.

4.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Dentro de este tema se definen las funciones que deben cumplir cada miembro de la empresa, así como también el proceso de toma de decisiones.

Una vez establecidas estas condiciones se definió la estructura operativa de la siguiente manera:

Ilustración #5: Organigrama



4.5 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

PUESTO: Gerente Propietario

NIVEL: Primero

MISIÓN DEL PUESTO

Es la persona, con plena capacidad jurídica, responsable por la planeación, organización, liderazgo y control de los recursos de la empresa:

- **Planeación:** incluye la definición de metas, establecimiento de estrategias y el desarrollo de planes para coordinar actividades.
- **Organización:** determina qué tareas han de realizarse, quién las efectuará, quien reporta a quien y dónde se tomarán las decisiones.
- **Liderazgo:** incluye la motivación de los colaboradores, seleccionar los canales de comunicación más eficaces y resolver conflictos.
- **Control:** seguimiento de las actividades para asegurarse de que se realicen de acuerdo a lo planeado y corregir cualquier desviación significativa.

PRINCIPALES FUNCIONES Y ACTIVIDADES

- **Planeación.** Es el punto de partida del proceso administrativo, incluye el establecimiento de objetivos y metas, y el diseño de estrategias para alcanzarlos. Los resultados de esta operación marcan el rumbo de la empresa: en esa dirección se encaminan los esfuerzos de sus miembros.
- **Organización.** Esta función operacionaliza y da sentido práctico a los planes establecidos. Abarca la conversión de objetivos en actividades concretas, la asignación de actividades y recursos a personas y grupos, el establecimiento de

mecanismos de coordinación y autoridad (arreglos estructurales) y la fijación de procedimientos para la toma de decisiones.

- **Dirección.** Es la activación, orientación y mantenimiento del esfuerzo humano para dar cumplimiento a los planes. Incluye la motivación de las personas para la realización de sus labores, la instauración de un liderazgo como guía, la coordinación de los esfuerzos individuales hacia el logro de objetivos comunes y el tratamiento de conflictos.
- **Control.** La función de control busca asegurar que los resultados obtenidos en un determinado momento se ajusten a las exigencias de los planes. Incluye monitoreo de actividades, comparación de resultados con metas propuestas, corrección de desviaciones y retroalimentación para redefinición de objetivos o estrategias, si fuera necesario.²
- Representar a la sociedad y administrar su patrimonio.
- Manejar los asuntos y operaciones de la empresa, tanto los externos como los concernientes a su actividad interna, y en particular, las operaciones técnica, financiera contable, y la vigilancia de los bienes.
- Definir metas, establecer estrategias, y desarrollar planes para coordinar las diferentes actividades de la empresa
- Determinar las tareas que han de realizarse, quién las efectuará, como se darán los reportes y dónde se tomarán las decisiones.
- Motivar a los colaboradores, seleccionar los canales de comunicación más eficaces y resolver conflictos.
- Realizar el seguimiento de las actividades para asegurarse de que se realicen de acuerdo a lo planeado y corregir cualquier desviación significativa.
- Cumplir y/o hacer cumplir las decisiones de la Junta Directiva.

² : <http://www.monografias.com/trabajos82/gerente-funciones/gerente-funciones2.shtml#ixzz3IUNJ0rAW>

PUESTO: Contador

NIVEL: Tercero

MISIÓN DEL PUESTO

La misión básica del contador es la elaboración de los estados contables de la empresa y consecución de los objetivos financieros.

Proteger el capital invertido, custodiando y sugiriendo en que invertir el capital monetario; mantener los sistemas de información adecuados para el control de los activos y operaciones.

PRINCIPALES FUNCIONES Y ACTIVIDADES:

- **Gestión administrativa**

1. Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica.
2. Verificar y depurar cuentas contables.
3. Examinar el valor de los inventarios de mercadería y efectuar ajustes respectivos.
4. Revisar reportes de ventas diarias y semanales comparativas con periodos anteriores.
5. Participar en reuniones de Gerencia Financiera, para el análisis de información.

- **Gestión operativa**

1. Confeccionar las declaraciones de impuestos de ventas.
2. Confeccionar las declaraciones de retención impuesto de renta.
3. Revisar las facturas de proveeduría para su contabilización.
4. Revisar correo electrónico y comunicaciones recibidas.
5. Revisar y firmar conciliaciones bancarias.
6. Revisar y preparar asiento de importación de mercadería.
7. Preparar asientos de consumo de bolsas de empaque y papel químico.
8. Preparar asientos de depósitos del Banco Uno.
9. Registrar asientos de diferencial cambiario de obligaciones bancarias.

10. Revisar y comparar gastos mensuales.
11. Preparar asientos por ajustes varios a la contabilidad, procurado el orden contable.
12. Revisar los movimientos de las inversiones transitorias.

PUESTO: Administrador

NIVEL: Segundo

MISIÓN DEL PUESTO

Es la persona encargada de planificar, organizar, dirigir y controlar la administración interna de la empresa.

Atender y brindar soluciones a conflictos y problemas laborales que se presentan.

El administrador participa en la elaboración de la política administrativa de la misma.

PRINCIPALES FUNCIONES Y ACTIVIDADES:

- **Planeación.** Es la fase en la cual se determina anticipadamente que es lo que se va a hacer, esto incluye el establecimiento de objetivos, programas, políticas y procedimientos.
- **Organización.** Es la etapa en la cual se fijan las funciones y las relaciones de autoridad y responsabilidad entre las diferentes personas de una empresa.
- **Dirección.** Esta fase del proceso de administración, hace referencia a la forma como se imparten las órdenes o instrucciones a las personas de la empresa y se explica qué es lo que debe hacerse.
- **Coordinación.** En el proceso administrativo debe existir coordinación o sea que haya una estrecha armonía entre los funcionarios de la empresa y las operaciones que ejecutan para que el desenvolvimiento del trabajo no tenga ningún obstáculo. Coordinar es armonizar todos los actos y esfuerzos.
- **Control.** Este proceso consiste en verificar si los resultados obtenidos son iguales o parecidos a los planes presentados, y permite básicamente avisar en forma oportuna si algo está fallando y además si resulta eficaz en el uso de los recursos.

- Planear y organizar los servicios administrativos y los servicios comunes.
- Establecer los procedimientos que han de seguirse para asegurar el buen funcionamiento de los servicios de información y comunicación entre los diferentes departamentos de la Empresa.
- Velar por la observancia y el cumplimiento de las obligaciones legales de la organización.
- Preparar informes de labores periódicamente.
- Negociar con los proveedores los diversos servicios comerciales.
- Distribuir las políticas y procedimientos nuevos o revisados de recursos humanos entre todos los empleados y mandos medios a través de boletines, juntas, memorandos y/o contacto personal.

PUESTO: Secretaria

NIVEL: Tercero

MISIÓN DEL PUESTO

La Secretaría se encarga de hacer cumplir las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para salvaguardar los bienes institucionales, verificar la exactitud de los datos contenidos en el registro contable, así como supervisar la correcta administración de los recursos financieros, humanos y materiales de la entidad, coadyuvando en todo momento al logro de los objetivos institucionales.

PRINCIPALES FUNCIONES Y ACTIVIDADES:

- **Gestión administrativa.**
 1. Preparar, tramitar, y controlar la documentación generada en la gerencia general.

2. Confección de cartas, escritos, informes, contratos, acuerdos, actas, informes, facturas, y documentos en general.
3. Convocar a sesiones o reuniones.
4. Velar por el ornato de las oficinas de los directivos y gerencia general.
5. Coordinar las labores, giras y gestión de cobro del cobrador.
6. Atender a proveedores y entregar las órdenes de compra.
7. Comunicar la participación a reuniones al departamento de compras, publicidad, gerencias varias e interesados.
8. Controlar presupuesto de Publicidad con la facturación de la Agencia de Publicidad.
9. Mantener discreción sobre los asuntos confidenciales de la empresa.
10. Evacuar las consultas que estén a su alcance.
11. Preparar los informes que se le soliciten.
12. Llevar controles administrativos vía expedientes, archivos, catálogos, computador u otros similares.
13. Colaborar con otras funciones afines.

- **Gestión operativa.**

1. Recibir, clasificar, tramitar y controlar la correspondencia y documentación diversa recibida, tanto interna como externa.
2. Atención telefónica de acuerdo a las normas de cortesía establecidas y dar el debido curso
3. Recoger y canalizar los mensajes dirigidos al personal de la dependencia o enviados por este.
4. Enviar comunicaciones internas y documentos relacionados a los diferentes departamentos administrativos.
5. Solicitar y mantener suministros de cafetería.
6. Realizar envíos de encomiendas.
7. Receptar los periódicos y distribuir.
8. Enviar comunicaciones vía fax, correo electrónico y apartado postal a empresas e identidades.

PUESTO: Supervisor

NIVEL: Tercero

MISIÓN DEL PUESTO

El supervisor es el nexo que existe entre la Administración y el equipo de agentes vendedores/cobradores. Debe ser el que toma a su cargo las directrices comerciales y las hace ejecutar por su equipo. Asimismo, controla que su equipo trabaje correcta y eficientemente. El supervisor debe informar a su superior inmediato todo lo acontecido en su sector, aportar ideas para mejorar su actividad, y tratar de que se venda más y mejor. Debe escuchar a sus agentes vendedores/cobradores así mismo evaluar sus iniciativas o sus observaciones para saber transmitirla a la administración.

PRINCIPALES FUNCIONES Y ACTIVIDADES.

- **Proyectar:** Se debe programar o planificar el trabajo del día, establecer la prioridad y el orden, tomando en cuenta los recursos y el tiempo para hacerlo, de igual forma el grado de efectividad de sus colaboradores, así como la forma de desarrollar dicho trabajo dentro de su departamento. Proyectar en el corto, mediano y largo plazo. es uno de los pilares fundamentales para el éxito de cualquier supervisor.
- **Dirigir:** Esta función comprende la delegación de autoridad y la toma de decisiones, lo que implica que el supervisor debe empezar las buenas relaciones humanas, procurando que sus instrucciones claras, específicas, concisas y completas, sin olvidar el nivel general de habilidad de sus colaboradores.
- **Desarrollar:** Esta función le impone al supervisor la responsabilidad de mejorar constantemente a su personal, desarrollando sus aptitudes en el trabajo, estudiando y analizando métodos de trabajo y elaborando planes de adiestramiento para el personal nuevo y antiguo, así elevará los niveles de eficiencia de sus colaboradores,

motivará hacia el trabajo, aumentará la satisfacción laboral y se logrará un trabajo de alta calidad y productividad.

- **Controlar:** Significa crear conciencia en sus colaboradores para que sea cada uno de ellos los propios controladores de su gestión, actuando luego el supervisor como conciliador de todos los objetivos planteados. Supervisar implica controlar. El supervisor debe evaluar constantemente para detectar en qué grado los planes se están obteniendo por él o por la dirección de la empresa.³
- Preparar los Pronósticos de Ventas
- Preparar los Pronósticos de Gastos
- Buscar y elegir otros Canales de Distribución y Venta.
- Investigar, sugerir y elaborar planes promocionales: regalos, ofertas, canjes, descuentos, bonificaciones, etc.
- Capacitarse y buscar asesoramiento en tareas específicas
- Analizar y organizar los tiempos y movimientos de las rutas y zonas de venta
- Analizar o estudiar y obtener las rutas de venta convenientes y asignar el número exacto de vendedores
- Crear programas de capacitación y adoctrinamiento para toda la fuerza de ventas.

PUESTO: Transportistas

NIVEL: Tercero

MISIÓN DEL PUESTO

El La persona encargada de transportar la mercadería desde el almacén hasta las diferentes rutas de trabajo, cumpliendo de manera eficiente todas sus funciones. Debe ser chofer profesional.

³ <http://www.monografias.com/trabajos17/supervision/supervision.shtml#ixzz3lUgDKoBO>

PRINCIPALES FUNCIONES Y ACTIVIDADES.

- Guiar y asistir con fletes y los costos de trasportación dentro y fuera de la ciudad.
- Proporciona una lista detallada de los costos de transporte de mercadería.
- Consolidar los envíos de diferentes proveedores.
- Proporcionar un cargador con la documentación requerida para las entregas.
- Documentos de envío y procedimientos de certificación y legalización cuando sea necesario.
- Distribuir documentos a las partes necesarias de la transacción: bancos, oficinas, compradores, proveedores, etc.
- Proporciona instalaciones para el almacenamiento de la mercadería
- Proporciona información sobre materiales peligrosos, si es necesario.
- Proporciona otros servicios especializados, si es necesario.
- Transporta la mercadería
- Lleva el carro a mantenimiento

PUESTO: Agentes cobradores y Vendedores.

NIVEL: Cuarto

MISIÓN DEL PUESTO

Es aquella persona que se dedica o está implicada en la venta y cobranzas de productos o servicios, por lo que su principal función consiste en ofrecerlos adecuadamente para poder traspasar su propiedad a los compradores a cambio de un precio establecido.

PRINCIPALES FUNCIONES Y ACTIVIDADES.

- **Gestión operativa**

1. Mantener la sección asignada limpia y ordenada.
2. Comunicar al Supervisor de Ventas y al comprador respectivo la falta de alguna mercadería con el fin de velar por el adecuado surtido de su sección.
3. Revisar que la mercadería esté correctamente etiquetada.
4. Colaborar en actividades de traspaso, pedidos, devoluciones y cambios de mercaderías.
5. Controlar el orden, aseo y la adecuada utilización de los probadores por parte de los clientes.
6. Cooperar activamente con la seguridad y vigilancia de los activos de la empresa.
7. Volver a ubicar la mercadería que se le mostró al cliente y que éste decidió no llevar.
8. Participar en la toma física de inventarios periódicos.
9. Ayudar en el Centro de Distribución de la Empresa, en épocas en las que éste reciba mercadería en gran cantidad, mediante labores auxiliares de apoyo (seleccionando, marcando y alistando mercadería para las tiendas, etc.) a solicitud del Gerente de Tienda.
10. Ejecutar cualquier otra labor afín sugerida por su supervisor inmediato.

- **Gestión comercial**

1. Dar la bienvenida al cliente y saludarlo de acuerdo a las normas establecidas.
2. Brindar plena satisfacción en el servicio y atención a los clientes, logrando en ellos lealtad y preferencia.
3. Orientar al cliente en su decisión de compra y en la ubicación de la mercadería, mostrando los artículos detalladamente cuando éste lo solicite.
4. Recomendar y/o sugerir al cliente la compra de mercadería complementaria o adicional.
5. Actuar con iniciativa ante exigencias o detalles de nuestros clientes, logrando su satisfacción.

6. Involucrarse activamente en labores de exhibición y reacomodo de mercaderías en el piso de ventas, con el fin de llamar la atención de nuestros clientes y lograr ventas.
7. Mantener el acomodo y adecuada presentación visual de la mercadería en los muebles, percheros, estantes, paredes, urnas, maniquís, cajones, mesas, etc.

CAPITULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

5.1.1 Requerimientos del proyecto

REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO CRÉDITOS " MI BAHÍA "

Tabla # 4 VEHÍCULOS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Camión	35.000,00	35.000,00
			-
			-
	TOTAL VEHÍCULOS		35.000,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 5 EDIFICIO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Edificio		110.000,00
	TOTAL EDIFICIO		110.000,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 6 MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Camión	70,00	70,00
1	Motos	30,00	30,00
1	Motos tipo paseo	30,00	30,00
	TOTAL MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS		130,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 7 MANTENIMIENTOS DE EQUIPOS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
----------	-------------	----------------	-------

3	Mantenimientos de equipos	25,00	75,00
	TOTAL MANTENIMIENTOS DE EQUIPOS		75,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 8 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Computador Marca HP disco duro 500gb	553,57	553,57
1	Cam. genius vid. conf. face 3000 3m	35,00	35,00
1	Reguladores para pc.	57,00	57,00
1	Impresora multifunción 3x1.	250,00	250,00
	TOTAL EQUIPOS DE COMPUTOS		895,57

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 9 EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Telefax Panasonic Kx Fp205 Papel Bond	225,00	225,00
			-
1	Cámara fotográfica de 7.2 Mp. Panasonic Lumix Dmc-ls70	150,00	150,00
0		0,00	-
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		375,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 10 MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Escritorio Secretarial en L lateral con cajones	250,00	250,00
1	Silla giratoria con apoya brazo color negro	90,00	90,00
4	Sillas color negro	35,00	140,00
3	Archivadores de oficina con 3 cajones c/u	80,00	240,00
			-
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		720,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 11 MAQUINARIAS Y EQUIPOS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Cocina Global 4Q Española	225,00	225,00
1	Cafetera West Bend De 55 Tazas	55,00	55,00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		280,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 12 SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
2	Escobas	2,50	5,00
3	Trapeadores	3,50	10,50
2	Recogedor de basura	2,50	5,00
2	Tachos de basura	5,00	10,00
10	Paquetes de fundas para la basura Jumbo	2,50	25,00
5	Paquetes de papel higiénico x 6	1,50	7,50
3	Galones de Cloro	3,50	10,50
3	Galones de Ambientales	6,75	20,25
12	Franelas	1,20	14,40
12	Toallas de limpieza	1,00	12,00
	TOTAL SUMINISTROS DE LIMPIEZA		120,15

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 13 SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
3	Resmas A 4 (500 unidades)	4,50	13,50
6	Tinta colores y BN	40,00	240,00
1	Flash memory de 8 Gb.	17,50	17,50
1	Calculadora de mesa cassio	21,00	21,00
5	Calculadoras de bolsillo	3,50	17,50
3	Cajas de esferos	2,40	7,20
3	Caja de lápices	2,00	6,00
2	Grapadoras	2,90	5,80
2	Perforadoras	1,99	3,98
25	Cintas de embalaje	0,75	18,75
6	Carpetas de Cartón	0,20	1,20
6	Carpetas Archivador	2,50	15,00
3	Cuaderno Espirales 100 hojas	0,99	2,97
2	Cuadernos Order Book	1,60	3,20
5	Cajas de clips	0,25	1,25
5	Cajas de Grapas	0,50	2,50
3	Correctores	1,50	4,50
1	Funda de stickers	0,50	0,50
3	Block de letras de cambio	0,75	2,25
300	Kardex	0,05	15,00
100	Reciberas de cobro	0,75	75,00
3	Block de Solicitud de Crédito	5,00	15,00
4	Factureros	8,00	32,00

1	Block de Guías de Remisión	8,00	8,00
1	Block de Retenciones	8,00	8,00
100	Títulos de Propiedad	0,10	10,00
1	Block de papel carbón	6,50	6,50
	TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA		554,10

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 14 UNIFORMES

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
30	Camisetas	8,00	240,00
	TOTAL UNIFORMES		240,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 15 PERMISOS Y PATENTES

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Gastos por Trámites	20,00	20,00
1	Permisos municipales, Direc.Salud, Bomberos y otros	575,00	575,00
	TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN		595,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 16 MERCADERÍA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Mercadería	16.687,50	16.687,56
	TOTAL MATERIA PRIMA		16.687,56

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

	TOTAL INVERSIÓN FIJA		165.672,38

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 17 CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	INVERSIÓN 3 MESES
Mercadería	16.687,56	50.062,68
Sueldos	2.855,54	8.566,63
Servicios Básicos	48,70	146,10
Publicidad	50,00	150,00
Teléfono	25,00	75,00
Internet	25,00	75,00
Scanner y Seguridad	30,00	90,00
Suministro/Materiales de oficina	184,70	554,10
Suministros de limpieza	40,05	120,15
Uniformes	80,00	240,00
Tropicable	20,00	60,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	20.046,55	60.139,66

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 18 PRESUPUESTOS DE VENTAS

PRESUPUESTOS DE VENTAS		
VENTAS	MENSUAL	ANUAL
Electrodomésticos	28450,00	341400,00
Muebles	7800,00	93600,00
TOTAL	36250,00	435000,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 19 PRESUPUESTO DE COMPRAS

PRESUPUESTOS DE COMPRAS		
COMPRAS	MENSUAL	ANUAL
Electrodomésticos	12262,50	147150,00
Muebles	4425,00	53100,00
TOTAL	16687,50	200250,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

Tabla # 20 RESUMEN DE DEPRECIACIÓN

RESUMEN DE DEPRECIACIONES					
NOMBRE DEL ACTIVO	Vida útil	Costo del activo	Depreciación mensual	Depreciación anual	Valor de salvamento
Edificio	20	110.000,00	435,42	5.225,00	5.500,00
Equipo de computación	3	895,57	22,39	268,67	89,56
Muebles y enseres	10	720,00	5,40	64,80	72,00
Equipos de oficina	10	375,00	2,81	33,75	37,50
Vehículos	5	35.000,00	525,00	6.300,00	3.500,00
Maquinaria y equipos	10	280,00	2,10	25,20	28,00
TOTAL		147.270,57	993,12	11.917,42	9.227,06

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

TABLA # 21 RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL

RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL		
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN POR REALIZAR	INVERSIÓN REALIZADA
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		
Vehículos	35.000,00	25.000,00
Equipos de Computación	895,57	-
Equipos de Oficina	375,00	1.395,00
Edificio	110.000,00	-
Muebles y Enseres	720,00	120,00
Maquinarias y Equipos	280,00	18,00
Mantenimientos de Equipos	75,00	75,00
Mantenimiento de Vehículos	130,00	130,00
Total de Inversión Fija	147.475,57	26.738,00
Capital de Trabajo	60.139,66	88.464,73
Permisos y Patentes	595,00	595,00
SUBTOTAL	208.210,23	115.797,73
imprevistos 2 %	4.164,20	2.315,95
TOTAL DE INVERSIÓN	212.374,43	118.113,68

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

ANALISIS: Al ser un proyecto de expansión se divide la inversión total en: inversión realizada y la inversión por realizar, este último valor será el que se necesite financieramente ya que se cuenta con la inversión realizada.

TABLA #22 COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN MENSUALES

COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN MENSUALES		
MATERIALES DIRECTOS	MENSUAL	ANUAL
COSTOS VARIABLES		
Mercadería (Electrodomésticos)	12.262,5	147.150,00
Mercadería (Muebles)	4.425,0	53.100,00
SUBTOTAL	16.687,50	200.250,00
MANO DE OBRA DIRECTA		
Agentes Cobradores	1.142,22	13.706,60
Agentes Vendedores	1.142,22	13.706,60
Transportista	571,11	6.853,30
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	2855,54	34.266,50
TOTAL COSTOS VARIABLES	19543,04	234.516,50
COSTOS GENERALES DE COMERCIALIZACIÓN		
Servicios básicos	48,70	584,40
Teléfono	25,00	300,00
Internet	25,00	300,00
TOTAL COSTOS GENERALES DE COMERCIALIZACIÓN	98,70	1184,40
TOTAL COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	19.641,74	235.700,90

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

TABLA # 23 RESUMEN DE GASTOS MENSUALES

RESUMEN DE GASTOS MENSUALES		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
SUELDOS Y REMUNERACIONES	2.855,54	34.266,50
SERVICIOS BÁSICOS	48,70	584,40
TELÉFONO	25,00	300,00
PUBLICIDAD	50,00	600,00
MANTENIMIENTOS DE EQUIPOS	75,00	900,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	40,05	480,60
SUMINISTROS DE OFICINA	184,70	2.216,40
SCANNER Y SEGURIDAD	30,00	360,00
DIRECTV	20,00	240,00
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	993,12	11.917,42
PERMISOS Y PATENTES	595,00	595,00
TOTAL DE GASTOS	4.917,11	52.460,32

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

5.2 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

CRÉDITOS "MI BAHÍA"
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE ENERO DEL 2014

ACTIVO		PASIVO		%
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES		
Bancos	64.354,61	Cuentas por pagar	18.733,64	6,14
Inventario de Mercadería	80.000,00	Acreedores Varios	5.653,36	1,85
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	144.354,61	Remuneraciones por pagar	68.125,42	22,34
ACTIVOS FIJOS				
Edificio	110.000,00			
Muebles y Enseres	720,00	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	92.512,4210	
Equipo de oficina	375,00			
Mantenimientos de Equipos	75,00			
Equipo de Computación	895,57			
Suministros de oficina	554,10			
Maquinaria y equipos	280,00			
Suministros de limpieza	120,15			
Vehículos	35.000,00			
Depreciaciones Activos	11.917,42			
TOTAL ACTIVOS FIJOS	159.937,24	PATRIMONIO		
OTROS ACTIVOS		Aporte de Socios	212.374,43	69,657
Permisos y patentes	595,00			
TOTAL OTROS ACTIVOS	595,00			
TOTAL ACTIVO	304.886,85	PASIVO MAS PATRIMONIO	304.886,85	100,00

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

**CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL FUNCIONAMIENTO
DEL ALMACEN CÁLCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO**

TABLA# 24

CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL ALMACEN CÁLCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO						
DESCRIPCIÓN	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos Administrativos	2.821,58		2.821,58	33.858,92		33.858,92
Sueldos Operativos	2.855,54		2.855,54	34.266,50		34.266,50
Energía Eléctrica	35,42		35,42	425,04		425,04
Agua Potable	10,80		10,80	129,60		129,60
Teléfono	25,00		25,00	300,00		300,00
Servicio de Internet	25,00		25,00	300,00		300,00
Suministros de limpieza	40,05		40,05	480,60		480,60
Materiales/Suministros de Oficina	184,70		184,70	2.216,40		2.216,40
Tv cable	20,00		20,00	240,00		240,00
Depreciación de Activos Fijos	993,12		993,12	11.917,42		11.917,42
Mercadería		16.687,50	16.687,50	-	200.250,00	200.250,00
TOTAL	7.011,21	16.687,50	23.698,71	84.134,48	200.250,00	284.384,48

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

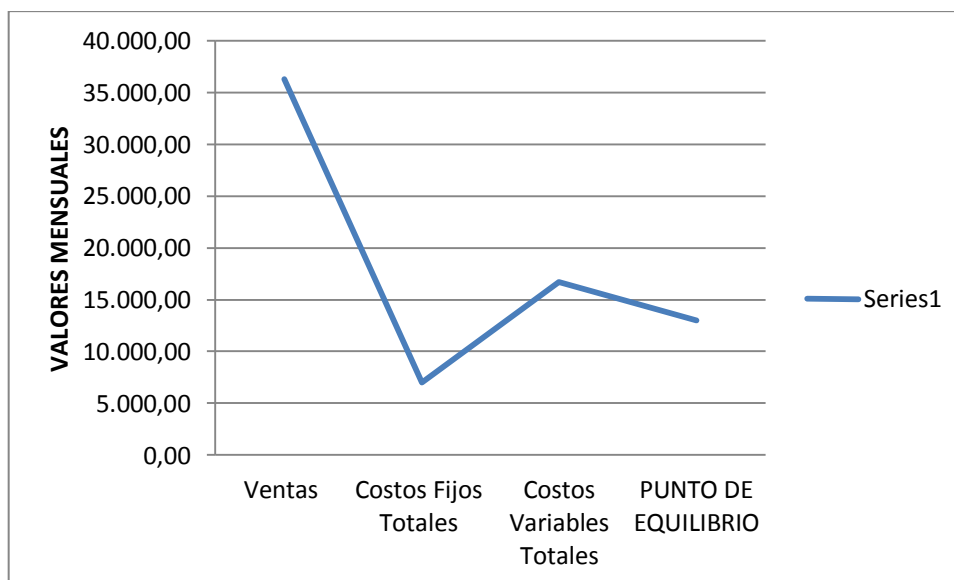
Tabla # 25 CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO		
VARIABLE	MENSUAL	ANUAL
Ventas	36.250,00	435.000,00
Costos Fijos Totales	7.011,21	84.134,48
Costos Variables Totales	16.687,50	200.250,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	12.992,01	155.904,15

Fuente: Almacén CRÉDITOS MI BAHÍA

ANALISIS: El punto de equilibrio del proyecto es 12.992,01 es decir que no se pueden tener ingresos menores a esta cantidad mensual y que la diferencia de todo valor superior será ganancia.

PUNTO DE EQUILIBRIO



5.3 TABLA # 24 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

INVERSIÓN INICIAL		212.374,43		TASA MENOR DEL PROYECTO	TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE	
TASA PASIVA REFERENCIAL		4,53%			0,0817	0,1817
TASA ACTIVA REFERENCIAL		8,17%		0,0817		0,1817
VIDA ÚTIL PROYECTO		5			FLUJO PRESENTE NETO	0,1
VIDA ÚTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD			FACTOR TASA DE INCERTIDUMBRE
0	212.374,43			212.374,43		
1	121.982,16	0,0817000	0,9244707	112.768,93	0,8462	103.225,99
2	115.943,52	0,0817000	0,8546462	99.090,69	0,7161	83.029,42
3	110.032,95	0,0817000	0,7900954	86.936,53	0,6060	66.680,84
4	91.709,81	0,0817000	0,7304200	66.986,68	0,5128	47.031,28
5	94.006,17	0,0817000	0,6752520	63.477,85	0,4340	40.796,25
						-
	533.674,61			429.260,68		340.763,78
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO			429.260,68		340.763,78	
INVERSION INICIAL			212.374,43		212.374,43	
VAN			216.886,25			
PRC			1,99			
TIR			36,16%			
R.C.B.				2,51		2,02
RENTABILIDAD SIMPLE				50,26		

ANALISIS: En esta tabla se determina los indicadores financieros que nos muestran que el proyecto es factible y que tiene un periodo corto de recuperación del capital invertido.

CAPITULO VI

6 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para determinar los niveles de impactos se utilizara una fórmula matemática que ayudara a poder medir los impactos por cada indicador, se debe sumar los niveles de impactos de los indicadores que se consideren por el número de indicadores.

TABLA # 26 TABLA DE INTERPRETACIÓN DE IMPACTOS

NIVEL DE IMPACTO	INTERPRETACIÓN
-3	ALTO NEGATIVO
-2	MEDIO POSITIVO
-1	BAJO NEGATIVO
0	NO HAY IMPACTO
1	BAJO POSITIVO
2	MEDIO POSITIVO
3	ALTO POSITIVO

6.1 IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

Tabla # 27 IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

PONDERACIÓN		-1	-2	-3	0	1	2	3
INDICADOR								
1	SERVICIO DE CALIDAD							X
2	FUENTE DE EMPLEO					X		
3	PRECIO							X
	TOTAL					1	0	6

Elaborado por: el Autor

NIVEL DE IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO = 2.33

ANÁLISIS

El nivel de impacto fue de 2.33, es decir medio positivo, ya que los beneficios económicos que brindara la realización de este proyecto será principalmente la creación de plazas de empleo tanto para el área de ventas como para la comercialización de los productos, todo esto conlleva a la mejora local del cantón.

El impacto social también será positivo debido a que el tener la facilidad de adquirir un mueble mejorara la calidad de vida de los habitantes del cantón de Atacames; también se creara una cultura de crédito lo cual es importante para la credibilidad de los clientes frente a las diferentes empresas que les brindan esta opción.

6.2 IMPACTO TECNOLÓGICO

Tabla# 28 IMPACTO TECNOLÓGICO

PONDERACIÓN		-1	-2	-3	0	1	2	3
INDICADOR								
1	IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS FINANCIEROS							X
2	FACILIDAD DE COMUNICACIÓN							X
3	MAYOR DESARROLLO							X
	TOTAL					0	0	9

Elaborado por: el Autor

NIVEL DE IMPACTO TECNOLÓGICO = 3

ANÁLISIS

En el caso de nivel de impacto tecnológico, se tuvo como resultado 3 que es un indicador alto positivo, ya que a través de la implementación de la tecnología se permite agilizar los procedimientos así como también la comunicación con los proveedores y clientes.

Para el cliente interno es un gran beneficio contar con esta herramienta al momento de realizar su trabajo porque obtiene de manera ágil y oportuna la información necesaria para la comercialización de los productos.

CAPITULO VII

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- Al identificar las empresas de la zona que comercializan electrodomésticos se llegó a la conclusión que ninguna de ellas incluye en sus líneas de productos, muebles y otras empresas que comercializan muebles únicamente lo hacen en sus establecimientos.
- Por medio de un estudio de mercado se pudo verificar que es procedente la ampliación de La empresa Créditos “Mi Bahía”, al incorporar la línea de muebles para hogar y oficina, con recorridos periódicos y venta bajo la modalidad de crédito lograra ser la comercializadora más completa de la zona, con las diversas facilidades para sus clientes.
- Tomando en cuenta los problemas existentes en el mercado es necesario el diseño de una propuesta de mercadeo que permita poner en práctica la expansión de Créditos MI BAHÍA.

7.2 RECOMENDACIONES

- Para identificar las empresas de la zona que comercializan electrodomésticos es necesario que se tome en cuenta un estudio de mercado que permita mejorar en servicios y productos.
- Para aplicar la ampliación de Créditos “Mi Bahía” como empresa, es importante que se incorpore la línea de muebles para hogar y oficina, con recorridos periódicos y venta bajo la modalidad de crédito lograra ser la comercializadora más completa de la zona, con las diversas facilidades para sus clientes.
- Realizar los trámites pertinentes para realizar la expansión de la Empresa Créditos “Mi Bahía” que le permita posicionarse de manera permanente en el mercado. Y sabiendo lo vertiginoso del mercado preparar la propuesta de mercadeo del producto en toda la zona.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

1. BACA-URBINA, G. (1997). Evaluación de proyectos. McGraw Hill, México.
2. BACA-URBINA, G. (1999) Ingeniería Económica. McGraw Hill. México.
3. BEAUFOND, R.E. (1976. Administración y control de cuentas por cobrar. Escuela de Administración y Contaduría pública.
4. BEAUFOND, R.E; MARTINEZ, J.J. (2001) Fundamentos de gerencia de Riesgo. CODILCA. Ciudad Guayana / Isla de Margarita, Venezuela.
5. BIERMAN, H. (1983) Administración Financiera e Inflación. C.E.C.S.A.
6. BIERMAN, H. (1983) Planeación Financiera Estratégica. C.E.C.S.A.
7. BLOCH, A. (1991) Ley de Murphy I. Edit. Diana. México
8. BOEDO-CURRAS, M (1996) El ajuste por inflación según el impuesto sobre la renta al alcance de todos. Librería Destino. Caracas – Venezuela.
9. BOLTEN, S.(1992) Administración Financiera. Ed. Ciencia y Técnica, C.A.
10. BREALEY & MYERS. (1988) Principios de finanzas corporativas. McGraw Hill.
11. CHIAVENATO, I. Administración de Recursos Humanos. McGraw Hill.
12. CLANCY, K & SHULMAN, S. (1994) Mitos del marketing que están matando a los negocios. McGraw Hill. México.
13. COHAN, P. (2000) El negocio está en Internet. Prentice Hall. México.
14. DAVID, F. (1991) La gerencia estratégica. Edit. Legis. Colombia.
15. DE GARMO, P & CANADA, J. (1981) Ingeniería económica. C.E.C.S.A. México.
16. DONNELLY, GIBSON & IVANCEVICH. Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas. McGraw Hill. México.
17. ETTINGER, R. P. y GOLIEB, D. E. (1971) Crédito y Cobranzas. México, Edit. Continental S.A...
18. HOFER & SCHENDEL (1985). Planeación estratégica: Conceptos analíticos. Edit. Norma. Colombia.

19. HOLMES, A. W.; MAYNARD, G; EDWARDS, J. D;. & MEIER, R. A.,(1972) Contabilidad Básica. México, Edit. Continental S.A.
20. HUNT, P.; WILLIAMS C;. DONALDSON, G., (1972) Financiación Básica de los Negocios. México. UTEHA.
21. IESA (1998) Gerencia de Riesgo. IESA, (1991) Caracas, Venezuela.
22. ISHIKAWA, K (1993) ¿Qué es el control total de calidad? Edit. Norma. Colombia.
23. JOHNSON, R. W. (1978). Administración Financiera. C.E.C.S.A. México,
24. JURGENSEN, E., Análisis Financiero. (1975) Manual de Instrucciones. Florida International University, Miami, Enero.
25. MANGANELLI & KLEIN (1996) Cómo hacer reingeniería. Edit. Norma. Colombia.
26. MINTZBERG & QUINN (1993) El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos. Prentice Hall Hispanoamericana. México.
27. PERRY K.. W., (1973) Introducción a la Contabilidad. McGraw Hill, Colombia,
28. PORTER, M. (1993). Estrategia competitiva. CECSA, México.
29. ROSENBERG, J. M.(1989) Diccionario de administración y finanzas. Biblioteca Máster Centrum.
30. SALLENAVE, J.P.(1997) Gerencia y planificación estratégica. Edit. Norma, Colombia.

ANEXOS

ANEXOS # 1 ENCUESTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS



El objeto de la presente encuesta es para recoger información del mercado para la posterior expansión de la empresa Créditos “Mi Bahía” en el Cantón Atacames. Su respuesta atribuirá a la comercialización de productos de calidad por lo que solicito contestar acertadamente el siguiente cuestionario:

1. ¿Está interesado en renovar o adquirir muebles para su hogar?

SI

NO

2. ¿Si su respuesta fue positiva, indique cuál de las siguientes opciones tiene?

Juego de comedor

Peinadora

Juego de sala

Modular

Ropero

Otros

3.-Si tuviera la oportunidad de adquirir un mueble para su hogar cual preferiría?

Juego de comedor

Peinadora

Juego de sala

Modular

Ropero

Otros

4.-¿Si usted va a comprar un mueble, que madera preferiría para su elaboración?

5.- ¿Cuál es el material de preferencia para sus muebles?

Madera

Metal

6.- Que modalidad de pago prefiere:

Contado

Crédito

7.- ¿De ser crédito qué plazo prefiere?

1-3 meses

7-9 meses

4-6 meses

10-12 meses

8.- Al momento de pagar su producto le gustaría?

Efectivo

Tarjeta

Cheque

Otros

9.- ¿Cuáles son sus fuentes de ingresos?

10.- ¿Cree necesario contar con un almacén dentro del cantón que brinde variedad de productos para su hogar?

SI

NO

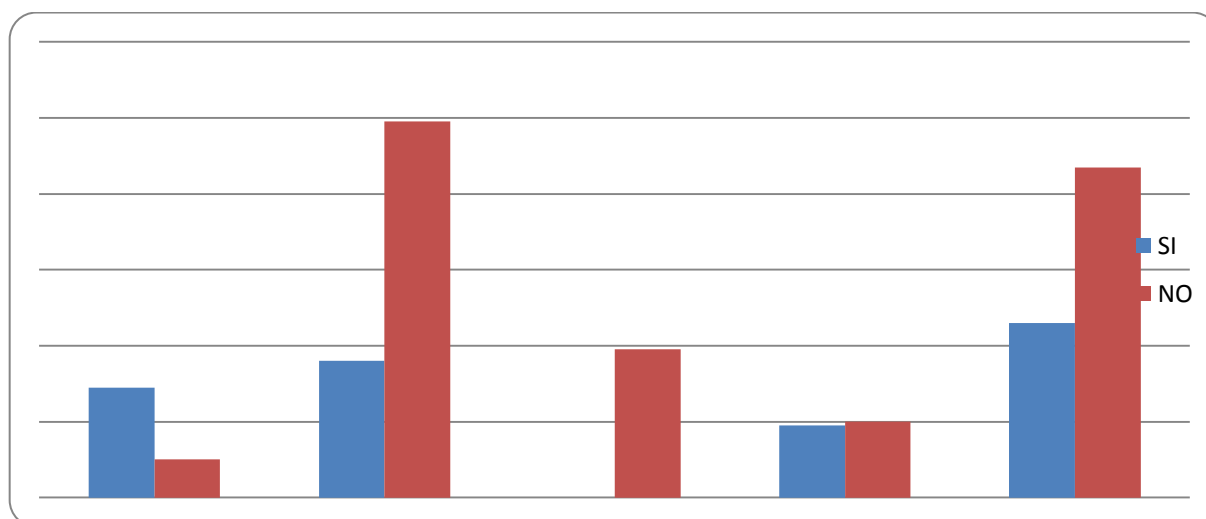
Sin importancia

ANEXOS # 2 ANÁLISIS ESTADÍSTICO

TABLA #29

1. ¿Está usted conforme con los muebles de hogar que actualmente posee?

Pregunta# 1	TONSUPA	ATACAMES	SÚA	TONCHIGUE	MUISNE	TOTAL
SI	29	36	0	19	46	135
NO	10	99	39	20	87	250
TOTAL	39	135	39	39	133	385

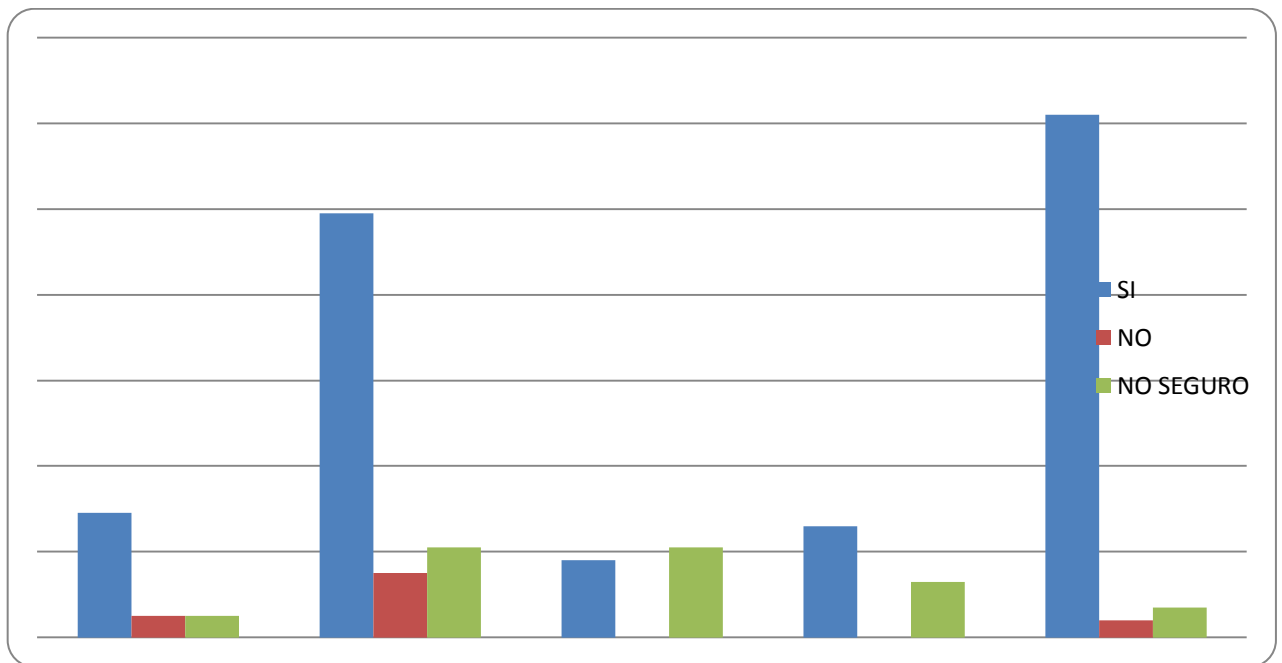


Mediante las encuestas se puede determinar que en su mayoría no se encuentran satisfechos con los muebles que poseen aclarando que aquellos que contestaron si estarlo es debido a que sus muebles son nuevos en la mayoría de los casos.

TABLA # 30

3. ¿Estaría usted interesado en adquirir o renovar alguno de sus muebles de hogar?

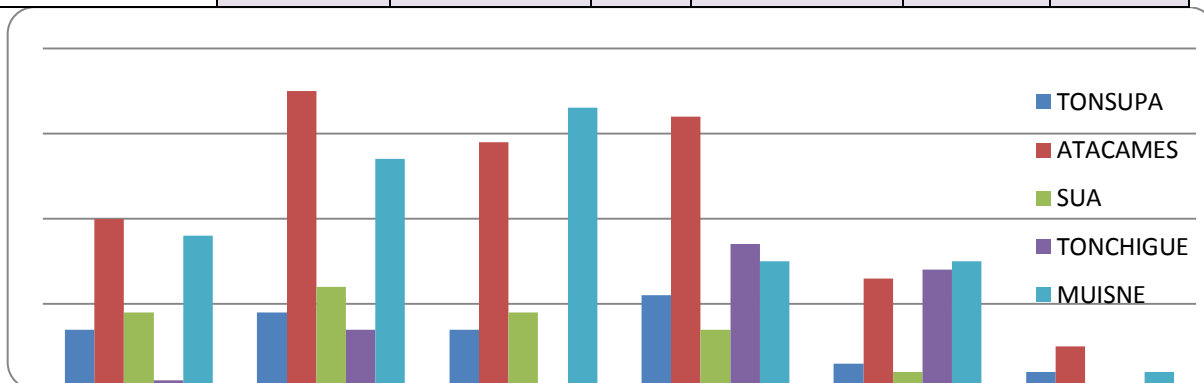
Pregunta# 1	TONSUPA	ATACAMES	SÚA	TONCHIGUE	MUISNE	TOTAL
SI	29	99	18	26	122	294
NO	5	15	0	0	4	24
NO SEGURO	5	21	21	13	7	67
TOTAL	39	135	39	39	133	385



Al consultar sobre si desearían adquirir o renovar sus muebles la mayoría de encuestados contestaron afirmativamente, alegando que siempre es hay algo que renovar en cuanto a muebles se refiere.

TABLA # 315. ¿Cuál de las siguientes opciones de mueble de hogar le gustaría?

Pregunta# 1	TONSUPA	ATACAMES	SÚA	TONCHIGUE	MUISNE	TOTAL
Juego de Comedor	7	20	9	1	18	55
Juego de sala	9	35	12	7	27	90
Juego de dormitorio	7	29	9		33	78
Modular	11	32	7	17	15	82
Ropero	3	13	2	14	15	47
Otros	2	5	0	0	2	9
TOTAL	39	134	39	39	110	361

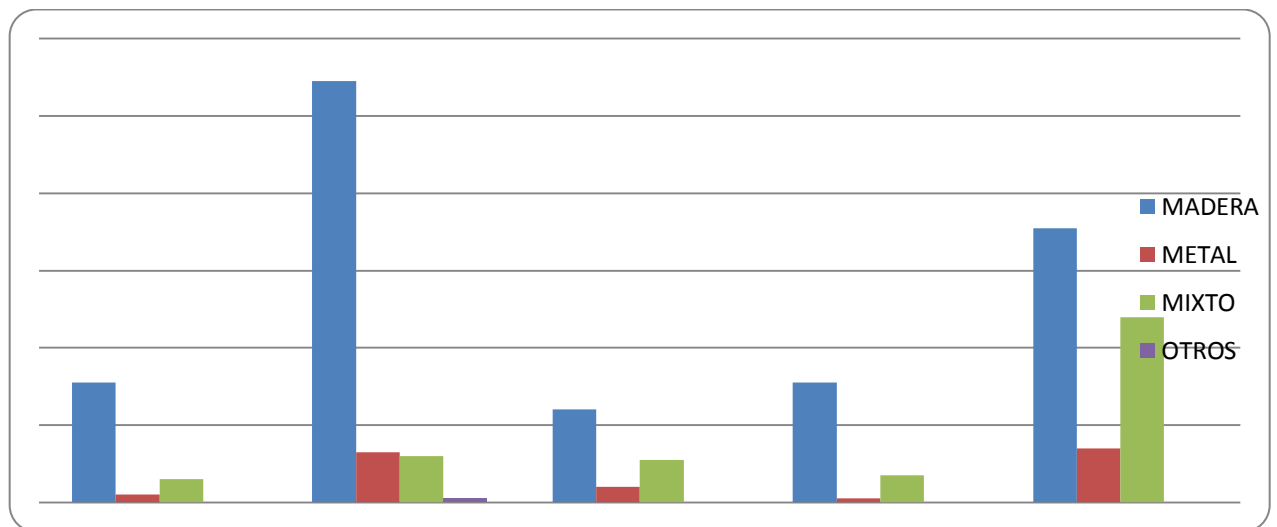


Entre las opciones que le gustaría adquirir a la gente encontramos: juego de sala y modulares siendo estos en la actualidad los más comercializados según la experiencia que se tiene en pedidos anteriores

TABLA # 32

7. ¿Si decidiera comprar muebles, ¿Cuál de los siguientes materiales le gustaría para su fabricación?

Pregunta# 1	TONSUPA	ATACAMES	SÚA	TONCHIGUE	MUISNE	TOTAL
MADERA	31	109	24	31	71	266
METAL	2	13	4	1	14	34
MIXTO	6	12	11	7	48	84
OTROS		1	0	0	0	1
TOTAL	39	135	39	39	133	385

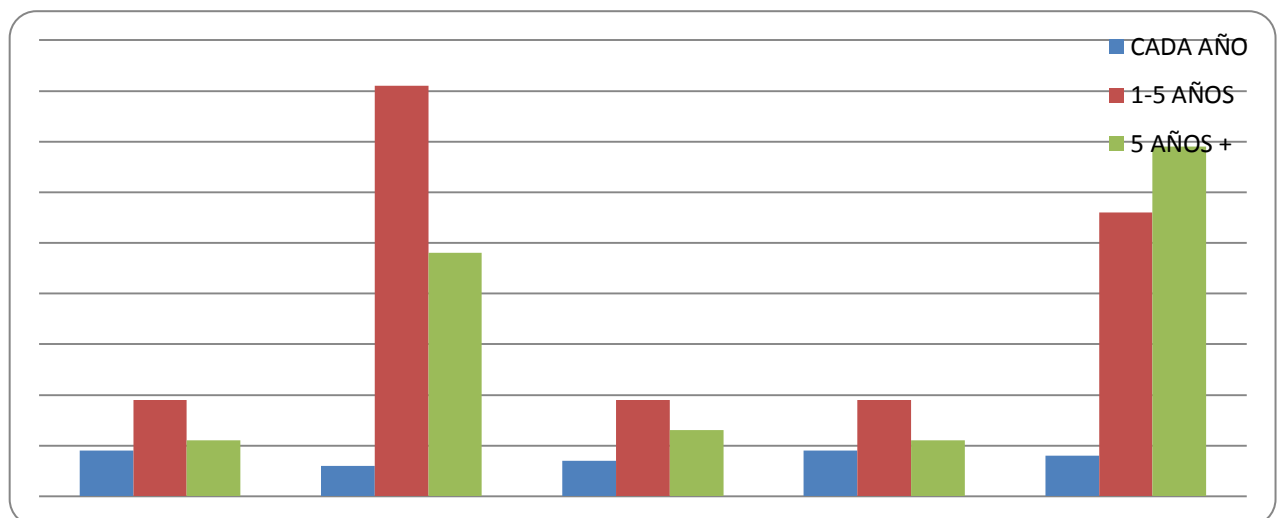


La mayoría de los encuestados para la elaboración de sus muebles optan por lo tradicional en cuanto a materia prima se refiere y eligieron la opción de la madera al momento de su elaboración sin embargo también hubieron personas que consideraron otros materiales aunque en menor escala.

TABLA # 33

8. ¿Con que frecuencia adquiere o renueva sus muebles?

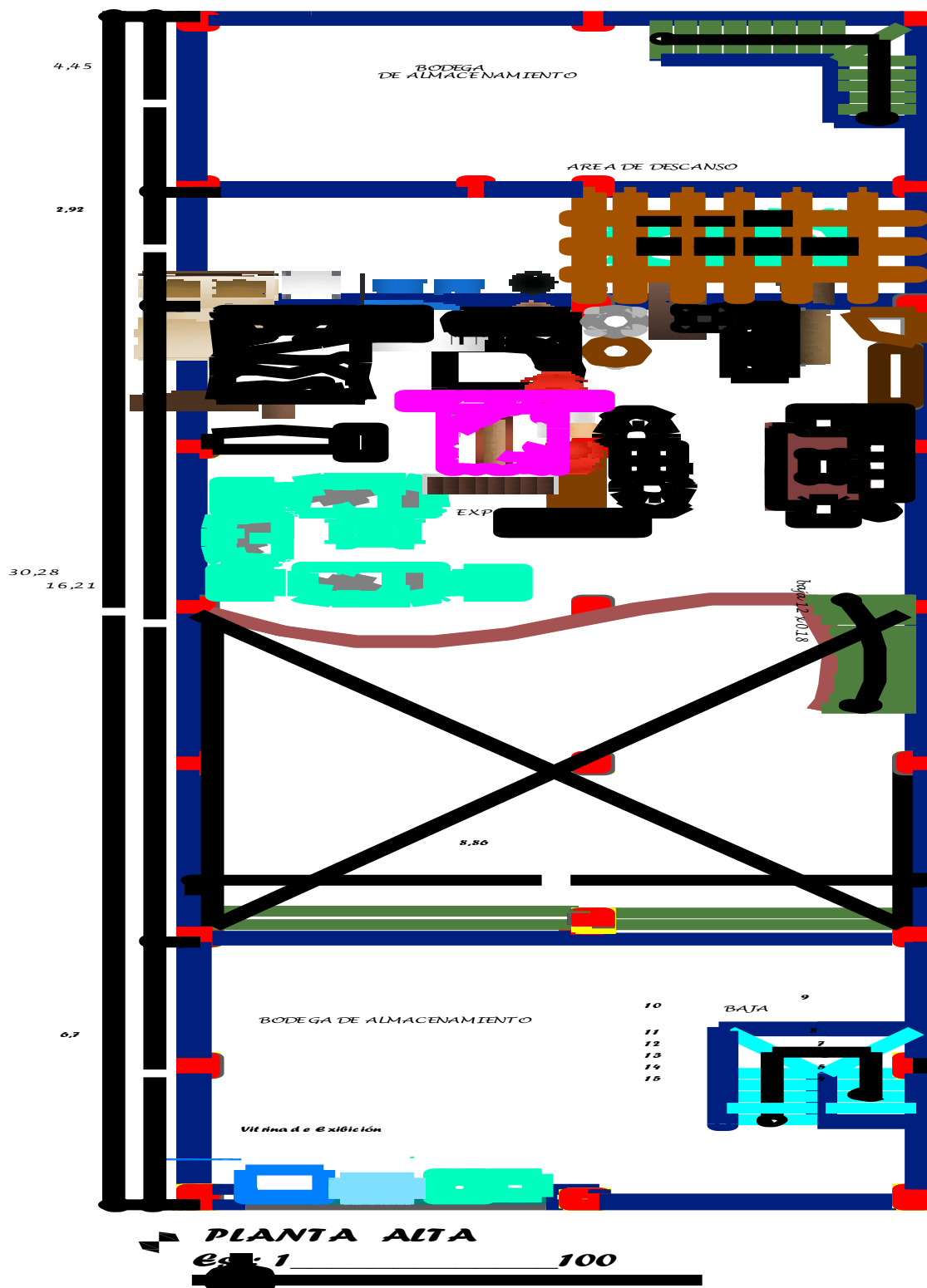
Pregunta# 1	TONSUPA	ATACAMES	SÚA	TONCHIGUE	MUISNE	TOTAL
CADA AÑO	9	6	7	9	8	39
1-5 AÑOS	19	81	19	19	56	194
5 AÑOS +	11	48	13	11	69	152
TOTAL	39	135	39	39	133	385



En un promedio las personas renuevan o adquieren muebles en un rango de entre 1 y 5 años, acotando que siempre se tiene que adquirir alguno de estos productos para los diferentes ambientes de la casa.

ANEXOS # 3 DISTRIBUCIONES DE LAS INSTALACIONES

DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES



ANEXOS # 4 REGLAMENTO INTERNO

NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

REGLAMENTO INTERNO

DEFINICIÓN

El control interno, comprende la serie de acciones diseñadas y ejecutadas por la administración para proporcionar una seguridad razonable en torno a la consecución de los objetivos de la organización, fundamentalmente en los siguientes aspectos:

OBJETIVOS

- 1) Procurar la efectividad, eficiencia y economía en las operaciones y la calidad en los servicios.
- 2) Proteger los recursos de la empresa contra cualquier pérdida, despilfarro, uso indebido, irregularidad o acto ilegal.
- 3) Cumplir las leyes, reglamentos y otras normas establecidos; y,
- 4) Elaborar información financiera válida y confiable presentada con oportunidad.

ALCANCE

El control Interno en el Almacén CRÉDITOS “MI BAHÍA” se aplicara en todas las áreas que conforman la organización.

COMPONENTES DEL CONTROL INTERNO.

Los componentes del control interno son: funcionales y orgánicos

1. Los componentes funcionales son:

- El ambiente de control.
- La evaluación del riesgo.
- La información y la comunicación.
- Las actividades de control; y,
- El monitoreo.

2. Los componentes orgánicos son:

- La Administración Activa; y,
- La Auditoría Interna.

NORMAS GENERALES RELATIVAS AL AMBIENTE DE CONTROL

AMBIENTE DE CONTROL.

La administración, principalmente el jerarca, debe fomentar un ambiente propicio para la operación del control interno, mediante la generación de una cultura que promueva, entre los miembros de la empresa, el reconocimiento del control como parte integrante de los sistemas empresariales.

El jerarca, en su calidad de responsable por el sistema de control interno, debe mostrar constantemente una actitud de apoyo a las medidas de control implantadas en la empresa, mediante la divulgación de éstas y un ejemplo continuo de apego a ellas en el desarrollo de las labores cotidianas.

VALORES DE INTEGRIDAD Y ÉTICA.

Los responsables del control interno deberán determinar y fomentar los valores de integridad y ética.

La integridad es uno de los valores más cercanos a la perfección, si acaso no es una de sus avenidas más directas. En este importante valor, tan extraño en la cotidianidad, confluyen otros valores que facilitan su vivencia y expresión: honestidad, rectitud, sinceridad, libertad, pureza, en fin, hacen a la persona digna de lo que es, lo que hace, así como confiable y ejemplo de vida para otros.

La ética enseña cómo comportarse de una manera correcta ante otras personas así como en la sociedad donde se desarrollan, la ética juzga el comportamiento que el ser humano realiza de una manera consciente.

Quien tiene valores éticos fuertes será una persona de provecho de cara a la sociedad. Hay diferentes ramas de la ética, sin embargo la mayoría de ellas van encaminadas a guiar al ser humano hacia la perfección de la moral, a ser consecuente con sus actos y tratar de hacer el bien ante todas las cosas.

Entre los valores éticos que se deben aplicar están:

Justicia: Conjunto de reglas establecidas en cada sociedad, con las que se logra la cordial convivencia, respetando los derechos iguales de los demás seres humanos. Esto se logra autorizando, permitiendo o prohibiendo acciones específicas que pueden afectar o beneficiar al colectivo social.

Honestidad: Se define como una característica humana que establece al individuo conducirse en sinceridad y justicia, expresar respeto por uno mismo así como sus acciones y respetar a los demás.

Pertenencia: Valor en el que se considera a cada uno de los miembros de nuestra comunidad o grupo como familia y por tanto junto con esa persona se asume y afrontan sus triunfos y desgracias. La Pertenencia no se infiere, se siente.

Respeto: Es reconocer los derechos iguales de todos los individuos así como de la sociedad en que vivimos. El respeto consiste en aceptar y comprender las diferentes formas de actuar y pensar de otro ser humano, siempre y cuando no contravengan ninguna norma o derecho fundamental.

Lealtad: Característica que conlleva al ser humano a ser fiel y agradecido a una persona o entidad, la lealtad consiste en nunca abandonar o dejar a su suerte a una persona, grupo social o país. Lo contrario a lealtad es traición, nunca traicionar a una persona o nación es ser leal.

Humildad: La humildad consiste en aceptarnos tal como somos, con defectos y virtudes, sin hacer alarde de nuestras posesiones materiales o de gran conocimiento intelectual, para ser humilde no se puede ser pretencioso, egoísta o interesado.

Responsabilidad: Valor moral que permite a una persona administrar, reflexionar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos. Ser responsable es siempre hacerse cargo de los actos realizados por nosotros mismos, aceptando las consecuencia, sean estas buenas o malas, de nuestro accionar en el ámbito personal o laboral.

Sinceridad: Valor Ético que identifica a los seres humanos por tener una actitud acorde a sus principios y congruente con los mismos, manteniendo una sinceridad ante diversas situaciones, siendo honestos para con todos. Una persona sincera siempre dirá la verdad aunque esto conlleve un perjuicio para él o para su familia.

Tolerancia: Valor que se logra como parte del proceso que tenemos en la vida de admitir la igualdad de derechos humanos respetando las múltiples diferencias existentes entre los seres humanos, con el fin de conservar mejores relaciones personales.

Solidaridad: Se define como la capacidad de trabajar en equipo respetando y ayudando lo más que se pueda, coligados por una meta en común, la solidaridad proviene del instinto humano a buscar la convivencia social, a sentirse hermanado a sus semejantes logrando con ello una total cooperación en proyectos o metas en común.

ADMINISTRACIÓN EFICAZ DEL RECURSO HUMANO.

El control interno debe incluir las políticas y los procedimientos necesarios para asegurar una apropiada planificación y administración del recurso humano de la empresa, de manera que se asegure desde el reclutamiento y hasta el mantenimiento al servicio de la

organización, de funcionarios que reúnan competencias (habilidades, actitudes y conocimientos) idóneas para el desempeño de cada puesto

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

El jerarca debe crear una estructura organizativa que apoye efectivamente el logro de los objetivos organizacionales, y por ende, la realización de los procesos, las labores y la aplicación de los controles pertinentes.

DELEGACIÓN

La delegación de funciones o tareas en un funcionario debe conllevar no sólo la exigencia de la responsabilidad por el cumplimiento de los procesos, actividades o transacciones correspondientes, sino también la asignación de la autoridad necesaria a fin de que ese funcionario pueda tomar las decisiones y emprender las acciones más oportunas para ejecutar su cometido de manera expedita y eficaz.

Es indispensable que el individuo a quien se exige la responsabilidad por un asunto en particular y se demanda la consecuente rendición de cuentas, también reciba la autoridad Manual de Normas de Control Interno necesaria para dirigir a las personas, obtener los recursos, la capacitación y los controles que hayan sido establecidos para llevar a cabo todas las gestiones requeridas para cumplir con las responsabilidades asignadas.

ACCIONES COORDINADAS.

El control interno debe contemplar los mecanismos y disposiciones requeridos a efecto de que los diversos funcionarios y unidades participantes en la ejecución de los procesos, actividades y transacciones de la institución, desarrollen sus acciones de manera coordinada y coherente, con miras a la implantación efectiva de la estrategia organizacional para el logro de los objetivos.

PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL.

El jerarca, con el apoyo de los titulares subordinados, deberá instaurar las medidas de control propicias a fin de que los miembros del personal reconozcan y acepten la responsabilidad que les compete por el adecuado funcionamiento del control interno. De acuerdo con esa responsabilidad, los funcionarios deberán participar activamente en la aplicación y el mejoramiento de las medidas ya implantadas, así como en el diseño de controles aún más efectivos para las áreas de la organización donde desempeñan sus labores.

ADHESIÓN A LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES.

En el ejercicio de sus funciones, los servidores deben observar y contribuir con sugerencias a las políticas institucionales y a las específicas aplicables a sus respectivas áreas de trabajo, que hayan sido emitidas y divulgadas por los superiores jerárquicos, quienes además deben instaurar medidas y mecanismos propicios para fomentar la adhesión a las políticas por ellos emitidas.

CONFIANZA.

Los responsables del control interno deberán estimular entre el personal la generación y el mantenimiento de un ambiente de confianza basado en la difusión de información veraz, la comunicación adecuada, la delegación de funciones y técnicas de trabajo participativo y cooperativo con miras a la promoción de la lealtad, el desempeño eficaz y el logro de los objetivos institucionales.

POLÍTICAS NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

La empresa contará con Normas y procedimientos que rijan el comportamiento de los empleados, que conlleven a un adecuado clima organizacional los se detallan a continuación:

1. Todos los empleados deberán presentarse diariamente a sus labores, de acuerdo al horario de trabajo establecido.

2. La Empresa funcionará de lunes a viernes, en horarios de 09ham a 06hpm, con su respectiva hora de descanso, este horario se debe cumplir según lo establecido en el contrato de concesión.
3. Todos los empleados registrar su entrada, permitiéndoseles 10 minutos de retraso, si por alguna causa no pueden llegar deberán avisar y la razón deberá ser justificada.
4. Deberán encargarse de mantener limpio su lugar de trabajo para el buen desempeño de sus respectivas actividades.
5. El teléfono es para cuestiones de trabajo, por lo que se debe utilizar lo menos posible en asuntos personales.
6. Cada vez que algún empleado deba salir del local, es necesario que notifique a la secretaria o gerente de la empresa.
7. La última persona que salga de las instalaciones es responsable de cerrar y dejar apagadas las luces.
8. Se deberá cuidar el comportamiento (vocabulario, vestimenta, etc.) dentro de la agencia.
9. Se realizarán reuniones periódicamente para informar, coordinar y desarrollar los planes y los objetivos a cumplir.
10. Debe existir un ambiente cordial de trabajo, por lo que en caso de haber algún mal entendido, se debe aclarar inmediatamente, ya sea entre los involucrados o con la intervención de un superior.
11. Todo aquello que no está en este reglamento y que pudiera generar dudas o conflictos, deberá ser tratado directamente con la gerente.

PROCEDIMIENTOS INTERNOS DE LA ORGANIZACIÓN

La empresa contará con ciertos procedimientos que rigen la relación con las distintas áreas de la empresa:

➤ SOLICITUD DE ORDEN DE COMPRA:

Cuando se requiera de materiales, equipos o accesorios, deberá solicitar la compra a través de una solicitud, en la cual deberá indicarse la fecha, el nombre del solicitante y él, o los artículos requeridos, además de la(s) firma(s) de autorización.

➤ **SOLICITUD DE CHEQUE:**

Cada que se requiera hacer un pago ya sea por concepto de honorarios u algún otro gasto que no sea de emergencia, deberá solicitarse un cheque mediante una solicitud, en el cual se debe indicar la fecha, el nombre del beneficiario (a quien se le va a pagar), la cantidad y el concepto, además de la(s) firma(s) de autorización.

➤ **CONTRATACIÓN DE PERSONAL:**

Un adecuado capital humano es imprescindible para el buen funcionamiento del negocio, por lo tanto es necesario dictar un procedimiento para que las contrataciones se hagan de una manera apropiada.

Una vez que se tiene conocimiento de que una persona dejará de laborar en el negocio, el administrador deberá reclutar candidatos de acuerdo al puesto a cubrir, y los requisitos indispensables que deberá cumplir.

El administrador debe reclutar candidatos, haciéndoles llenar una solicitud para conocer si pueden postular al puesto.

De acuerdo a lo anterior, el administrador procederá a entrevistarlos y en relación al cumplimiento de los requisitos previamente establecidos, aplicando su criterio deberá elegir a uno. En caso de que ninguno cubra satisfactoriamente el puesto se procederá hacer otro reclutamiento.

Una vez elegida la persona se entrevistará con el administrador para que conozca un poco más respecto a la cultura y objetivos organizacionales, posteriormente se procederá al arreglo de los documentos y firma del contrato temporal.

Al inicio de sus labores se le dará una pequeña inducción que consiste en presentarle al personal y las herramientas con las que va a trabajar a partir de ese momento.

Después de tres meses de estar laborando se evalúa y en caso de calificar se le hace contrato definitivo.

ANEXOS # 5 FICHA DE OBSERVACIÓN

Tabla # 34

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA LAS EMPRESAS QUE GENERAN COMPETENCIA			
VARIABLES	FACTORES A EVALUAR		
	BUENO	REGULAR	MALO
Atención al cliente			
Calidad de los productos			
Formas de pago			
Infraestructura del almacén			

Tabla # 35

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA CLIENTES DE CRÉDITOS “MI BAHÍA”			
VARIABLES	FACTORES A EVALUAR		
	BUENO	REGULAR	MALO
Atención al cliente			
Calidad de los productos			
Formas de pago			
Infraestructura del almacén			

ANEXOS # 6 ENCUESTA PARA PROVEEDORES

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS



El objeto de la presente entrevista es para recoger información de la industria del mueble para la posterior expansión de la empresa Créditos “Mi Bahía” en el Cantón Atacames. Su respuesta atribuirá a la comercialización de productos de calidad por lo que solicito contestar honestamente la siguiente entrevista:

CUESTIONARIO PARA PROVEEDORES Y FABRICANTES

- 1.- ¿Qué tiempo tiene en el negocio de muebles?

- 2.- ¿Cuál es la calidad de la materia prima que utiliza?

- 3.- ¿Cuáles son las tendencias y gustos (diseños, colores, comodidad, etc.)?

- 4.- ¿Conoce usted la línea de producto que maneja la competencia y porción del mercado que posee?

- 5.- ¿Cuál es el volumen de ventas por producto y por sucursal de la empresa?

- 6.- ¿Cuáles son las forma de venta, tipos de crédito o financiación, facilidades de acceder a este crédito?

Anexo#7estudiofinanciero

Tabla # 36 RECURSO HUMANO ADMINISTRATIVO

CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIÓN
1	Gerente Propietario	600,00	-	600,00	50,00	18,17	50,00	150,00	72,90	25,00	366,07	966,07
1	Administradora	450,00	-	450,00	37,50	18,17	37,50	112,50	54,68	18,75	279,09	729,09
1	Contadora	340,00	-	340,00	28,33	18,17	28,33	85,00	41,31	14,17	215,31	555,31
1	Secretaria	350,00	-	350,00	29,17	18,17	29,17	87,50	42,53	14,58	221,11	571,11
0	Supervisor	0,00	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
	TOTAL	1.740,00	0	1.740,00	145,00	72,67	145,00	435,00	211,41	72,50	1081,58	2.821,58

	MENSUAL	ANUAL									
						1.740,00	5.220,00				
TOTAL ANUAL IESS PATRONAL											33.858,92

Tabla # 37 REQUERIMIENTO DE RECURSO HUMANO OPERATIVO

CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIÓN
2	Agentes Vendedores	350,00	-	700,00	58,33	36,33	58,33	175,00	85,05	29,17	442,22	1.142,22
2	Agentes Cobradores	350,00	-	700,00	58,33	36,33	58,33	175,00	85,05	29,17	442,22	1.142,22
1	Transportistas	350,00	-	350,00	29,17	18,17	29,17	87,50	42,53	14,58	221,11	571,11
	TOTAL	1.050,00	0	1.750,00	145,83	90,83	145,83	437,50	212,63	72,92	1105,54	2.855,54

	MENSUAL	ANUAL									
						1.750,00	5.250,00				
TOTAL ANUAL IESS PATRONAL											34.266,50

TOTAL REMUNERACION ADM. Y OPER.	2.790,00	0	3.490,00	290,83	163,50	290,83	872,50	424,04	145,42	2187,12	2.855,54
											5.677,12
											34.266,50

TABLA # 38 DETALLE DE SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIOS BASICOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
LUZ	35,00	33,51	37,9	35,1	43,2	31,21	36,07	31	39,17	30,5	38,71	33,61	424,98
AGUA	10,8	10,8	10,8	10,8	10,8	10,8	10,8	10,8	10,8	10,8	10,8	10,8	129,6
TOTAL MENSUAL	45,80	44,31	48,7	45,9	54	42,01	46,87	41,8	49,97	41,3	49,51	44,41	554,58

Tabla # 39 PROMEDIO TRIMESTRAL DE SERVICIOS BASICOS

PROMEDIO TRIMESTRAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL
LUZ	35,00	33,51	37,9	106,41
AGUA	10,8	10,8	10,8	32,4
TOTAL	45,80	44,31	48,7	138,81

Tabla # 40 PRONOSTICOS DE COMPRAS				
ELECTRODOMESTICOS				
DESCRIPCION	CANT.	P. UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
REFRIGERADORAS	6	600,00	3600,00	43200,00
COCINAS	4	300,00	1200,00	14400,0
LAVADORAS	4	300,00	1200,00	14400,00
LCDS	5	487,50	2437,50	29250,00
EQUIPOS DE SONIDO	2	150	300,00	3600,00
COMPUTADORAS	2	637,50	1275,00	15300,00
MOTOS	2	1125,00	2250,00	27000,00
TOTAL DE INGRESOS			12262,50	147150,00

Tabla # 41 PRONÓSTICOS DE COMPRAS				
MUEBLES				
DESCRIPCION	CANT.	P. UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
JUEGOS DE SALA	2	600,00	1200,00	14400,00
JUEGOS DE COMEDOR	2	562,50	1125,00	13500,0
JUEGO DE DORMITORIO	2	337,50	675,00	8100,0
COMODAS	2	225,00	450,00	5400,00
MODULARES	2	262,50	525,00	6300,00
VARIOS	3	150,00	450,00	5400,00
TOTAL DE INGRESOS			4425,00	53100,00

Tabla # 42 VENTAS PROYECTADAS ELECTRODOMESTICOS					
DESCRIPCIÓN	CANT.	P. UNITARIO	DIARIO	MENSUAL	ANUAL
REFRIGERADORAS	8	800,00		6400,00	76800,00
COCINAS	10	400,00		4000,00	48000,00
LAVADORAS	6	400,00		2400,00	28800,00
LCDS	15	650,00		9750,00	117000,00
EQUPOS DE SONIDO	2	600,00		1200,00	14400,00
COMPUTADORAS	2	850,00		1700,00	20400,00
MOTOS	2	1500,00		3000,00	36000,00
TOTAL DE INGRESOS		5200,00		28450,00	341400,00

Tabla # 43 VENTAS PROYECTADAS MUEBLES					
PRODUCTOS	CANT.	P. UNITARIO	DIARIO	MENSUAL	ANUAL
JUEGOS DE SALA	2	800,00		1600,00	19200,00
JUEGOS DE COMEDOR	2	750,00		1500,00	18000,00
JUEGOS DE DORMITORIO	2	450,00		900,00	10800,00
COMODAS	5	300,00		1500,00	18000,00
MODULARES	2	350,00		700,00	8400,00
VARIOS	8	200,00		1600,00	19200,00
TOTAL DE INGRESOS				7800,00	93600,00

Tabla#44 FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO

INGRESOS	AÑO 0	VIDA ÚTIL DEL PROYECTO				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		441.277,05	447.644,68	454.104,19	460.656,91	467.304,19
INVERSIÓN TOTAL	212.374,43					
TOTAL INGRESOS		441.277,05	447.644,68	454.104,19	460.656,91	467.304,19
COSTOS DE VENTAS		235.700,90	248.735,16	262.490,21	277.005,92	292.324,35
TOTAL COSTO DE VENTA						
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		205.576,15	198.909,52	191.613,98	183.650,99	174.979,84
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos de Administración		33.858,92	35.731,32	37.707,26	39.792,47	41.993,00
Depreciación		-	-	-	-	-
UTILIDAD OPERACIONAL		171.717,23	163.178,20	153.906,72	143.858,52	132.986,85
15% Participación trabajadores		25.757,58	24.476,73	23.086,01	21.578,78	19.948,03
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		145.959,65	138.701,47	130.820,71	122.279,74	113.038,82
25% Impuesto a la Renta		36.489,91	34.675,37	32.705,18	30.569,94	28.259,71
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS		109.469,73	104.026,10	98.115,53	91.709,81	84.779,12
Depreciación de Activos fijos		11.917,42	11.917,42	11.917,42	-	-
Gastos de Constitución		595,00	-	-	-	
Valor de Rescate						9.227,06
Flujo Neto		121.982,16	115.943,52	110.032,95	91.709,81	94.006,17

NOTA:

LAS VENTAS TENDRAN UN INCREMENTO DE ACUERDO AL INDICE DE CRECIMIENTO POBLACIONAL 4,43%

LOS COSTOS SE INCREMENTARAN DE ACUERDO A LA INFLACIÓN ANUAL 4.85%

Tabla # 45 FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL PONDERADO

FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL PONDERADO						
INVERSION INICIAL	212.374,43	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO	PORCENTAJE	TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
APORTE DE SOCIOS	212.374,43	100%	Tasa Pasiva	4,53%	0,0453	0,0453
			TASA ACTIVA			
			Tasa Activa			
TOTAL INVERSIÓN	212.374,43	100,00%	TASA DE RENTABILIDAD			0,0453
						0,0453

Tabla # 46 TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL

TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		MAQUINARIA Y EQUIPOS	
COSTO		280,00	
VIDA ÚTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	28,00
DEPRECIACIÓN ANUAL		25,20	
V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			280,00
1	25,20	25,20	254,80
2	25,20	50,40	229,60
3	25,20	75,60	204,40
4	25,20	100,80	179,20
5	25,20	126,00	154,00
6	25,20	151,20	128,80
7	25,20	176,40	103,60
8	25,20	201,60	78,40
9	25,20	226,80	53,20
10	25,20	252,00	28,00
	252,00		

TABLA #47 DE DEPRECIACIÓN ANUAL

TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		VEHICULOS	
COSTO		35.000,00	
VIDA ÚTIL		5	
VALOR RESIDUAL		10%	3.500,00
DEPRECIACION ANUAL		6.300,00	
V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			35.000,00
1	6.300,00	6.300,00	28.700,00
2	6.300,00	12.600,00	22.400,00
3	6.300,00	18.900,00	16.100,00
4	6.300,00	25.200,00	9.800,00
5	6.300,00	31.500,00	3.500,00
	31.500,00		

TABLA # 48 TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL

TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		MUEBLES Y ENSERES	
COSTO		720,00	
VIDA ÚTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	72,00
DEPRECIACIÓN ANUAL		64,80	
V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			720,00
1	64,80	64,80	655,20
2	64,80	129,60	590,40
3	64,80	194,40	525,60
4	64,80	259,20	460,80
5	64,80	324,00	396,00
6	64,80	388,80	331,20
7	64,80	453,60	266,40
8	64,80	518,40	201,60
9	64,80	583,20	136,80
10	64,80	648,00	72,00
	648,00		

TABLA #49 TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL

TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE OFICINA	
COSTO		375,00	
VIDA ÚTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	37,50
DEPRECIACIÓN ANUAL		33,75	
V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			375,00
1	33,75	33,75	341,25
2	33,75	67,50	307,50
3	33,75	101,25	273,75
4	33,75	135,00	240,00
5	33,75	168,75	206,25
6	33,75	202,50	172,50
7	33,75	236,25	138,75
8	33,75	270,00	105,00
9	33,75	303,75	71,25
10	33,75	337,50	37,50
	337,50		

TABLA # 50 TABLA DE DEPRECIACION ANUAL

TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	
COSTO		895,57	
VIDA ÚTIL		3 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	89,56
DEPRECIACIÓN ANUAL		268,67	
V.U.	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
5.225,00	5.500,00		
0			895,57
1	268,67	268,67	626,90
2	268,67	537,34	358,23
3	268,67	806,01	89,56
	806,01		

TABLA # 51 TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL

TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EDIFICIO	
COSTO		110.000,00	
VIDA ÚTIL		20	
VALOR RESIDUAL		5%	5.500,00
DEPRECIACIÓN ANUAL		5.225,00	
V.U.	DEPRECIACIÓN ÓNUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			110.000,00
1	5.225,00	5.225,00	104.775,00
2	5.225,00	10.450,00	99.550,00
3	5.225,00	15.675,00	94.325,00
4	5.225,00	20.900,00	89.100,00
5	5.225,00	26.125,00	83.875,00
6	5.225,00	31.350,00	78.650,00
7	5.225,00	36.575,00	73.425,00
8	5.225,00	41.800,00	68.200,00
9	5.225,00	47.025,00	62.975,00
10	5.225,00	52.250,00	57.750,00
11	5.225,00	57.475,00	52.525,00
12	5.225,00	62.700,00	47.300,00
13	5.225,00	67.925,00	42.075,00
14	5.225,00	73.150,00	36.850,00
15	5.225,00	78.375,00	31.625,00
16	5.225,00	83.600,00	26.400,00
17	5.225,00	88.825,00	21.175,00
18	5.225,00	94.050,00	15.950,00
19	5.225,00	99.275,00	10.725,00
20	5.225,00	104.500,00	5.500,00
	104.500,00		

ANEXOS # 8 TABLA DE AMORTIZACIÓN

Tabla # 52 **TABLA DE AMORTIZACIÓN**

BENEFICIARIO	IBAN ANTONIO FIGUEROA ZAMBRANO			
INSTIT. FINANCIERA	BANCOS			
MONTO EN USD	212.374,43			
TASA DE INTERÉS	10,50%	T. EFECTIVA	11,0203%	
PLAZO	5 años			
GRACIA	0 años			
FECHA DE INICIO	01/12/2014			
MONEDA	DÓLARES			
AMORTIZACIÓN				
CADA	30 días			
Número de períodos	60 para amortizar capital			

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		212.374,43			
1	31-dic-2014	209.667,95	1.858,28	2.706,48	4.564,75
2	30-ene-2015	206.937,79	1.834,59	2.730,16	4.564,75
3	01-mar-2015	204.183,74	1.810,71	2.754,05	4.564,75
4	31-mar-2015	201.405,59	1.786,61	2.778,15	4.564,75
5	30-abr-2015	198.603,14	1.762,30	2.802,46	4.564,75
6	30-may-2015	195.776,16	1.737,78	2.826,98	4.564,75
7	29-jun-2015	192.924,45	1.713,04	2.851,71	4.564,75
8	29-jul-2015	190.047,78	1.688,09	2.876,67	4.564,75
9	28-ago-2015	187.145,95	1.662,92	2.901,84	4.564,75
10	27-sep-2015	184.218,72	1.637,53	2.927,23	4.564,75
11	27-oct-2015	181.265,88	1.611,91	2.952,84	4.564,75
12	26-nov-2015	178.287,20	1.586,08	2.978,68	4.564,75
13	26-dic-2015	175.282,46	1.560,01	3.004,74	4.564,75
14	25-ene-2016	172.251,42	1.533,72	3.031,03	4.564,75
15	24-feb-2016	169.193,87	1.507,20	3.057,55	4.564,75
16	25-mar-2016	166.109,56	1.480,45	3.084,31	4.564,75
17	24-abr-2016	162.998,26	1.453,46	3.111,30	4.564,75
18	24-may-2016	159.859,74	1.426,23	3.138,52	4.564,75
19	23-jun-2016	156.693,76	1.398,77	3.165,98	4.564,75
20	23-jul-2016	153.500,08	1.371,07	3.193,68	4.564,75
21	22-ago-2016	150.278,45	1.343,13	3.221,63	4.564,75
22	21-sep-2016	147.028,63	1.314,94	3.249,82	4.564,75
23	21-oct-2016	143.750,37	1.286,50	3.278,25	4.564,75
24	20-nov-2016	140.443,44	1.257,82	3.306,94	4.564,75
25	20-dic-2016	137.107,56	1.228,88	3.335,87	4.564,75
26	19-ene-2017	133.742,50	1.199,69	3.365,06	4.564,75
27	18-feb-2017	130.347,99	1.170,25	3.394,51	4.564,75
28	20-mar-2017	126.923,78	1.140,54	3.424,21	4.564,75
29	19-abr-2017	123.469,61	1.110,58	3.454,17	4.564,75
30	19-may-2017	119.985,21	1.080,36	3.484,40	4.564,75
31	18-jun-2017	116.470,33	1.049,87	3.514,88	4.564,75

32	18-jul-2017	112.924,69	1.019,12	3.545,64	4.564,75
33	17-ago-2017	109.348,02	988,09	3.576,66	4.564,75
34	16-sep-2017	105.740,06	956,80	3.607,96	4.564,75
35	16-oct-2017	102.100,54	925,23	3.639,53	4.564,75
36	15-nov-2017	98.429,16	893,38	3.671,38	4.564,75
37	15-dic-2017	94.725,66	861,26	3.703,50	4.564,75
38	14-ene-2018	90.989,76	828,85	3.735,91	4.564,75
39	13-feb-2018	87.221,16	796,16	3.768,59	4.564,75
40	15-mar-2018	83.419,59	763,19	3.801,57	4.564,75
41	14-abr-2018	79.584,76	729,92	3.834,83	4.564,75
42	14-may-2018	75.716,37	696,37	3.868,39	4.564,75
43	13-jun-2018	71.814,13	662,52	3.902,24	4.564,75
44	13-jul-2018	67.877,75	628,37	3.936,38	4.564,75
45	12-ago-2018	63.906,93	593,93	3.970,82	4.564,75
46	11-sep-2018	59.901,36	559,19	4.005,57	4.564,75
47	11-oct-2018	55.860,74	524,14	4.040,62	4.564,75
48	10-nov-2018	51.784,77	488,78	4.075,97	4.564,75
49	10-dic-2018	47.673,13	453,12	4.111,64	4.564,75
50	09-ene-2019	43.525,51	417,14	4.147,61	4.564,75
51	08-feb-2019	39.341,61	380,85	4.183,91	4.564,75
52	10-mar-2019	35.121,09	344,24	4.220,52	4.564,75
53	09-abr-2019	30.863,65	307,31	4.257,45	4.564,75
54	09-may-2019	26.568,95	270,06	4.294,70	4.564,75
55	08-jun-2019	22.236,67	232,48	4.332,28	4.564,75
56	08-jul-2019	17.866,49	194,57	4.370,18	4.564,75
57	07-ago-2019	13.458,06	156,33	4.408,42	4.564,75
58	06-sep-2019	9.049,64	117,76	4.447,00	4.564,75
59	06-oct-2019	4.602,64	79,18	4.485,57	4.564,75
60	05-nov-2019	117,07	40,27	4.524,48	4.564,75
			61.511,88	212.373,41	273.885,29