



# UNIVERSIDAD DE CUENCA



## FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

“ANÁLISIS FINANCIERO Y DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE MUEBLES (PARA ACABADOS DE COCINA) DESTINADOS PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCION DEL CANTÓN CUENCA REGISTRADOS EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, CASO PRÁCTICO VITEFAMA S.A. AÑO 2015.”

**Trabajo de titulación      previa a      la  
obtención del Título de Contador Público  
Auditor**

#### **AUTORES:**

MARCO ANTONIO MENDIETA ÁLVAREZ

C.I. 0105162416

MARÍA JOSÉ REYES NAULA

C.I. 0105220024

#### **DIRECTOR:**

ECON. LUIS HERIBERTO SUIN GUARACA

C.I. 0104414479

**CUENCA – ECUADOR**

**2017**



## RESUMEN

El presente trabajo de titulación **“ANÁLISIS FINANCIERO Y DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE MUEBLES (ACABADOS DE COCINA) DESTINADOS PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DEL CANTÓN CUENCA REGISTRADOS EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. CASO PRÁCTICO VITEFAMA S.A. AÑO 2015.”**, se encuentra enfocado en el análisis financiero de un plan de negocios de una línea de muebles (acabados de cocina) el mismo que es un elemento importante en la empresa para determinar su nueva inversión y rentabilidad a largo plazo, permite también conocer la aceptación del producto, estructura de presupuestos, costos, gastos, flujos de efectivo proyectados, además de llegar a determinar la factibilidad de este, el mismo considera un margen de contribución y utilidad acorde a su producción e inversión.

La metodología a utilizarse será cuantitativa la misma que asocia la obtención de datos primarios recurriendo a la realización de encuestas a los involucrados en el proceso comercial, también será cualitativa a través de un estudio al sector de la construcción del Cantón Cuenca, Provincia del Azuay, las cuales que se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías.

En el desarrollo de este trabajo se observarán 4 capítulos donde encontraremos información del sector manufacturero del Ecuador y su importancia en el país, además de familiarizarnos con conceptos básicos financieros; también se mostrará datos del mercado y de la aceptación de los muebles (acabados de cocina); y por último los resultados consolidados obtenidos de la aplicación a Vitefama.

### **PALABRAS CLAVES:**

CONSTRUCTORAS, ANALISIS, PRESUPUESTOS, MERCADO, FINANCIAMIENTO, EMPRESA VITEFAMA.



## **ABSTRACT**

The Following work titled "FINANCIAL ANALYSIS AND DETERMINATION OF THE POSSIBILITY OF A BUSINESS PLAN ABOUT THE MARKETING OF A NEW FURNITURE LINE (KITCHEN FINISHES) PLANNED FOR THE CONSTRUCTION AREA IN CUENCA REGISTERED IN THE SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. VITEFAMA S.A. 2015. ", is focused on the financial analysis of a business plan in a furniture line which is an important element in the company to determine its new investment and long-term effectiveness. Also, it allows knowing the acceptance of the product, structure of budgets, costs, expenses, etc. Likewise, it allows determining viability of this project. It considers a contribution margin and utility according to its production and investment.

The methodology will be quantitative the same that associates a collection of main statistics through surveys conducted by those who are involved in the commercial process. Also, it will be qualitative through a deep study in the construction area in Cuenca, Province of Azuay, which is registered in the Superintendence of companies.

In the development of this work, we will observe four chapters where we will find information about the manufacturing sector in Ecuador and its importance in the country, In addition, it allow us familiarizing with basic financial concepts as market records, furniture approval (kitchen finishes), and the consolidated results obtained from Vitefama company.

## **KEYWORDS:**

CONSTRUCTORS, ANALYSIS, BUDGETS, MARKET, FINANCING, VITEFAMA COMPANY.



## INDICE

### Contenido

RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	3
INDICE .....	4
INDICE DE GRAFICOS .....	7
INDICE DE TABLAS .....	7
INDICE DE FIGURAS .....	7
INDICE DE ANEXOS .....	7
CLÁUSULAS DE DERECHOS DE AUTOR .....	8
CLÁUSULAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....	10
AGRADECIMIENTO.....	12
DEDICATORIA.....	13
CAPITULO I .....	14
ESTUDIO DEL SECTOR MANUFACTURERO (MUEBLES) .....	14
1.1 Antecedentes históricos .....	14
1.2 La industria Manufacturera en el Ecuador. ....	17
1.3 Cuenca y la industria del Mueble .....	20
1.4 Muebles de cocina .....	21
1.4.1 La cocina antigua.....	21
1.4.2 La cocina actual.....	22
1.5. Antecedentes de la empresa.....	24
1.5.1 Historia.....	24
1.5.2 Planeación Estratégica. ....	25
1.5.3 Estructura Organizacional.....	26
1.5.4 Productos que ofertan.....	29
1.5.5. Proceso productivo .....	30
CAPITULO II .....	31
MARCO TEÒRICO.....	31
2.1 Presupuesto.....	31
2.2. Estructura de presupuesto .....	32
2.2.1 El Presupuesto de Materias Primas.....	32



2.2.2 El Presupuesto de Compras.....	33
2.2.3 Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	34
2.2.4 Presupuesto CIF.....	35
2.2.5 Presupuesto de Ventas.....	36
2.2.6 Presupuesto de Costo de Ventas.....	36
2.2.7 Presupuestos de Gastos de Operación.....	37
2.2.8 Presupuestos de Gastos de Administración.....	37
2.2.9 Presupuesto de Gastos de Venta.....	38
2.2.10 Presupuesto de otros ingresos y gastos.....	39
2.3. Flujo de efectivo.....	39
2.4. Valor actual neto.....	39
2.5. Tasa interna de retorno.....	40
2.6. Periodo de recupero (PAYBACK).....	42
CAPITULO III.....	43
ESTUDIO DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN REGISTRADOS EN LAS SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DEL CANTÓN CUENCA.....	43
3.1. Estudio del sector de la construcción.....	43
3.1.1 Investigación de Mercado.....	43
3.1.2 Diseño de Investigación.....	43
3.1.3 Tipo de investigación.....	43
3.1.4 Fuente de datos.....	45
3.1.5 Técnicas de investigación.....	46
3.2. Determinación de la población a estudiar.....	46
3.3. Determinación de la muestra.....	47
3.4. Diseño del cuestionario.....	48
3.5. Determinación de los objetivos de la encuesta.....	50
3.6. Prueba piloto.....	52
3.7. Trabajo de campo.....	52
3.7.1 Procedimiento.....	52
3.7.2 Levantamiento de información.....	54
3.8. Tabulación de datos y resultados.....	54
3.9. Análisis de Resultados.....	65
CAPITULO IV.....	66



ANALISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA VITEFAMA .....	66
4.1. Estructura de presupuestos .....	67
4.1.1 Presupuesto de M.P.D.....	67
4.1.2 Punto de equilibrio. ....	69
4.1.3 Presupuesto de Ventas.....	71
4.1.4 Presupuesto de Compras. ....	72
4.1.5 Presupuesto de MOD. ....	74
4.1.6 Presupuesto CIF. ....	75
4.1.7 Presupuesto de Gastos. ....	77
4.2. Estructura flujo de efectivo proyectado .....	81
4.3. Análisis financiero .....	83
4.3.1 Escenario optimista.....	83
4.3.2 Escenario Pesimista. ....	87
4.3.3 Análisis de sensibilidad.....	91
CONCLUSION .....	92
RECOMENDACIONES .....	93
BIBLIOGRAFIA .....	94
ANEXOS .....	96
DISEÑO DE TESIS .....	123



## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N°	1: Empresas que adquieren muebles para acabados de cocina .....	56
Gráfico N°	2: Juegos de muebles que adquiere por año .....	57
Gráfico N°	3: Preferencias al comprar los muebles .....	58
Gráfico N°	4: Materia de mueble .....	59
Gráfico N°	5: Preferencias del mueble .....	60
Gráfico N°	6: Tipo de mueble .....	61
Gráfico N°	7: Tipo de pago.....	62
Gráfico N°	8: Situación económica 2015.....	63
Gráfico N°	9: Aceptación de adquirir muebles de cocina a Vitefama .....	64

## INDICE DE TABLAS

Tabla N°	1.....	47
Tabla N°	2.....	50
Tabla N°	3.....	53
Tabla N°	4.....	54
Tabla N°	5.....	56
Tabla N°	6.....	57
Tabla N°	7.....	58
Tabla N°	8.....	59
Tabla N°	9.....	60
Tabla N°	10.....	61
Tabla N°	11.....	62
Tabla N°	12.....	63
Tabla N°	13.....	64

## INDICE DE FIGURAS

Figura No	1. <i>Crecimiento de PIB sector manufacturero 2015</i> .....	18
Figura No	2. <i>Sector forestal en las provincias</i> .....	19
Figura No	3 <i>Cocina Antigua</i> .....	22
Figura No	4 <i>Cocina Actual</i> .....	23

## INDICE DE ANEXOS

Anexo N°	1.....	96
Anexo N°	2.....	99
Anexo N°	3.....	103
Anexo N°	4.....	122



## CLÁUSULAS DE DERECHOS DE AUTOR



Universidad de Cuenca

### CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

*Marco Antonio Mendieta Álvarez*, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “ANÁLISIS FINANCIERO Y DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE MUEBLES (PARA ACABADOS DE COCINA) DESTINADOS PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DEL CANTÓN CUENCA REGISTRADOS EN EL SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, CASO PRÁCTICO VITEFAMA S.A. AÑO 2015”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, julio de 2017

  
\_\_\_\_\_  
Marco Antonio Mendieta Álvarez  
C.I: 0105162416





*María José Reyes Naula*, en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “ANÁLISIS FINANCIERO Y DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE MUEBLES (PARA ACABADOS DE COCINA) DESTINADOS PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DEL CANTÓN CUENCA REGISTRADOS EN EL SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, CASO PRÁCTICO VITEFAMA S.A. AÑO 2015”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, julio de 2017

María José Reyes Naula  
C.I: 0105220024



## CLÁUSULAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL



Universidad de Cuenca

### CLÁUSULAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

*Marco Antonio Mendieta Álvarez*, autor del Trabajo de Titulación ANÁLISIS FINANCIERO Y DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE MUEBLES (PARA ACABADOS DE COCINA) DESTINADOS PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCION DEL CANTÓN CUENCA REGISTRADOS EN EL SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, CASO PRÁCTICO VITEFAMA S.A. AÑO 2015", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, julio de 2017

Marco Antonio Mendieta Álvarez  
C.I: 0105162416



Universidad de Cuenca

*María José Reyes Naula*, autora del Trabajo de Titulación ANÁLISIS FINANCIERO Y DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE MUEBLES (PARA ACABADOS DE COCINA) DESTINADOS PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCION DEL CANTÓN CUENCA REGISTRADOS EN EL SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, CASO PRÁCTICO VITEFAMA S.A. AÑO 2015", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, julio de 2017

María José Reyes Naula  
C.I: 0105220024



## AGRADECIMIENTO

***La persistencia lleva al triunfo y la tolerancia al éxito, cada escalón en nuestras vidas profesionales requiere:***

***Apoyo, esfuerzo y perseverancia.***

Nuestro profundo agradecimiento es principalmente a **DIOS**, quien nos ha regalado la vida y ha sido el principal motivador, permitiéndonos desarrollar y culminar este trabajo con éxito.

Una inmensa gratitud para nuestros **PADRES Y FAMILARES**, quienes han sido el motor fundamental para cumplir cada uno de nuestras metas y proyectos, no ha sido fácil el camino hasta ahora, pero gracias a sus aportes, a su amor, su bondad y su apoyo económico – moral, lo complicado se ha hecho menor.

Un sincero agradecimiento a nuestro **TUTOR** Econ. Luis Suin, quien ha sido nuestro guía durante el proceso de este trabajo, quien con ningún egoísmo nos brindó sus conocimientos profesionales; agradezco también a cada docente de la Universidad de Cuenca que hizo parte de este proceso integral de formación.

De manera especial agradecemos al Ing. Italo Castro, **GERENTE ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA VITEFAMA**, quien nos permitió aplicar nuestros conocimientos en su distinguida institución, por su apoyo y colaboración que demostró durante el desarrollo del presente trabajo de titulación.

*María José  
Marco*





## DEDICATORIA

El logro de este trabajo se lo dedico primero a Dios por todas sus bendiciones recibidas, a mi madre Rosa y hermana Priscila quienes me han apoyado en todo momento con sus consejos y valores, a mis profesores quienes marcaron cada etapa universitaria y a quienes me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en este trabajo, a mis amigos gracias por compartir buenos y malos momentos.

De manera especial este trabajo va dedicado al cielo a mis abuelitos Rosario y Miguel quienes con su gran amor estuvieron durante mi vida universitaria.

**JOSHE**

Este trabajo se lo dedico de manera muy especial a mis padres por su gran apoyo y afecto en todo este trayecto; también se lo dedico a Jesús por enseñarme a mirar este planeta y a la vida de una manera distinta cada cosa se lo debo a Él.

Y por último se lo dedico a mi hermana Diana que me ha servido de ejemplo para luchar por mis sueños.

Pues solo tenemos una vida para hacer para lo cual vinimos a nacer.

**MARCO**



## **CAPITULO I**

### **ESTUDIO DEL SECTOR MANUFACTURERO (MUEBLES)**

El presente capítulo contempla un breve estudio del sector manufacturero revisando sus antecedentes históricos en el mundo y en el Ecuador, haciendo un énfasis en el cantón Cuenca, la información presentada se la realizo mediante consulta de portales de internet, revisión de estudios e investigaciones relacionadas con el tema, tiene como objetivo llegar a conocer específicamente la situación de la industria manufacturera en especial la de muebles dentro del cantón Cuenca, así como datos relevante de la empresa VITEFAMA en donde se llevara a cabo la práctica, como antecedentes, misión, visión, planeación estratégica, estructura organizacional, productos que oferta, proceso productivo, etc., que da un enfoque global y real de la situación actual de la empresa, datos otorgados por el Gerente.

#### **1.1 Antecedentes históricos**

A inicios los muebles se caracterizaban por estructuras simples y la decoración utilizando diseños de animales o plantas, al pasar los años y con la evolución de la humanidad se comenzó a utilizar la madera como el principal material para la elaboración de los mismos. (Gomez C. , 2003)

El diseño del mobiliario es propio de cada época desde la antigüedad hasta nuestros días, la historia del mobiliario comienza con las piezas más antiguas que pertenecen a las IV y V Dinastías del antiguo Egipto (2680-2255 a.C), a lo largo de la historia el material más utilizado para la fabricación de muebles ha sido la madera, posteriormente se ha utilizado otros como el metal y la piedra, aunque la mayoría de los periodos se identificaban con un solo estilo, en el diseño actual están presentes unas amplias variedades de ellos, antiguas y modernas, es por ello la importancia de conocer los diferentes estilos y momentos históricos, ya que el mueble representa una forma de poder y status para el consumidor.



### **Mobiliario Egipcio (2680-2255 a.C)**

- Ofrece una gran sencillez de estructuras.
- Es completamente cubico y liso
- Tiene interpretaciones de animales como león, halcón, pato, etc.
- La madera es el material casi insustituible para la construcción del mueble, entre las cuales se encuentran el cedro, ciprés, fresno y boj,
- Muestra símbolos de dioses y escenas con significado religioso.
- Pulen la madera con piedra pómez.

### **Mobiliario Griego (1200 y 300 a. de C.)**

- Se fabricaban muebles de madera (cedro, pino, ciprés), mármol y piedra
- Es recubierta y labrada con materiales más ricos (metales preciosos, marfil y maderas finas) y la ornamentación del mobiliario se basaba en decoraciones arquitectónicas.
- Utilizan la técnica para curvar la madera por el calor.
- Tienen una estructura sencilla y es mejor adaptada al cuerpo humano.
- Tipos de muebles: mesas, sillas (patas de animal), silla de curva (Klismos), camas reposo Kline, banqueta de mármol.

### **Mobiliario Romano**

- Este tipo de muebles es una continuación del griego, son muebles de madera pintada o tallada.
- Tienen patas torneadas.
- Ornamentación arquitectónica, en forma de animales y bajo relieves.
- Materiales que se usaban son bronce, mármol y piedra.

### **Mobiliario Bizancio**

- El material más usado era la madera, existiendo también muebles de metal o cubiertos con ricas tapicerías.
- Se caracteriza por su sencillez y funcionalidad.



- Las mesas son simples tableros, sobre caballetes. Los muebles cerrados (armarios, arcones y escritorios) suelen aparecer con cierta frecuencia en pinturas y mosaicos.
- De entre estos muebles destaca una mesa cerrada en forma de arcón y que utilizada por un escritor permite clasificarlo como escribanía.
- Las sillas o cátedras eran rígidas, adornadas con profusión de tallas y con composiciones de arquerías y tablaje tallado.
- Los "scriptorium" eran muebles muy utilizados por los monjes.

### **Mobiliario Románico**

- Muebles reconocidos por las pinturas y miniaturas de los códices.
- Los decorados de los muebles son principalmente tallas y pinturas, la misma que incorpora figuras humanas y compone escenas religiosas.
- Muebles fuertes y pesados con una decoración estilizada de flora, fauna y de figuras fantásticas.
- Utilizan la madera siendo esta el material imprescindible empleándose, el pino, tilo, nogal, roble y el castaño.

### **Mobiliario Gótico**

- Este tipo de muebles nacen en la mayor parte de los países de Europa Occidental.
  - Se caracterizan por seguir los modelos arquitectónicos, no han adquirido un carácter propio y las técnicas de elaboración son muy rudimentarias.
  - Francia es el país vanguardia en este estilo.
  - Son muebles sólidos y predomina el utilitarismo.
  - La decoración se reduce a resaltar formas elegantes, imitando ventanales, la cruz o el arco ojival o los rosetones de las catedrales,
  - Las maderas de preferencia eran el roble y el nogal.
  - Las patas por lo general eran rectas, y estaban dotados de cerraduras de hierro separadas de la madera mediante cuero o algún tejido.
- (Sabelotodo.org)



## **Mobiliario del siglo XIX**

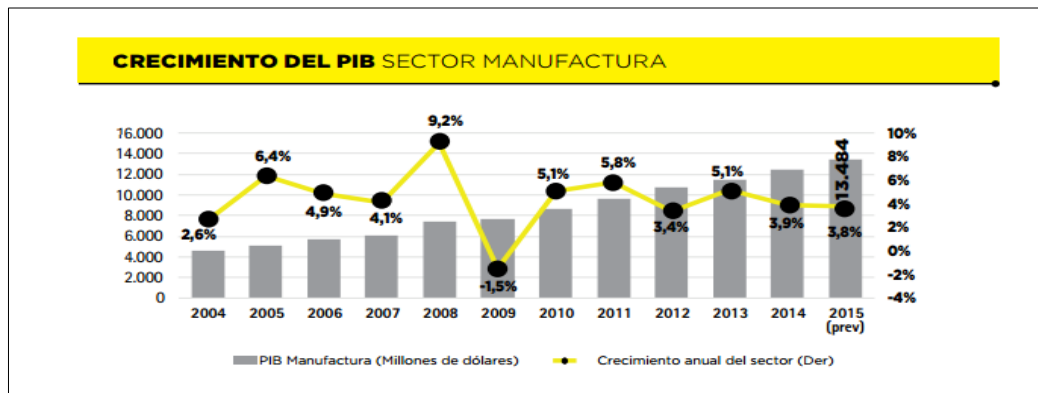
- Los muebles son de tipos y características semejantes al Imperio, muy macizos y cúbicos, con gruesas molduras, fuertes y de perfil simple, terminados en zócalos, con las patas anteriores torneadas y las posteriores con gran caída.
- Los materiales predominantes eran las maderas de pino y caoba y los contrachapados, y las técnicas decorativas más abundantes eran la marquetería y las aplicaciones de bronce y latón con relieves troquelados representando cisnes, góndolas y jarrones. Abunda la línea curva, orgánica y suntuosa la industrialización).
- Las técnicas constructivas, que han llegado a su máximo desarrollo y perfección en el siglo XVIII, se industrializan y, con la fabricación en serie de modelos económicos, se pierde la mano de obra y la perfección del acabado.

### **1.2 La industria Manufacturera en el Ecuador.**

La manufactura es la forma más elemental de la industria; la palabra significa “hacer a mano” pero en economía significa transformar la materia prima en un producto de utilidad concreta. Casi todo lo que usamos es resultado de este proceso, y casi todo lo que se manufactura se elabora en grandes fábricas, el proceso industrial ha pasado por varias modificaciones, al inicio de la revolución industrial existían ciertos factores que se constituían primordiales como la mano de obra y las materias primas; sin embargo, con el pasar de los años estos factores han adquirido nuevas características y otros se han incorporado según la evolución del proceso industrial.

La Industria en Ecuador de acuerdo a cifras del Banco Central del Ecuador (BCE), se estima que la industria tenga un PIB de USD13.484 millones en el año 2015, con una participación de 11,79% para 2014 y esta participación incrementará a 12,01% en el 2015. Dentro de la última década este sector registró un crecimiento del PIB de 47,46%. Adicionalmente, a nivel promedio

este sector ha crecido 4,6% anual, reflejando un importante nivel de dinamismo dentro de sus actividades. (Proaño, 2015, pág. 50)



**Figura No 1.** Crecimiento de PIB sector manufacturero 2015

*Fuente:* Ekosnegocios

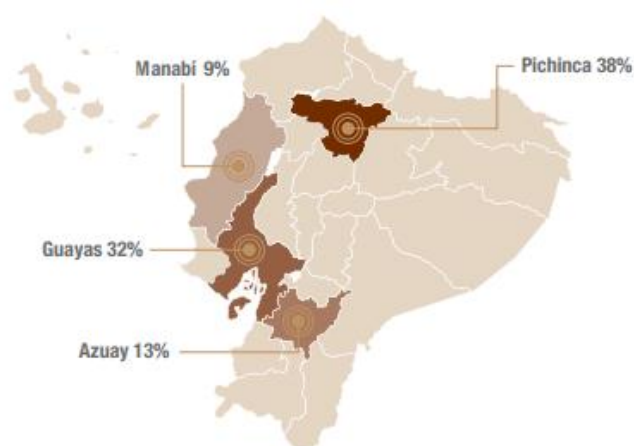
*Elaborado por:* Ekosnegocios

Según información tomada de Pro Ecuador y un estudio llamado Análisis Sectorial muebles y acabados de la construcción 2017 menciona que la industria manufacturera en el Ecuador es de gran importancia puesto que al ser un país de mayor diversidad, poseer grandes riquezas naturales y potencial forestal, esto sumado a la innovación y tecnificación del sector se puede elaborar productos de alta calidad como: tableros, muebles y acabados de la construcción que se ofrecen a nivel nacional como internacional.

Entre los principales productos elaborados están: Tableros (aglomerados, contrachapados, MDF, alistonados), muebles de hogar, muebles de oficina, **muebles de cocina**, baños, closets, muebles de exteriores, muebles RTA, pisos de madera sólida, puertas de exteriores, ventanas, pérgolas, etc.

### Ubicación geográfica de Muebles y Acabados de la Construcción en Ecuador

En la figura N° 2 nos presenta como se encuentra dividido el sector forestal en las provincias.



**Figura No 2. Sector forestal en las provincias**

*Fuente: Pro Ecuador*

*Elaborado por: Pro Ecuador*

Aproximadamente el 92% de la industria manufacturera dentro del subsector de fabricación de muebles está ubicada en Pichincha, Guayas, Azuay y Manabí, y el 8% restante entre otras provincias. (ProEcuador, 2017)

En el presente estudio también es clave saber la situación en la que se encuentra el sector de la construcción, puesto que esta tiene una relación directa con la industria manufacturera en especial con la de muebles, para el 2015, no comenzó con un panorama alentador, por los efectos de la caída del precio del petróleo, no dejándose caer por esto las constructoras aspiran a crecer los posteriores años, aunque no al mismo ritmo que en períodos anteriores.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos- Encuesta de Edificaciones 2015 nos muestras que los permisos de construcción crecieron 4,3% en relación al año 2014, mientras que en los últimos 15 años el aumento ha sido de 29,2%

Según INEC registró 28.379 permisos, información que corresponde a 218 cantones a nivel nacional, de los cuales el cantón Cuenca representó el 7,6%; el cantón Guayaquil el 6,9% y el cantón Ambato 6,1%, del total de emisión de permisos de construcción, el resto de cantones concentran 22.525 permisos de construcción, lo que representa el 79,4% (INEC, 2015)



### **1.3 Cuenca y la industria del Mueble**

En los últimos años se ha tratado de beneficiar al sector manufacturero planteando programas y proyectos los mismos que sean para mejorar su productividad en las diferentes regiones del país

Según datos del Censo Económico 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en Cuenca las principales actividades productivas son la fabricación de prendas de vestir y muebles, siendo el sector manufacturero uno de los principales generadores de ingresos en el país.

El sector maderero del Azuay genera el 65% de la producción de muebles del Ecuador, Cuenca, reconocida mundialmente por el trabajo de sus ebanistas, contará con un Innova centro de la Madera y el Mueble, este centro fue financiado por la Empresa Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca (EDEC) y por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) se trata de un centro de fomento productivo que tiene como objetivos ofrecer productos de calidad, el aprovisionamiento de materia prima legal y reducir la brecha tecnológica en la cadena y el sector productivo. (El Telegrafo, 2012)

#### **Innova centro de la Madera y el Mueble**

El Ecuador se encuentra entre los 10 países de mayor biodiversidad del mundo, parte de esta riqueza constituyen sus bosques en los cual crecen alrededor de 5000 especies arbóreas.

El 42,9 % de la superficie del Ecuador está cubierta por bosques, representa 11.6 millones de hectáreas de los cuales el 99% es bosque nativo. Al momento las principales especies planteadas son eucalipto, pino, balsa, pachaco, teca, cutanga y laurel.

El Ecuador como exportador de materia prima y productos de valor agregado, comercializa a nivel internacional productos contrachapados y listonados, madera bruta y balsa.



La creciente oferta de muebles de hogar, oficina, puertas, marcos para puertas y ventanas, pisos, anaqueles de cocina y otros, que impulsan empresas transformadoras del país, determinan que la ciudad de Cuenca, aglutine la mayor proporción de producción nacional.

La demanda internacional de estos productos ha experimentado un incremento anual en torno a los mismos.

Aun siendo las condiciones favorables en las que se desenvuelve el sector, es necesario superar los bajos niveles de competitividad, productividad, calidad, innovación y transferencia de tecnología del sector productivo nacional y local, razón por la cual es necesario impulsar la implementación y funcionamiento del Centro de Fomento “Innova centro de la Madera y Mueble” bajo el enfoque de cadena, en la ciudad de Cuenca y región. (EDEC)

Diario el Tiempo nos da a conocer que hasta el momento son cinco empresas las que se han sumado como formadoras: Burgués Mueble, Arquipro, Diserval, EDEC EP y Vitefama. (El Tiempo, 2017)

#### **1.4 Muebles de cocina**

El presente estudio se encuentra enfocado hacia el análisis financiero de un pan de negocios de una línea de muebles (acabados de cocina), estará vinculada a satisfacer la demanda de constructores que se dediquen a la edificación de viviendas y/o conjuntos residenciales, que atribuyan a un cliente de un nivel económico medio y alto, logrando así satisfacer las expectativas del cliente.

Dentro del desarrollo de los muebles de cocina podemos mencionar la cocina antigua y la cocina actual

##### **1.4.1 La cocina antigua**

Las características de la cocina antigua se relacionan con los materiales utilizados, el diseño y sus productos complementarios. Los materiales que se usan en el suelo o la pared, son la madera, la piedra, el ladrillo, el barro. Las paredes también pueden estar empapeladas o pintadas con una escala de

colores similar a la del resto de la cocina, las cerámicas serán de un tono oscuro. En cuanto a los muebles, predominará la madera, vitrinas de cristal, sillas de madera con asiento de mimbre. Una cocina antigua perfecta, tendrá una combinación de madera, hierro, ladrillo, barro, azulejos. La cerámica pintada, los adornos, y el acero le darán un toque de elegancia, frescura y sencillez a la cocina. Los colores predominantes serán la gama de la tonalidad de la tierra y los ocre, estos, combinados con el plateado, el dorado y el negro. Si por ejemplo el suelo y las paredes son marrones o beige, los electrodomésticos pueden ser negros, con detalles en plateado o dorado. (Querido, 2012)



**Figura No 3 Cocina Antigua**

**Fuente:** *Enciclopedia práctica de la madera y la ebanistería*

**Elaborado por:** Carlos Sorts

#### 1.4.2 La cocina actual

Hoy en día muchas cocinas dejan el lado más clásico del diseño y apuestan por líneas sobrias que transmiten nuevas perspectivas visuales como el minimalismo que impone su seriedad estética dejando a un lado el aburrimiento. Los nuevos materiales, los colores y los complementos son los que marcan las diferencias en las cocinas minimalistas haciéndolas cómodas y diferentes. En las formas se apuesta por el modelo cúbico escondiendo los utensilios de cocina para que impere el orden y la estética. En los muebles minimalistas el orden es una prioridad. Se usan persianas que guardan la gran mayoría de los utensilios y además son muebles cerrados visualmente por lo que aunque estén levantadas las persianas impera el orden al estar ocultos en

los muebles. Una tendencia en los muebles minimalistas para la cocina es el uso de cristal translúcido en grandes puertas combinadas con madera o en los nuevos materiales plásticos. En los cajones casi no visibles por el exterior ya que se mimetizan los tiradores con el resto del mueble son por lo general ordenados en el interior hasta un punto extremo. 6 Los electrodomésticos en las cocinas minimalistas se disimulan utilizando acabados que se mimetizan con el resto de los muebles de cocina y se distribuyen de una manera funcional al mismo tiempo que aumentan la armonía decorativa. Aunque los muebles cerrados es una máxima en las cocinas minimalistas las últimas tendencias apuestan por los cristales y las luces en las vitrinas iluminando la vajilla del interior en un par de muebles. Este tipo de contrapuntos son muy innovadores y presentan un impacto visual llamativo. Cada día los muebles se adaptan a la funcionalidad y por supuesto a la escases de metros cuadrados en las cocinas pequeñas, por lo que se tiende a unir distintos muebles como el fregadero con los armarios de cocina, lo que aumentan las superficies y por lo tanto las posibilidades de obtener una cocina con varias funciones. Los muebles de cocina con isla son una tendencia importante en la actualidad minimalista junto con campanas extractoras colgadas del techo. (Querido, 2012)



**Figura No 4 Cocina Actual**

**Fuente:** Enciclopedia práctica de la madera y la ebanistería

**Elaborado por:** Carlos Sorts





## **1.5. Antecedentes de la empresa.**

### **1.5.1 Historia.**

La empresa Vitefama fue fundada en Octubre de 1988, la idea sale de tres compañeros de la Universidad del Azuay, habiendo egresado de la facultad de Administración de Empresas, deciden emprender una actividad orientada al servicio de re tapizado y reparación de muebles para el hogar, en un área de 24 m2., dicha actividad lo realizaron de forma personal como segunda jornada de labor, porque en ese entonces dos de los socio laboraban en Industrias Arte práctico y el tercer en el Centro de Reconversión Económica del Azuay, Cañar y Morona Santiago CREA.

Transcurridos aproximadamente un año se incorpora un nuevo Socio, en donde nace el nombre Comercial VITEFAMA, que está compuesto de las primeras dos letras de los socios Vicente, Teófilo, Fausto, Marco, época en la cual la actividad del negocio iba tomando mayor crecimiento y desarrollo, alcanzando un éxito muy relevante.

En su inicio contaban con un solo trabajador para paulatinamente a medida que iba creciendo las operaciones se incorpora más trabajadores y ampliar el área de trabajo a 120 m2., en donde no solo se daba servicio sino también comenzaron realizar propios productos y comercializarlo en la ciudad y en algunas provincias del país.

Mientras las operaciones del negocio se daban con el mejor éxito se desprenden dos de los socios en forma paulatina, sin embargo continuaron con más empeño y dedicación, teniendo que arrendar un local más amplio en el Parque Industrial, incorporar nuevos productos a la producción y comercialización hasta que fue posible adquirir una nave en el parque industrial

Tras pasar muchas circunstancias como la crisis energética, guerra con el Perú, devaluaciones aceleradas a tal punto que el último socio decidió separarse, para desde ese entonces se convierte en una empresa netamente de índole familiar.





En la actualidad la empresa Vitefama cuenta con una planta de producción de 3.500 m<sup>2</sup>. en Ricaurte, con dos locales comerciales en la ciudad de Cuenca uno de ellos de 1.500 metros cuadrados de exhibición y uno en la ciudad de Quito, también cuenta con canales de distribución en las principales ciudades del país como son: Guayaquil, Loja, Machala, Ambato, Riobamba, Sto. Domingo, Manta, Portoviejo, Ibarra.

Vitefama se sienten seguros de la calidad de los productos, que otorgan una garantía extendida de 5 años, para que sus clientes no duden en adquirir.  
(Vitefama)

### **Ubicación**

Cuenca: Fábrica Ricaurte: 10 de Agosto y Julia Bernal. Telf.: [593] (07)  
4085247 - 4086454  
Centro del Hogar El Vergel: Manuel J. Calle y Alfonso Cordero esquina. Telf.:  
(07) 2816748  
Centro del Hogar Quito: Calle Edmundo Carvajal y Pasaje E. Telf.: (02)  
2444433

### **1.5.2 Planeación Estratégica.**

La información a continuación presentada es proporcionada por la empresa Vitefama.

### **Misión**

Este compromiso va más allá de diseñar, fabricar, y proveer muebles de alta calidad que cumplan las expectativas del mercado ecuatoriano, por ende deleitar a nuestros clientes, también estamos comprometidos a contribuir con el desarrollo económico y social de la ciudad por medio de la creación de fuentes de trabajo.

### **Visión**

Muy orgullosos de nuestro pasado y proyección futura nos hemos propuesto ser los numero uno en la industria nacional, y colocarnos entre los líderes a nivel internacional.



### **Objetivo general**

Posicionar la marca en el mercado nacional e internacional, ofreciendo productos de excelente calidad, para lograr mantenernos en el mismo, satisfaciendo así las necesidades de los clientes.

### **Objetivos estratégicos**

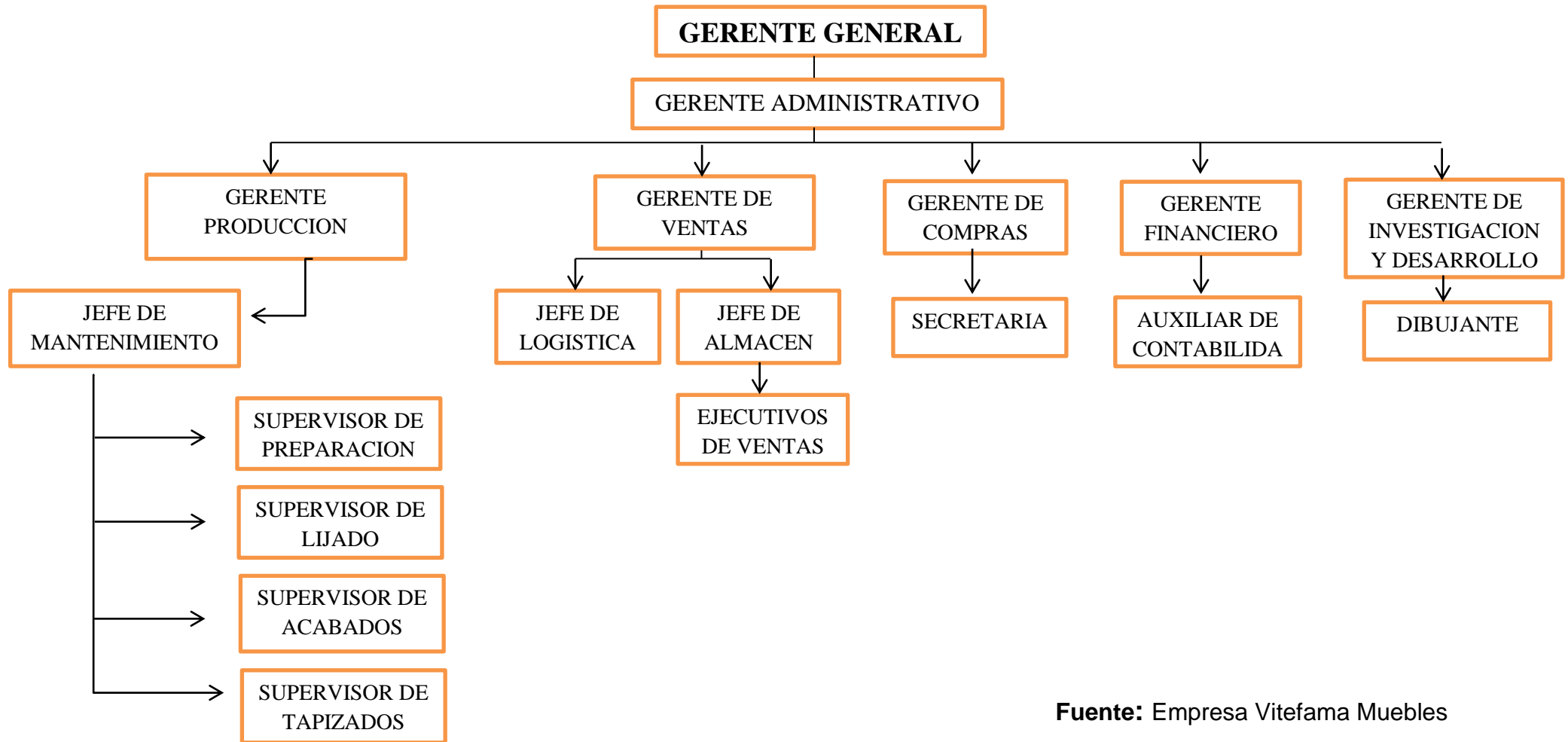
- Proporcionar buenos productos
- Posesionar su marca en el mercado
- Mantener su producto dentro del mercado competitivos
- Mejorar la productividad de la empresa
- Proporcionar bienestar y desarrollo a los empleados
- Desarrollar el comercio internacional
- Satisfacer al cliente
- Expandir la empresa sin afectar el medio ambiente

### **1.5.3 Estructura Organizacional.**

Según Mintzberg: (1984), estructura organizacional es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas.

Strategor: (1988), estructura organizacional es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad. (Gestiopolis, 2002)

La empresa Vitefama Muebles cuenta con una estructura vertical, siendo su máxima autoridad el gerente general, en un segundo nivel los gerentes de cada departamento los mismos que son: producción, ventas, compras, financiero y por último de investigación y desarrollo.



**Fuente:** Empresa Vitefama Muebles

**Elaborado por:** Empresa Vitefama Muebles



## **Principales Funciones**

### **✓ Gerente general:**

Realizar funciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.

Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con los objetivos propuestos a realizarse.

Designar todas las posiciones gerenciales para el crecimiento de la empresa.

Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de la empresa.

### **✓ Gerente administrativo**

Controla, dirige, planea y organiza las diferentes actividades de la empresa.

Tiene la responsabilidad de asistencia y control del personal.

Se encarga del departamento de recursos humanos y servicios al cliente.

### **✓ Gerente de producción:**

Ingeniería.

Producción.

Cumplimiento de los programas de producción

Control de las capacidades de producción.

Control de la calidad y mantenimiento.

### **✓ Gerente de ventas**

Marketing.

Publicidad.

Distribución.

Planeamiento de ventas.

Operaciones de ventas.



✓ **Gerente de compras**

Esta área será la encargada de realizar las compras de la maquinaria, materia prima y demás materiales e insumos para la realización de los muebles de madera.

Analizar precios y calidad de materiales

Realizar convenios para conseguir mayores beneficios que puedan brindar los proveedores como créditos, descuentos, ofertas.

Se encarga de las importaciones.

✓ **Gerente financiero**

Planeamiento financiero.

Tesorería, pagos y cobros.

Contabilidad.

Gastos de auditoría interna.

Control de gestión presupuestaria y tributación.

✓ **Gerente de investigación y desarrollo:**

Diseño y desarrollo de proyectos (nuevos artículos, prototipos, cambios en artículos)

#### **1.5.4 Productos que ofertan**

Entre sus principales productos están los siguientes:

- Salas
- Comedores
- Dormitorios
- Relax
- Complementos

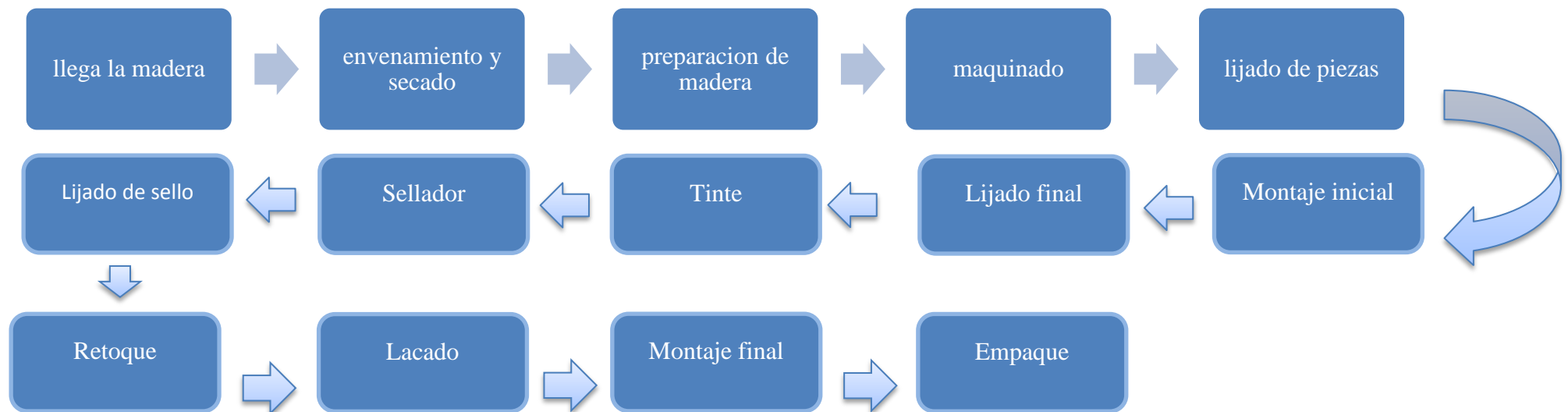
**(Ver anexo 3)**

La línea de comedores y dormitorios son más comercializados y los que mayor rentabilidad generan a la empresa, siendo un 60% del total de producción esto debido a sus diseños y materiales que son de mayor atracción para los clientes.



### 1.5.5. Proceso productivo

- Mediante una entrevista y observación que son las técnicas usadas dentro de esta investigación y posterior al diálogo con el propietario de la empresa, se pudo identificar y definir cada una de las fases del proceso productivo las cuales atraviesan sus líneas de producto (salas, comedores, dormitorios, relax y complementos).



Nota: En la parte de tapizado se sigue los 3 primeros procesos, de ahí viene la parte de cascós, pre tapizado, corte y costura, tapizado y se termina con el empaque.



## CAPITULO II

### MARCO TEÒRICO

El marco conceptual que se presentara a continuación, permite conocer los aspectos teóricos de presupuestos y de su estructura, así como el impacto esperado de todas las decisiones operativas y financieras sobre la utilidad, la situación financiera y el flujo de efectivo.

#### 2.1 Presupuesto.

Para Milton Rivadeneira en su libro "La Elaboración de Presupuestos en Empresas Manufactureras", nos dice que el presupuesto en esencia "constituye un plan integrado y coordinado, expresado en términos financieros, de las operaciones de una empresa para un período determinado y cuya finalidad es alcanzar los objetivos establecidos por la alta gerencia".

Los elementos básicos de un programa de presupuestos son: planificación, coordinación y control.

La planificación, significa el establecimiento de objetivos y la determinación de los cursos de acción a seguir a fin de alcanzarlos.

El control, se define como el procedimiento que asegura a la dirección que el desempeño de las actividades actuales concuerda con las políticas, los planes y las normas previamente elaborados.

La coordinación, considerada como un efecto que sobreviene cuando se realizan las funciones de planificación y control, significa desarrollar y mantener en una adecuada relación las diversas actividades que tienen lugar dentro de una empresa. (Unda)

Jorge E. Burbano Ruiz plantea que presupuesto "es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la empresa en un periodo, en desarrollo de las estrategias adaptadas, que permite organizar los recursos y procesos necesarios para lograrlos y evaluar su ejecución". (Ruiz)



La definición más simple de un presupuesto según Gabriel Torres Salazar: “es la cuantificación de un plan” (Salazar, 2006)

## **2.2. Estructura de presupuesto**

### **2.2.1 El Presupuesto de Materias Primas.**

El presupuesto de producción constituye la base para elaborar los presupuestos relacionados con la actividad fabril: materias primas, mano de obra directa y gastos indirectos de fabricación o carga fabril.

Los materiales usados en una empresa manufacturera tradicionalmente se clasifican en dos grandes grupos: materiales directos y materiales indirectos. El elemento distintivo entre estos dos grupos gira en torno a la identificación o falta de identificación entre el material utilizado y el producto final. (Unda)

#### **El material directo**

Se define generalmente como el material usado en el proceso de fabricación que es atribuible en forma directa al producto final. (Unda)

#### **El material indirecto**

Es aquel material que si bien se emplea en el proceso fabril no es posible relacionarlo con el producto o productos que se elaboran. Los materiales directos serán denominados, en lo sucesivo, como materias primas.

La planificación de las materias primas implica la realización de una serie de pasos sucesivos:

1. Establecer las cantidades de cada materia prima que se necesitan para llevar efecto la producción presupuestada.
2. Determinar los niveles de inventario compatibles con los requerimientos de materias primas.





3. Desarrollar el presupuesto de compras. Este presupuesto especifica tanto las unidades a comprar como el precio de adquisición previsto.

4. Calcular el costo de las materias primas que se van a utilizar para cumplir con el presupuesto de producción. (Unda)

El presupuesto de materiales para Carlos Fagilde representa todos los insumos o materiales directos imprescindibles para la fabricación de los artículos de la empresa. (Fagilde, 2009)

Según lo citado podemos decir que el presupuesto de materias primas es aquel que asegura que se tendrá la cantidad disponible necesaria de materia prima en el momento que se requiere en el proceso y se encarga de estimar los materiales que debe utilizar la empresa para su producción en un momento determinado.

### **2.2.2 El Presupuesto de Compras.**

Una vez establecidas las necesidades de materias primas y las políticas relativas a los niveles de inventario, se puede preparar el presupuesto de compras de materias primas.

Este presupuesto indica:

- a) Las cantidades a comprar de cada materia prima;
- b) los períodos de adquisiciones, y
- c) el costo estimado de las compras de materias primas. Las cantidades a comprar se obtienen del cálculo siguiente: (Unda)

Es en realidad un cálculo intermedio, que depende las variaciones de inventario. Además permite explicar dichas variaciones y determinar los montos y fechas de pago a los proveedores de mercaderías. (Salazar, 2006)

Este especifica las cantidades que se requieren de los materiales y sus fechas aproximadas en las cuales se necesitan con su respectivo costo.



### **2.2.3 Presupuesto de Mano de Obra Directa.**

La mano de obra constituye el factor humano que interviene en la actividad fabril y sin cuya participación no sería factible la producción. (Unda)

#### **Los costos de la mano de obra directa**

Están constituidos por los salarios pagados a los trabajadores cuya actividad se relaciona directamente con la elaboración de los bienes que una empresa produce. (Unda)

#### **Los costos de la mano de obra indirecta**

En cambio, están constituidos por los salarios pagados a los empleados y trabajadores cuya actividad no se relaciona o no es factible asociarla con la elaboración de partidas específicas de productos.

Los costos por materiales indirectos y por mano de obra indirecta se incluyen en el presupuesto de gastos indirectos de fabricación.

La confección del presupuesto de mano de obra directa implica el desarrollo de los siguientes puntos:

- Estimar el total de horas de mano de obra directa necesarias para cumplir con el presupuesto de producción.
- Establecer las tarifas de salarios para cada departamento productivo.
- Calcular el costo de la mano de obra directa. (Unda)

El objetivo fundamental que plantea Carlos Fagilde sobre el presupuesto de MOD, "es la determinación del costo de la mano de obra requerida para llevar a cabo la producción determinada. Sin embargo, el factor costo, depende esencialmente de conocimiento de la cantidad y calidad de la mano de obra con que deberá contarse". (Fagilde, 2009)

Consideramos que el presupuesto de compras es aquel que sirve para cubrir necesidades en cuanto a tipo y cantidades de las diferentes producciones planificadas, en otras palabras sirve para predecir la mano de



obra que se requerirá en el proceso de producción en términos de cantidad y calidad para elaborar el volumen de producción programada.

#### **2.2.4 Presupuesto CIF.**

Los costos indirectos de fabricación se definen generalmente como el conjunto de materiales indirectos, mano de obra indirecta y todos aquellos gastos de fábrica correspondientes a un periodo, que no se pueden imputar convenientemente a unidades, trabajos o productos específicos. El material indirecto se refiere al material que es necesario para elaborar el producto, pero que no se identifica con el mismo. La mano de obra indirecta es aquella que no afecta la construcción o la composición del producto terminado.

A más de los materiales indirectos y de la mano de obra indirecta, existen partidas de gastos diversos de la fábrica, tales como depreciaciones, seguros, suministros, mantenimiento, energía eléctrica, agua, etc. Estas partidas de gastos de diversa naturaleza plantean un serio problema desde el punto de vista tanto del control como de la asignación de costos a los productos elaborados. (Unda)

Como todos sabemos, desde la contabilidad administrativa o de costos, existen insumos, recursos y otros bienes necesarios para la producción que no están directamente aplicados en el bien o producto, pero que son necesarios para producir. En este sentido, estos costos indirectos generalmente se analizan a través de una relación lineal con la producción, es decir, se asume una parte fija y otro parámetro que indicará el importe del costo con relación al volumen producido. (Fagilde, 2009)

Sintetizando el concepto planteado, el presupuesto CIF es aquel que se obtiene de la suma de todos aquellos insumos que no se pueden imputar o identificar económicamente en el producto ya que su naturaleza imposibilita su identificación y cuantificación.



### **2.2.5 Presupuesto de Ventas.**

El presupuesto anual de operaciones se elabora necesariamente a partir de la cantidad o volumen de ventas que se espera realizar durante el periodo cubierto por el mismo.

De la previsión del volumen de ventas dependen, en general, la producción, los inventarios, las compras, los ingresos, los egresos y los resultados. (Unda)

El presupuesto de ventas establece el nivel de actividad al que deberá desarrollarse la tarea empresarial y determina los ingresos esperados. Sin el presupuesto de ventas no es posible establecer los otros presupuestos de la organización; para estimar las cobranzas es necesario establecer cuanto se va a vender. (Salazar, 2006)

Es una estimación programada de las ventas, en términos cuantitativos, realizado por la organización. El presupuesto de ventas es el primer paso para realizar el presupuesto maestro, que es el presupuesto que contiene toda la planificación.

### **2.2.6 Presupuesto de Costo de Ventas.**

El Presupuesto de Costo de Ventas presenta una visión completa de todo el proceso presupuestario descrito hasta este punto, partiendo de las materias primas, siguiendo a través de la elaboración de las mismas y concluyendo en el almacén de productos terminados. Es decir, es un presupuesto que permite una apreciación general de la actividad fabril en términos de unidades monetarias. (Unda)

Es un presupuesto de resultados, por tanto su destino final, es poder preparar el estado de resultados proyectado, sin perjuicio de que a su vez sea utilizado como información de base para la preparación de otros presupuestos. (Salazar, 2006)



El presupuesto de Costo de ventas nos sirve como base para poder estimar el precio unitario y la utilidad que generaría el producto de acuerdo con las ventas estimadas.

### **2.2.7 Presupuestos de Gastos de Operación.**

Los gastos de operación no son costos de productos ni tampoco se asignan a éstos. Son gastos de operación todos aquellos desembolsos relacionados con las actividades de administrar la empresa y vender sus productos. (Unda)

Los gastos de operación están relacionados principalmente con el presupuesto de ventas, para ello es necesario fijar una relación entre ambas variables de manera de predecir fácilmente los gastos operativos en función de los presupuestos de ventas, como bien es conocido, los mayores esfuerzos para elevar las ventas llevan implícito mayores esfuerzos financieros, de manera de apalancar las ventas hasta los máximos niveles posibles, de la misma forma, cualquier nivel de ventas amerita toda una serie de funciones administrativas que sirvan de soporte a todas las necesidades de la empresa. (Fagilde, 2009)

### **2.2.8 Presupuestos de Gastos de Administración.**

Los gastos de administración están constituidos por el conjunto de erogaciones, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones relacionadas con el manejo y dirección de las operaciones generales de una empresa. Normalmente incluyen las funciones de gerencia, auditoría, contabilidad, crédito y cobranzas y oficinas generales. Normalmente los gastos administrativos están sujetos a las políticas y decisiones de los directivos de una empresa. Además, tienen una característica especial y es que la mayoría de los gastos de administración son fijos, lo cual facilita el trabajo de presupuestarlos. La estimación de los gastos administrativos se hace, por lo general, en base al análisis de los renglones de los gastos del año anterior y a los planes previstos para el año presupuestado. Esta estimación ha de ajustarse teniendo en cuenta los criterios fijados por la política de la dirección respecto a aumentos o disminuciones en las diferentes partidas. (Unda)



### **2.2.9 Presupuesto de Gastos de Venta.**

Los gastos de venta están constituidos por el conjunto de erogaciones, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones relacionadas con el almacenamiento, despacho y entrega de los bienes que produce la empresa; los gastos de promoción y propaganda y los gastos del departamento de ventas y su personal. Todas estas actividades, que tienen que ver con la tarea de ponerse en contacto con el consumidor, son diferentes a aquellas que se refieren al proceso de producción y a la administración de la empresa. Los gastos de venta se clasifican en fijos y variables de acuerdo a su comportamiento frente a los cambios en el volumen de ventas. (Unda)

#### **Gastos de venta fijos**

Los gastos de venta fijos son aquellos que permanecen constantes en su magnitud, independientemente de los cambios operados en el volumen de ventas. Estos gastos son constantes en el tiempo y determinados por la política administrativa de la empresa.

Los gastos de venta fijos se presupuestan en base a la información del periodo anterior, teniendo en cuenta la política de la administración respecto a determinadas partidas de gastos. (Unda)

#### **Gastos de Venta Variables**

Los gastos de venta variables son aquellos cuya magnitud cambia en relación directa con los cambios en el volumen de ventas. Entre los principales gastos de venta variables se encuentran las comisiones de los vendedores, los fletes pagados por el transporte de los productos vendidos, los materiales de empaque y los gastos de viaje de los vendedores. Debido a que estos gastos son función del volumen de ventas, es fácil establecer su importe en términos del ritmo esperado de ventas, de acuerdo con el respectivo presupuesto. Por lo general, los registros de los años anteriores ofrecen una buena base para presupuestar este tipo de gastos. (Unda)



### **2.2.10 Presupuesto de otros ingresos y gastos.**

Al desarrollar el presupuesto anual de operaciones de una empresa, hay que planificar aquellos rubros de ingresos y/o gastos que recibe o desembolsa un negocio y que por su naturaleza no se clasifican en ninguno de los presupuestos anteriores. Se incluyen en esta categoría fuentes de ingresos tales como intereses cobrados a clientes, intereses y dividendos sobre valores negociables e inversiones, alquileres, y otros. Además se incluyen los ingresos provenientes de la venta de desperdicios, embalajes y envases descartados como bolsas de papel, tambores, etc.

Las utilidades o pérdidas ocasionadas por la venta de activos fijos deben acreditarse o debitarse a ésta cuenta. (Unda)

### **2.3. Flujo de efectivo**

Según el Consejo Técnico de la Contaduría, se entiende que el flujo de efectivo “es un estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Para el efecto debe determinarse el cambio en las diferentes partidas del *balance general* que inciden en el efectivo”.

El objetivo del flujo de efectivo es básicamente determinar la *capacidad de la empresa para generar efectivo*, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con sus proyectos de inversión y expansión. Adicionalmente, el flujo de efectivo permite hacer un estudio o análisis de cada una de las partidas con incidencia en la generación de efectivo, datos que pueden ser de gran utilidad para la el diseño de políticas y estrategias encaminadas a realizar una utilización de los recursos de la empresa de forma más eficiente. (Gerencie.com, 2010)

### **2.4. Valor actual neto**

El valor actual neto (VAN), se define como el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos esperados y el desembolso inicial de la inversión. (Dumrauf)



Noelia Fernanda Almeida en su trabajo de investigación presenta que la VAN es la diferencia entre el valor actual de los ingresos y el valor actual de los egresos, descontados a una determinada tasa.

Si el valor actual de los ingresos es mayor que el valor actual de los egresos, vamos a obtener un valor actual neto positivo, lo que indica que la propuesta debe ser aceptada, en caso contrario debería ser rechazada.

Ventajas: Reconoce explícitamente el valor tiempo del dinero, además da indicaciones sobre la magnitud del beneficio que se obtiene por la inversión.

Desventaja: No da indicaciones sobre el rendimiento que se obtiene de la inversión.

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+K)^t}$$

K TASA MÍNIMA REQUERIDA POR LA EMPRESA (TASA DE CORTE)

Este indicador nos permitirá determinar si un proyecto es viable ya que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el mismo, para determinar la ganancia después de descontar la inversión inicial. (Almeida)

## 2.5. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR), se define como aquella tasa que descuenta el valor de los futuros ingresos netos esperados, igualándolos con el desembolso inicial de la inversión, esta definición es equivalente a decir que la TIR es aquella tasa que iguala el VAN a 0. (Dumrauf)

Almeida nos dice "Es aquella tasa que iguala el valor actual de los ingresos pronosticados con el valor actual de la salida de caja prevista para la inversión".

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} = 0$$





Ft. Flujo de fondos correspondientes al momento t

n. último periodo en que se considera que existe un movimiento de caja

i. tasa interna de retorno

Fo Representa la inversión que se realiza en el momento cero. Casi siempre es una cifra negativa. Al realizar el pasaje de términos, dicho monto pasa sumando y de esta manera se obtiene la igualdad de la que se hablaba anteriormente.

$$TIR = Fo + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \dots \dots \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Por lo tanto, la TIR es la tasa mediante la cual se igualan los flujos netos de fondos de los periodos futuros con el flujo de fondos del momento cero, que por lo general significa los egresos necesarios para afrontar la inversión.

Ventajas de este método:

- Reconoce explícitamente el valor tiempo del dinero
- Es comparable con la Tasa Mínima de Rendimiento de la empresa y con la tasa de interés vigente en el mercado.

Desventaja:

- Asume que los fondos al ser liberados son reinvertidos a una tasa equivalente a la que genera el proyecto. (Almeida)

Este indicador nos permite decidir si se acepta o rechaza un proyecto ya que nos muestra la factibilidad del mismo.

Los dos métodos recientemente detallados (VAN y TIR) son complementarios ya que ambos se utilizan juntamente para definir la aceptación o rechazo del proyecto de inversión.



## **2.6. Periodo de recupero (PAYBACK)**

El periodo de recupero nos dice a cantidad de periodos que ha de transcurrir para que la acumulación de los flujos de efectivo iguale a la inversión inicial. (Dumrauf)

El playback nos permite conocer el tiempo en que se recuperara la inversión inicial, este indicador nos ayudara determinar en cuanto tiempo el proyecto será rentable.



## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN REGISTRADOS EN LAS SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DEL CANTÓN CUENCA.**

#### **3.1. Estudio del sector de la construcción**

En este capítulo está enfocado a diagnosticar la situación actual del mercado, siendo para nosotros las empresas constructoras registradas en la Superintendencia de Compañías, por lo que empezáramos viendo conceptos básicos sobre el mercado para poder tener claro los datos a investigar.

##### **3.1.1 Investigación de Mercado.**

Investigación de mercado es el enfoque sistemático y objetivo al desarrollo y disposición de información para el proceso de toma de decisiones por parte de la gerencia. (Thomas C. Kinnear, 2000)

##### **3.1.2 Diseño de Investigación.**

Según Thomas C. Kinnear y James R. Taylor plantean que un diseño de investigación es el plan básico que guía las fases de recolección de datos y análisis del proyecto de investigación. Es la estructura que especifica el tipo de información que debe ser recolectada, las fuentes de datos y el procedimiento de recolección de datos, no existe un diseño de investigación ideal que guía la investigación, puesto que muchos diseños diferentes pueden lograr el mismo objetivo. (Thomas C. Kinnear, 2000)

Para nuestro estudio, un diseño de investigación nos garantizará que la información recolectada de las empresas constructoras registradas en la Superintendencia de Compañías del cantón Cuenca cumple con los objetivos que se desea obtener en la investigación.

##### **3.1.3 Tipo de investigación.**

La clasificación de los tipos de investigación de mercados según Kinnear y Taylor es la siguiente:



- Investigación Exploratoria
- Investigación de monitoreo del desempeño
- Investigación concluyente

### **Investigación exploratoria**

La investigación exploratoria es apropiada para las etapas iniciales del proceso de toma de decisiones. Usualmente esta investigación está diseñada para obtener un análisis preliminar de la situación con un gasto mínimo de dinero y tiempo. El diseño de la investigación se caracteriza por la flexibilidad para estar sensible ante lo inesperado y para descubrir otra información no identificada previamente. Se emplean enfoques amplios y versátiles; éstos incluyen fuentes secundarias de datos, observación, entrevistas con expertos, entrevistas de grupo con personas.

### **Investigación de monitoreo del desempeño**

Una vez seleccionado el curso en acción e implementando el programa de marketing, se necesita la investigación de monitoreo del desempeño. El monitoreo del desempeño es un elemento esencial para controlar los programas de marketing de acuerdo con los planes. La desviación del plan puede ser el resultado de una ejecución inapropiada del programa de marketing y/o cambios no previstos en los factores situacionales. En consecuencia, el monitoreo eficaz del desempeño incluye la minoría, tanto de las variables de la mezcla de mercadeo como las variables situacionales, además de otras medidas tradicionales de desempeño, tales como ventas, participación de mercadeo y utilidades.

### **Investigación concluyente**

La investigación concluyente se caracteriza por procedimientos formales de investigación. Esto comprende los objetivos y necesidades de información claramente definidos, con frecuencia, se redacta un cuestionario detallado junto con un plan formal de muestreo. Los posibles enfoques de investigación incluyen encuestas, experimentos, observación y simulación.



Esta investigación se subdivide en:

- Investigación descriptiva
- Investigación causal

### **Investigación descriptiva**

La gran mayoría de empresas utilizan un diseño de investigación descriptiva en su investigación de. Casi todos los estudios de esta naturaleza dependen en gran parte de la formulación de preguntas a sus encuestados y de la disponibilidad de datos en fuentes de datos secundarias.

La información descriptiva puede emplearse para realizarse predicciones sobre la ocurrencia de los fenómenos de mercado.

### **Investigación Causal**

La investigación causal es apropiada dados los siguientes objetivos de la investigación:

Comprender cuáles son las variables que son a causa de lo que se predice y comprender la naturaleza de la relación funcional entre los factores causales y el efecto que se va a predecir. La investigación causal debe diseñarse de tal manera que la evidencia relacionada con la causalidad sea clara.

El propósito de esta investigación es recolectar información de las empresas constructoras registradas en la Superintendencia de Compañías del cantón Cuenca, con la aplicación de la investigación de tipo concluyente descriptiva para lo cual realizaremos una encuesta, la misma que nos ayudara a obtener los datos necesarios.

#### **3.1.4 Fuente de datos.**

Thomas C. Kinnear y James R. Taylor nos plantean cuatro fuentes básicas de datos de mercadeo, estas son: encuestados, situaciones análogas, experimentación y datos secundarios.



**Encuestados:** Son una fuente muy importante de datos del mercado, para nuestro estudio la encuesta será dirigida a: dueños, gerentes, administradores o representantes legales de cada una de las empresas constructoras registradas en la Superintendencia de Compañías del cantón Cuenca cabe recalcar que las encuestas serán de manera personal.

### **3.1.5 Técnicas de investigación.**

Las técnicas planteadas por Prof. Francisco Leiva Zea son: observación, entrevista y encuesta.

Para el presente estudio se utilizara solo las técnicas de observación y la encuesta.

**Observación:** Es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya al investigador para obtener el mayor número de datos.

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

**Encuesta:** Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los encuestados a fin de que las contesten igualmente por escrito. Este listado se denomina cuestionario.

### **3.2. Determinación de la población a estudiar**

La población o universo como también se la conoce es el conjunto de todos los elementos definidos antes de la selección de la muestra. Una población adecuadamente designada se debe definir en términos de: Elementos, Unidades de muestreo, Alcance y Tiempo. (Thomas C. Kinnear, 2000)

Para el presente trabajo determinaremos la población de la siguiente manera.

**Tabla Nº 1**  
**Población a ser estudiado**

ELEMENTO	Empresas constructoras registradas en la Superintendencia de Compañías den cantón Cenca.
UNIDADES DE MUESTREO	Empresas constructoras registradas en la Superintendencia de Compañías del cantón Cuenca.
ALCANCE	Cuenca
TIEMPO	2015

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** Los autores

En el presente estudio se realizara a 80 empresas constructoras registradas en la Superintendencia de Compañías del cantón Cuenca.

### 3.3. Determinación de la muestra.

La muestra consiste en una serie de operaciones destinadas a tomar una parte del universo o población que va ser estudiado, a fin de facilitar la investigación, puesto que es obvio que en muchos casos es imposible estudiar a la totalidad de elementos de ese universo o población.

El método utilizado para el muestreo en el presente estudio es el Aleatorio Simple Probabilístico.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{e^2 \cdot N + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Z = Representa el nivel de confianza requerido, en esta investigación es del 95% se ha dejado un 5% para solucionar problemas en caso de que las empresas a ser analizadas presentes problemas que alteren la información, Z = 1.96 (según tabla de áreas bajo la curva normal).

P = Proporción de las empresas, cuya factibilidad de ser seleccionadas en la muestra es un éxito, para el caso su valor estimado es de 0.90



Q = Proporción de personas que no hay factibilidad de ser seleccionadas es decir fracaso para el caso su valor es de 0.10.

N = Población total objeto de estudio.

e = Error de muestreo y su valor será del 5%

➤ **Cálculo de la muestra**

Para el cálculo de la muestra se ha considerado la población de 80 empresas constructoras registradas en la Superintendencia de Compañías del cantón Cuenca, desarrollando la fórmula anterior, resulta:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{e^2 \cdot N + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$
$$n = \frac{80 \times 1,96^2 \times 0,90 \times 0,10}{0,05^2 \times 80 + 1,96^2 \times 0,90 \times 0,10}$$
$$n = \frac{27,648}{0,5456}$$
$$n = 51 \text{ empresas}$$

### 3.4. Diseño del cuestionario.

Según Thomas C. Kinnear y James R. Taylor un diseño de cuestionario está compuesto por 5 secciones:

**Datos de identificación del encuestado.** Generalmente ocupa la primera sección del cuestionario y se relaciona con el nombre, dirección y número de teléfono del encuestado.

**Solicitud de cooperación.** Es una pequeña enunciación abierta diseñada para obtener la cooperación del encuestado con relación a la entrevista.

**Instrucciones.** Se refieren a comentarios realizados al entrevistador encuestado con relación a la forma de utilización del cuestionario, esto es para el caso cuando se aplica un cuestionario por correo.





**Información solicitada.** Es la parte más grande del cuestionario y varía de acuerdo a la información que se desea obtener.

**Datos de clasificación.** Son las características del encuestado, a menudo se recolecta al final de la encuesta o en algunos casos al comienzo para determinar si la persona califica como parte del plan de muestreo.

Los formatos de respuesta planteada por los autores antes mencionados son:

Los tres tipos de preguntas varían entre formato de respuestas no estructurados y estructurados.

**Preguntas de respuesta abiertas:** Generalmente nos referimos a esta pregunta como pregunta de libre respuesta ya que el encuestado pone su opinión personal, las ventajas de este tipo de preguntas son que permiten que se expresen las actitudes generales lo que puede ayudar a interpretar las preguntas más estructuradas, por otra parte su desventaja es el alto potencial de sesgo por parte del entrevistador. (Thomas C. Kinnear, 2000)

**Preguntas de selección múltiple:** Son aquellas en la que el encuestado selecciona una respuesta de una lista suministrada en la preguntada o a continuación de la misma, dentro de sus ventajas tenemos que reducen el sesgo del investigador, el costo y tiempo asociados con el procesamiento de los datos, por otra parte su desventaja es que estas preguntas tienden a sesgar los datos de acuerdo con el orden en el cual se presentan las alternativas de respuesta al encuestado. (Thomas C. Kinnear, 2000)

**Preguntas dicotómicas.** Es una forma extrema de la pregunta de selección múltiple que permite al encuestado solo dos respuestas, como sí o no, las ventajas de este tipo de preguntas es que pueden administrarse con rapidez y facilidad y la posibilidad de que se presente un sesgo por parte del entrevistado es menor, además que las respuestas son fáciles de codificar, procesar y analizar, como desventaja tenemos que la formulación positiva o negativa de la pregunta puede generar un efecto sobre la naturaleza de la respuesta. (Thomas C. Kinnear, 2000)



### 3.5. Determinación de los objetivos de la encuesta

**Tabla Nº 2**  
**Objetivos de la encuesta**

PREGUNTA	OBJETIVO
1. ¿Su empresa adquiere muebles para acabado de cocina?  Si ____ No ____	Conocer si el sector de la construcción analizado adquiere muebles de cocina para sus proyectos.
¿A qué empresa las adquiere?  Nombre:_____	Obtener información de las empresas que se dedican a la fabricación de muebles de cocina. (Competencia)
2. ¿Cuántos juegos adquiere por año? (juegos hace referencia a los closets superiores e inferiores de la cocina)  1 a 20 ____                      20 a 40 ____ 40 a 60 ____                      60 a 80 ____ 80 a 100 ____	Conocer el número de unidades que adquiere el sector de la construcción.
3. ¿Al comprar los muebles que prioriza la empresa? (siendo 1 alto y tres bajo) Enumere:  Precio ____ Calidad ____ Diseño ____ Otra especifique _____	Determinar cuáles son los parámetros que tiene el consumidor al momento de realizar la compra.
4. ¿Qué material prefiere al momento de comprar los muebles? (marque con una x)  Pino ____ Laurel ____	Establecer cual o cuales son los materiales que prefiere el consumidor para sus muebles de cocina y así poder tomar decisiones de producción.



MDF _____ Melamina _____ Otro especifique _____	
5. ¿Qué prefiere Ud. que el mueble sea?:  Lacado _____ Laminado _____	
6. ¿Qué tipo de mueble prefiere? (marque con una x)  Rustico _____ Moderno _____ Clásico _____ Otro _____	Diseñar los muebles de cocina de acuerdo a las preferencias del mercado.
7. Al comprar los muebles ¿cómo prefiere realizar el pago?.  Contado _____ Crédito _____ Otro (especifique) _____  3 <sup>a</sup> 6 meses _____ 6 <sup>a</sup> 9 meses _____ 9 <sup>a</sup> 12 meses _____	Analizar y determinar el tiempo de recuperación de cartera.
8. ¿Qué sucedió en el año 2015 con sus ventas tras las nuevas leyes impuestas por el Gobierno?	Conocer la situación económica del sector de la construcción.
9. ¿Estaría Ud. Dispuesto a comprar muebles para acabados de cocina a VITEFAMA?  SI _____ NO _____	Conocer que aceptación tiene VITEFAMA dentro del mercado cuencano.

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Los Autores



### 3.6. Prueba piloto

Prueba piloto según Malhotra 2004 define la prueba piloto como la aplicación un cuestionario a una pequeña muestra de encuestados para identificar y eliminar los posibles problemas de la elaboración de un cuestionario.

Para esta investigación y previo a la realización del trabajo de campo, se realizó una prueba piloto a tres empresas del sector **(Ver Anexo 1)**, la que nos dios una pauta para realizar algunos cambios: se completó la información del encuestado como teléfono para de esta manera poder corroborar si la encuesta fue aplicada, en la pregunta 1 se agregó que en caso de responder NO pase a la pregunta 8.

En la pregunta 8 se presenta opciones para que el encuestador pueda entender mejor, así como también se agregó un cuadro de observaciones en caso de tener inconvenientes al momento de realizar la encuesta y por último el nombre del encuestador que estará a cargo.

Con los cambios mencionados anteriormente queda planteado el cuestionario final para proceder al levantamiento de información. **(Ver Anexo 2)**

### 3.7. Trabajo de campo

El levantamiento de información de las 51 empresas constructoras registradas en la Superintendencia de Compañías en estudio, se encuentran repartidas en diferentes sectores del cantón Cuenca, para que la localización y la aplicación del respectivo cuestionario sea en el menor tiempo posible se procedió ubicarlas en un plano geográfico.

#### 3.7.1 Procedimiento.

Por la extensión geográfica que se encuentra la población objeto de estudio y debido al corto tiempo que se dispone, se trabajara con un grupo de encuestadores, siendo los mismos estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, teniendo el apoyo



y supervisión de los autores de la investigación para así asegurar la veracidad de los datos a obtener.

### Equipos de Trabajo.

Se contara con el apoyo de 4 encuestadores quienes son estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, los mismos que tendrán a su cargo un área de intervención.

**Tabla Nº 3**  
**Encuestadores**

<b>ENCUESTADOR 1</b>	Mercedes Lisbeth Duchi Lucero	13	MARIA JOSE REYES MARCO MENDIETA <b>SUPERVISOR</b>
<b>ENCUESTADOR 2</b>	Cristian Román Cárdenas Solano	13	
<b>ENCUESTADOR 3</b>	Katherine Alexandra Espinoza Sánchez	13	
<b>ENCUESTADOR 4</b>	Ruth Isabel Palacios Buestan	12	

**Fuente:** Investigación en el sector de la construcción de Cuenca

**Elaborado por:** Los autores

Cada encuestador contara con el material necesario para realizar el levantamiento de información, que se detalla a continuación:

- Cuestionarios impresos para recolección de datos.
- Tableros de apoyo.
- Mapas geográficos de las áreas de intervención.
- Esferos.
- Gafetes de identificación.
- Teléfonos celulares.

### 3.7.2 Levantamiento de información.

Después del respectivo levantamiento de información aplicada a las empresas constructoras registradas en la Superintendencia de Compañías del cantón Cuenca, la misma que se realizó en un lapso de 5 días se encontró los siguientes resultados que se detallan a continuación.

**Tabla N° 4**  
**Levantamiento de información**

	<b>Nº ENCUESTAS A CARGO</b>	<b>Nº ENCUESTAS APLICADAS</b>
<b>ENCUESTADO 1</b>	13	7
<b>ENCUESTADOR 2</b>	13	7
<b>ENCUESTADOR 3</b>	13	13
<b>ENCUESTADOR 4</b>	12	5
<b>TOTAL DE ENCUESTAS APLICADAS</b>	51	32

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores

De acuerdo a la información proporcionada por los encuestadores se localizó físicamente a 32 empresas, una de las causas por las que no se encontré al total fue por motivos de localización, puesto que en su mayoría son Ingenieros independientes y no pasan en sus oficinas, por lo que se procedió a realizar las encuestas vía telefónicas teniendo gran acogida y de esta manera se completa la muestra de 51 empresas objetos de estudio.

### 3.8. Tabulación de datos y resultados.

“La Tabulación consiste en llevar los resultados a cuadros para facilitar su proceso y es llevar los cuadros a gráfico para hacer las primeras



interpretaciones, cada pregunta lleva asociado un cuadro y una gráfica”.  
(Zarco, 2010)

Haciendo síntesis a lo planteado, la tabulación y presentación de datos es la parte fundamental y esencial por lo que después de haber realizado la recolección de datos a base de los cuestionarios se procede a clasificar los datos referentes a cada variable, por otra parte se realizarán las respectivas interpretaciones y análisis de datos.

Por lo tanto, se procederá a representar de manera general y en forma gráfica el análisis de los resultados obtenidos; se emplearán diagramas circulares y de barras.

**Pregunta 1:** ¿Su empresa adquiere muebles para acabado de cocina?

**Objetivo:** Conocer si el sector de la construcción analizado adquiere muebles de cocina para sus proyectos.

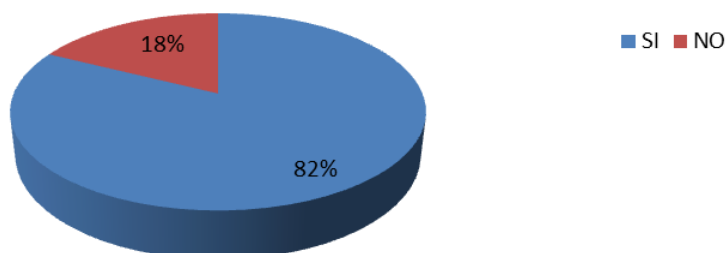
**Tabla N° 5**  
**Empresas que adquieren muebles para acabados de cocina**

	Nro. Empresas	Porcentaje
SI	42	82%
NO	9	18%
Total	51	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores

### 1. ¿Su empresa adquiere muebles para acabado de cocina?



**Gráfico N° 1: Empresas que adquieren muebles para acabados de cocina**

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores

### Resultados:

De las 50 encuestas realizadas a las empresas constructoras registradas en la SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS tan solo 42 empresas trabajan con muebles para acabado de cocina es decir el 84%.



**Pregunta 2:** *¿Cuántos juegos adquiere por año? (juegos hace referencia a los closets superiores e inferiores de la cocina)*

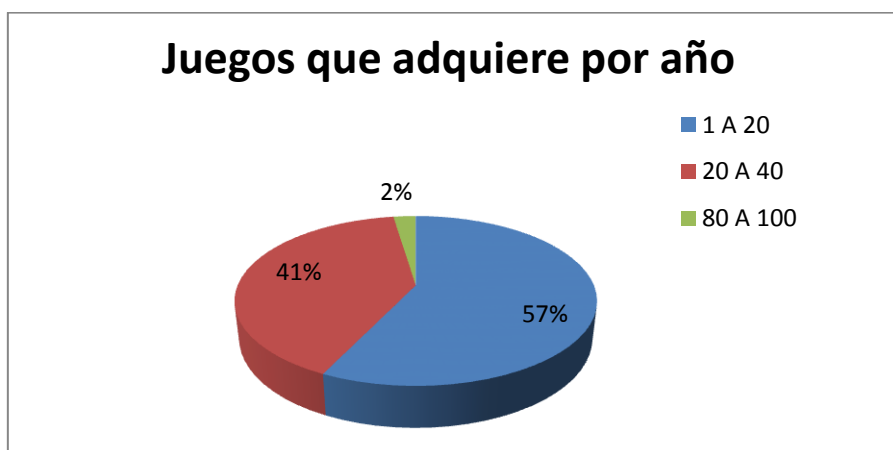
**Objetivo:** Conocer el número de unidades que adquiere el sector de la construcción.

**Tabla Nº 6**  
**Juegos de muebles que adquiere por año**

Juegos	Nº Empresas	Porcentaje
1 A 20	24	57%
20 A 40	17	40%
80 A 100	1	2%
total	42	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores



**Gráfico Nº 2: Juegos de muebles que adquiere por año**

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores

### **Resultados:**

De las 42 empresas constructoras el 57% adquiere de 1 a 20 juegos de muebles para acabado de cocina por año, el 40% adquiere 20 a 40 juegos y un 2% adquiere de 80 a 100 juegos de muebles.

**Pregunta 3:** *Al comprar los muebles que prioriza la empresa (siendo 1 alto y tres bajo)*

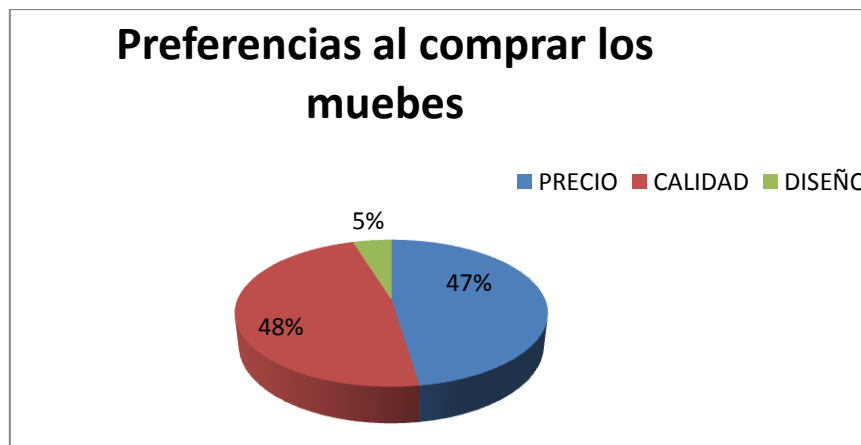
**Objetivo:** Determinar cuáles son los parámetros que tiene el consumidor al momento de realizar la compra.

**Tabla Nº 7**  
**Preferencias al comprar los muebles**

Preferencia	Nro.	Porcentaje
<b>PRECIO</b>	20	48%
<b>CALIDAD</b>	20	48%
<b>DISEÑO</b>	2	5%
total	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores



**Gráfico Nº 3: Preferencias al comprar los muebles**  
**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores

### **Resultados:**

De los datos recolectados en la encuestas el 48% de las 42 empresas constructoras prioriza el precio al comprar los muebles para acabado de cocina, un 47% prioriza la calidad y tan solo un 5% prioriza el diseño.

**Pregunta 4:** ¿Qué material prefiere al momento de comprar los muebles?

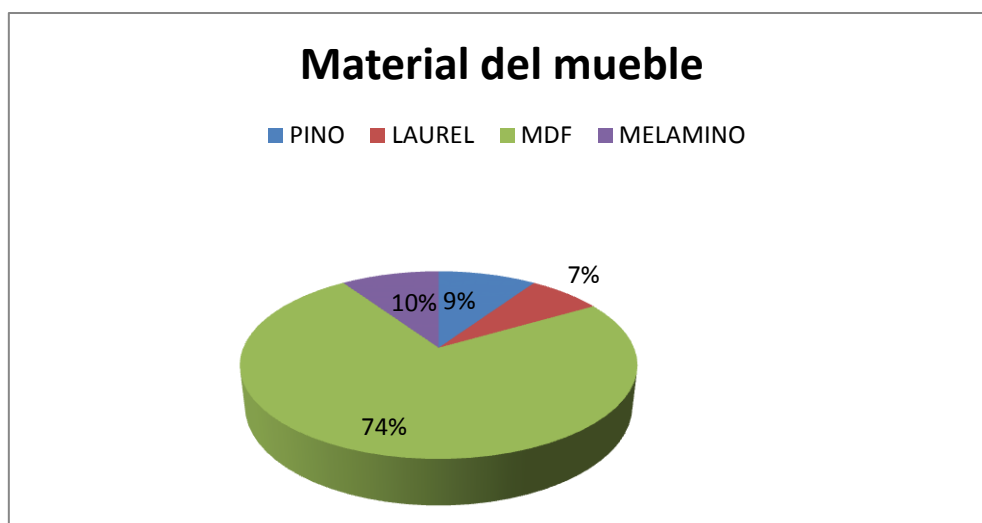
**Objetivo:** Establecer cual o cuales son los materiales que prefiere el consumidor para sus muebles de cocina y así poder tomar decisiones de producción.

**Tabla Nº 8**  
**Material del mueble**

Material	Nro.	Porcentaje
<b>PINO</b>	4	10%
<b>LAUREL</b>	3	7%
<b>MDF</b>	31	74%
<b>MELAMINO</b>	4	10%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores



**Gráfico Nº 4: Materia de mueble**

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores

### **Resultados:**

Al momento de comprar muebles para acabado de cocina un 74% de las 42 empresas prefieren que sean hechos de tablero MDF, el 10% de melamino, un 9% de pino y un 7% de laurel.

**Pregunta 5:** ¿Que prefiere Ud. que el mueble sea?

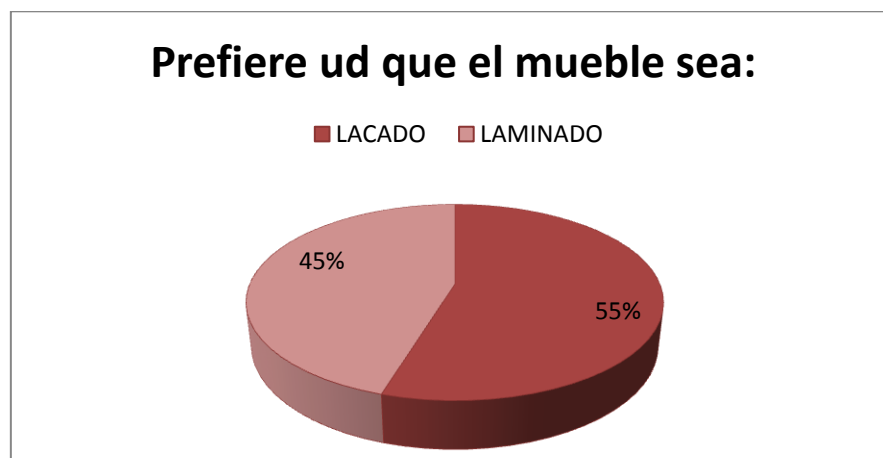
**Objetivo:** Establecer cual o cuales son los materiales que prefiere el consumidor para sus muebles de cocina y así poder tomar decisiones de producción.

**Tabla N° 9**  
**Preferencias del mueble**

Tipo	Nro.	PORCENTAJE
LACADO	23	55%
LAMINADO	19	45%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores



**Gráfico N° 5: Preferencias del mueble**  
**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores

### **Resultados:**

El 55% de empresas encuestadas prefiere adquirir muebles para acabado de cocina lacados y el otro 45% prefiere laminados.

**Pregunta 6:** ¿Qué tipo de mueble prefiere?

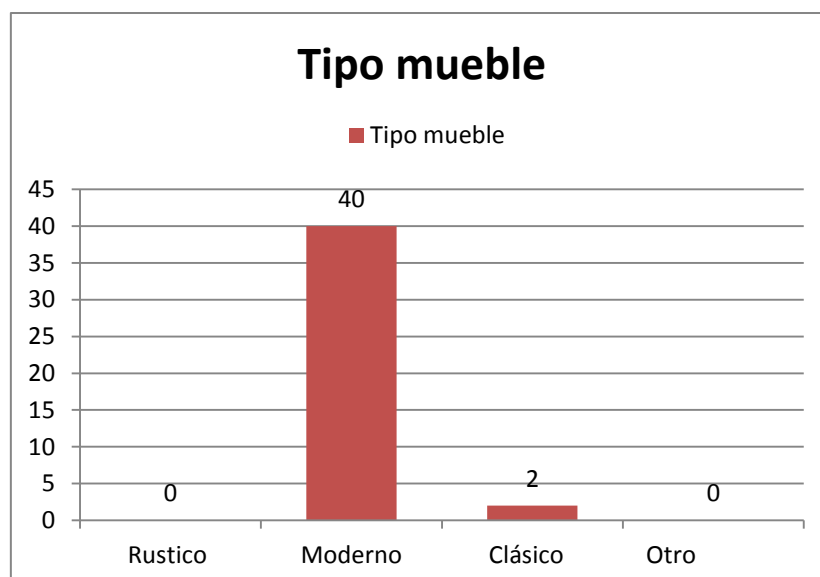
**Objetivo:** Diseñar los muebles de cocina de acuerdo a las preferencias del mercado.

**Tabla N° 10**  
**Tipo de mueble**

Tipo mueble	Empresas	Porcentajes
Rustico	0	0%
Moderno	40	95%
Clásico	2	5%
Otro	0	0%
Total	42	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores



**Gráfico N° 6: Tipo de mueble**

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores

**Resultados:**

El gráfico nos indica que de las 42 empresas encuestadas 40 de ellas prefiere muebles modernos siendo un 95%, mientras que 5% restante que representan 2 empresas prefieren muebles clásicos.

**Pregunta 7:** *Al comprar los muebles como prefiere realizar el pago.*

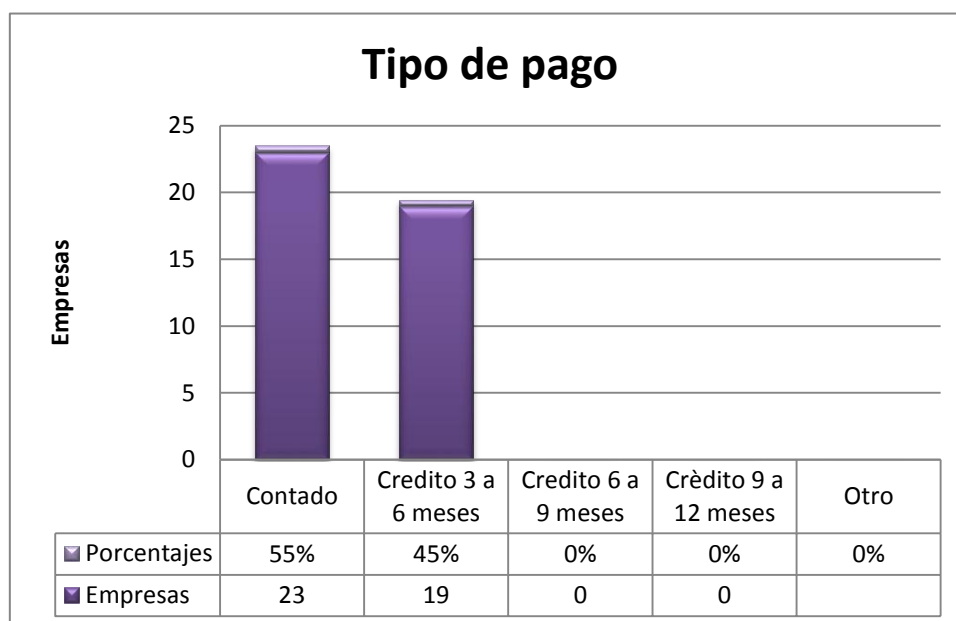
**Objetivo:** Analizar y determinar el tiempo de recuperación de cartera.

**Tabla N° 11**  
**Forma de Pago**

Tipo de pago	Empresas	Porcentajes
Contado	23	55%
Crédito 3 a 6 meses	19	45%
Crédito 6 a 9 meses	0	0%
Crédito 9 a 12 meses	0	0%
Otro		0%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores



**Gráfico N° 7: Tipo de pago**

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores

## Resultados:

De las 42 empresas constructoras obtenidas en el estudio se puede observar de acuerdo al grafico que 23 realizan pagos al contado, mientras que 19 lo hace mediante crédito a 3 meses.

**Pregunta 8:** ¿Qué sucedió desde el año 2015 con su empresa respecto a la situación económica del país?

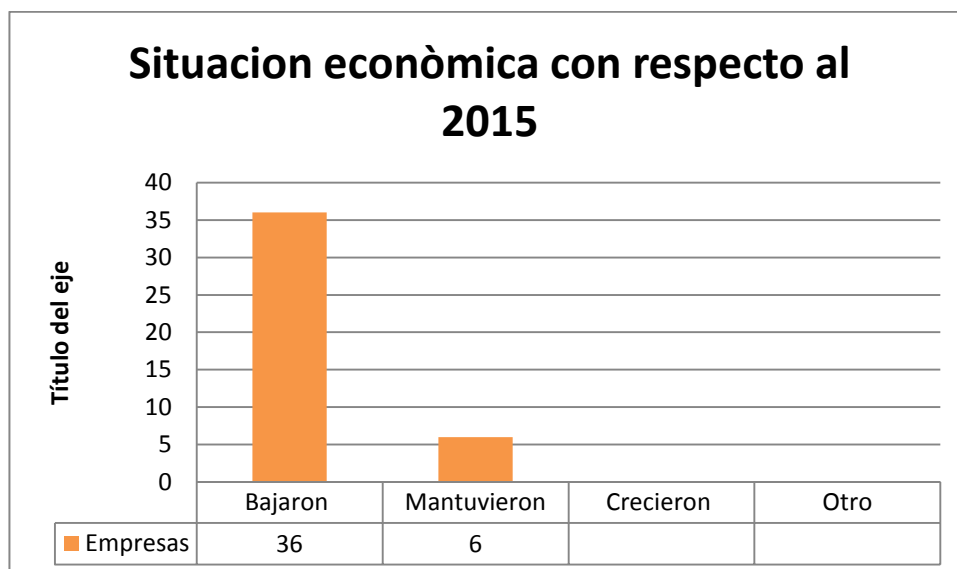
**Objetivo:** Conocer la situación económica del sector de la construcción.

**Tabla N° 12**  
**Situación económica 2015**

Ventas	Empresas	Porcentajes
Bajaron	36	86%
Mantuvieron	6	14%
Crecieron	0	0%
Otro	0	0%
Total	42	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores



**Gráfico N° 8: Situación económica 2015**

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores

### **Resultados:**

El 86% de las empresas constructoras encontradas y analizadas, durante el año 2015 sus ventas se vieron afectadas de acuerdo a la situación económica del país, siendo éstas 36 empresas, mientras que un 14% mantuvieron sus ventas.

**Pregunta 9:** *Estaría Ud. Dispuesto a comprar muebles para acabados de cocina a VITEFAMA.*

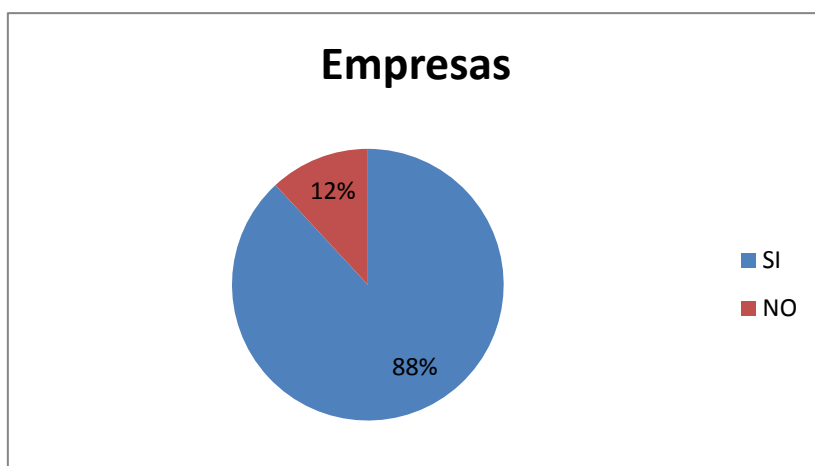
**Objetivo:** Conocer que aceptación tiene VITEFAMA dentro del mercado cuencano.

**Tabla N° 13**  
**Aceptación de adquirir muebles de cocina a Vitefama**

	Empresas	Porcentajes
SI	37	88%
NO	5	12%
Total	42	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores



**Gráfico N° 9: Aceptación de adquirir muebles de cocina a Vitefama**

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Los autores

### **Resultados:**

37 de las 42 empresas estudiadas estarían dispuestas a adquirir muebles para acabados de cocina a la empresa Vitefama según el estudio realizado siendo un 88%.



### 3.9. Análisis de Resultados

El número de empresas constructoras analizadas constituye 51, ahora bien, con base en los resultados obtenidos en el levantamiento de información, existen 42 empresas constructoras que adquieren muebles para acabados de cocina a diferentes proveedores desde pequeños talleres así como a empresas grandes reconocidas dentro del sector, esto representan un 84%, el 16% restante no los adquieren por varias razones como por ejemplo: 2 de ellas las fabrican por su cuenta, 2 no tienen actividad directa de construcción sino realizan obras civiles y eléctricos así como levantamiento de planos, las 5 restantes no están ejerciendo actividad en cuanto a construcciones.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio las empresas constructoras adquieren un promedio de 30 juegos de muebles para acabados de cocina por año en su mayoría, además el presente estudio dio a conocer que las empresas constructoras prioriza el precio y la calidad de los muebles al momento de comprarlos, garantizando así que los precios sean accesibles para los clientes y que tengan buena calidad por lo que prefieren que sean fabricados de tablero MDF y su acabado sea lacado.

La información obtenida del sector de la construcción en base al tipo de mueble que prefieren las empresas en cuanto a diseño es el moderno teniendo una aceptación del 95% dentro de las constructoras encuestadas.

En cuanto se refiere a la forma de pago las empresas constructoras tienen previos convenios con sus proveedores, de las 42 empresas, 23 de ellas que representa el 55% lo realizan al contado, y el 45% lo prefieren hacer al a crédito de entre 3 a 6 meses.

Como bien se sabe el sector de la construcción es uno de los sectores representativos en la economía del país, cabe recalcar que para el año 2015 las empresas encuestadas se vieron afectadas en sus ventas ya que bajaron durante dicho año por la situación económica en la que se encuentra el país.

Como resultado de las 42 empresas que adquieren muebles para acabado de cocina 37 de ellas estaría dispuesta a comprar muebles de este tipo a la Empresa Vitefama por lo que se puede decir que se tiene una gran acogida dentro del sector de la construcción.



## **CAPITULO IV**

### **ANALISIS FINANCIERO DE LA EMPREA VITEFAMA**

En el presente capítulo se presenta el caso práctico, para llegar a cumplir el objetivo de la investigación planteada, el de realizar un análisis financiero para determinar la factibilidad de un plan de negocios en la producción de una línea de muebles (acabados de cocina) para el sector de la construcción del cantón Cuenca que se encuentran registradas en las Superintendencia de Compañías, mediante un análisis de mercado que permita también conocer la aceptación del producto, estructura de presupuestos, costos, gastos, flujos de efectivo proyectados, además llegar a determinar la factibilidad del plan de negocios para el caso VITEFAMA, el mismo que considere un margen de contribución y utilidad acorde a su producción e inversión, por lo que es de vital importancia los resultados obtenidos por el estudio del capítulo anterior como marco de referencia.



#### 4.1. Estructura de presupuestos

##### 4.1.1 Presupuesto de M.P.D.

Costos por mes.

#### VITEFAMA CÁLCULO DE COSTOS POR MES

METRO LINEAL DE MUEBLE SUPERIOR	
<b>Costo variable</b>	
Madera	15,00
Tinte	3,00
laca y sellador	1,75
MANO DE OBRA	30,00
Lija	0,80
Tiraderas	1,75
Tornillos	0,50
Granito	0,00
Grapas	0,65
Bisagras	1,80
Luz	1,50
<b>TOTAL</b>	<b>56,75</b>
<b>Costo fijo</b>	
DEP. MAQUINARIA	329,16

METRO LINEAL DE MUEBLE INFERIOR	
<b>Costo variable</b>	
Madera	15,00
Tinte	3,00
laca y sellador	1,75
MANO DE OBRA	30,00
Lija	0,80
Tiraderas	1,75
Tornillos	0,50
Granito	60,00
Grapas	0,40
Bisagras	1,80
Luz	1,50
<b>TOTAL</b>	<b>116,50</b>
<b>Costo fijo</b>	
DEP. MAQUINARIA	329,17



TOTAL FIJOS	329,16
<b>TOTAL</b>	<b>385,91</b>
<b>METROS PRODUCIDOS</b>	<b>30</b>
<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>2031,66</b>

TOTAL FIJOS	329,17
<b>TOTAL</b>	<b>445,67</b>
<b>METROS PRODUCIDOS</b>	<b>30</b>
<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>3824,17</b>

	<b>TOTAL</b>	<b>UNITARIO SUPERIOR</b>	<b>UNITARIO INFERIOR</b>
COSTO	195,19	67,72	127,47
UTILIDAD	54,81	32,28	22,53
<b>PRECIO</b>	<b>250</b>	<b>100</b>	<b>150</b>

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



#### 4.1.2 Punto de equilibrio.

##### VITEFAMA S.A .DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

PRODUCTO	MPD	MOD	GIF	TOTAL CV	CF	CV UNIT
MUEBLE SUPERIOR	19,75	30,00	7,00	56,75	329,16	56,75
MUEBLE INFERIOR	79,75	30,00	6,75	116,50	329,17	116,50
	<b>99,50</b>	<b>60,00</b>	<b>13,75</b>	<b>173,25</b>		<b>173,25</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL									
PRODUCTOS	PRECIO UNITARIO	PONDERACION	%	PRECIO PONDERADO	COSTO UNITARIO	CANTIDAD. VENTAS	MARGEN CONTRIBUCIÓN	UNIDADES A VENDER	\$ VENDER
MUEBLE	250,00	1,00	100%	250,00	173,25	30	76,75	8,58	2144,40
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>1</b>	<b>100,00%</b>	<b>250,00</b>	<b>173,25</b>	<b>30</b>	<b>76,7500</b>	<b>8,58</b>	<b>2144,40</b>

DATOS PARA LA FORMULA	
COSTOS FIJOS	MARGEN DE CONTRIBUCION UNIT. PONDERADO
658,33	76,75000
<b>PE = CF/MCUP</b>	
<b>PE=</b> 8,6	UNIDADES
<b>PE=</b> \$ 2.144,40	DÓLARES

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



<u>TABLA DE VALORES</u>				
CANTIDAD	COSTO FIJO	COSTO TOTAL	VENTAS	
0	658,33	658,33	0,00	-658,33
1	658,33	831,58	250,00	-581,58
2	658,33	1004,83	500,00	-504,83
3	658,33	1178,08	750,00	-428,08
4	658,33	1351,33	1000,00	-351,33
5	658,33	1524,58	1250,00	-274,58
6	658,33	1697,83	1500,00	-197,83
7	658,33	1871,08	1750,00	-121,08
8	658,33	2044,33	2000,00	-44,33
8,58	658,33	2144,82	2145,00	0,18

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



#### 4.1.3 Presupuesto de Ventas.

##### VITEFAMA S.A PRESUPUESTO DE VENTAS

PRODUCTO	UNIDADES	PRECIO DE VENTA	VENTAS TOTALES	2017	2018	2019	2020	2021
JUEGOS	720	250	180000	187200,00	196372,80	204227,71	211988,37	220043,92
			180000	187200,00	196372,80	204227,71	211988,37	220043,92
INFLACIÓN				0,04	0,049	0,04	0,038	0,038

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



#### 4.14 Presupuesto de Compras.

##### VITEFAMA S.A PRESUPUESTO DE COMPRAS

CONTENIDO CADA UNO	PRODUCTO		TOTAL	TOTAL 2017	TOTAL 2018	TOTAL 2019	TOTAL 2020	TOTAL 2021
	MUEBLE SUPERIOR	MUEBLE INFERIOR						
MADERA	5400,00	5400	10800	11232,00	11782,37	12253,66	12719,30	13202,64
TINTE	1080	1080	2160,00	2246,40	2356,47	2450,73	2543,86	2640,53
LACA Y SELLADOR	630	630	1260	1310,40	1374,61	1429,59	1483,92	1540,31
BISAGRAS	648	648	1296	1347,84	1413,88	1470,44	1526,32	1584,32
GRANITO	0	21600	21600	22464,00	23564,74	24507,33	25438,60	26405,27
TIRADERAS	630	630	1260	1310,40	1374,61	1429,59	1483,92	1540,31
METROS A PRODUCIR	360	360						
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA A UTILIZAR			38376,00	39911,04	41866,68	43541,35	45195,92	46913,36

INFLACIÓN	0,04	0,049	0,04	0,038	0,038
-----------	------	-------	------	-------	-------





**PRIMER MES**

CONTENIDO CADA UNO	PRODUCTO		TOTAL
	MUEBLE SUPERIOR	MUEBLE INFERIOR	
<b>MADERA</b>	450,00	450,00	900
<b>TINTE</b>	90,00	90,00	180
<b>LACA Y SELLADOR</b>	52,50	52,50	105
<b>BISAGRAS</b>	54,00	54,00	108
<b>GRANITO</b>	0,00	1800,00	1800
<b>TIRADERAS</b>	52,50	52,50	105
<b>METROS A PRODUCIR</b>	30,00	30,00	
<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA A UTILIZAR PRIMER MES</b>			<b>3198</b>

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



#### 4.1.5 Presupuesto de MOD.

##### VITEFAMA S.A. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA

	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO POR UNIDAD	TOTAL	TOTAL 2017	TOTAL 2018	TOTAL 2019	TOTAL 2020	TOTAL 2021
MUEBLE SUPERIOR	360	30,00	10800	11232	11782,36 8	12253,662 7	12719,301 9	13202,635 4
MUEBLE INFERIOR	360	30,00	10800	11232	11782,36 8	12253,662 7	12719,301 9	13202,635 4
			<b>21600</b>	<b>22464,00</b>	<b>23564,74</b>	<b>24507,33</b>	<b>25438,60</b>	<b>26405,27</b>

<b>INFLACIÓN</b>	0,04	0,049	0,04	0,038	0,038
------------------	------	-------	------	-------	-------

##### PRIMER MES

	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO POR UNIDAD	TOTAL
MUEBLE SUPERIOR	30	30,00	900
MUEBLE INFERIOR	30	30,00	900
			<b>1800</b>

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



#### 4.1.6 Presupuesto CIF.

VITEFAMA S.A.												
PRESUPUESTO DE CIF												
	AÑO 2016			2017	2018		2019		2020		2021	
CIF VARIABLES	M. SUPERIOR	M. INFERIOR	M. SUPERIOR	M. INFERIOR	M. SUPERIOR	M. INFERIOR	M. SUPERIOR	M. INFERIOR	M. SUPERIOR	M. INFERIOR	M. SUPERIOR	M. INFERIOR
Servicios básicos	540	540	561,6	561,6	589,12	589,12	612,68	612,68	635,97	635,97	660,13	660,13
LIJA	288	288	299,52	299,52	314,20	314,20	326,76	326,76	339,18	339,18	352,07	352,07
Grapas, tornillos	414	324	430,56	336,96	451,66	353,47	469,72	367,61	487,57	381,58	506,10	396,08
<b>TOTAL</b>	<b>1242</b>	<b>1152</b>	<b>1291,68</b>	<b>1198,08</b>	<b>1354,97</b>	<b>1256,79</b>	<b>1409,17</b>	<b>1307,06</b>	<b>1462,72</b>	<b>1356,73</b>	<b>1518,30</b>	<b>1408,28</b>
<b>CIF FIJOS</b>												
Maquinaria	3949,92	3950,04	3950,04	3950,04	3950,04	3950,04	3950,04	3950,04	3950,04	3950,04	3950,04	3950,04
<b>TOTAL CIF FIJOS</b>	<b>3949,92</b>	<b>3950,04</b>	<b>3950,04</b>	<b>3950,04</b>	<b>3950,04</b>	<b>3950,04</b>	<b>3950,04</b>	<b>3950,04</b>	<b>3950,04</b>	<b>3950,04</b>	<b>3950,04</b>	<b>3950,04</b>
<b>TOTAL CIF PRESUPUESTADO</b>	<b>5191,92</b>	<b>5102,04</b>	<b>5241,72</b>	<b>5148,12</b>	<b>5305,01</b>	<b>5206,83</b>	<b>5359,21</b>	<b>5257,10</b>	<b>5412,76</b>	<b>5306,77</b>	<b>5468,34</b>	<b>5358,32</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10293,96</b>		<b>10389,84</b>		<b>10511,84</b>		<b>10616,31</b>		<b>10719,53</b>		<b>10826,66</b>	
<b>INFLACION</b>		0,04	0,049		0,04	0,038		0,038				



**PRIMER MES**

<b>CIF VARIABLES</b>	<b>M. SUPERIOR</b>	<b>M. INFERIOR</b>
Servicios básicos	45	45
Lija	24	24
Grapas, tornillos	34,5	27
<b>TOTAL</b>	<b>103,5</b>	<b>96</b>
<b>CIF FIJOS</b>		
MAQUINARIA	329,16	329,17
<b>TOTAL CIF FIJOS</b>	<b>329,16</b>	<b>329,17</b>
<b>TOTAL CIF PRESUPUESTADO</b>	<b>432,66</b>	<b>425,17</b>
<b>TOTAL</b>	<b>857,83</b>	

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



#### 4.1.7 Presupuesto de Gastos.

**VITEFAMA S.A.**  
**PRESUPUESTOS DE GASTOS**

	<u>Valor Unitario</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Valor Total ANUAL</u>	<u>COSTO PRIMER MES</u>	<u>2017</u>	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>
<b><u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u></b>	-	-	-	-					
SUELDOS	-	-	45600	3800	47424,00	49747,78	51737,69	53703,72	55744,46
<b>TOTAL SUELDOS</b>	-	-	<b>45600</b>	<b>3800</b>	<b>47424,00</b>	<b>49747,78</b>	<b>51737,69</b>	<b>53703,72</b>	<b>55744,46</b>
<b><u>GASTO DE VENTAS</u></b>	-	-	-	-					
<b>Catálogos</b>									
Transporte	100	4	400	33,33	416,00	436,38	453,84	471,09	488,99
SERVICIOS BASICOS	1,00	0	360	30,00	374,40	392,75	408,46	423,98	440,09
tarjetas de presentación	0,07	500	35	2,92	36,40	38,18	39,71	41,22	42,79
<b>TOTAL PUBLICIDAD</b>			<b>795</b>	<b>66,25</b>	<b>826,80</b>	<b>867,31</b>	<b>902,01</b>	<b>936,28</b>	<b>971,86</b>
<b><u>GASTOS FINANCIEROS</u></b>									
Intereses					7600,00	6342,68	4965,92	3458,37	1807,60
<b><u>DEPRECIACIONES</u></b>	-	-	-						
Dep. Acu. EQUIPOS DE COMPUTACION		1	159,96	13,33					
Dep. Acu. muebles de oficina (estante)		1	120	10					
<b>TOTAL</b>			<b>279,96</b>	<b>23,33</b>	<b>279,96</b>	<b>279,96</b>	<b>279,96</b>	<b>279,96</b>	<b>279,96</b>
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>			<b>46674,96</b>	<b>3889,58</b>	<b>56130,76</b>	<b>57237,73</b>	<b>57885,57</b>	<b>58378,33</b>	<b>58803,88</b>



INFLACION				0,0400	0,049	0,0400	0,0380	0,0380
AMORTIZACIONES				amortización anual				
INVERSIONES DIFERIDAS			200					
Gastos de Constitución	0							
Gastos de organización	250							
Gastos de Instalación	300							
TOTAL	550		110					

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores

**El crédito que se decide obtener se realizara a Banco Guayaquil debido a las relaciones con Vitefama y por su baja tasa de interés, se adquirirá un crédito empresarial al 9.5% anual a un plazo de cinco años, a continuación se detalla una tabla en resumen.**



## Amortización e inversión.

### VITEFAMA S.A PRESTAMO AL BANCO

**CAPITAL** 80000  
**INTERES** 0,095  
**TIEMPO** 5  
**AMORTIZACION** ANUAL

**DIVIDENDO** 20834,91  
**INTERES** 7600  
**AMORTIZACION** 13234,91

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	AMORTIZACION	CAPITAL REDUCIDO
1	80000	7600	13234,91	66765,09
2	66765,09	6342,68	14492,23	52272,86
3	52272,86	4965,92	15868,99	36403,86
4	36403,86	3458,37	17376,55	19027,32
5	19027,32	1807,60	19027,32	0,00
		<b>24174,57</b>	<b>80000,00</b>	



CAPITAL DE TRABAJO	
MO	1800
MP	3198
CIF	857,83
GASTOS OPERATIVOS	3889,58
<b>TOTAL</b>	<b>9745,41</b>
INVERSIONES DIFERIDAS	
Gastos de Constitución	0
Gastos de organización	250
Gastos de Instalación	300
<b>Total</b>	<b>550</b>
INVERSIONES fijas	
MUEBLES DE OFICINA	600
COMPUTADORA	800
MAQUINARIA	80000
<b>TOTAL</b>	<b>81400</b>
<b>TOTAL</b>	<b>91695,41</b>
CAPITAL SOCIAL	1800

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores





## 4.2. Estructura flujo de efectivo proyectado

### FLUJO DE EFECTIVO VITEFAMA S.A

RUBROS	PERIODO									
	2016	2017	2018	2019	2020	2021				
<b>VENTAS</b>		<b>171600,00</b>	<b>196372,80</b>	<b>204227,71</b>	<b>211988,37</b>	<b>220043,92</b>				
<b>(-)Costos de artículos vendidos</b>		<b>66701,14</b>	<b>75943,26</b>	<b>78664,98</b>	<b>81354,05</b>	<b>84145,30</b>				
Materia prima directa		36585,12	41866,68	43541,35	45195,92	46913,36				
mano de obra directa		20592,00	23564,74	24507,33	25438,60	26405,27				
costos indirectos de fabricación		9524,02	10511,84	10616,31	10719,53	10826,66				
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>104898,86</b>	<b>120429,54</b>	<b>125562,73</b>	<b>130634,32</b>	<b>135898,62</b>				
<b>(-) Gastos de operación</b>		<b>52109,86</b>	<b>57237,73</b>	<b>57885,57</b>	<b>58378,33</b>	<b>58803,88</b>				
Gastos de venta		757,90	867,31	902,01	936,28	971,86				
gastos de administración		43472,00	49747,78	51737,69	53703,72	55744,46				
gastos financieros		7600	6342,68	4965,92	3458,37	1807,60				
Depreciación		279,96	279,96	279,96	279,96	279,96				
<b>(=) Utilidad de Operación</b>		<b>52789,00</b>	<b>63191,81</b>	<b>67677,16</b>	<b>72255,99</b>	<b>77094,75</b>				
<b>(-) Participación de trabajadores</b>		<b>7918,35</b>	<b>9478,77</b>	<b>10151,57</b>	<b>10838,40</b>	<b>11564,21</b>				
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>44870,65</b>	<b>53713,04</b>	<b>57525,58</b>	<b>61417,59</b>	<b>65530,54</b>				
<b>(-) Impuesto a la renta</b>		<b>9871,54</b>	<b>11816,87</b>	<b>12655,63</b>	<b>13511,87</b>	<b>14416,72</b>				
<b>(=) Utilidad neta</b>		<b>34999,11</b>	<b>41896,17</b>	<b>44869,95</b>	<b>47905,72</b>	<b>51113,82</b>				
Depreciación		279,96	279,96	279,96	279,96	279,96				
Amortización		110,00	110,00	110,00	110,00	110,00				
<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>		<b>35389,07</b>	<b>42286,13</b>	<b>45259,91</b>	<b>48295,68</b>	<b>51503,78</b>				
<b>INVERSIONES</b>										
inversiones fijas	-81400									
capital de trabajo	-9745,41									
inversiones diferidas	-550									



Total inversión	-91695,41	35389,07	42286,13	45259,91	48295,68	51503,78
VAN	\$ 36.182,10					
TIR	36%					
PAYBACK	PAYBACK					
	3 AÑOS					
	2 MESES					
	9 DIAS					
	0 -91695,41		flujo	tasa	0,1826	
	1 35389,07	29924,80				
	2 42286,13	30235,85				
	3 45259,91	27365,29	87525,9435			
	4 48295,68	24692,03				
	5 51503,78	22266,38				
		DIFERENCIA	-4169,4665			
	24692,03	12				
	4169,4665	X				
	1,00	30				
	0,30	X				

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



### 4.3. Análisis financiero

#### 4.3.1 Escenario optimista.

INCREMENTA INGRESOS 5%

#### FLUJO DE EFECTIVO VITEFAMA S.A

RUBROS		PERIODO									
	2016	2017		2018		2019		2020		2021	
VENTAS			180180,00	3,67	203773,75	3,35	210600,17	3,35	217655,28	3,35	224946,73
(-)Costos de artículos vendidos		3,75	66701,14	3,67	75943,26	3,35	78664,98	3,35	81354,05	3,35	84145,30
Materia prima directa		36585,12		41866,68		43541,35		45195,92		46913,36	
mano de obra directa		20592,00		23564,74		24507,33		25438,60		26405,27	
costos indirectos de fabricación		9524,02		10511,84		10616,31		10719,53		10826,66	
(=) Utilidad Bruta			113478,86		127830,50		131935,19		136301,23		140801,43
(-) Gastos de operación			52109,86	3,67	57237,73	3,35	57885,57	3,35	58378,33	3,35	58803,88
Gastos de venta		757,90		867,31		902,01		936,28		971,86	
gastos de administración		43472,00		49747,78		51737,69		53703,72		55744,46	
gastos financieros		7600		6342,68		4965,92		3458,37		1807,60	
Depreciación		279,96		279,96		279,96		279,96		279,96	
(=) Utilidad de Operación			61369,00		70592,76		74049,62		77922,90		81997,55
(-) Participación de trabajadores			9205,35		10588,91		11107,44		11688,44		12299,63
(=) Utilidad antes de impuestos			52163,65		60003,85		62942,17		66234,47		69697,92
(-) Impuesto a la renta			11476,00		13200,85		13847,28		14571,58		15333,54
(=) Utilidad neta			40687,65		46803,00		49094,90		51662,88		54364,38
Depreciación			279,96		279,96		279,96		279,96		279,96
Amortización			110,00		110,00		110,00		110,00		110,00
FLUJO DE EFECTIVO NETO			41077,61		47192,96		49484,86		52052,84		54754,34

#### INVERSIONES

inversiones fijas	-81400
capital de trabajo	-9745,41



inversiones diferidas

**Total inversión**

**VAN** \$ 48.189,08

**TIR** 42%

**PAYBACK** **PAYBACK**

-550						
-91695,41	41077,61	47192,96	49484,86	52052,84	54754,34	
2	AÑOS					
9	MESES					
9	DIAS					
0	-91695,41		flujo	tasa	0,1826	
1	41077,61	34735,00				
2	47192,96	33744,38	68479,3798			
3	49484,86	29919,80				
4	52052,84	26612,95				
5	54754,34	23671,68				

DIFERENCIA 23216,0302

29919,80	12
23216,0302	X
1,00	30
0,30	X

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



DISMINUYE LOS EGRESOS 5%

FLUJO DE EFECTIVO VITEFAMA S.A

RUBROS	PERIODO									
	2016	2017	2018	2019	2020	2021				
<b>VENTAS</b>		<b>171600,00</b>	<b>196372,80</b>	<b>204227,71</b>	<b>211988,37</b>	<b>220043,92</b>				
<b>(-)Costos de artículos vendidos</b>		<b>66701,14</b>	<b>75943,26</b>	<b>78664,98</b>	<b>81354,05</b>	<b>84145,30</b>				
Materia prima directa		36585,12	41866,68	43541,35	45195,92	46913,36				
mano de obra directa		20592,00	23564,74	24507,33	25438,60	26405,27				
costos indirectos de fabricación		9524,02	10511,84	10616,31	10719,53	10826,66				
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>104898,86</b>	<b>120429,54</b>	<b>125562,73</b>	<b>130634,32</b>	<b>135898,62</b>				
(-) Gastos de operación		49898,37	54143,17	54358,34	54496,06	54545,67				
Gastos de venta		720,01	814,29	841,56	869,76	898,89				
gastos de administración		41298,40	46706,24	48270,90	49887,97	51559,22				
gastos financieros		7600	6342,68	4965,92	3458,37	1807,60				
Depreciación		279,96	279,96	279,96	279,96	279,96				
<b>(=) Utilidad de Operación</b>		<b>55000,50</b>	<b>66286,38</b>	<b>71204,39</b>	<b>76138,26</b>	<b>81352,96</b>				
(-) Participación de trabajadores		8250,07	9942,96	10680,66	11420,74	12202,94				
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>46750,42</b>	<b>56343,42</b>	<b>60523,73</b>	<b>64717,52</b>	<b>69150,01</b>				
(-) Impuesto a la renta		10285,09	12395,55	13315,22	14237,85	15213,00				
<b>(=) Utilidad neta</b>		<b>36465,33</b>	<b>43947,87</b>	<b>47208,51</b>	<b>50479,67</b>	<b>53937,01</b>				
Depreciación		279,96	279,96	279,96	279,96	279,96				
Amortización		110,00	110,00	110,00	110,00	110,00				



FLUJO DE EFECTIVO NETO		36855,29	44337,83	47598,47	50869,63	54326,97
------------------------	--	----------	----------	----------	----------	----------

INVERSIONES						
inversiones fijas	-81400					
capital de trabajo	-9745,41					
inversiones diferidas	-550					
	-					
<b>Total inversión</b>	<b>91695,41</b>	<b>36855,29</b>	<b>44337,83</b>	<b>47598,47</b>	<b>50869,63</b>	<b>54326,97</b>

<b>VAN</b>	\$ 41.811,49
------------	--------------

<b>TIR</b>	39%
------------	-----

<b>PAYBACK</b>	<b>PAYBACK</b>
----------------	----------------

3	AÑOS
0	MESES
1	DIAS

0	91695,41		flujo	tasa	0,1826
1	36855,29	31164,63			
2	44337,83	31702,88			
3	47598,47	28779,24	91646,7459		
4	50869,63	26008,01			
5	54326,97	23486,92			

DIFERENCIA -48,6641

26008,01	12
48,6641	X
1,00	30
0,02	X

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



### 4.3.2 Escenario Pesimista.

DISMINUYE INGRESOS 5%

#### FLUJO DE EFECTIVO VITEFAMA S.A

RUBROS		PERIODO									
	2016	2017		2018		2019		2020		2021	
VENTAS			163020,00	3,67	184366,73	3,35	190543,01	3,35	196926,20	3,35	203523,23
(-)Costos de artículos vendidos		3,75	66701,14	3,67	75943,26	3,35	78664,98	3,35	81354,05	3,35	84145,30
Materia prima directa		36585,12		41866,68		43541,35		45195,92		46913,36	
mano de obra directa		20592,00		23564,74		24507,33		25438,60		26405,27	
costos indirectos de fabricación		9524,02		10511,84		10616,31		10719,53		10826,66	
(=) Utilidad Bruta			96318,86		108423,47		111878,03		115572,16		119377,93
(-) Gastos de operación			52109,86	3,67	57237,73	3,35	57885,57	3,35	58378,33	3,35	58803,88
Gastos de venta		757,90		867,31		902,01		936,28		971,86	
gastos de administración		43472,00		49747,78		51737,69		53703,72		55744,46	
gastos financieros		7600		6342,68		4965,92		3458,37		1807,60	
Depreciación		279,96		279,96		279,96		279,96		279,96	
(=) Utilidad de Operación			44209,00		51185,74		53992,46		57193,83		60574,06
(-) Participación de trabajadores			6631,35		7677,86		8098,87		8579,07		9086,11
(=) Utilidad antes de impuestos			37577,65		43507,88		45893,59		48614,75		51487,95
(-) Impuesto a la renta			8267,08		9571,73		10096,59		10695,25		11327,35
(=) Utilidad neta			29310,57		33936,15		35797,00		37919,51		40160,60
Depreciación		279,96		279,96		279,96		279,96		279,96	
Amortización		110,00		110,00		110,00		110,00		110,00	
FLUJO DE EFECTIVO NETO		29700,53		34326,11		36186,96		38309,47		40550,56	



INVERSIONES  
inversiones fijas  
capital de trabajo  
inversiones diferidas

-81400  
-9745,41  
-550

**Total inversión**

**-91695,41**

**29700,53**

**34326,11**

**36186,96**

**38309,47**

**40550,56**

**VAN**

**\$ 14.341,60**

**TIR**

26%

**PAYBACK**

**PAYBACK**

4	AÑOS				
0	MESES				
12	DIAS				
0	-91695,41		Flujo	tasa	0,1826
1	29700,53	25114,60			
2	34326,11	24544,19			
3	36186,96	21879,55			
4	38309,47	19586,40	91124,7496		
5	40550,56	17531,03			
		DIFERENCIA	-570,6604		
17531,03	12				
570,6604	X				
1,00	30				
0,39	X				

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores





AUMENTA LOS EGRESOS 5%

FLUJO DE EFECTIVO VITEFAMA S.A

RUBROS	PERIODO									
	2016	2017	2018	2019	2020	2021				
<b>VENTAS</b>		<b>171600,00</b>	<b>196372,80</b>	<b>204227,71</b>	<b>211988,37</b>	<b>220043,92</b>				
<b>(-)Costos de artículos vendidos</b>		<b>66701,14</b>	<b>75943,26</b>	<b>78664,98</b>	<b>81354,05</b>	<b>84145,30</b>				
Materia prima directa		36585,12	41866,68	43541,35	45195,92	46913,36				
mano de obra directa		20592,00	23564,74	24507,33	25438,60	26405,27				
costos indirectos de fabricación		9524,02	10511,84	10616,31	10719,53	10826,66				
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>104898,86</b>	<b>120429,54</b>	<b>125562,73</b>	<b>130634,32</b>	<b>135898,62</b>				
<b>(-) Gastos de operación</b>		<b>54321,36</b>	<b>59145,33</b>	<b>59528,08</b>	<b>59838,98</b>	<b>60067,57</b>				
Gastos de venta		795,80	900,00	930,15	961,31	993,51				
gastos de administración		45645,60	51622,68	53352,04	55139,34	56986,51				
gastos financieros		7600	6342,68	4965,92	3458,37	1807,60				
Depreciación		279,96	279,96	279,96	279,96	279,96				
<b>(=) Utilidad de Operación</b>		<b>50577,51</b>	<b>61284,22</b>	<b>66034,65</b>	<b>70795,34</b>	<b>75831,05</b>				
<b>(-) Participación de trabajadores</b>		<b>7586,63</b>	<b>9192,63</b>	<b>9905,20</b>	<b>10619,30</b>	<b>11374,66</b>				
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>42990,88</b>	<b>52091,58</b>	<b>56129,46</b>	<b>60176,04</b>	<b>64456,39</b>				
<b>(-) Impuesto a la renta</b>		<b>9457,99</b>	<b>11460,15</b>	<b>12348,48</b>	<b>13238,73</b>	<b>14180,41</b>				
<b>(=) Utilidad neta</b>		<b>33532,89</b>	<b>40631,44</b>	<b>43780,98</b>	<b>46937,31</b>	<b>50275,99</b>				
Depreciación		279,96	279,96	279,96	279,96	279,96				
Amortización		110,00	110,00	110,00	110,00	110,00				
<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>		<b>33922,85</b>	<b>41021,40</b>	<b>44170,94</b>	<b>47327,27</b>	<b>50665,95</b>				
<b>INVERSIONES</b>										
inversiones fijas	-81400									
capital de trabajo	-9745,41									
inversiones diferidas	-550									
<b>Total inversión</b>	<b>-91695,41</b>	<b>33922,85</b>	<b>41021,40</b>	<b>44170,94</b>	<b>47327,27</b>	<b>50665,95</b>				
<b>VAN</b>	<b>\$</b>									



	33.087,30					
TIR	35%					
PAYBACK	PAYBACK					
	3	AÑOS				
	3	MESES				
	14	DIAS				
	0	-91695,41		Flujo	tasa	0,1826
	1	33922,85	28684,97			
	2	41021,40	29331,53			
	3	44170,94	26706,87	84723,3669		
	4	47327,27	24196,91			
	5	50665,95	21904,17			
			DIFERENCIA	-6972,0431		
	24196,91	12				
	6972,0431	X				
	1,00	30				
	0,46	X				

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



#### 4.3.3 Análisis de sensibilidad.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD			
METODOS DE EVALUACION	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO BASE	ESCENARIO PESIMISTA
VAN	48189,08	36182,10	14341,60
	41811,49		33087,30
TIR	42,13%	36,21%	25,77%
	38,75%		34,68%

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Los autores



## CONCLUSION

VITEFAMA es una empresa que goza de una gran trayectoria y fama por la calidad de sus muebles y diseños particulares que tienen una gran acogida en Cuenca, por lo que el lanzamiento de esta nueva línea de producción (muebles para acabados de cocina) tendrá aceptación de acuerdo al estudio realizado.

De acuerdo a los datos obtenidos en la situación actual del mercado y técnico se realizaron los presupuestos para elaborar la evaluación económica, la misma que nos permitió determinar que este nuevo lanzamiento es factible financieramente.

Cuenca cuenta actualmente con 80 empresas constructoras afiliadas a la Superintendencia de Compañías a las cuales se les ofrecerá los muebles para acabado de cocina de las cuales más del 50% han mostrado interés y desean adquirir los mismos.

El 84% de las empresas constructoras de la Superintendencia de Compañías, adquieren en un promedio de 30 juegos de muebles anualmente cada una; lo que quiere decir alrededor de 670 metros de mueble mensualmente se comercializa con estas empresas, que representa 8000 metros aproximadamente al año.

En el mercado de los muebles (para acabado de cocina) la utilidad que se maneja sobre los costos va del 35 al 40%

Vitefama empieza con una producción de 60 metros mensuales lo que representa 720 metros al año, es decir el 9% del mercado actual; buscando expandir la misma.

El precio ofrecido por el metro lineal de Vitefama es de \$100 mueble superior y \$150 en el mueble inferior; es un precio muy competitivo ya que en el mercado es \$180 y varía de acuerdo al granito.

El crédito que se decide obtener se realizara a Banco Guayaquil debido a las relaciones con Vitefama y por su baja tasa de interés, se adquirirá un crédito empresarial, para poder adquirir la maquinaria de producción, con un 9.5% de tasa de interés a cinco años plazo de acuerdo a los flujos proyectados;

El VAN se calculó; con una tasa de descuento (18.26%) y con los flujos de operación, lo cual nos dio un VAN de \$36.182,10, con un TIR de 36% y con una Payback de 3 años 2 meses; esto quiere decir que es factible ya que se obtendrá ganancia se recuperara el capital invertido dentro de 3 años, además de que la tasa interna de retorno es mayor a la que pagaría el banco si decidiéramos no realizar ninguna inversión.



## RECOMENDACIONES

Lo que se sugiere a la empresa es lo siguiente:

- \* Considerar la producción de un mayor número de metros de mueble ya que la maquinaria adquirida tiene mayor capacidad de producción posiblemente hasta el triple.
- \* Al momento de contratar mano de obra considerar la experiencia ya que esto influye mucho en el tiempo de producción.
- \* Considerar la producción de muebles de acabado para habitaciones debido a que algunos proveedores también se interesan por este tipo de muebles.

Tener en cuenta la herramienta utilizada en la producción y considerar la posible adquisición de herramientas específicas para la producción de muebles para acabado de oficina.



## BIBLIOGRAFIA

- HISTORIA DEL MUEBLE IS-INTERIOR DESIGN*. (18 de 10 de 2015). Recuperado el 27 de 10 de 2016, de *HISTORIA DEL MUEBLE IS-INTERIOR DESIGN* : <http://iswdesign.blogspot.com/>
- HISTORIA DEL MUEBLE IS-INTERIOR DESIGN*. (19 de 12 de 2015). Recuperado el 27 de 10 de 2016, de *HISTORIA DEL MUEBLE IS-INTERIOR DESIGN* : <http://iswdesign.blogspot.com/>
- ACR. (29 de 12 de 2015). Industria del mueble arma estrategias para 2016. *EL MERCURIO*.
- Almeida, N. F. (s.f.). *Decisiones de Inversión*.
- AMADO., M. I. (2010). ULTIMA TECNOLOGÍA EN MAQUINAS PARA EL TRABAJO DE LA MADERA. *Blog*. Obtenido de <http://mueblesdomoticos.blogspot.com/2010/12/ultima-tecnologia-en-maquinas-para-el.html>
- Ambiente, M. d. (s.f.). *Implementacion del sistema de verificacion y cumplimiento de la gestion forestal*.
- Calero, L. J. (s.f.). *Ecuador a colores*. Recuperado el Enero de 2016, de Ecuador a colores: [http://www.ecuadoracolors.com/ed2013\\_ene/pages/nac22.html](http://www.ecuadoracolors.com/ed2013_ene/pages/nac22.html)
- Comafors. (s.f.). *Industria de la madera: una gran oportunidad para el país*. Quito. Obtenido de Comafors.
- Dumrauf, G. L. (s.f.). *Finanzas Corporativas un enfoque latinoamericano*. Alfaomega.
- EDEC. (s.f.). Obtenido de Innovacentro de la Madera y el Mueble: <http://www.edec.gob.ec/?q=content/innovacentro-de-la-madera-y-el-mueble>
- ekosnegocios. (septiembre de 2015). *ekosnegocios*. Recuperado el diciembre de 2015, de ekosnegocios: <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1300.pdf>
- El Telegrafo. (03 de Agosto de 2012). Cuenca tendrá Innovacentro del Mueble. *Cuenca tendrá Innovacentro del Mueble*.
- El Tiempo. (04 de Marzo de 2017). Innovacentro se suma al programa de Procesamiento de Madera. *Innovacentro se suma al programa de Procesamiento de Madera*.
- Fagilde, C. A. (2009). *Presupuesto Empresarial*. Obtenido de LIBRO 3 Manual de Presupuesto Empresarial: <http://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-3-Manual-de-Presupuesto-Empresarial.pdf>
- Gerencie.com*. (12 de 06 de 2010). Recuperado el enero de 2016, de Gerencie.com: <http://www.gerencie.com/estado-de-flujos-de-efectivo.html>
- Gestiopolis. (16 de Agosto de 2002). *Gestiopolis*. Recuperado el 02 de Mayo de 2016, de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/la-estructura-organizacional/>
- Gomez, C. (OCTUBRE de 2003). *SCRIBD*. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/2367583/Historia-del-Mueble>
- Gomez, P. C. (2003). *Historia del Mueble*. Upata.



- MADERAS, MUEBLES Y DISEÑOS. (18 de 11 de 2010). Recuperado el 28 de 10 de 2016, de MADERAS, MUEBLES Y DISEÑOS:  
<http://mundomaderasguate.blogspot.com/2010/11/muebles-romanicos.html>
- Orozco, M. (05 de 04 de 2015). El ABC de los nuevos créditos hipotecarios. *El Comercio*.
- Proaño, F. M. (septiembre de 2015). ekosnegocios. En F. M. Proaño, *La industria en el Ecuador* (pág. 64). Ekos. Recuperado el diciembre de 2015, de ekosnegocios.
- Productividad, M. d. (2013). Pais Productivo. *Pais Productivo*, 10-11.
- ProEcuador. (25 de Abril de 2017). ANÁLISIS SECTORIAL. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/12/An%C3%A1lisis-Sectorial-Muebles-y-Elaborados-20171.pdf>
- Querido, C. B. (2012). *proyecto de factibilidad para la creacion de una empresa dedicada al diseño, fabricacion y comercializacion de muebles de cocina*. Quito.
- Ruiz, J. E. (s.f.). presupuestos. En J. E. Ruiz, *un enfoque de direccionamiento estrategico, gestion, y control de recursos* (pág. 10). McGrawHill.
- Sabelotodo.org. (s.f.). Recuperado el 27 de 10 de 2016, de Sabelotodo.org:  
<http://www.sabelotodo.org/hogar/estilogotico.html>
- Salazar, G. T. (2006). *Contabilidad, Costos y Presupuestos*. San Francisco- Santiago-Chile: Legal Publishing.
- Tapia, E. (19 de 04 de 2012). CFN ofrece crédito industrial. *El Tiempo*.
- Thomas C. Kinneer, J. R. (2000). *Investigacion de Mercados*. McGraw-Hill, Mexico.
- Torres, F. (2011). El mueble cuencano talla el desarrollo local. *El Tiempo*.
- tribuno, E. (s.f.). *El tribuno*. Recuperado el 05 de 01 de 2016, de El tribuno:  
<http://www.tribuno.info/enterate-cuales-seran-las-tendencias-muebles-2016-n624499>
- Unda, M. R. (s.f.). *eudmet.net*. Obtenido de enciclopedia virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1376/presupuesto-materias-primas.html>
- vestimos tu casa*. (s.f.). Obtenido de vestimos tu casa: <http://vistemadera.com/muebles-de-madera/historia-de-los-muebles-de-madera>
- Vitefama Muebles. (s.f.). Recuperado el 15 de Abril de 2016, de Vitefama Muebles:  
<http://www.vitefama.com.ec/mision-y-vision/>
- Vitefama. (s.f.). *Vitefama Muebles*. Recuperado el 15 de Abril de 2016, de Vitefama Muebles:  
<http://www.vitefama.com.ec/historia/#>
- Zarco, E. (10 de Septiembre de 2010). *Eli Zarco*. Obtenido de Eli Zarco:  
<http://elizarco.blogspot.com/2010/09/tabulacion-y-representacion-de-datos.html>



## ANEXOS

### Anexo N° 1

#### PRUEBA PILOTO

##### DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

Nombre de la Empresa o Representante Legal: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Sector: \_\_\_\_\_

#### 1. ¿Su empresa adquiere muebles para acabado de cocina?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

#### ¿A qué empresa las adquiere?

Nombre: \_\_\_\_\_

#### 2. ¿Cuántos juegos adquiere por año? (juegos hace referencia a los closets superiores e inferiores de la cocina)

1 a 20 \_\_\_\_\_

60 a 80 \_\_\_\_\_

20 a 40 \_\_\_\_\_

80 a 100 \_\_\_\_\_

40 a 60 \_\_\_\_\_

#### 3. Al comprar los muebles que prioriza la empresa (siendo 1 alto y tres bajo)

Enumere:

Precio \_\_\_\_\_

Calidad \_\_\_\_\_





Diseño \_\_\_\_\_

Otra especifique \_\_\_\_\_

**4. ¿Qué material prefiere al momento de comprar los muebles? (marque con una x)**

Pino \_\_\_\_\_

Laurel \_\_\_\_\_

MDF \_\_\_\_\_

Melamino \_\_\_\_\_

Otro especifique \_\_\_\_\_

**5. ¿Que prefiere Ud. que el mueble sea?:**

Lacado \_\_\_\_\_

Laminado \_\_\_\_\_

**6. ¿Qué tipo de mueble prefiere? (marque con una x)**

Rústico \_\_\_\_\_

Moderno \_\_\_\_\_

Clásico \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

**7. Al comprar los muebles como prefiere realizar el pago.**

Contado \_\_\_\_\_

Crédito \_\_\_\_\_

Otro (especifique) \_\_\_\_\_



3<sup>a</sup>6 meses\_\_\_\_

6<sup>a</sup>9 meses\_\_\_\_

9<sup>a</sup>12meses\_\_\_\_

**8. ¿Qué sucedió en el año 2015 con sus ventas tras las nuevas leyes impuestas por el Gobierno?**

**9. Estaría Ud. Dispuesto a comprar muebles para acabados de cocina a VITEFAMA.**

SI \_\_\_\_

NO \_\_\_\_



## AGRADECEMOS SU PARTICIPACIÓN.

### Anexo Nº 2

#### CUESTIONARIO FINAL.

#### ENCUESTA DIRIGIDA A EVALUAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN REGISTRADOS EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS EN EL CANTÓN CUENCA.

Estimado (a) informante, estamos interesados en conocer algunos datos de su empresa, con el objetivo de elaborar un estudio actual del sector constructivo del Cantón Cuenca.

Sus respuestas serán totalmente confidenciales y de uso exclusivo para los autores de la investigación.

#### DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO .

Nombre de la Empresa o Representante Legal: \_\_\_\_\_

Nombre de la persona encuestada: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Sector: \_\_\_\_\_

#### 1. ¿Su empresa adquiere muebles para acabado de cocina?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_ Por qué? \_\_\_\_\_

(Si su respuesta es No pase a la pregunta 8)

#### ¿A qué empresa las adquiere?

Nombre: \_\_\_\_\_



**2. ¿Cuántos juegos adquiere por año? (juegos hace referencia a los closets superiores e inferiores de la cocina)**

1 a 20 \_\_\_\_\_

60 a 80 \_\_\_\_\_

20 a 40 \_\_\_\_\_

80 a 100 \_\_\_\_\_

40 a 60 \_\_\_\_\_

**3. Al comprar los muebles que prioriza la empresa (siendo 1 alto y tres bajo)**

**Enumere:**

Precio \_\_\_\_\_

Calidad \_\_\_\_\_

Diseño \_\_\_\_\_

Otra especifique \_\_\_\_\_

**4. ¿Qué material prefiere al momento de comprar los muebles? (marque con una x)**

Pino \_\_\_\_\_

Laurel \_\_\_\_\_

MDF \_\_\_\_\_

Melamino \_\_\_\_\_

Otro especifique \_\_\_\_\_

**5. ¿Que prefiere Ud. que el mueble sea?: (marque con una X)**

Lacado \_\_\_\_\_

Laminado \_\_\_\_\_



**6. ¿Qué tipo de mueble prefiere? (marque con una x)**

Rústico \_\_\_\_\_  
Moderno \_\_\_\_\_  
Clásico \_\_\_\_\_  
Otro \_\_\_\_\_

**7. Al comprar los muebles como prefiere realizar el pago.**

Contado \_\_\_\_\_ Crédito \_\_\_\_\_ Otro (especifique) \_\_\_\_\_

3<sup>a</sup>6 meses \_\_\_\_\_

6<sup>a</sup>9 meses \_\_\_\_\_

9<sup>a</sup>12 meses \_\_\_\_\_

**8. ¿Qué sucedió desde el año 2015 con su empresa respecto a la situación económica del país?**

**Ventas**                      **otros especifique** \_\_\_\_\_

Bajaron \_\_\_\_\_

Mantuvieron \_\_\_\_\_

Crecieron \_\_\_\_\_

**9. ¿Estaría Ud. Dispuesto a comprar muebles para acabados de cocina a VITEFAMA?**



SI \_\_\_\_

NO \_\_\_\_

**OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR.**

--

Nombre del encuestador\_\_\_\_\_




**AGRADECEMOS SU PARTICIPACIÓN.**

### Anexo Nº 3

#### Productos que ofertan




	Detalle	Presentación
➤ <b>SALAS</b>		
Sala Eiffel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sofá triple</li> <li>• Sofá doble</li> <li>• Sillón Butaca para Sala</li> <li>• Mesa de Centro</li> <li>• Mesa Esquinera</li> <li>• Repisas decorativas</li> <li>• Bar</li> </ul>	
Sala Virrey	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sofá triple</li> <li>• Sofá doble</li> <li>• Sillón</li> <li>• Mesa de centro</li> <li>• Mesa esquinera</li> <li>• Consola</li> <li>• Espejo de consola</li> </ul>	
Sofá cama Vitefama	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plazas: 1, 1½, 2.</li> <li>• Mecanismo americano</li> <li>• Tapices a elección</li> </ul>	







<p>Venecia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un triple, un doble, un sillón.</li> <li>• Modelo contemporáneo.</li> <li>• Disponible en más de 100 colores.</li> </ul>	
<p>Sala para exterior</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 butacas.</li> <li>• Mesa de centro.</li> <li>• En ratán sintético.</li> <li>• Para espacios pequeños como balcones, terrazas pequeñas, etc.</li> <li>• Stock limitado.</li> </ul>	
<p>Boston</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Sofá triple, 1 Sofá doble y 2 Butacas</li> <li>• Estilo clásico</li> <li>• Color Vitefama</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños de tapices</li> </ul>	





<p>Praga</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Modular 2 piezas.</li> <li><input type="checkbox"/> Estilo moderno.</li> <li><input type="checkbox"/> Acabado: hierro y pintura electrostática.</li> <li><input type="checkbox"/> Disponible en: microfibra, cuero sintético y cuero natural.</li> <li><input type="checkbox"/> Cabeceros reclinables</li> </ul>	
<p>Sevilla</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un sofá doble, dos sillones simples.</li> <li>• Estilo clásico.</li> <li>• Acabado madera: laca semibrillante.</li> <li>• Color madera: Vitefama (café caramelo)</li> </ul>	
<p>Star</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modular 4 piezas.</li> <li>• Estilo moderno.</li> <li>• Acabado madera: laca semibrillante.</li> <li>• Disponible en microfibra, cuero natural y sintético.</li> </ul>	






Parma	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modular 3 piezas.</li> <li>• Estilo moderno.</li> <li>• Disponible en microfibra, cuero natural y sintético.</li> </ul>	
Italia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Color Vitefama (café caramelo)</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños de tapices</li> </ul>	
Denver	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Modular 3 piezas</li> <li><input type="checkbox"/> Estilo moderno.</li> <li><input type="checkbox"/> Disponible: microfibra, cuero natural y sintético</li> </ul>	
Arona	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Color Vitefama (café caramelo)</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños de tapices</li> </ul>	

Kingston	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modular de 4 piezas</li> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo)</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños de tapices</li> </ul>	
Charleston	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 sofá triple, 1 sofá doble y 1 sillón</li> <li>• Estilo clásico</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo)</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños de tapices</li> </ul>	
<b>COMEDORES</b>		
Comedor Eiffel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa para 6 personas</li> <li>• Mesa para 8 personas</li> <li>• Silla de comedor</li> <li>• Aparador</li> <li>• Espejo de aparador</li> <li>• Vitrina</li> <li>• Separador de ambientes</li> </ul>	



Comedor Virrey	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa para 6 personas</li> <li>• Mesa para 8 personas</li> <li>• Silla de comedor</li> <li>• Butaca de comedor</li> <li>• Espejo de aparador</li> <li>• Vitrina</li> </ul>	
Comedor Exterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comedor en ratán sintético.</li> <li>• Para exteriores.</li> <li>• De 8 puestos (4 butacas y 4 puff).</li> <li>• Varios modelos en exhibición.</li> <li>• Stock limitado.</li> </ul>	
Valencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 y 6 personas</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo)</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños de tapices</li> </ul>	
Charlestone	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 y 6 personas</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo)</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños</li> </ul>	




	de tapices	
Roma	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 y 6 personas</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo)</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños de tapices</li> </ul>	
Lisboa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 y 6 personas</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo)</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños de tapices</li> </ul>	
Denver	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 y 6 personas</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo)</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños de tapices</li> </ul>	



Janus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 y 6 personas</li> <li>• Estilo clásico</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo)</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños de tapices</li> </ul>	
Montreal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 y 6 personas</li> <li>• Estilo clásico</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo)</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• Disponible en más de 100 colores y diseños de tapices</li> </ul>	
<b>DORMITORIOS</b>		
Dormitorio Eiffel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cama de 2 plazas</li> <li>• Cama de 2 1/2 plazas</li> <li>• Cama de 3 plazas</li> <li>• Velador</li> <li>• Cómoda</li> <li>• Espejo de cómoda</li> <li>• Semanero</li> <li>• Espejo Vestidor</li> <li>• Tocador</li> <li>• Banco de Tocador</li> </ul>	





<p>Dormitorio Virrey</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cama de 2 plazas</li> <li>• Cama de 2 1/2 plazas</li> <li>• Cama de 3 plazas</li> <li>• Velador</li> <li>• Cómoda</li> <li>• Espejo de cómoda</li> <li>• Semanero</li> <li>• Pie de cama</li> </ul>	
<p>Litera Madrid</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camas: 1 y 1½ plazas</li> </ul>	
<p>Dormitorio Janus</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Color Wengue o Vitafama</li> <li>• Plazas: 2, 2½, 3.</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	
<p>Dormitorio Charleston</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo clásico</li> <li>• Color Vitafama</li> <li>• Plazas: 2, 2½, 3.</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	



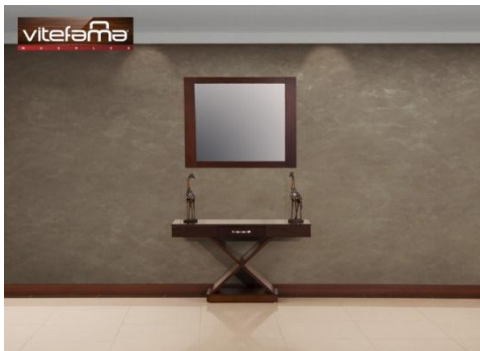


<p>Dormitorio Atenas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo contemporáneo</li> <li>• Plazas: 2, 2½, 3.</li> <li>• Color Wengue o Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	
<p>Dormitorio Royal</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo clásico.</li> <li>• Tapizado en colores a elección.</li> <li>• Plazas: 2, 2½, 3.</li> <li>• Complementos.</li> </ul>	
<p>Dormitorio Galaxi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno.</li> <li>• Plazas: 2, 2½, 3.</li> <li>• Color Vitefama o Wengue semibrillante.</li> <li>• Complementos.</li> </ul>	









Dormitorio Capri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno.</li> <li>• Plazas: 2, 2½, 3.</li> <li>• Color Vitefama y Wuengue.</li> <li>• Laca semibrillante más complementos.</li> </ul>	
Montreal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cama de 2 plazas, 2½, 3 plazas</li> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo) y wengue</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>• 2 veladores</li> </ul>	
Dominik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cama de 2 plazas, 2½, 3 plazas</li> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Color wengue y Vitefama.</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	
Grecia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cama de 2 plazas, 2½, 3 plazas</li> <li>• Estilo contemporáneo</li> <li>• Color wengue y Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> <li>•</li> </ul>	

RELAX		
Sofá doble reclinable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este sofá consta de dos puestos reclinables con mecanismo Americano.</li> </ul>	
Sala circular reclinable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Importado.</li> <li>2 sillones reclinables, 1 sofá doble y 2 portavasos.</li> <li>Disponibles en cuero sintético.</li> <li>Stock limitado.</li> </ul>	
COMPLEMENTOS		
Cómoda y tocador Charleston	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estilo clásico</li> <li>Color Vitefama</li> <li>Espejos Viselados</li> <li>Rieles telescópicas</li> <li>Laca semibrillante</li> </ul>	





Consola Janus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Color Wengue o Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	
Cine casa Janus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Color Blanco, Wengue o Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	
Vitrina Lisboa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo semi-clásico</li> <li>• Color Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	



<p>Semanero y cómoda Montreal</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo semi-clásico</li> <li>• Color Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	
<p>Cómoda y banco tocador Galaxi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Color Wengue o Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	
<p>Lateral y consola cine casa Charleston</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo clásico</li> <li>• Color Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	

<p>Mesa recibidor de 80*80 y mesa sofá</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo clásico</li> <li>• Color Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	
<p>cómoda capri</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Lacado en alto brillo con Wengue</li> <li>• Rieles telescópicas</li> </ul>	
<p>Tocador y baúl pie de cama Galaxi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Color Wengue o Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	
<p>Semanero y vestidor Charleston</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo clásico</li> <li>• Color Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> <li>• Con rieles telescópicas y espejo biselado</li> </ul>	



<p>Consola y semanero galaxi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Color Wengue o Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	
<p>Cine en casa tres módulos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo clásico</li> <li>• Color Vitefama</li> <li>• Laca semibrillante</li> </ul>	
<p>Denver</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Cajonería con rieles telescópicas</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo) y wengue</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> </ul>	
<p>Montreal</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Cajonería con rieles telescópicas</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo) y wengue</li> <li>• Acabado: laca semibrillante.</li> </ul>	


Domnik y janus	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>	
Novo	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>	
Baúl Galaxi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Color Vitefama (café caramelo) y wengue</li> <li>Acabado: laca semibrillante</li> </ul>	
Dominik	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estilo moderno</li> <li>Cajonería con rieles telescópicas</li> <li>Color Vitefama (café caramelo) y wengue</li> <li>Acabado: laca semibrillante</li> </ul>	



Lisboa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Color Vitefama (café caramelo) y wengue</li> <li>• Acabado: laca semibrillante.</li> </ul>	
Janus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo moderno</li> <li>• Cajonería con rieles telescópicas</li> <li>• Color Vitefama (café caramelo) y wengue</li> <li>• Acabado: laca semibrillante</li> <li>•</li> </ul>	
<b>EXTERIORES</b>		
Juego Ratan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hierro y aluminio.</li> <li>• Resistente a rayos uv.</li> <li>• Para interperie.</li> <li>• Mimbre Sintético.</li> <li>• Resistente a la humedad.</li> <li>• Para interperie.</li> </ul>	





Columpio Ratan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mimbre Sintético.</li><li>• Resistente a la humedad.</li><li>• Para interperie.</li></ul>	
----------------	---	--

**Fuente:** Vitefama

**Elaborado por:** Los autores

**Anexo N° 4****VITEFAMA****ESTADO DE RESULTADOS****DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE****DEL 2015**

<b>INGRESOS</b>		
VENTAS NETAS TARIFA 12%	\$	3.494.306,18
EXPORTACIONES NETAS	\$	13.190,00
OTROS INGRESOS	\$	10.146,95
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>3.517.643,13</b>
<b>COSTOS</b>		<b>2.207.011,59</b>
I.INICIAL MATERIA PRIMA	\$	103.698,61
COMPRAS MATERIA PRIMA	\$	1.435.380,01
IMPORTACIONES	\$	-
I.FINAL MATERIA PRIMA	\$	(72.261,78)
I.I. PRODUCTO EN PROCESO	\$	8.943,64
I-FINAL PRODUCTO EN PROCESO	\$	(11.834,98)
I.I. PRODUCTO TERMINADO	\$	110.132,50
I.FINAL PRODUCTO TERMINADO	\$	(104.653,17)
SUELDOS SALARIOS	\$	451.037,46
APORTES IESS +F. R	\$	87.484,89
BENEFICIOS SOCIALES	\$	82.128,91
GASTOS DE FABRICACION	\$	102.887,63
VARIOS	\$	14.067,87
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS</b>		<b>976.106,29</b>
SUELDOS SALARIOS	\$	199.321,03
APORTES IESS +F. R	\$	35.808,09
BENEFICIOS SOCIALES	\$	31.587,72
HONOR. COM. DIETAS	\$	30.840,92
PUBLICIDAD	\$	86.339,87
TRANSPORTE	\$	60.345,98
COMBUSTIBLE	\$	7.171,86
MANTENIMIENTO EQUIPOS	\$	12.718,82
MANTM. VEHICULOS	\$	19.722,97
MANT. EDIFICIOS	\$	61.467,62
ARRENDAMIENTO MERCANTIL	\$	56.046,03
SEGUROS POLIZAS	\$	6.224,84
INTERESES Y COMISIONES BANCARIAS	\$	108.251,12
DEPRE. ACT. FIJOS	\$	19.327,80
UTILES DE OFICINA	\$	12.903,30
PROVISION DE JUBILACION	\$	-
FERIAS	\$	1.075,46
AGASAJOS	\$	-
GASTOS DE VIAJE	\$	-
COMISION TARJETAS	\$	16.163,25
SERVICIOS BASICOS LOCALES	\$	6.143,45
SERVICIOS INTERNET +CELULAR	\$	21.949,72
IMPUESTOS Y APORTES	\$	27.649,79
GASTOS CUENTAS INCOBRABLES	\$	47.773,82
GASTOS GESTION	\$	20.353,56
GASTOS DE CAPACITACION	\$	-
UNIFORMES	\$	1.291,00
GUARDIANIA	\$	4.487,60
VARIOS	\$	49.759,24
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$	31.381,43
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>		<b>3.183.117,88</b>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>334.525,25</b>

ING. JENNY FALCONI  
CONTADORAING. TEOFILOCASTRO  
GERENTE

MAT. 022826



**“FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS”**



**ESCUELA DE: “CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA”**

**DISEÑO DE TESIS**

**TEMA:**

ANÁLISIS FINANCIERO Y DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE MUEBLES (PARA ACABADOS DE COCINA) DESTINADOS PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCION DEL CANTÓN CUENCA REGISTRADOS EN EL SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, CASO PRÁCTICO VITEFAMA S.A. AÑO 2015.

**AUTORES:**

MARÍA JOSÉ REYES NAULA  
MARCO ANTONIO MENDIETA ÀLVAREZ

**DIRECTOR:**

ECON. LUIS HERIBERTO SUIN GUARACA

**CUENCA - ECUADOR**

2016

## **DISEÑO DE TESIS**

### **1. TITULO**

Análisis financiero y determinación de la factibilidad de un plan de negocios de la comercialización de una nueva línea de muebles (acabados de cocina) destinados para el sector de la construcción del Cantón Cuenca registrados en la Superintendencia de Compañías. Caso práctico VITEFAMA S.A. año 2015.

#### **1.1. SELECCIÓN**

El Análisis financiero y determinación de la factibilidad de un plan de negocios es un elemento importante en la empresa para determinar su nueva inversión y la rentabilidad que pueda obtener a largo plazo, se debe tomar en cuenta también que hoy por hoy la demanda de muebles de acabados de interiores como exteriores ha crecido debido a la proliferación de proyectos inmobiliarios del sector de la construcción, para el caso práctico VITEFAMA considera de vital este estudio ya que con un análisis y determinación de factibilidad financiera económica conocerá la estructura de costo, presupuestos y el tiempo en el que se recuperara la inversión, así como también ayudará en la toma de decisiones en cuanto si es rentable invertir o no.

#### **1.2. DELIMITACIÓN DEL TEMA**

CONTENIDO: ANÁLISIS FINANCIERO Y DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE MUEBLES (PARA ACABADOS DE COCINA).

ESPACIO: SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DEL CANTÓN CUENCA REGISTRADOS EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

CAMPO DE APLICACIÓN: EMPRESA VITEFAMA

PERIODO DE REFERENCIA: 2015.

### **2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.**

Debido al crecimiento notable de la comercialización de muebles en la ciudad de Cuenca y al impacto que ha generado este en la construcciones modernas,

crea la necesidad en la empresa VITEFAMA incursionar en el mercado de la construcción, para esto necesita realizar un análisis financiero de la factibilidad de un plan de negocios de una nueva línea de muebles (acabados de cocina), para conocer si debería invertir o no con esta nueva línea, cabe recalcar que VITEFAMA no cuenta con este estudio.

### **3. BREVE DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

El objeto de estudio se encuentra enfocado hacia el análisis financiero de un plan de negocios de una línea de muebles (acabados de cocina) destinados para empresas del sector de la construcción del Cantón Cuenca, Provincia del Azuay, las cuales que se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías, este estudio nos servirá para determinar la factibilidad de esta inversión.

La aplicación práctica se realizará en la empresa VITEFAMA, la misma que comenzó su historia en el año 1989 y está dedicada a la producción y comercialización de muebles de sala, dormitorio, comedores y complementos para el hogar, cuenta con una planta de producción de 3.500 m<sup>2</sup> en la parroquia Ricaurte, con dos locales comerciales en la ciudad de Cuenca uno de ellos de 1.500 metros cuadrados de exhibición y uno en la ciudad de Quito y canales de distribución en las principales ciudades del país como son: Guayaquil, Loja, Machala, Ambato, Riobamba, Sto. Domingo, Manta, Portoviejo, Ibarra.

VITEFAMA desea sumar a sus líneas de producción muebles para acabados de cocina, por lo que este estudio es de vital importancia ya que permitirá obtener una estructura de costos y presupuestos, tiempo de retorno del capital invertido y margen de rentabilidad, así como también a la formulación de objetivos y programas de operación por parte de la gerencia, en otras palabras contribuirá de manera considerable a la toma de decisiones.

### **4. FORMULACIÓN DE PROBLEMAS**

#### **4.1. PROBLEMA CENTRAL**

La empresa no cuenta con un estudio que le ayude a determinar un análisis financiero y la factibilidad del lanzamiento de una nueva línea de producción, por lo que esta investigación permitirá obtener una estructura de costos, presupuestos, tiempo de retorno de capital, margen de rentabilidad precios comparativos y competitivos dentro del mercado, fijando así un margen de contribución y utilidad acorde a sus niveles de producción e inversión.

#### **4.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- Desconocimiento de las preferencias de los consumidores de muebles para acabados de cocina.
- Carencia de estudios que demuestren la factibilidad de la inversión de una nueva línea de muebles.
- No se conoce el tiempo en el cual se pueda recuperar la inversión, y cuál es el más recomendable.
- Existe desconocimiento en cuanto a la estructura de presupuestos que se deberían asignar.

### **5. DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS**

#### **5.1. GENERAL.**

Realizar un análisis financiero para determinar la factibilidad de un plan de negocios en la producción de una línea de muebles (acabados de cocina) para el sector de la construcción del cantón Cuenca que se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías, mediante un análisis de mercado que permita también conocer la aceptación del producto, estructura de presupuestos, costos, gastos, flujos de efectivo proyectados, además llegar a determinar la factibilidad del plan de negocios para el caso VITEFAMA, el mismo que considere un margen de contribución y utilidad acorde a su producción e inversión.

#### **5.2. ESPECÍFICOS.**

- Diagnosticar la situación actual del mercado de los muebles (acabados de cocina)
- Formular una proyección de costos e ingresos esperados.
- Desarrollar una evaluación económica financiera para determinar la factibilidad del proyecto.
- Definir la factibilidad del plan de negocios.

## **6. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIAS**

### **6.1. MARCO DE ANTECEDENTES.**

- TESIS: PLAN DE NEGOCIO PARA FABRICAR Y COMERCIALIZAR ANAQUELES DE COCINA ELABORADOS POR MUEBLERÍAS PALITO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Cedeño Parra, Ricardo Olmedo manifiesta: “En Guayaquil el sector de la construcción se ha activado desde hace algunos años, creando especialmente en el sector norte conjuntos residenciales para la clase media y media baja, estas viviendas por su precio no viene incluido los anaqueles de cocina, por lo que las personas que compran estas casas tienen la necesidad de adquirir anaqueles para poder organizar sus utensilios de cocina, es por eso que Mueblerías Palito, con la experiencia que tiene en muebles vio la oportunidad de crear la nueva línea de anaqueles de cocina”. (p. 17)

### **6.2. MARCO TEORICO.**

- ESTUDIO DE MERCADO

Para Kotler 1986 “La investigación de mercados es el diseño, obtención y presentación sistemática de los datos y hallazgos relacionados con una situación específica de mercadotecnia”. También es utilizada como un medio de información para que las empresas estén enteradas de las condiciones del mercado y de las precisiones competitivas (Weiers, 1986).

Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing"

Según Malhotra, los estudios de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor"

De acuerdo a los autores citados anteriormente un estudio de mercado es la obtención, análisis e interpretación de información que ayuda a la toma de decisiones y actuar frente a consumidores y la competencia.

- **ANÁLISIS FINANCIERO**

Según Ana Gil Álvarez en su libro: Introducción al Análisis Financiero: "El análisis financiero forma parte de un sistema o proceso de información cuya misión es la de aportar datos que permitan conocer la situación actual de la empresa y pronosticar su futuro".

Interpretando a Flores (2003), "el análisis financiero es un conjunto de principios, procedimientos y técnicas que permiten que las transacciones comerciales, económicas y financieras que realiza una empresa y que se encuentran plasmadas en la contabilidad, como información financiera, sirva de base a la gerencia para tomar decisiones oportunas y eficientes en un momento determinado".

## **COSTOS**

El costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público (PVP) es la suma del costo más el beneficio o margen de utilidad).



### 6.3. MARCO CONCEPTUAL.

**FACTIBILIDAD:** Cualidad o condición de factible, "esos objetivos se lograrán en la medida en que la factibilidad de los proyectos estimulen la movilización de capitales hacia nuestro país"

**VAN:** El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto (en inglés net present value), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja (en inglés cash-flow) futuros o en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Dicha tasa de actualización (k) o de descuento (d) es el resultado del producto entre el coste medio ponderado de capital (CMPC) y la tasa de inflación del periodo. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

**TIR:** La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.<sup>1 2</sup>

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; <sup>3 4</sup> así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.<sup>5</sup> Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

**COSTOS DE PRODUCCION** Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los



materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

**FLUJO DE EFECTIVO:** Estado que muestra el movimiento del ingreso y del gasto

**PRESUPUESTOS:** Se llama presupuesto (budget en inglés) al cálculo y negociación anticipada de los ingresos y egresos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual. Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.<sup>1</sup> El presupuesto es el instrumento de desarrollo anual de las empresas o instituciones cuyos planes y programas se formulan por término de un año.

**RENTABILIDAD:** Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.

"la rentabilidad de los fondos puede ser perfectamente competitiva con la de otros activos del mercado"

## 7. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿En qué medida la técnica de la encuesta contribuirá para obtener los datos necesarios del sector en estudio?

¿Cuáles son los costos implicados?

¿Qué ingresos se esperan obtener?

¿Será rentable o no invertir?

¿Y en qué tiempo se recuperaría el capital?

¿Por qué es importante para empresas como VITEFAMA tener un análisis financiero de factibilidad para realizar una inversión en una nueva línea de producción?

## 8. CONSTRUCCIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

### ESQUEMA TENTATIVO VARIABLES INDICADORES

ESQUEMA TENTATIVO	VARIABLES	INDICADORES
<b>CAP. I ESTUDIO DEL SECTOR MANUFACTURERO (MUEBLES)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ SITUACION ECONOMICA INDUSTRIAS MANUFACTURERA (MUEBLES).</li><li>➤ CONTRIBUCION DE LA INDUSTRIA AL SECTOR PRODUCTIVO NACIONAL.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ESTADISTICAS DEL INEC</li></ul>
<b>CAP. II ANALISIS DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCION DEL CANTON CUENCA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ N° DE CONSTRUCTORAS EN CUENCA.</li><li>➤ TIPO DE PRODUCTO</li><li>➤ PRECIOS.</li><li>➤ NIVEL DE ADQUISICION.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.</li><li>- ENCUESTA</li></ul>
<b>CAP. III ANALISI FINANCIERO DE LA EMPRESA VITEFAMA EN EL LANZAMIENTO DE UNA NUEVA LINEA (MUEBLES DE COCINA)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ PRODUCTO</li><li>➤ NIVELES DE PRODUCCION</li><li>➤ PRESUPUESTOS DE: MP. MO. CIF PRECIO VAN TIR PAYBACK</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- RENTABILIDAD DEL PRODUCTO</li><li>- PRODUCTIVIDAD</li><li>- M.P UTILIZADA</li><li>- HORA DE HOMBRE UTILIZADA</li></ul>

## 9. DISEÑO METODOLÓGICO

### a. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

En el presente estudio se hará una investigación de tipo concluyente, puesto que se realizará la aplicación de una encuesta y según lo expuesto por Kennier la investigación concluyente “suministra información que ayuda al gerente a evaluar y seleccionar un curso de acción, se caracteriza por procedimientos formales de investigación entendiéndose a estos la redacción de cuestionario detallado, plan formal de muestreo y evaluación de información”.

**b. METODO DE INVESTIGACION.**

La metodología a utilizarse será cuantitativa la misma que asocia la obtención de datos primarios recurriendo a la realización de encuestas a los involucrados en el proceso comercial, también será cualitativa a través de un estudio al sector de la construcción del Cantón Cuenca, Provincia del Azuay, las cuales que se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías , el mismo contempla levantamiento de datos mediante encuestas, procesamiento de información y tabulación de resultados, considerando el método población y muestreo ideales para esta investigación.

**c. TÉCNICAS**

Las técnicas a emplear en el desarrollo de la investigación son las siguientes:

- Observación
- Investigación de campo.
- Entrevistas
- Encuestas
- Análisis de datos

**10. ESQUEMA TENTATIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

1. CAPITULO 1.- Estudio del sector manufacturero (muebles).
  - 1.1 Antecedentes históricos
  - 1.2 La industria manufacturera (muebles) en el Ecuador
  - 1.3 Tipos de industria de muebles
  - 1.4 Producto principal (muebles de cocina)
  - 1.5 Entorno del sector
    - 1.5.1 Político legal
    - 1.5.2 Económico
    - 1.5.3 Político
    - 1.5.4 Financiero
    - 1.5.5 Socio cultural
    - 1.5.6 Tecnológico
  - 1.6 Situación actual



## 2. CAPITULO 2.- Marco Teórico:

### 2.1 Presupuesto

### 2.2 Estructura de presupuestos

#### 2.2.1. Presupuesto de Materia Prima

#### 2.2.2 Presupuesto Compras

#### 2.2.3 Presupuesto M.O.D

#### 2.2.4 Presupuesto C.I.F

#### 2.2.5 Presupuesto Ventas

#### 2.2.6 Presupuesto Costo de Ventas

#### 2.2.7 Presupuesto Gastos Operativos

#### 2.2.8 Presupuesto Gastos Administración

#### 2.2.9 Presupuesto de Ventas

### 2.3. Estructura flujo de efectivo proyectado.

### 2.4 Análisis financiero

#### 2.4.1. VAN

#### 2.4.2 TIR

#### 2.4.3 PAYBACK

## 3. CAPITULO 3.- Estudio del sector de la construcción registrados en las Superintendencia de Compañías del cantón Cuenca.

### 3.1 Estudio del sector de la construcción

#### 3.1.1 Investigación de Mercado.

#### 3.1.2 Diseño de Investigación.

#### 3.1.3 Tipo de investigación.

#### 3.1.4 Fuente de datos.

#### 3.1.5 Técnicas de investigación.

### 3.2 Determinación de la población a estudiar

### 3.3 Determinación de la muestra

### 3.4 Diseño del cuestionario

### 3.5 Determinación de los objetivos de la encuesta

### 3.6 Prueba piloto

### 3.7 Trabajo de campo



3.7.1 procedimiento

3.7.2 Levantamiento de información

3.7.3 Metodología de la investigación

3.8 Tabulación de datos y resultados

3.9 Análisis de Resultados

4. CAPITULO 4.- Caso práctico: Análisis financiero de la empresa VITEFAMA

4.1 Antecedentes de la empresa

4.1.1 Historia

4.1.2 Planeación estratégica

4.1.3 Estructura Organizacional

4.2 Productos que oferta

4.3 Proceso productivo

4.4 Estructura de presupuestos

4.4.1 Presupuesto de M.P.D

4.4.2 Punto de equilibrio

4.4.3 Presupuesto de ventas

4.4.4 Presupuesto de compras

4.4.5 Presupuesto de M.O.D

4.4.6 Presupuesto C.I.F

4.4.7 Presupuesto de gastos

4.5 Estructura flujo de efectivo proyectado.

4.6 Análisis financiero

4.6.1 Escenario Optimista

4.6.2 Escenario Pesimista

4.6.3 Análisis de sensibilidad

4.7 Interpretación de resultados

Conclusiones y Recomendaciones.

5.1 Conclusiones

5.2 Recomendaciones.

## 11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Selección y delimitación del tema de investigación																
2.- Justificación de la investigación																
3.- Breve descripción del objeto de estudio.																
4.- Formulación del problema																
5.- Determinación de los objetivos																
6.- Elaboración del marco teórico de referencia																
7.- Preguntas de investigación																
8.- Construcción de Variables e Indicadores																
9.- Diseño Metodológico																
10.- Esquema tentativo de la investigación																
11.- Cronograma de actividades																
12.- Presupuesto referencial																
13.- Bibliografía																
<b>CAPITULO I.</b> ESTUDIO DEL SECTOR MANUFACTURERO (MUEBLES)																
<b>CAPITULO II.</b> MARCO TEORICO.																
<b>CAPITULO III.</b> ANALISIS DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCION DEL CANTON CUENCA																
<b>CAPITULO IV.</b> ANALISI FINANCIERO DE LA EMPRESA VITEFAMA EN EL LANZAMIENTO DE UNA NUEVA LINEA (MUEBLES DE COCINA)																
<b>Conclusiones y Recomendaciones</b>																
4.1 Conclusiones																
4.2 Recomendaciones																
4.3 Anexos																
4.4 Bibliografía																

**12. PRESUPUESTO**

DETALLE DE GASTOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	VALOR TOTAL
Copias blanco y negro	2,50	5,00	4,00	4,50	16,00
Alimentación.	0,00	4,00	10,00	3,00	17,00
Procesamiento de encuestas	0,00	0,00	10,00	0,00	10,00
Comunicación	3,00	3,00	5,00	3,00	14,00
Impresión de los capítulos	4,00	5,00	5,00	20,00	34,00
Internet	4,00	4,00	5,00	3,00	17,00
Transporte y movilización para el levantamiento de información	3,00	5,00	15,00	15,00	38,00
Empastado	0,00	0,00	0,00	60,00	60,00
<b>TOTAL ESTIMADO</b>					<b>206</b>



### 13. BIBLIOGRAFÍA

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1092/1/Ricardo%20Cede%C3%B1o%202013%20corregido.pdf>

<http://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/definicion-investigacion-mercados.html>

<http://www.editorial-club-universitario.es/pdf/342.pdf>

<http://www.monografias.com/trabajos60/financiero-outsourcing-ancash/financiero-outsourcing-ancash2.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos101/valorpresente/valorpresente.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos101/calculos-tasa-retorno-proyecto-unico/calculos-tasa-retorno-proyecto-unico.shtml>

[http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/COSTO\\_DE\\_PRODUCCION.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/COSTO_DE_PRODUCCION.htm)

[https://www.academia.edu/8890243/QUE\\_ES\\_PRESUPUESTO](https://www.academia.edu/8890243/QUE_ES_PRESUPUESTO)

<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/rentabilidad>