



UNIVERSIDAD
DE ATACAMA

FACULTAD DE TECNOLÓGICA
DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIAS DE LA ADMINISTRACIÓN Y GESTION

**PROPUESTA DE CREACIÓN DE MICROEMPRESA DE DISEÑO Y FABRICACIÓN
DE MUEBLES PERSONALIZADOS EN LA COMUNA DE COPIAPÓ**

Trabajo de titulación Presentado en conformidad a los requisitos para obtener el grado de
licenciado en Técnico en Administración de Empresa

Profesor Guía: JOSÉ CASTILLO VARAS

MARJORIE CONSTANZA CAMPILLAY MAGGI

MARJORIE YASMINA COLLAO ROJAS

2020

DEDICATORIA

Esta Monografía, si bien ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación, no hubiese sido posible su finalización sin la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que nos acompañaron en el recorrido laborioso de este trabajo y muchas de las cuales han sido un soporte muy fuerte en momentos de angustia y desesperación, primero y antes que todo, dar gracias a Dios, por estar con nosotras en cada paso que damos, por fortalecer nuestro corazón e iluminar nuestra mente y por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido nuestro soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Yo, Marjorie Constanza Campillay Maggi, dedico, por haberme permitido llegar hasta este punto para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor. A mi madre Silvana Marjorie Maggi Gómez, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor, También es para mi Hermana Ivania Estefanía Campillay Maggi, que siempre que la necesito esta ahí, y a dos personas especiales en mi vida a mi padre Sergio Evir Cortes Rojas que me apoyo en todo mi proceso más difícil; y mi prima Haydee Alejandra Cortes Muñoz que en mi proceso de tesis a estado presente siempre.

Yo, Marjorie Collao Rojas, dedico la presente tesis a mi familia que gracias a su apoyo pude concluir mi carrera. A mis padres, gracias por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y estudiante y por hacer de mí una mejor persona a través de sus consejos, enseñanzas y amor y también por estar siempre presentes, acompañándome para poder realizarme.

A mis hijos por su comprensión, apoyo y confianza y sobre todo por darme el tiempo para realizarme profesionalmente.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Universidad de Atacama, por habernos permitido formarnos y en ella, gracias a todas las personas que fueron participes de este proceso, ya sea de manera directa o indirecta, gracias a todos ustedes, fueron ustedes los responsables de realizar su pequeño aporte, que el día de hoy se vería reflejado en la culminación de nuestro paso por la universidad. Gracias a nuestros padres, que fueron nuestros mayores promotores durante este proceso, gracias a Dios, que fue mi principal apoyo y motivador para cada día continuar darnos por vencidos.

Este es un momento muy especial que esperamos, perdurará en el tiempo, no solo en la mente de las personas a quienes agradecemos, sino también a quienes invirtieron su tiempo para darle una mirada a nuestro proyecto de tesis; a ellos asimismo les agradecemos con todo nuestro ser.

Debemos agradecer de manera especial y sincera al Profesor José Castillo Varas por aceptarnos para realizar esta tesis doctoral bajo su dirección. Su apoyo y confianza en nuestro trabajo y su capacidad para guiar nuestras ideas ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo de esta tesis, sino también en nuestra formación como investigador. Las ideas propias, siempre enmarcadas en su orientación y rigurosidad, han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos, el cual no se puede concebir sin su siempre oportuna participación. Le agradezco también el habernos facilitado siempre los medios suficientes para llevar a cabo todas las actividades propuestas durante el desarrollo de esta tesis. Muchas gracias Profesor.

1. ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pagina
• Índice de contenido.....	4
• Portada	1
• Dedicatoria	2
• Agradecimientos	3
• Capítulo I Introducción	6
• Capítulo II Perfil del proyecto	7
• 2.1 Descripción de la idea	7
• 2.2. Objetivos	8
• 2.2.1 Objetivo General	8
• 2.3 Definición Plan de negocios	8
• 2.3.1 Estructura de Plan de negocios	8
• 2.3.2 Tabla de elementos	9
• 2.3.3 Planeación	10
• 2.3.4 Definición del negocio	10
• 2.3.5 Árbol de problemas	11
• 2.3.6 Diagrama de árbol de problemas	12
• 2.3.7 Árbol de objetivos	13
• 2.3.8 Diagrama de árbol de objetivos	14
• 2.3.9 Diagrama de Procesos	15
• 2.3.9.1 Esquema de Diagrama de Procesos	15
• 2.3.9.2 Explicación Diagrama de Procesos	16
• Capítulo III Análisis del entorno	17
• 3.1 Análisis del Macro entorno (PEST)	17
• 3.1.1 Análisis Político	17
• 3.1.2 Análisis Económico	17
• 3.1.3 Análisis Social	18
• 3.1.4 Análisis Tecnológico	18
• Capítulo IV Estudio Técnico	19
• 4.1 Modelo de negocios (CANVAS)	19
• 4.1.1 Socios claves	19
• 4.1.2 Actividad clave	19
• 4.1.3 Recursos claves	19
• 4.1.4 Propuesta de valor	20
• 4.1.5 Relación clientes	20
• 4.1.6 Canales de comunicación	20
• 4.1.7 Segmento de clientes	20
• 4.1.8 Estructura de costos	20
• 4.1.9 Fuente de ingresos	20
• 4.2 Esquema Modelo de negocios CANVAS	21
• 4.3 Equipamiento, obras físicas, insumos	22
• 4.4 Definición de costos e inversiones	23

• 4.4.1 Costos Herramientas	24
• 4.4.2 Costos Tecnología	25
• 4.4.3 Costos Remuneraciones	25
• 4.5 Determinación de Costos Administrativos	25
• 4.6 Cadena de Valor	26
• 4.7 Método de Brown y Gibson	27
• 4.7.1 Localización de proyecto	27
• Capítulo V Estudio Organizacional	29
• 5.1 Visión, Misión y Valores	29
• 5.1.1 Visión	29
• 5.1.2 Misión	29
• 5.1.3 Valores	29
• 5.2 Fortalezas y Debilidades	30
• 5.3 Estructura Organizacional	31
• 5.3.1 Organigrama	31
• Capítulo VI Estudio de Mercado	32
• 6.1 Perspectiva del cliente	32
• 6.2 Mercadotecnia	32
• 6.3 Análisis de Mercado	32
• Capítulo VII Estudio Financiero	33
• 7.1 Gastos del mes	33
• 7.2 Proyecciones de Ingresos y Gastos	35
• 7.3 Flujo de Caja	36
• 7.4 Evaluación financiera del Proyecto	37
• Capítulo VIII Conclusiones	38

CAPITULO I

INTRODUCCION

La idea del diseño y producción de muebles personalizados a medida para cocinas, nace a través de la necesidad de los clientes ya que los muebles que ofrecen las tiendas no siempre son de las dimensiones que se necesitan según los espacios que disponen los hogares, por ejemplo, los departamentos tienen espacios muy reducidos que muchas veces un mueble comprado en una tienda ocupa todo el espacio sin dejar posibilidad alguna de instalar otro mueble, así también en casas más grandes cuando su espacio disponible es mucho más amplio y faltan muebles para llenar los espacios. Nuestra idea es ocupar el espacio en su totalidad, ir ganando espacios y ocuparlos de manera armoniosa.

Hay tiendas que ofrecen este servicio, sin embargo, el costo es muy elevado y los plazos de entrega de los proyectos son larguísimos. Tampoco le ofrecen al cliente que él arme su idea, sino que le ofrecen el proyecto específico. Nuestra empresa marcará la diferencia en ese sentido, ya que el cliente será el protagonista en el proyecto, con nuestro asesoramiento obviamente, ya que nosotros somos los especialistas. El cliente será quien determine como necesitará que quede finalmente el proyecto.

El presente trabajo tiene como objetivo la realización de un plan de negocios para la creación de una línea de diseño y producción de muebles personalizados en madera y a medidas, para las cocinas de los hogares, viendo la necesidad de los clientes. Este proyecto se llevará a cabo inicialmente en la ciudad de Copiapó.

Nuestro objetivo principal es ofrecer un servicio acorde a las necesidades de los clientes.

La viabilidad de éste proyecto se basará en los resultados de los estudios que realizaremos, tales como estudio de mercado, estudio económico, entre otros.

CAPITULO II

PERFIL DEL PROYECTO

2.1 Descripción de la idea

La empresa **MARYORIS**, se dedicará al diseño y producción de muebles personalizados en madera a medidas para las cocinas de los hogares, locales comerciales, etc., a un monto que esté al alcance de los clientes y con la calidad que ellos necesiten.

Los muebles serán elegidos por el cliente a través de un catálogo virtual, en el cual se decidirá con nuestro asesoramiento, el modelo de los muebles, el color del mueble, el tipo de madera a utilizar y las dimensiones de éste, obviamente considerando el espacio que tenga cada casa, departamento u local. Un especialista en muebles será quien tome las medidas de los espacios que dispone en la cocina para la realización y tipo de mueble que ofrecemos de acuerdo al espacio disponible, de esta forma la necesidad del cliente sea cubierta en un 100% y quedará conforme con nuestro servicio.

La realización de los muebles se llevará a cabo en un lugar físico con el espacio suficiente para poder realizar los trabajos, una vez realizados los muebles con sus terminaciones, serán trasladadas las partes desarmadas, con todos los resguardos posibles, en un camión, al domicilio que solicito el servicio y ahí se realizará el proceso de armado de éstos.

Nos basaremos en la búsqueda de nuestros proveedores fijándonos cautelosamente en precios, stock de productos y pronto envío, para hacer la tarea en el tiempo en que inicialmente se le indique al cliente sin tener retrasos en la producción de los muebles.

Le ofreceremos a nuestros clientes una variada carta de medios de pago para facilitar más aun la necesidad de ellos, ya que podrá cancelarnos entregándonos inicialmente siempre un abono de la mitad del costo del proyecto, para nuestro respaldo, el cual lo podrá cancelar en efectivo, con tarjetas de crédito, débito, transferencia bancaria o cheques a fecha. Cuando finalice el proyecto las facilidades de pago serán las mismas.

Ofreceremos una garantía de un año sin costo para el cliente que considerará fallas en los muebles que sean debido a nuestra producción o instalación.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

Formulación de una empresa de calidad también lograr una mayor participación en el mercado de fabricación de muebles de cocina donde podamos tener una empresa de alta calidad en el mercado que concluyan que la empresa MARYORIS, es fiable.

2.3 definición del plan de negocios

Existen muchas definiciones de un plan de negocios, pero finalmente nos dirigimos por qué nuestro plan de negocios es una forma que permite conocer la información necesaria para analizar, evaluar un proyecto y ponerlo en marcha, así como para buscar financiamiento de la empresa MARYORIS.

Los principales objetivos del nuestro plan de negocios son:

- ✓ La expresión formal de un proceso de planeación.
- ✓ Petición de financiamiento.
- ✓ Un esquema para ser aprobado.
- ✓ Una herramienta para la administración de nuestro proyecto.

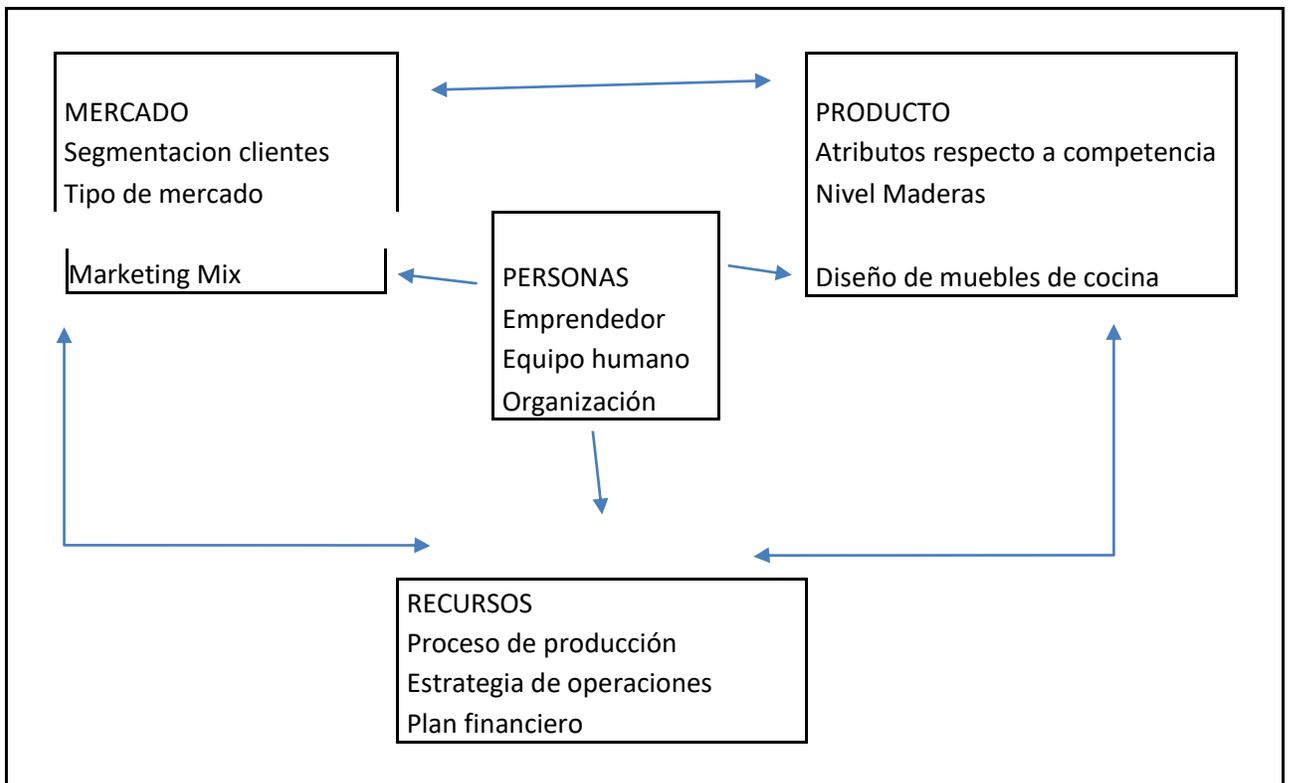
2.3.1 Estructura de un plan de negocios

Hay muchas estructuras que mencionan como debemos redactar para la mejor creación de un plan de negocios, y dan una guía para elaborarlo, sin embargo, la mayoría de estos coinciden en que para elaborar un plan de negocios es necesario ser creativo y personalizarlo de acuerdo a las necesidades de nuestra empresa MARYORIS y a quién irá dirigido.

También, debe tener un marketing de buena calidad para llamar la atención del cliente o como dice, Philip Kepler “Marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial.

Por eso MARYORIS se preocupará del tipo de marketing para promocionar nuestro catálogo de muebles de cocina; también debemos ser conciso y consta de dos partes fundamentales: una descripción del negocio y mercado, y la otra donde se tratan aspectos financieros, por eso al crear nuestra empresa es necesario tomar en cuenta cuatro elementos importantes como son: el mercado, producto, las personas y los recursos, tal como se muestra en la tabla 1.4

2.3.2 Tabla de Elementos imprescindibles para empresa MARYORIS



2.3.3 Planeación

La planeación es muy importante para el éxito de un negocio por eso que MARYORIS el apoyo para determinar la orientación o el camino a seguir para conseguir nuestras metas y objetivos organizacionales.

Escogimos un destino, evaluamos rutas alternativas y decidir el curso específico para alcanzar el destino que elegimos como empresa. La empresa a la que no le importe a donde ir, puede que esté a merced de múltiples fuerzas de mercado. La competencia, podrá arrastrarla si así lo desea; las ideas innovadoras sustituirán sus productos; los nuevos métodos de mercado harán que los suyos se conviertan en obsoletos.

MARYORIS nos preocupamos en tener una planeación específica para así llegar a nuestras metas u objetivos.

2.3.4 Definición del negocio

Para definir los productos, primero hay que definir el negocio. Precisar adecuadamente el negocio principalmente que nos lleva al éxito de la empresa. Este es un aspecto de actitud o visión empresarial. Para definir los productos que debemos tener, también necesitamos definir a que grupo, clase o estrato de futuros consumidores vamos a dirigir nuestro producto, pues un mercado tan competido y diversificado es difícil pensar en que un mismo producto con características atractivo para todos nuestros clientes.

Las clasificaciones más usuales y básicas de empresa MARYORIS hacen de los productos:

- Producto para un mercado de consumo: Son aquellos comprados y usados por las personas de grupos familiares, por ejemplo: Cocinas Chicas, Cocinas Medianas y Cocinas Grandes.
- Producto para un mercado Industrias: Son aquellos comprados y utilizados por empresas como restaurantes, Hoteles, etc.

2.3.5 Árbol de problemas

PROBLEMA: "BAJA CONFORMIDAD DE FAMILIAS AL AMOBLAR SUS COCINAS"

El problema central en la idea de nuestra empresa es **la baja conformidad de las familias al amoblar sus cocinas** de los hogares o locales.

Los efectos del problema son los siguientes;

- **ESPACIO ROTAL REDUCIDO**
- **ACCIDENTES A FALTA DE ESPACIO**
- **DESMOTIVACION AL ESTAR EN LA COCINA**

Todos estos aspectos llevarán a una situación de **estrés en la familia** ya que al tener poco espacio no podrán ingresar a este lugar todos los miembros de la familia al mismo tiempo, o si lo hacen chocaran unos con otros.

También se provocarán accidentes debido a la falta de espacio ya que ocuparan muebles pequeños para apilar aparatos que pueden caer al ser pasados a llevar o choques con los mismos muebles al pasar, etc. También será desmotivador estar en un lugar en el cual se debe disfrutar la estancia ya que la familia se reúne a cocinar a comer y debe ser un lugar para disfrutar de esos momentos.

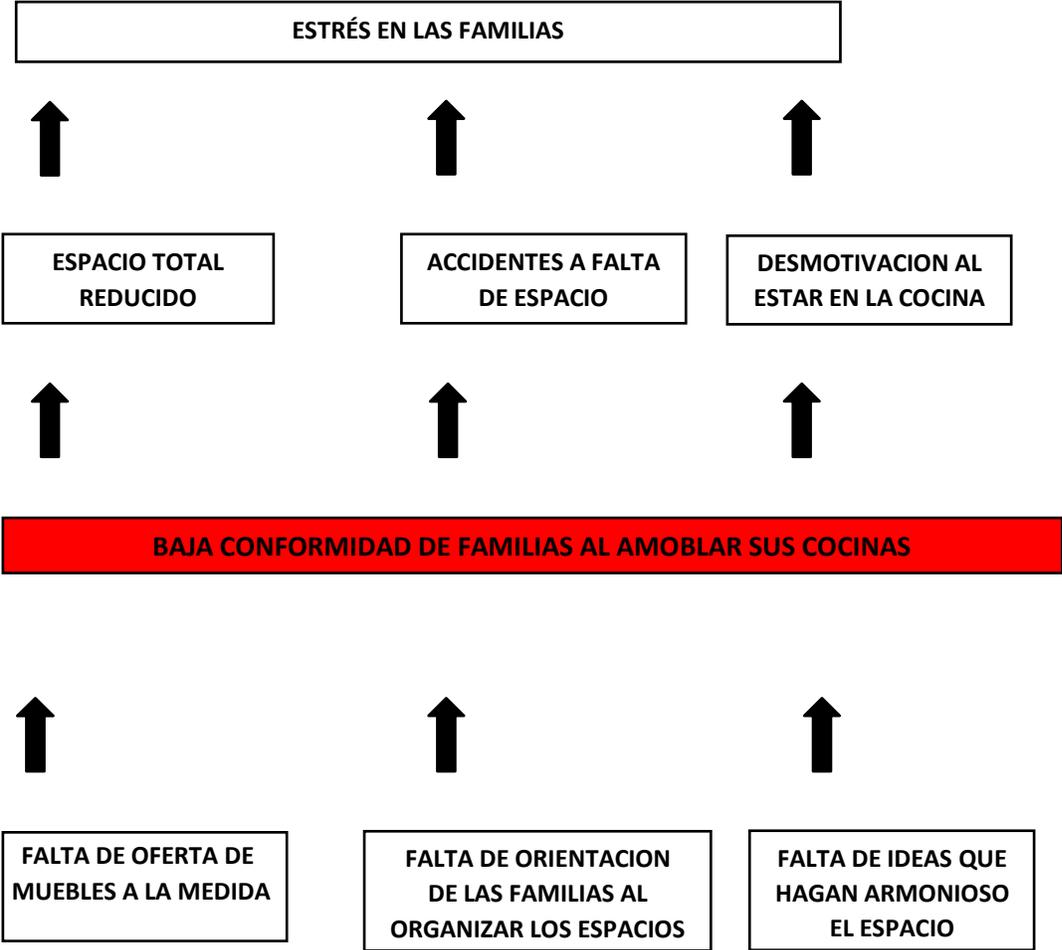
Las causas que identificamos del problema son las siguientes;

- **FALTA DE OFERTA DE MUEBLES A LA MEDIDA**
- **BAJA ORIENTACION DE FAMILIAS AL ORGANIZAR LOS ESPACIOS**
- **FALTA DE IDEAS QUE HAGAN ARMOSIOS LOS ESPACIOS**

La falta de variación de muebles a la medida se solucionará con nuestra empresa ya que ofreceremos una alta carta de muebles. La falta de orientación de las familias se solucionará con nuestros especialistas ya que al momento que tomen el proyecto con nosotros los orientaremos de tal manera que su espacio, sea pequeño o grande, será aprovechado de manera óptima y armoniosa.

Se le entregará una lluvia de ideas ingeniosas en catálogos para su elección.

2.3.6 Diagrama de árbol de problemas



2.3.7 Árbol de objetivos

Buscamos a través del árbol de objetivos transformar el problema en objetivo;



Las causas serán medios y se lograrán de la siguiente manera;

Falta de ofertas de muebles a la medida; variedad de oferta en muebles para la cocina. Esto se logrará por la alta carta de variedad en diseño de muebles que ofreceremos

Falta de orientación de las familias al organizar los espacios; alta orientación en las familias al organizar los espacios. Esto se llevará a cabo con nuestros especialistas que ofrecerán al cliente la máxima utilización de cada espacio en su cocina.

Falta de ideas que hagan armonioso el espacio; variedad en ideas que hagan armoniosos el espacio.

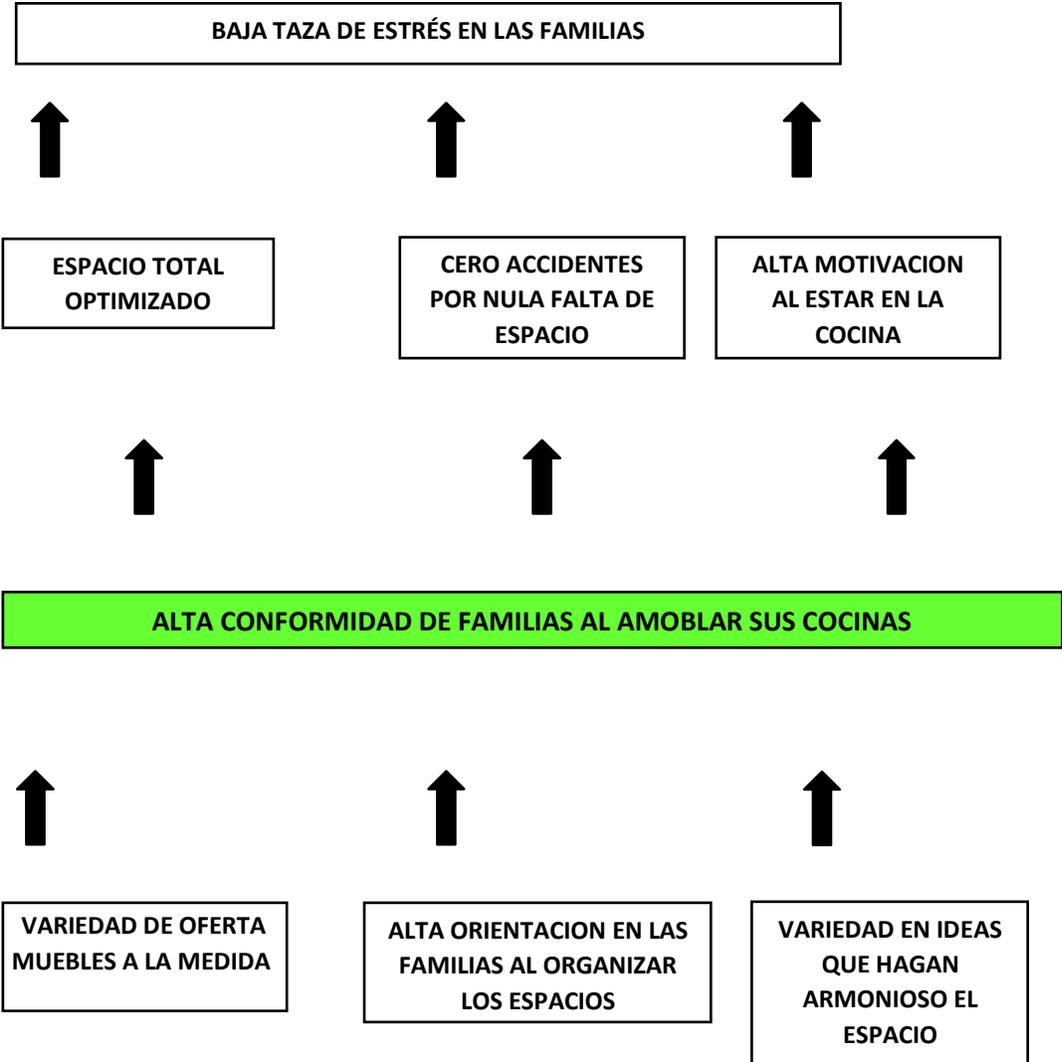
Los efectos serán fines y se lograrán de la siguiente manera;

Espacio total reducido; espacio total optimizado. Esto será logrado por la óptima utilización de cada espacio, ya sea en suelo o en pared para lograr ganar espacios para su tránsito.

Accidentes a falta de espacio; cero accidentes por nula falta de espacio. Será efecto de que al ganar espacios para instalar los muebles se logrará tener mayor fluidez al moverse y también cada artefacto está en un mueble especialmente confeccionado para él.

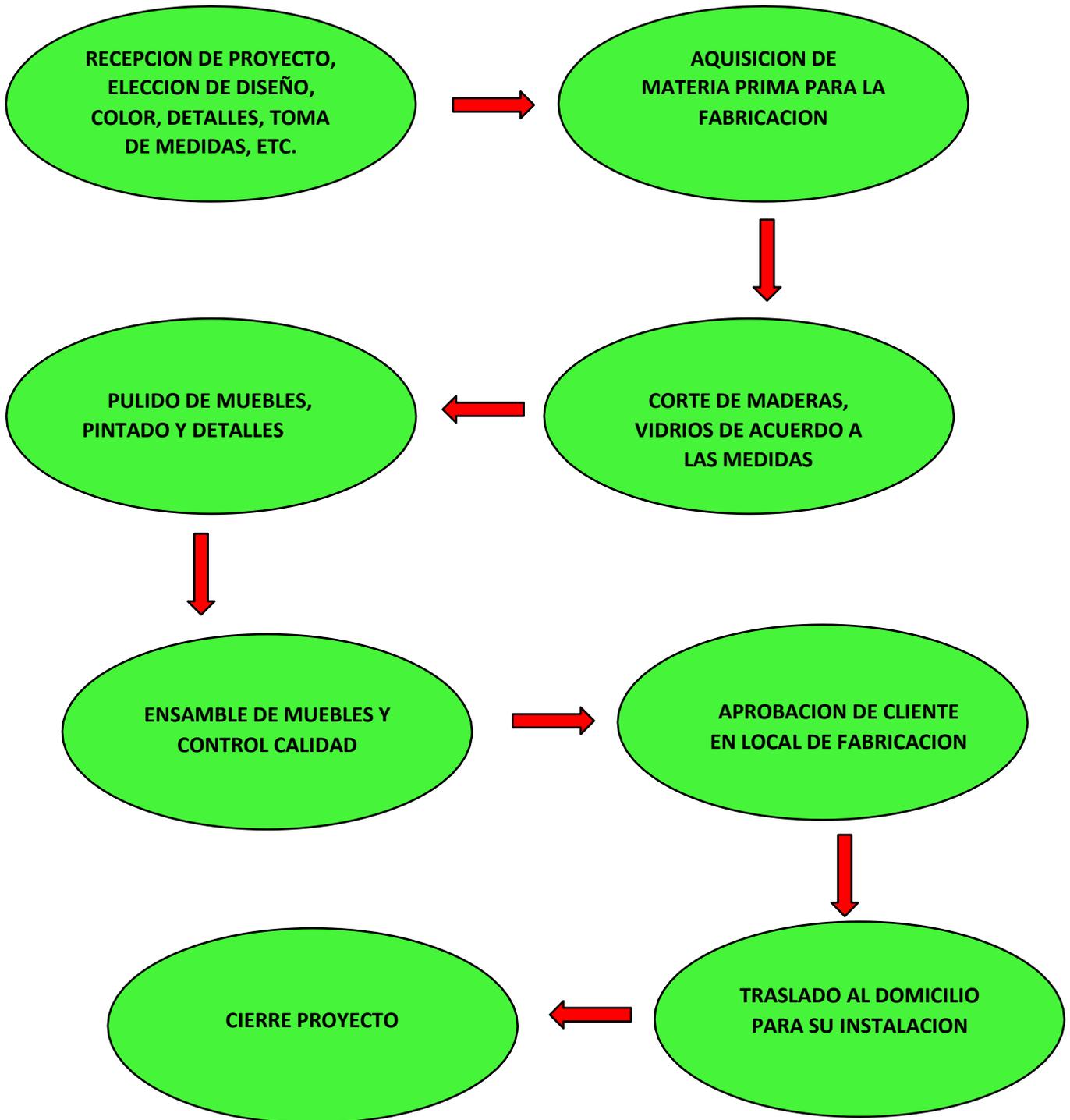
Desmotivación al estar en la cocina; motivación al estar en la cocina. Obviamente al tener un espacio armonioso y con facilidad para moverse sin problemas será agradable estar ahí y disfrutar el momento en familia.

2.3.8 Diagrama de árbol de objetivos



2.3.9 Diagrama de procesos

2.3.9.1 ESQUEMA DIAGRAMA DE PROCESOS



2.3.9.2 Explicación Diagrama de Procesos

A continuación, explicaremos el esquema de diagrama de procesos anteriormente mostrado.

El diagrama de procesos de nuestro proyecto de fabricación de muebles a medida, comenzará inicialmente con la elección del proyecto por parte del cliente en conjunto con la orientación y apoyo de nuestros especialistas, definiendo, a su vez, modelos de muebles, tipos de madera a utilizar, colores definitivos y detalles adicionales para el armado del proyecto.

Posterior a esto se realizará la adquisición de la materia prima a utilizar en el proyecto de mueble elegida por el cliente. Esta materia prima se llevará al proceso de cortes de acuerdo a las medidas de cada parte de los muebles a confeccionar. Una vez realizados los cortes de las maderas, vidrios y material adicional, se llevará a cabo el proceso de pulido, pintado o barnizado de éstos, además de los detalles adicionales que haya solicitado inicialmente el cliente.

Una vez teniendo las partes de las maderas cortadas, pulidas, pintadas y los detalles ya definidos, se le realizara el proceso de ensamblado de los muebles para revisión de estos y verificación de algún detalle u complicación final. Además de realizar el control de calidad de cada mueble del proyecto.

Posteriormente, una vez ya ensamblados los muebles, estos serán mostrados a nuestro cliente para su visto bueno, aprobación final o solicitud de algún otro requerimiento adicional.

Teniendo ya la aprobación final por parte del cliente, la aprobación de nuestro control de calidad y la revisión por parte de nuestro equipo de trabajo se realizará el traslado de los muebles al domicilio donde se solicitó realizar el servicio para llevar a cabo el proceso de instalación definitiva del proyecto de muebles.

Ya instalado el proyecto en el domicilio se procederá a dar cierre satisfactorio del proyecto de muebles a medida realizado.

CAPITULO III

ANALISIS DEL ENTORNO

3.1 Análisis del macro entorno (PEST)

3.1.1 Análisis Político

El análisis político de nuestro proyecto es FAVORABLE porque políticamente el país está fomentando el desarrollo de las empresas nacionales a través de leyes que ayudan a que las empresas nacionales tengan más oportunidades cuando compiten con empresas extranjeras.

Además, el sector político no tiene actualmente ningún plan desfavorable que involucre las empresas de fabricación de muebles o carpinterías.

Aparte de eso no hay legislación a favor ni en contra que afecte a este tipo de negocio, pero por lo general, los gobiernos regionales apoyan a estas empresas porque lo consideran generador de empleo y riqueza y también como un método para modernizar el comercio en cada región. Al disminuir la tasa de desempleo la región se ve beneficiada. Debido a esto se pueden obtener muchas facilidades para que el negocio fluya considerable y fácilmente ya que es una fuente de empleo para región.

3.1.2 Análisis Económico

El análisis económico para nuestro proyecto es FAVORABLE porque, a pesar de que actualmente el sector se encuentra estancado debido a la pandemia mundial que estamos viviendo y teniendo en cuenta la alta tasa de desempleo por de cierre de empresas, la disminución de dotación de trabajadores en algunas empresas producto de la pandemia.

Como resultado de todo esto tenemos la disminución de la capacidad de adquisición de los chilenos actualmente ya que al no tener ingresos no pueden acceder a nuestros servicios.

También en los casos de los trabajadores que no se han visto afectados por el desempleo, pero su futuro es incierto, también prefieren aun no arriesgarse a invertir por miedo a perder su trabajo más adelante.

Estamos en etapa de crisis económica, lo que favorece la compra de productos funcionales de bajo coste y con facilidad y amplitud en la forma de pago.

Sin embargo, visualizando a futuro y proyectándonos a cuando acabe todo esto y considerando una recuperación del sector será un escenario favorable económicamente.

3.1.3 Análisis social

El análisis social para nuestro proyecto es favorable porque está enfocado a una clientela de mayoría de edad con una capacidad económica suficiente para poder adquirir una remodelación de su inmueble sin problemas.

Generalmente nuestros clientes tienen buenos ingresos, puesto que las remodelaciones en general requieren de bastante dinero a invertir. Estos clientes requieren o necesitan una mejor calidad de vida y organizarse de mejor manera, algunos necesitan el lujo y la belleza en sus inmuebles sin afligirse por lo costoso que le pueda llegar a costar.

También considerando las facilidades de pago que actualmente ofrece el mercado se puede lograr llegar a que personas de menos ingresos accedan a nuestros servicios.

Por todas estas variables nuestro escenario es favorable.

3.1.4 Análisis Tecnológico

El análisis tecnológico para nuestro proyecto es favorable porque actualmente existe tecnología muy avanzada que nos viene perfectamente para poder lograr llegar a que nuestra empresa sea más amigable a la hora de mostrar y lograr transmitir nuestros trabajos muy fácilmente a nuestros clientes.

También podemos acceder a una diversidad de maquinarias necesarias para innovar y mejorar los procesos de producción que nos ayudarán bastante a la hora de brindar un servicio personalizado que es nuestro fin.

Este escenario es bastante favorable considerando las variables anteriormente mencionadas.

CAPITULO IV

ESTUDIO TECNICO

4.1 Modelo de negocios (CANVAS)

A continuación, realizaré un desglose de nuestro modelo de negocios canas;

4.1.1 Socios claves

Nuestros socios claves serán, en primera instancia, proveedores locales, de la ciudad de Copiapó, tales como Sodoma, Elsy y Construmart. También tendremos proveedores de fuera de la región tales como; maderas del sur, Forestal Rivera y Maderas Nativas Oñigue. Nos basaremos en la elección de éstos para la compra de la materia prima fijándonos en los precios que nos ofrezcan.

4.1.2 Actividad clave

Realizaremos publicidad de nuestra página web, también físicamente como afiches flyers, promotoras, etc. Entregaremos asesoría personal en inmueble lo cual será una muy buena forma de darnos a conocer y realizar publicidad.

4.1.3 Recursos claves:

Contaremos con personal calificado para el desempeño de cada uno de los cargos. Nuestra infraestructura constará de una tienda física donde se realizará la producción y también tendremos una agina web para poder llevar a más público. Nuestro capital comenzara con un aporte de cada socio y préstamo en entidad bancaria para iniciar.

4.1.4 Propuesta de valor

Diseñaremos muebles acordes al espacio disponible en el inmueble. El diseño estará enfocado en brindar comodidad. Entregaremos asesoramiento personalizado. Ofreceremos un precio conveniente, al alcance de nuestros clientes. Constaremos con una alta gama de diseños para espacios determinados.

4.1.5. Relación clientes

Nuestra relación con nuestros clientes para lograr la conformidad de estos, estará basada en rapidez eficacia y orientación personalizada que entregaremos.

4.1.6 Canales de comunicación

Nuestros canales de comunicación para contacto serán telefónicamente, vía correos electrónicos y pagina web.

4.1.7 Segmento de clientes

Nuestro proyecto estar enfocado en las personas mayores de 18 años, empresas de edificaciones o construcción de casas, o empresas generales que necesiten nuestros servicios.

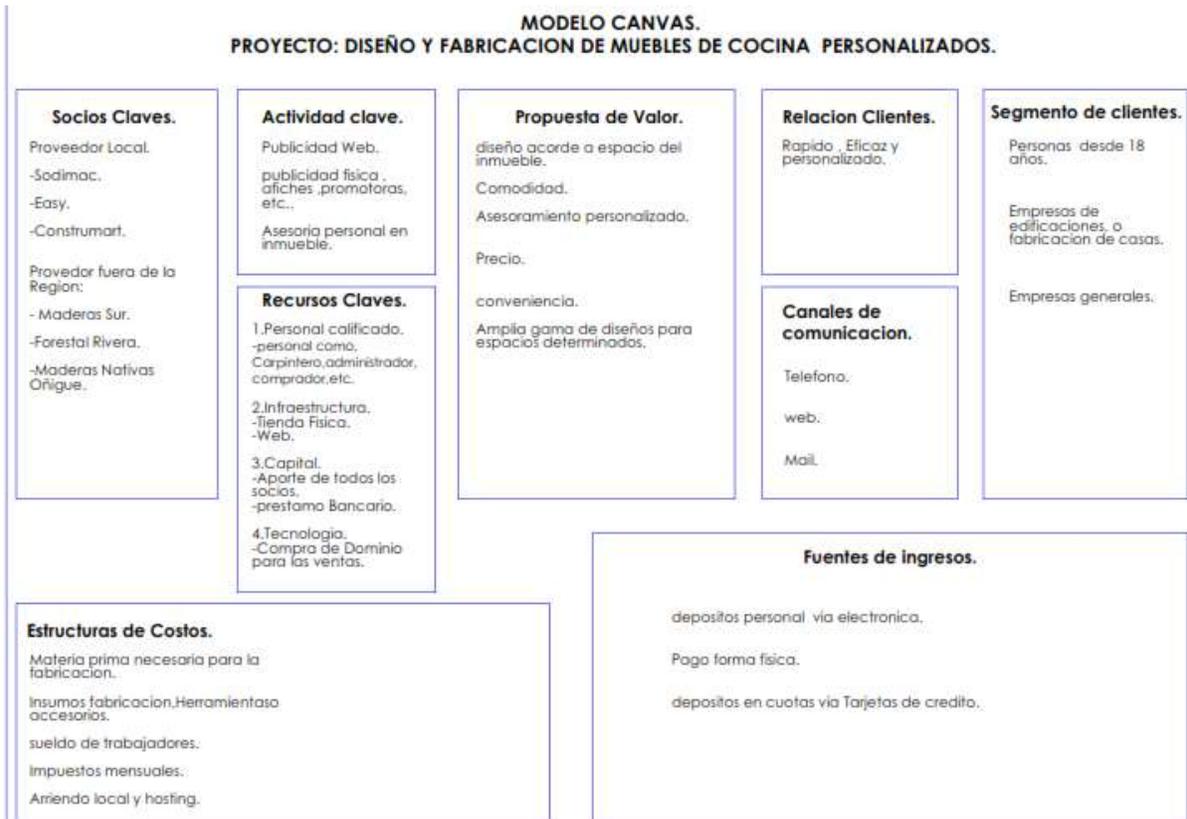
4.1.8 Estructura de costos

Para llevar a cabo la producción necesitaremos cubrir gastos de materia prima necesaria para la fabricación, insumos, herramientas, accesorios, etc. También sueldos de trabajadores, impuestos mensuales y arriendo de local.

4.1.9 Fuente de ingresos

Ofreceremos a nuestros clientes facilidades en formas de pago como efectivo, transferencias bancarias, depósitos, pago con tarjetas de crédito, cheques y efectivo.

4.2 Esquema Modelo de negocios CANVAS



4.3 Equipamiento, obras físicas, insumos

Para Maryoris el equipamiento se está mencionando todo aquello que permite realizar las actividades dentro de los diferentes ámbitos de los seres humanos.

Así existe un equipamiento para una casa que tiene en cuenta el dormir, descansar, cocinar, comer, lo que implica sillas, sillones, camas, placares, horno a microondas, etc. Lo mismo se aplica para un banco, una institución, un hospital, etc. Ya que en cada caso se hace necesario un tipo de mobiliario e instalación específica de acuerdo con sus necesidades y funciones.

Para la correcta ejecución de la Empresa Maryoris eren tres computadores y tres impresoras estarán distribuidas en los tres departamentos de diseño, administrativo, y producción que se utilizaran para las diferentes tareas que se requieran y es indispensable para seguir el proceso de elaboración en qué etapa se encuentra.

CONCEPTO

- Cortadora 3
- Lijadora 3
- Compresor de Aire 1
- Sierra circular 3
- Torno de Mesa 4
- Juego de Brocas 2
- Sierra vertical 3
- Mesas de Prensa 4
- Cafeteras de Pintura 4
- Martillos 10
- Destornillador 10
- Serruchos 10

- Taladro de mano 4
- Taladro de Mesa 2

❖ CONCEPTO

- Computadora Intel Pentium Corel 2Duo 2GHZ de Procesador 1G Memoria500G de de Almacenamiento 5
- Impresora Remar Laser a colores

4.4 Definición de costos e inversiones

Los costos de inversión de la empresa MARYORIS y operación de sistemas informáticos, corresponden a los costos en hardware y software necesarios para operar la empresa. Entre ellos se encuentran los sistemas necesarios para gestionar la empresa eficiente y explotar la red. El estudio para modelar los costos del área de informática de la empresa eficiente de telefonía se desarrolló sobre tres bases relevantes, las cuales inicialmente se trataron en forma independiente para identificar el software y hardware requerido, siendo en la etapa final donde estos puntos de vista se integraron para definir las cantidades y su valorización.

Los costos de inversión, llamados también costos pre-operativos, corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento, ponerlo "en marcha" u operativo. Para decirlo de una forma sencilla son todos aquellos costos que se dan desde la concepción de la idea que da origen al proyecto hasta poco antes de la producción del primer producto o servicio.

El costo se presenta como consecuencia de producir un bien, prestar un servicio y comercializar un producto (labores de producción), mientras que el gasto se presenta por la ejecución de labores de administración y venta. El costo hace parte integrante del producto terminado, puede verse en dicho producto, mientras que el gasto no es percibido en el producto.

El costo es una inversión en dinero que una persona natural o una empresa realiza, con el objetivo de efectuar labores de producir un producto, comercializar mercancías y/o prestar servicios.

4.4.1 Costos Herramientas

Ítems	Cantidad	Costo Unitario	Valor	Costo o Inversión
Cortadora	3	\$ 4.880	\$14.640	Costo
Lijadora	3	\$ 24.990	\$74.970	Inversión
Compresor Aire	1	\$99.990	\$99.990	Inversión
Sierra Circular	3	\$49.990	\$149.970	Inversión
Torno de Mesa	2	\$230.000	\$460.000	Inversión
Juego de Brocas	2	\$50.000	\$100.000	Costo
Mesa de prensa	4	\$149.000	\$596.000	Inversión
Cafeteras pinturas	4	\$66.000	\$264.000	Inversión
Sierra Vertical	3	\$150.000	\$450.000	Inversión
Martillos	10	\$4.690	\$46.900	Inversión
Destornillador	10	\$10.990	\$109.900	Inversión
Serruchos	10	\$6.450	\$64.500	Costo
Taladro de mano	4	\$37.550	\$150.200	Inversión
Taladro de mesa	2	\$107.990	\$215.980	Inversión

4.4.2 Costos Tecnologías

Ítems	Cantidad	Costo Unitario	Valor	Costo o Inversión
Computadores	5	\$350.000	\$1.750.000	Inversión
Impresoras	6	\$169.000	\$1.014.000	Inversión

4.4.3 Costos Remuneraciones

Ítems	Cantidad	Costo Unitario	Valor	Costo o Inversión
Gerente General	2	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000	Costo
Administrativo	3	\$600.000	\$1.800.000	Costo
Depto. de Producción	3	\$450.000	\$1.350.000	Costo
Depto. RR. HH	1	\$600.000	\$600.000	Costo
Sección de Logística	1	\$550.000	\$550.000	Costo

4.5 Determinación de Costos administrativos

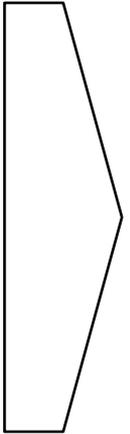
La determinación de costos es una parte importante para lograr el éxito en cualquier negocio. Con ella podemos conocer a tiempo si el precio al que vendemos lo que producimos nos permite lograr la obtención de beneficios, luego de cubrir todos los costos de funcionamiento de la empresa. Los costos nos interesan cuando están relacionados directamente con la productividad de la empresa. Es decir, nos interesa particularmente el análisis de las relaciones entre los costos, los volúmenes de producción y las utilidades.

Los costos administrativos son los recursos necesarios para las operaciones y manejos dentro de una empresa, son los gastos o costos que la empresa aplica para la realización de trámites y movimientos internos. Estos costos son manejados, reportados y distribuidos por los gerentes y administradores. Los costos administrativos son generados principalmente por los sueldos de gerentes, secretarios, administradores, contadores y demás personal, que no influye en forma directa en el proceso de producción. Es todo aquel personal que maneja los procedimientos internos de la empresa, como la distribución, la contratación, el comedor, etc.

Los costos administrativos son reportados y realizados por cada departamento y regenera un listado o informe que se adjunta a los demás costos para que los ejecutivos correspondientes los contabilicen y aprueben.

4.5 Cadena de valor

INFRAESTRUCTURA: 3 COMPUTADORES, 3 IMPRESORAS, TIENDA FISICA, WEB
RECURSOS HUMANOS: RECLUTAMIENTO, CAPACITACION, BONOS DE PRODUCCION
TECNOLOGIAS: COMPRA DE DOMINIO PARA LAS VENTAS
COMPRAS: SODIMAC, EASY, CONTRUMART... OTROS, MADERA DEL SUR, FORESTA RIVERA Y MADERAS NATIVAS...



LOGISTICA DE ENTRADA	DE PRODUCCION	LOGISTICA DE SALIDA	MARKETING Y VENTAS	SERVICIO POST VENTA
-6 Impresoras	-Muebles Personalizados	-Camión Externo Para Transportar Material	-Publicidad En Pagina Web	-Diseños
-5 Computadores			-En Físico Afiches	-Cotizaciones
-3 Cortadoras			-Flayers	
-3 Lijadoras			-Promotoras	-Calidad
-1 Compresor Aire			-Catalogo Virtual	
-3 Sierra Circular				
-2 Torno De Mesa				
-2 Juego De Brocas				
-4 Mesa De Prensa				
-4cafeteras Pinturas				
-3 Sierra Vertical				
-10 Martillos				
-10destornillador				
-10 Serruchos				
-4 Tablero De Mano				
-2 Tablero De Mesa				

4.7 Método de Brown y Gibson

4.7.1 Localización de nuestro proyecto

	Factor objetivo	Factor subjetivo
Centro	50%	50%
Palomar		
Los Loros		

Paso 2 (FACTORES OBJETIVOS)

	Locomoción colectiva	Arriendo	Materias primas	Total
A	\$1.400	\$250.000	\$40.000	\$291.400
B	\$1.800	\$200.000	\$55.000	\$256.800
C	\$0	\$230.000	\$45.000	\$275.000

A 1 / 291.400

B 1 / 256.800

C 1 / 275.000

Paso 3 (FACTORES SUBJETIVOS) (1-0)

	Cantidad de clientes	Total	Índice
A	1 1	2	2/3
B	0 0	0	0/3
C	0 1	1	1/3
		3	

	Peligro ante aluviones	Total	Índice
A	0 0	0	0/3
B	1 0	1	1/3
C	1 1	2	2/3
		3	

**CANTIDAD DE CLIENTES
ALUVIONES**

80%

PELIGRO

20%

ANTE

Paso 4

F.S A= $0,8 \cdot 2/3 + 0,2 \cdot 0 = 0.533333333$

F.S B= $0,8 \cdot 0 + 0,2 \cdot 1/3 = 0.266666666$ F. S C= $0,8 \cdot 1/3 + 0,2 \cdot 2/3 = 0.4$

Localidad A= $0,5 \cdot 1/291.400 + 0,5 \cdot 0.533333333 = 0.2666683824$

Localidad B= $0,5 \cdot 1/256.800 + 0,5 \cdot 0.266666666 = 0.13333528$

Localidad C= $0,5 \cdot 1/275.000 + 0,5 \cdot 0.4 = 0.20000$

CAPITULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1 Visión, Misión y valores

5.1.1 Visión

Nos vemos como una empresa posicionada a nivel nacional e incursionando en el mercado internacional reconocida por su competitividad y productividad.

5.1.2 Misión

Diseñar y fabricar muebles para hogar y carpintería con diseños innovadores de alta calidad, ofreciendo un excelente servicio mediante el conocimiento y motivación del talento humano. Con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, manteniendo relaciones integrales a largo plazo y excediendo constantemente sus expectativas

5.1.3 Valores

Los valores de empresa son aquellas características que definen a una empresa y que sirven como eje para su crecimiento. Estos valores empresariales influyen en el público objetivo. Si los clientes actuales y potenciales asumen como inherentes a la empresa los valores que pretendemos, esto repercutirá finalmente en los beneficios que obtengamos. Pero no solo es importante tener en cuenta a los clientes. Los miembros del equipo interno deben también conocer y asumir los valores de la empresa para poder interiorizarlos y transmitírselos a los clientes.

Por eso que los Valores de MARYORIS son:

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Cumplimiento
- ✓ Confianza
- ✓ Honradez y transparencia
- ✓ Garantías

5.2 Fortalezas y Debilidades

DEBILIDAD

INFRAESTRUCTURA VS LOGISTICA DE ENTRADA

Al tener muy pocos computadores e impresora y para lograr realizar un buen trabajo de cada departamento debe tener sus implementos para trabajar y nuestra empresa MARYORIS dispone de 5 departamentos de administración.

FORTALEZA

TECNOLOGIAS VS MARKETING Y VENTAS

Porque con la tecnología de hoy en día que últimamente esta súper avanzada nos ayuda a expandir nuestros catálogos, páginas web, etc. Promocionando nuestra empresa, los productos y diseños que tenemos para ofrecerle al cliente y ya poder dominar más las ventas por internet.

FORTALEZA

MARKETING Y VENTAS VS SERVICIO POST VENTA

Porque gracias a la publicidad que logramos tener podemos ofrecer de una manera más formal al cliente los diseños y catálogos que tenemos para ellos, ya que se logra una buena cotización con las publicidades que le podemos ofrecer y sea más factible al momento de promocionar.

DEBILIDAD

LOGISTICA DE ENTRADA VS MARKETING DE VENTAS

Porque podemos promocionar por la página web por flayers, catálogos, etc. Pero la debilidad es que falta la mayor parte de materiales que hay que invertir para lograr realizar los productos que los clientes necesitan.

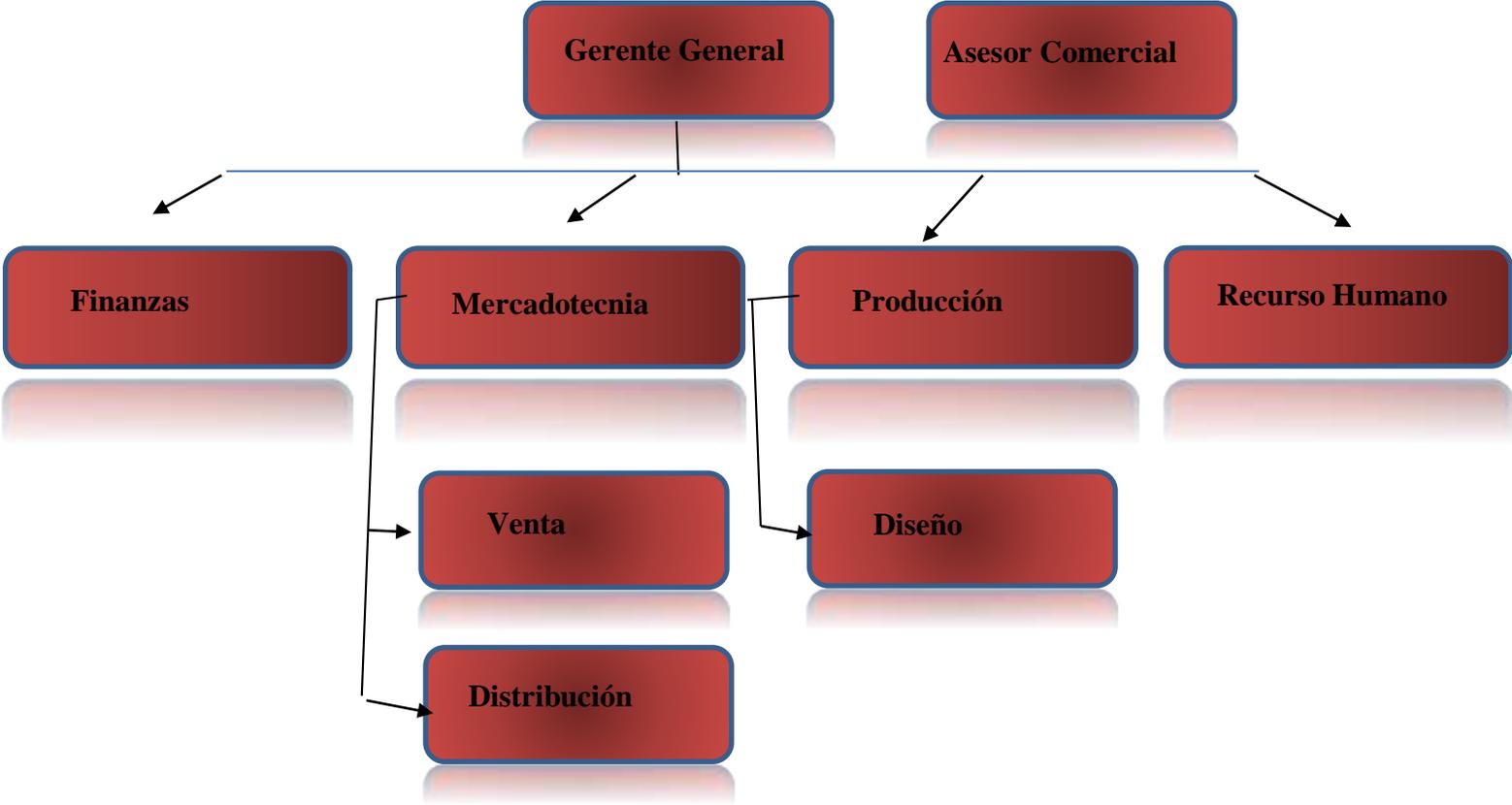
FORTALEZA

COMPRAS VS PRODUCCION

Porque nos fortalece ya que tenemos varios proveedores para decidir las compras que tendremos que realizar para satisfacer a los clientes con buenos productos de buena calidad.

5.3 Estructura organizacional

5.3.1 Organigrama



CAPITULO VI

ESTUDIO DE MERCADO

6.1 Perspectiva del Cliente

En la perspectiva del cliente, las empresas identifican los segmentos de cliente y de mercado en que han elegido competir, estos segmentos representan las fuentes que proporcionaran el componente de ingresos de los objetivos financieros de la empresa. La perspectiva del cliente permite que las empresas equiparen sus indicadores principales sobre clientes.

Le ofreceremos a nuestros clientes una variada carta de medios de pago para facilitar más aun la necesidad de ellos, ya que podrá cancelarnos entregándonos inicialmente siempre un abono de la mitad del costo del proyecto, para nuestro respaldo, el cual lo podrá cancelar en efectivo, con tarjetas de crédito, débito, transferencia bancaria o cheques a fecha. Cuando finalice el proyecto las facilidades de pago serán las mismas. Ofreceremos una garantía de un año sin costo para el cliente que considerará fallas en los muebles que sean debido a nuestra producción o instalación.

6.2 Mercadotecnia

El principal objetivo de la mercadotecnia es el buscar la satisfacción de las necesidades de los consumidores mediante un grupo de actividades coordinadas que al mismo tiempo permitirá a la organización alcanzar sus metas. La satisfacción de los clientes es lo más importante de la mercadotecnia, para lograrlo la empresa debe investigar cuales son las necesidades de los mismos para poder crear productos que realmente satisfagan los deseos de los consumidores.

6.3 Análisis de mercado

Definimos brevemente el análisis de mercados como una "cuidadosa y objetiva labor de recopilación, anotación y análisis de datos acerca de problemas vinculados con la comercialización de bienes y servicios". Resulta necesario realizar previamente un análisis para determinar cuál es la información necesaria que precisa recopilarse, anotarse y analizarse.

CAPITULO VII
ESTUDIO FINANCIERO

7.1 Gastos del mes

Actividades de inicio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Total
Formación de Sociedad	\$ 600.000		\$ 300.000	\$ 900.000
Patente Municipal		\$ 400.000		\$ 400.000
Arriendo y comisión inmuebles		\$ 1.369.095	\$ 456.365	\$ 1.825.460
Compra y equipamiento Inversión			\$ 4.650.000	\$ 4.650.000
Compra equipo y Gastos			\$ 370.000	\$ 370.000
Luz - Agua - Gas - telefonía		\$ 100.000	\$ 200.000	\$ 300.000
Materiales de Oficina y Aseo		\$ 70.000	\$ 90.000	\$ 160.000
Selección y Contratación Personal	\$ 770.000		\$ 1.668.333	\$ 2.438.333
Gastos Personales	\$ 770.000	\$ 770.000	\$ 2.438.333	\$ 3.978.333
Gastos en Medio Digital			\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Marketing			\$ 730.000	\$ 730.000
Total gastos de iniciales	\$ 2.140.000	\$ 2.709.095	\$12.903.031	\$ 17.752.126

Al inicio del período la Empresa Maryoris, comienza por la contratación del personal administrativo y las gestiones para la formación de la sociedad. Dentro de los 3 meses se considera también, el arriendo del lugar, la compra del equipamiento y la contratación del técnico, el diseñador y el vendedor.

El siguiente cuadro muestra la inversión en Bienes de Uso que la empresa Maryoris realizará:

Estado de Resultado Proyectado			
	Año 1	Año 2	Año 3
IPC	3,80%	4,00%	4,20%
Ingreso por venta	\$ 43.500.000	\$ 167.671.499	\$ 259.674.019
Cantidad de muebles a fabricar	359	1100	1650
Precio Promedio Venta	\$ 150.000	\$ 155.000	\$ 161.875
Costo de Producción	\$ 28.000.000	\$ 81.381.727	\$ 259.674.019
Sueldos de personal Jefe de Taller	\$ 6.416.667	\$ 7.989.298	\$ 9.971.482
Gerente General	\$	\$ 10.780.000	\$ 13.454.571
Ingeniero en Marketing	\$ 5.133.333	\$ 12.000.000	\$ 13.454.571
Insumos de fabricación de muebles	\$ 7.475.000	\$ 28.533.207	\$ 42.903.608
Barnizado y pintura	\$ 299.000	\$ 1.141.328	\$ 1.716.144
Herrajes y otros	\$ 2.990.000	\$ 11.413.283	\$ 17.161.443
Herramientas menores	\$ 370.000	\$ 40.000	\$ 270.000
Merma	\$ 743.533	\$ 2.693.535	\$ 3.753.825
Arriendo Inmuebles 150m2	\$ 4.429.425	\$ 5.038.200	\$ 5.265.900
Arriendo Inmuebles 2 150m2			\$ 5.265.900
Proveedores	\$ 15.643.043	\$ 87.259.772	\$ 146.615.825
Equipamiento	\$ 697.500	\$ 970.000	\$ 2.650.000
Utilidad Bruta	\$ 14.945.562	\$ 86.289.772	\$ 143.965.835

7.2 Proyecciones de Ingresos y Gastos

Estimaciones mensuales para el primer año. El resultado del ejercicio del primer año de operación, independientemente que se considera una depreciación lineal del equipamiento en 60 meses arroja una pérdida aproximada del Estado de Resultado Proyectado.

Inversión	Año 1	Año 2	Año 3
Maquinaria y Herramientas	\$ 600.000	\$ 200.000	\$ 100.000
Cortadoras	\$ 250.000		\$ 5.000.000
PC + Software + Impresora	\$ 1.300.000		\$ 1.300.000
Instalaciones y remodelaciones	\$ 2.500.000		\$ 2.000.000
Total Bienes de Uso	\$ 4.650.000	\$ 200.000	\$ 8.400.000
Total acumulado Bs de Uso	\$ 4.650.000	\$ 4.850.000	\$ 13.250.000

7.3 Flujo de Caja

Flujo de Caja				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Utilidades después del Impuesto		\$ 25.503.716	\$ 8.910.061	\$ 27.339.677
Depreciación		\$ 697.500	\$ 970.000	\$ 2.650.000
Aporte de Inversionistas				
Préstamos Bancarios				
Inversión en Activo Fijo	\$ 4.650.000	\$ 240.000	\$ 8.670.000	\$ 2.640.000
Aumento en capital de Trabajo	\$ 29.322.517			
Flujo Caja Libre	\$ 3.972.517	\$ 25.046.216	\$ 1.210.061	\$ 27.349.677
Valor terminal				
Flujo Caja Libre + Valor terminal		\$ 25.046.216	\$ 1.210.061	\$ 27.349.677

\$ 25.046.216	\$23.836.155	\$ 3.513.523	
		Recuperación de la inversión	
	12	1.54	25.54 Meses
			2,1 Años

7.4 Evaluación financiera del proyecto

El proyecto de la empresa Maryoris comienza con un aporte de Capital Inicial de los socios. El flujo de fondos esperado entrega una TIR del 23.9% lo que a una tasa de descuento exigida para el proyecto del 11.9% nos arroja un VAN positivo.

Evaluación Financiera del proyecto				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Flujo de fondo Esperado	33.972.517	25.046.216	1.210.061	27.349.677
TIR		23,90%		
tasa de descuento esperado del Proyecto		11,90%		
VAN		\$ 22.234.385		

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES

Como conclusión hemos obtenido que el estudio de la creación de Maryoris ha sido muy provechoso para nosotras, ya que esta nos ayudó a conocer si nuestra empresa dispone de los recursos tanto humanos, técnicos, económicos y legales, para la implementación de muebles de cocina, para que nos permita llevar a cabo los objetivos y metas propuestas, para de este modo conocer si el desarrollo de nuestro proyecto es factible para la empresa y si la inversión que vamos a hacer es buena para los intereses que persigue esta organización o nuestra sociedad.

Se realizó un estudio para detectar todos los aspectos fundamentales de la situación de la empresa MARYORIS, la información reunida sirve como base para estrategias de diseños de lo que podría ser una mejora del sistema de los muebles de cocina que implementa la empresa, del cual se tuvo como resultado la recomendación para nuestros clientes la implementación de un instalarles los muebles en su cocina para no tener problemas de espacios sobrantes o no caben los muebles en la cocina según nuestra base de datos, para los registros de ventas, Estados Financieros, así como Estudios de Mercado nos muestra el producto estará enfocado en el servicio de calidad que se le brindará al cliente, los traslados de muebles hasta el domicilio será a través de un externo para así de esta manera disminuir los costos de mantención de vehículos, depreciación de maquinarias y sueldos.

Por eso nos preocupamos de que el precio de nuestro servicio fuera fijado de acuerdo a comparaciones en la competencia, de acuerdo a esa revisión tratamos de adecuarnos al bolsillo del cliente y estratégicamente disminuimos los valores en comparación con la competencia para que los clientes nos elijan y contraten nuestro servicio, y para poder ser reconocidos nos encargamos de que el Marketing MARYORIS trabajará por objetivos fijados conjuntamente con la dirección estratégica, para lograr el mejor posicionamiento de nuestra marca en los distintos mercados y potenciar el proceso de crecimiento de la empresa en cada uno de ellos. Debe ser capaz de analizar las tendencias, diseñar estrategias e implementar las acciones necesarias para llevarlas adelante.