



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

TESIS

**EXPANSIÓN DE LA MUEBLERÍA FABRIMUEBLES
MARYORI Y EL EFECTO EN SU RENTABILIDAD,
CHICLAYO 2017**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

Autor (a):

Bach. Seclén Barrientos, Jacqueline Ivón.

Asesor:

Mg. Cubas Carranza, Janet Isabel.

Línea de Investigación:

Finanzas.

Pimentel – Perú

2018

PRESENTACIÓN DE LA APROBACIÓN

**EXPANSIÓN DE LA MUEBLERIA FABRIMUEBLES MARYORI Y EL EFECTO EN
SU RENTABILIDAD, CHICLAYO 2017.**

Aprobación de tesis:

DRA. CARMEN ELVIRA ROSAS PRADO

Presidente (a) del jurado de tesis

MG. HUBER PORTELLA BEJARANO

Secretario del jurado de tesis

MG. SEGUNDO VÁSQUEZ MACHUCA

Vocal del jurado de tesis

DEDICATORIA

A Dios

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme permitido haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre Gliseria

Por ser la persona que me ha acompañado durante todo mi proyecto y brindado su apoyo incondicional.

A mi padre Segundo

Quien con sus consejos ha sabido guiarme para culminar mi carrera profesional.

A mis hermanos

Que siempre han estado junto a mí brindándome siempre su apoyo.

A mi familia en general, por su apoyo y por compartir a mi lado buenos y malos momentos.

Jacqueline Seclén Barrientos

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, doy gracias a Dios, por haberme dado la fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco el apoyo y la confianza brindada por mi madre, en el trayecto de mi vida demostrándome que siempre contare con ella.

A mi padre por ser el apoyo en mi carrera, mis logros y sé que está orgulloso por todo lo que eh logrado.

A mis hermanos por ser mis amigos y los seres más importantes en mi vida.

Y finalmente a la Profesora Janet Isabel Cubas Carranza por toda la colaboración brindada, durante la elaboración de este proyecto.

Jacqueline Seclén Barrientos

RESUMEN

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación se ha podido llegar a determinar que la expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori tendrá efecto en su rentabilidad, Chiclayo 2017, considerando las excelentes condiciones macro económicas que actualmente se vienen presentando en el país y básicamente en nuestra ciudad. En tal sentido fue de mucho interés para la investigación tomar en cuenta la serie de etapas que se tuvieron que seguir para llevar a cabo las proyecciones en bien de la expansión de las actividades de la mueblería. El planteamiento del problema quedó sustentado de la siguiente manera ¿La expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori, tendrá efecto en su rentabilidad, Chiclayo 2017? y se justifica la investigación porque permitió determinar que el principal inconveniente de la empresa es que no está comercializando al tope sus productos en el local que actualmente opera, a pesar de su gran capacidad instalada en inmovilizado material.

La Hipótesis quedó formulada en que la expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori si tendrá efecto en su rentabilidad, Chiclayo 2017. El Objetivo General llegó a determinar en qué medida la expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori tendrá efecto en su rentabilidad, Chiclayo, 2017. El tipo de investigación aplicada fue descriptiva No operacional y se operacionalizó las variables bajo la aplicación de la guía de entrevista, guía de observación y guía para el análisis documental.

Palabras clave: Expansión, Rentabilidad, Macroeconomía.

ABSTRACT

Overview according to the results of the investigation has been possible to determine that the expansion of the furniture store FabriMuebles Maryori will have impact on their profitability, Chiclayo 2017, considering the excellent macro-economic conditions that currently have it been presented at home and basically in our city. In this sense it was of great interest for research taking into account the series of steps that had to be followed to carry out projections for the good of the expansion of the activities of the furniture store.

The approach to the problem was sustained following the expansion of the furniture Maryori FabriMuebles, effect on your profitability, Chiclayo 2017? and the research is justified why allowed to determine that the main drawback of the company it is not marketing to stop its products on the premises which currently operates, despite its large installed capacity in plant and equipment.

The hypothesis was formulated in which the expansion of the furniture store FabriMuebles Maryori if it will have impact on their profitability, Chiclayo 2017. The General objective was to determine to what extent the furniture store FabriMuebles Maryori expansion effect on their profitability, Chiclayo, 2017. The type of applied research was descriptive not operational and is operationalized the variables under the application of the interview guide, observation guide and guide for the documentary analysis.

Key words: Expansión, profitability, macroeconomics.

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Situación Problemática	11
1.2 Formulación del Problema	19
1.3 Hipótesis	19
1.4 Objetivos de la investigación	19
Objetivo General	19
Objetivo específicos	20
1.5 Justificación e Importancia	20
1.6 Antecedentes	21
1.7 Marco Teórico	29
1.7.1 Expansión de Negocio	29
1.7.2 Fábrica de Muebles	31
1.7.3 Costos por Actividades ABC	31
1.7.4 Rentabilidad	32
CAPITULO II. MATERIAL Y MÉTODOS	34
2.1 Tipos y diseños de la investigación	35
2.1.1 Tipo de investigación	35
2.1.2 Diseño de investigación	35
2.2 Variables y Operacionalización	36
2.2.1 Variables	36
2.2.2 Operacionalización	36
2.3 Población y muestra	38
Población	38
Muestra	38
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
2.5 Métodos de Análisis de datos	39
2.6 Aspectos éticos	39
CAPITULO III. RESULTADOS	40

CAPITULO IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	47
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES.....	89
REFERENCIAS	90
ANEXOS.....	94
ENTREVISTA.....	94
INFORMACION FINANCIERA	95
VALIDACION DE INSTRUMENTOS.....	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las Variables.....	37
Tabla 2 Técnicas de recolección de datos.....	38
Tabla 3 Proyección de la proyección de producción de muebles incluyendo el nuevo local - mensual para el año 2018.....	63
Tabla 4 Proyección de la proyección de producción de muebles incluyendo el nuevo local - mensual para el año 2019.....	63
Tabla 5 Inversiones en Tangibles e Intangibles para la expansión de la mueblería.	67
Tabla 6 Inversiones en Tangibles.	67
Tabla 7 Inversiones en Intangibles.	67
Tabla 8 Capital de trabajo.	68
Tabla 9 Resumen Intangibles.....	68
Tabla 10 Planilla de remuneraciones.....	68
Tabla 11 Servicios generales.	69
Tabla 12 Resumen Tangibles, intangibles y capital de trabajo.	69
Tabla 13 Resumen Planilla, servicios y capital de trabajo.	69
Tabla 14 Resumen tangibles, intangibles, capital de trabajo, servicios y planilla.	70
Tabla 15 Resumen porcentual tangibles, intangibles, capital de trabajo, servicios y planilla.	70
Tabla 16: Financiamiento bancario en el BBVA.	71
Tabla 17 Proyección de ventas año 2018.....	72
Tabla 18 Pronóstico de ventas año 2018 y 2019.	73
Tabla 19 Estructura de costos y gastos operativos años 2018 y 2019.....	73
Tabla 20 Resumen ingresos y Costos.	74
Tabla 21 Análisis de costos fijos, variables y gastos fijos con depreciación.	74
Tabla 22 Estado de Situación financiera años 2017.	75
Tabla 23 Estado de Situación financiera años 2017, 2018, 2019.	76
Tabla 24 Estado de Resultados años 2017.....	77
Tabla 25 Estado de Resultados años 2017, 2018, 2019.	78
Tabla 26 Flujo de caja operativo.....	85
Tabla 27 Flujo financiero.	86

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Situación Problemática

La Revista Anuario (2016) en la investigación realizada por Marion Cortina “El nuevo diseño mexicano busca impactar en el sector económico y social”, señala que los mexicanos comienzan a revalorar lo hecho dentro del país, ya sea una silla, un tapete o una mesa, sobre otras propuestas internacionales. El sector industrial en México, del que forma parte el diseño de muebles, ha tenido buenos resultados. Según la secretaría de hacienda, creció 1% en 2015 y se espera que en el presente año se incremente en 3%, estima el grupo financiero interacciones.

Este comportamiento positivo en lo que toca al sector mueblero tiene lugar en un mercado cada vez más competitivo con jugadores globales. Muchas veces se elige una posición extrema para competir en ese contexto: participar con muebles de diseños exclusivos a precios muy altos, es decir, al crear marcas de lujo, o apostar por piezas fabricadas con materiales de baja calidad que garantizan costos más accesibles, pero demeritan las cualidades.

En medio de esas posiciones bipolares, hoy existen diversas propuestas de valor en el mercado que apuestan por la calidad a precios razonables, y que buscan trascender elementos como el barro, los colores brillantes y el arte popular, un cliché que no necesariamente se adapta a las necesidades diarias de un espacio, sin dejar de ser diseños mexicanos originales que compiten a escala global.

Esas mismas propuestas buscan, además, generar expectativas en el segmento económico del país, al estructurar cadenas y ciclos productivos exitosos colaborando con diversos diseñadores, talleres y estudios, que a su vez se dedican a trabajar con materiales 100% de calidad y con mano de obra nacional, lo que fomenta al mismo tiempo el consumo local.

La Revista especializada Emprendedores (2015), en su investigación “Tienda de Muebles” señala que es importante establecer que debería existir una adecuada inclinación

hacia la masificación de la oferta y los productos requeridos como elemento sustancial en la negociación del mobiliario. Están apareciendo de manera exagerada demasiada oferta de muebles que se concentran en pocas manos, fundamentalmente a que han incursionado en la plaza grandes fabricantes y comercializadores. Esto se debe a que en las dos últimas décadas y en razón recientes visión empresarial de los negocios es que se ha articulado mucho mejor el comercio monopólico a través de grandes segmentos que están adquiriendo estos tipos de productos.

La principal ventaja de estos grandes segmentos es que juntos negocian precios muchos menores a los que ofrecen otros proveedores o contratan medios masivos marketing y publicidad, de la misma manera adquieren franquicias con resultados bastante expectantes.

Ministerio de Industrias (2012), en su investigación “Estudios industriales de las MYPES”, señala que las MIPYMES se han convertido en un sector bastante expectante de la economía y en la ciudad aproximadamente a casi el 65% de la Población Económicamente Activa que se encuentra ocupada, y de estas la microempresa comprende el 46%, mientras que la pequeña empresa alcanza el 15% y la mediana empresa alcanza el 5% (fuente del Instituto de Estadística).

De la misma manera los segmentos con generación de empleo más alto corresponden a: Edición y fabricación de muebles, con el 18%, productos alimenticios 16% y prendas de vestir 16%, y que en conjunto cubren casi el 63% de la empleabilidad de las MIPYMES en el Ecuador y la diferencia está en los demás sectores, pero en menor porcentaje.

El promedio de trabajadores es en promedio de 15 por cada de la micro empresa, el sector femenino representa el 60%. El 70% de las empresas que dan empleo se encuentran en un rango de 1 a 10 trabajadores, el 26% entre 9 y 50, el 3% entre 51 y 100 y las más representativas tienen más de 100 trabajadores (Encuesta de MYPES en el Ecuador, 2008).

Universidad de Chile (2013), en su trabajo “influencia de exportaciones de muebles de madera”, señala que es sumamente importante que cuando una serie de países acuerdan convenios comerciales que beneficien a ambas partes, se deberá tener en cuenta en primer

lugar el acceso libre de sus bienes y servicios con un trato preferencial, pero considerando de manera original que se cuenta con una gran condicionante denominadas normas de origen de cada país y si estas no se cumplen, significa que se perderá el trato preferencial.

La investigación estudia lo que sucede cuando hay incumplimiento de las normas de origen que se encuentran muy bien establecidas en todos los Acuerdos Comerciales suscritos por el país y un conjunto de siete países del hemisferio y basadas de manera preferente con la fabricación y comercialización de muebles de madera de todo tipo de diseño y modelo. Para tal efecto se genera el análisis detallado de las condiciones en que se da el acceso preferencial para estos siete países, las condiciones de las reglas de origen, como han evolucionado las exportaciones a las demás regiones y otras variables que se aplican en el comercio convencional.

Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones (2016), en su trabajo “Muebles y productos de madera”, señala que existen demasiadas oportunidades en la industria maderera que se encuentra reflejadas en el crecimiento del consumo de productos forestales y la inclinación de los clientes por los muebles hechos a base de madera, el notable crecimiento de la demanda nacional de estos tipos de muebles en todo el mundo y el gran uso de todo tipo de variedades.

Los negocios en nuestro país están basados en que Ecuador cuenta con un gran desarrollo forestal y con una riqueza natural totalmente sustentable únicas en su naturaleza como:

1. Una notable economía estable,
2. Dólar como moneda.
3. Su ubicación estratégica como eje logístico en América.
4. Buen clima social y talento humano.
5. Adecuada infraestructura.
6. Excelente logística.
7. Reducción del impuesto a la renta a 22%.

Fondo Nacional de Desarrollo (2014), en su investigación “Análisis del sector mobiliario”, señala que el avance del sector construcción de viviendas y oficinas en Colombia ha traído excelentes beneficios para los productores de muebles en el último quinquenio, después de un año muy difícil para los fabricantes, lo que en realidad ha representado un panorama económico demasiado sombrío con la caída de la producción nacional, en la baja de las exportaciones y un preocupante aumento de las importaciones.

Las cifras que se manejan en el ministerio de la producción relacionado a estos productos, y los índices generales en las ventas realizadas al por mayor menor, indican que este ha sido uno de los sectores que en los últimos años ha tenido mayores crecimientos en su sector.

La encuesta realizada por el gobierno señala que la producción de todos los sectores en el 2014, tuvo un crecimiento del 1% frente a la del 2013 que creció solamente en 0.89%, la fabricación de muebles tuvo una variación bastante positiva del 30%, con relación al 2013. En el 2013, la fabricación de muebles representó el 1% del total de toda la producción del país y se consolidó como uno de los sectores que más utilizó este tipo de madera en Colombia, después de la fabricación de papel.

Administración Federal – AFIP (2011), en su investigación “Fabricación de muebles” señala que el sector mueble y colchones, aportaron al fisco ingresos por más de \$ 3,000 mil millones de dólares que representan el 0,3 % del movimiento del país.

El impuesto que afectó a esta actividad alcanzó los \$ 107 millones de dólares. Señala que más del 60% de las empresas totales del país son microempresas, el 27% son pequeñas empresas, el 9 % son medianas empresas y el 1% son grandes corporaciones y estas venden más del 38% del total de lo que mueve empresas del rubro y reportan más del 62% de impuestos al fisco, mientras que el conjunto de microempresarios realizan ventas por el 6 % del total de la recaudación.

El gobierno ha establecido como límite para realizar ventas anuales para el segmento industrial no más de \$ 1,300.000 para las microempresas, no más de \$8,000.000 para las pequeñas empresas y no más de \$ 70.000.000 para todas las medianas empresas.

Pymex Perú (2016), en su artículo “Crea tu empresa de muebles prefabricados”, señala que esta actividad se relaciona con el diseño, elaboración y armado de muebles tipo melamine, entre otros, y se encuentran fabricados con diseños totalmente actualizados tanto para las casas como para oficinas y empresas.

La empresa se ha especializado en productos para interiores de vivienda de todo tamaño, especialmente muebles, juego de comedor, bibliotecas, mesas de centro, esquineros, armarios de gran tamaño, puertas corredizas, escaleras internas y externas, pasamanos, duplex para segundo piso, armario para computadoras, reposteros, closets para dormitorios, tableros para libros, escritorios, muebles de computadora, muebles de televisión y de equipo musical, tanto para oficinas, colegios, institutos, universidades centros de recreación.

Tableros para estudiantes y profesionales, módulos personales, muebles de oficina, muebles para sostener reuniones, módulos para atención al público, armarios de todo tamaño, bancos, exhibidores de mercaderías, alacenas, etc. La venta incluye además los servicios de un diseñador para la toma de medidas al ambiente en donde estará ubicado la mueblería y el costo de traslado y del personal de apoyo será completamente gratuito como parte de las estrategias de la empresa.

Diario la Verdad (2014), en su artículo del 13.10 “Muebles de Melamina y empresas de drywall”, señala que la actividad de la decoración se ha convertido como una gran palanca en el quehacer diario de las empresas y de las personas de toda condición social y que pernoctar en un centro sumamente agradable se ha constituido como una fuente generadora de placer.

Podemos mencionar que a la fecha si se tiene una empresa que se viene dedicando con total pulcritud en el trabajo con materiales de melamina y que ha incursionado con mucho éxito en la fabricación de muebles para todo tipo de oficina, grandes y pequeños departamentos, casas de todo nivel así como en la implementación del material denominado drywall y nos estamos refiriéndonos a la empresa Publidek, que ya tiene en el mercado más de once años de experiencia y que le ha servido para establecerse como una de las empresas en este rubro más importantes de Lima.

Mención especial merecen sus dos plantas ubicadas al norte de Lima y en donde vienen desarrollando un agresivo plan estratégico realizando grandes inversiones y el desarrollo también de grandes proyectos para una serie de clientes exclusivos y de los segmentos A y B y sobre todo para grandes empresas que confían en esta compañía a fin de que les desarrollen el embellecimiento de sus casas y oficinas.

Diario Gestión (2015), en su artículo del día 19.10 “Fabrica Ferrini aumentaría fabricación de muebles al extranjero”, señala que su empresa fortaleció su portafolio con una línea de muebles dirigida a departamentos de 100 m² a 120 m², con la cual proyecta crecer 15% este año. La compañía tiene un ambicioso plan para llevar a cabo la fabricación de productos para marcas exclusivas fuera del país, y entre las que destacan algunos clientes de Sudamérica.

Una ejecutiva de la empresa señaló que ya vienen fabricando sostenidamente para una línea de los Estados Unidos de Norteamérica que contribuye con un aproximado del 6% de las ventas que están generando en el presente año. La compañía cuenta con los recursos materiales y económicos para emprender este periplo comercial y atender a muchas más marcas del continente en su planta de producción ubicada en el distrito de Independencia, y ya están en carpeta una gran gama de proyectos que van atender a clientes exclusivos de hoteles ubicados en otros países, indicó.

Estos avances se darán el próximo año y en lo que respecta al Perú, tenemos presencia en los departamentos de Cajamarca, Trujillo, Tacna, Arequipa, Cusco y otras ciudades son algunas de las plazas a las que ya vende Ferrini. El siguiente paso, dijo la ejecutiva, es ejecutar una estrategia para atender la mayor demanda de provincias, aunque la posibilidad de abrir tiendas más allá de Lima, posiblemente no se dé el próximo año.

La Revista Negocio Rentable (2016) en su artículo “Fabricar Muebles de Melanina”, señala que este rubro se ha convertido en una gran actividad dedicada a la decoración y por lo tanto es el gran motor hoy en día de las empresas y de las personas que buscan un ambiente agradable donde estar o descansar, no importando la condición del usuario, sino únicamente su afán por ser y tener estatus, lo que implica que la melanina es totalmente decorativa.

El negocio de la mueblería lo manejan un conjunto de empresas que tienen que dedicarse de lleno a esta actividad y que requiere altos estándares de control y de calidad, es decir trabajos realizados con total dedicación y que entiendan debidamente el trabajo con materiales originales de melamina que se usan exclusivamente en la fabricación de muebles para todo tipo de negocios, oficinas, departamentos, casas que sean implementadas con el material drywall que se ha convertido como la mejor garantía construir todo tipo de muebles y en muchas ocasiones se están dejando a todo costo para que los clientes puedan disfrutar con nuestros productos.

La idea central de la empresa es atender básicamente mediante pedidos realizados por las empresas y las personas y llegar a contar con una gran cartera de clientes, ya que los productos que se elaboran en la planta siguen lo establecido en el programa informático denominado Kitchchen Draw.

Diario Perú 21 (2015), en su artículo del día 17.02 “Diseño de muebles, un espacio para lograr el éxito”, señala la fabricación y venta de muebles es un negocio bastante rentable en donde se requiere un máximo esfuerzo para procurar que el mueble sea de completa calidad en marca, modelo y diseño, debiendo entenderse que no solo se ofrece muebles sino y lo que es más importante mucha comodidad y precios sumamente competitivos. No hay que olvidar que existen muchas oportunidades de negocio que se encuentra reflejado en el crecimiento del consumo de muebles y sus accesorios y sobre la preferencia de los clientes por los muebles de madera y todo tipo de variedades.

Los negocios en nuestro país están basados su crecimiento porque se tiene un gran desarrollo forestal, una notable economía con gran crecimiento, estabilización del sol, adecuada infraestructura y una gran cantidad de emprendedores que han visto en el negocio de la mueblería una gran oportunidad de negocio.

La Revista Plus Empresarial (2017), en su artículo “Negocio rentable: Estudio de decoración de interiores”, señala que el avance de este sector ha sido espectacular y ha traído grandes beneficios para los fabricantes de muebles y para los diseñadores de interiores y esta tendencia se mantendrá en los próximos años, a pesar de que en los dos últimos años la situación no estuvo muy buena para los fabricantes, que significó una fuerte caída de la

producción nacional y lo más preocupante que hubo una fuerte caída en las exportaciones de este tipo de productos.

Cabe destacar como lo señalan los expertos que la materia prima con la que se elaboran los diferentes modelos de muebles sea de óptima calidad y resistencia para garantizar que el producto sea duradero.

Es importante indicar que según la experiencia obtenida con los años, el trazado, diseño, ensamblaje, pintado, decorado, ebanistería y acabados tiene un promedio de fabricación de por menos tres meses, sin descuidar el nivel de diseño y procurando por todos los medios que este sea totalmente actualizado e innovador y sin tener que descuidar aquellos modelos tradicionales ya que tienen también su público fidelizado, por lo tanto es importante brindar productos que no necesariamente solicite el cliente, ya que se le puede ofrecer una línea completa de juegos de muebles, de sala, de comedor de diario, sala de estar y juego completo de dormitorio.

La empresa FabriMuebles Maryori es un contribuyente persona natural con negocio, identificada con RUC N° 10010311832 cuyo socio principal es el Sr. Oscar Abanto Ramos. La mueblería inició sus operaciones el 01 de marzo del 2005 y está ubicado en la calle Paramonga N°272 del Distrito la Victoria, Provincia de Chiclayo, Región Lambayeque.

Mueblería FabriMuebles Maryori ofrece melaninas y accesorios para muebles, servicios especiales, fabricación de closet, reposteros, escritorios, archivadores y otros y en la actualidad cuenta con seis trabajadores y un Gerente General.

Cabe destacar que la empresa en los últimos años ha presentado un retroceso en sus operaciones en razón de que el mercado del mencionado distrito se encuentra bastante saturado por la presencia de mueblerías que fabrican y ofertan productos de baja calidad y a bajos precios, razón por la cual su propietario con el debido asesoramiento, ha pensado en expandir sus operaciones a la ciudad de Chiclayo, y para cuyo efecto tienen planificado solicitar financiamiento bancario que le permita aumentar su producción, el nivel de sus ventas y por ende mejorar su rentabilidad.

La expansión de la mueblería partirá en primer lugar por alquilar un local más céntrico a fin de minimizar los costos de transportes, tanto por el traslado de la materia prima de los proveedores a la empresa, como para cuando se efectúen y repartan los productos terminados a los diversos establecimientos y clientes.

1.2 Formulación del Problema

¿La expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori, tendrá efecto en su rentabilidad, Chiclayo 2017?

1.3 Hipótesis

Hipótesis (Hi): La expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori, tendrá efecto en su rentabilidad, Chiclayo 2017.

Hipótesis (Ho): La expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori, no tendrá efecto en su rentabilidad, Chiclayo 2017.

1.4 Objetivos de la investigación

Objetivo General

Determinar en qué medida la expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori tendrá efecto en su rentabilidad, Chiclayo, 2017.

Objetivo específicos

1. Analizar las oportunidades de crecimiento de la Mueblería FabriMuebles Maryori, Chiclayo, 2017.
2. Identificar el costo beneficio de la expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori, Chiclayo, 2017.
3. Conocer los índices de rentabilidad de la Mueblería FabriMuebles Maryori, Chiclayo, 2017.

1.5 Justificación e Importancia

El trabajo de investigación tomó como base la importancia de expandir las operaciones de la empresa FabriMuebles Maryori y que consideramos es la alternativa más recomendable para aumentar su producción, mejorar sus niveles de venta y de rentabilidad. Aunque esta decisión pudiera generar cierta incertidumbre o implique asumir ciertos riesgos financieros, pretendemos conocer los principales inconvenientes que afronta la empresa para aperturar un nuevo local.

La investigación nos permitió determinar que el principal inconveniente de la empresa es que no está comercializando al tope sus productos en el local que actualmente opera, a pesar de su gran capacidad instalada en inmovilizado material, siendo esta la razón del porque la investigación se justifica ya que va a permitir analizar las posibilidades para expandirse al mercado chiclayano y así mejorar sus ventas y por ende los niveles de la rentabilidad esperada.

Finalmente, el trabajo de investigación servirá como patrón a otros investigadores y a cada uno de los estudiantes y maestros universitarios que deseen tratar temas similares al tema tratado en el presente estudio.

1.6 Antecedentes

Gómez, M. (2012) en su tesis “Tienda de muebles” para obtener el grado de maestro por el Instituto de estudios superiores, señala que el principal enfoque de este plan de negocio consiste en la oportunidad de brindar mobiliario a aquellos arrendatarios de vivienda que deseen rentar muebles por un periodo breve de tiempo. Se ha observado que el número de torres de departamentos, así como residenciales, ha tenido un aumento bastante considerable en el último quinquenio.

Algunas de esas viviendas son rentadas por períodos breves de tiempo, dentro de las cuales, se ofrece al arrendatario la posibilidad de rentar el inmueble amueblado. La cuestión esencial de este plan de negocio es la siguiente: ¿Cómo saber si es conveniente alquilar muebles de madera y de otros materiales a personas que no residan permanentemente en Guadalajara? La observación realizada en alguna zona de esta metrópoli será justificada mediante la investigación de la cantidad de casas que se encuentran ubicadas en cada municipio perteneciente, así como su oportunidad de negocio que esto representa, determinado por el mayor mercado y el más rentable.

Arias, J. y Delgado, L. (2014), en su tesis “Plan de negocio para la creación de una productora y comercializadora de sillas con capas acolchadas para espaldar” para optar título de ingeniero universidad nueva granada. Señala que el avance de las ventas para un sector tan importante como son el sector oficinas en Colombia ha sido fundamental para el crecimiento de los empresarios del país. Las cifras que se manejan en los sectores empresariales son bastante buenas y las ratios de crecimiento de la producción indican un aumento sostenido para los próximos cinco años.

Las ventas realizadas a todo nivel y que comprenden las ventas a los mayoristas y minoristas muestran como este sector de fabricación de muebles ha sabido mantenerse como uno de los primeros y mejores actores que a pesar de la carencia muchas veces de la materia prima necesaria para producir, ha sabido salir adelante manteniendo los niveles de su rentabilidad y márgenes de utilidad.

Quimbiulco, C. (2012), en su tesis “Creación de una empresa dedicada al diseño, y comercialización de muebles en el cantón Quito” tesis previa de ingeniera en administración por la universidad central del Ecuador “, señala que Finamadera nace con el propósito de ser una fábrica de muebles de calidad. Actualmente es un taller que de forma artesanal ha conseguido clientela y espacio en el mercado.

Este estudio tras hacer referencia sobre las generalidades de los muebles de cocina y de sus principales características como tendencias de materiales y colores, contiene un estudio de la demanda y oferta, su comercialización y sus respectivas estrategias de mercado, contiene la evaluación técnica del proyecto, haciendo referencia al tamaño del mismo y la capacidad que se tiene para fabricar muebles de calidad.

Se estudia la parte administrativa que nos ayuda al correcto funcionamiento y puesta en marcha de la empresa. Se analiza la estructura orgánica de la empresa, mediante el diseño de los organigramas estructural, funcional y posicional, estableciendo sus principales áreas, actividades y funciones. Se define la misión, visión, objetivos, políticas, estrategias, principios y valores.

Se elabora los Balances, como Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados, y Flujo de Fondos para cada año del proyecto. Para continuar con la pertinencia de las actividades de la empresa donde será importante la aplicación de los diferentes índices de rentabilidad, recién estaremos de poder hacer la debida determinaremos de considerar si el proyecto es factible o no.

Ibacache, J. (2014) en su tesis “Análisis de empresa de comercialización de muebles multifuncionales en la región metropolitana” para grado de magíster por universidad de Chile” señala que una mueblería ofrece muebles de madera, de melaminas, de aluminio y rodo tipo de accesorios y materiales para muebles de todo tipo y que adicionalmente ofrece servicios especiales como la fabricación de closet de dormitorio totalmente equipados, escritorios de oficina y para la casa, archivadores de madera fina, pudiendo ser solicitada por los clientes en fina madera tipo pino, cedro, ishpingo, nogal y otros.

Cabe destacar que las empresas del sector en el país en los últimos tres años han presentado un preocupante retroceso en sus operaciones ya que el mercado de Santiago se encuentra bastante saturado por la presencia de cientos de mueblerías que fabrican y ofertan productos sin las condiciones mínimas de seguridad y si presentar altos estándares de calidad y diseño y como es natural, esta situación está generando que la industrial formal disminuya también su calidad y ofrezca productos a bajos precios, razón por la cual los empresarios han pensado en expandir sus operaciones a todo el país y para cuyo efecto tienen planificado solicitar financiamiento bancario que le permita aumentar su producción, el nivel de sus ventas y por ende mejorar su rentabilidad.

La expansión de las fábricas de mueblería partirá en primer lugar por hacer campañas agresivas de marketing e instalar locales propios a fin minimizar los costos de transportes, tanto por el traslado de la materia prima de los proveedores a la empresa, como para cuando se efectúen y repartan los productos terminados a los diversos establecimientos comerciales y a los clientes.

Maldonado, M. (2016) en su tesis “Análisis del consumidor de muebles para el sector norte de Guayaquil” grado de Magister por la universidad de Santiago de Guayaquil, señala que el Ecuador ha logrado progresivamente destacarse en el mercado nacional e internacional de muebles, gracias a su gran variedad maderera que conserva. Se estima que el mercado mobiliario ha venido creciendo y seguirá en la misma tendencia. Por lo tanto, la demanda de los muebles para el hogar ha aumentado, por lo que es necesario conocer el impacto que ha tenido la producción y el consumo de muebles de hogar (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2009).

La actividad económica de la fabricación de muebles en el Ecuador registró ingresos anuales por US\$334.576 millones en 2010. Hasta ese año, existían 5.595 establecimientos económicos en todo el país. El sector del mueble emplea directa e indirectamente a 9.600 personas convirtiéndose en un gran motor de desarrollo del país; logrando que las empresas invirtieran en una nueva infraestructura y tecnología (El Universo, 2015). Cuenca es pionera en la producción de muebles, y es donde se fabrica cinco de cada diez muebles ecuatorianos.

La producción del mueble cuencano no solo atiende al mercado local, sino que también satisface la demanda de ciudades como Quito y Guayaquil (Diario El Tiempo, 2011). La industria del mueble cuencano agrupa a 482 fábricas, lo que significa el 13 por ciento de la producción del país. Mientras que el ingreso por ventas es de 59,6 2 millones de dólares, equivalente al 41 por ciento de esa industria a escala nacional (Diario El Tiempo, 2011).

Gonzales, A. (2016), en su tesis “Análisis de la industria de muebles” para el título de contador por el Instituto Politécnico. Señala que su trabajo se basa en la investigación se realizó a un conjunto de empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de muebles de madera de todas las calidades y abarca un diagnóstico del panorama integral de las áreas que conforman este sector industrial.

Se recomienda conocer la estructura y el grado de penetración de este tipo de empresas en el mercado, es decir conocer adicionalmente su área, nivel de producción, calidad de su materia prima, calidad de sus clientes, importancia de sus proveedores, las relaciones laborales que permita entender su forma de actuar en un contexto tan complejo como el empresarial.

Cabe indicar que adicionalmente a estas variables se debe considerar factores como el nivel de inversión, los recursos materiales, la tecnología de punta, los recursos humanos, las promociones de ventas, las ofertas entregadas, su línea de comercialización, su forma de distribución y como se encuentran fundamentalmente basadas sus proyecciones empresariales.

Guachilema, C. (2014), en su tesis “Implementación de centro de comercialización para la empresa Italmueble en Quito” título de: ingeniero por universidad tecnológica equinoccial, señala que los nuevos diseños y modelos buscan impactar en el sector económico de altos y medios recursos y que muchas empresas y personas comienzan a revalorar lo hecho dentro del país, llámese un sillón, silla, un mueble o una mesa, sobre otras propuestas nacionales e internacionales. El sector de muebles, ha tenido buenos resultados y se espera que se incremente.

Esta buena luz que cierne sobre el sector de fabricación de muebles tiene lugar en un lugar cada vez más competitivo en donde se debe participar con la fabricación de muebles de diseños exclusivos con precios muy competitivos, con buenas marcas, con materiales de muy buena calidad y que logren fidelizar a los clientes al ofertarles productos que garanticen muebles con altas cualidades y precios accesibles.

Ansuini, M. y Buleje, S. (2015) en su tesis “Principales factores para incorporar nuevas tecnologías de comercialización, villa el salvador”, título de licenciada por universidad católica, señala que las MYPES constituyen un gran sector de micro empresas que contribuyen a dar bastante empleo e influye en la población económicamente activa del Perú y con el producto bruto interno con un aporte de aproximadamente el 14%.

En medio de esas posiciones, hoy existen diferentes propuestas de valor que se pueden insertar en el mercado y que en conjunto si apuestan por la calidad de los productos y a precios totalmente razonables, y que buscan ofertar productos que sean elaborados con alta tecnología y siguiendo altos estándares de calidad y salubridad y buscando siempre que se adapten a las necesidades diarias de los clientes sean personas o empresas, pero sin dejar de mencionar el uso exclusivo de mejores mecanismos de comercialización de sus diseños originales.

Las MYPES han adquirido gran importancia en la economía ya que el 100% de empresas son Mypes según fuentes del ministerio de la producción - Produce, por lo que resulta necesario darles mayor apoyo para que logren su ansiado desarrollo en bien de su crecimiento y de una mayor competitividad y que esto se vea reflejado en tener mayores índices de productividad.

Godoy, M. (2016), en su tesis “La competitividad en las MYPES del sector venta de muebles distrito los olivos” título de licenciada por universidad los Ángeles, señala que señala que las MIPES se han convertido en un sector bastante pujante de la economía del país y da empleo aproximadamente a más del 70% de la Población Económicamente Activa – PEA que se encuentra regularmente ocupada.

Los sectores que generan más nivel de empleo según fuentes del Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo corresponden a comercio, telecomunicaciones y servicios y en conjunto cubren más del 55% de la empleabilidad de las MYPES, por esta razón existen serias propuestas que se pueden insertar en la empleabilidad del sector donde se debe privilegiar la calidad de los muebles y vender productos elaborados con muy buena tecnología.

Chambi, G. (2016), en su tesis “La formalización de las Mypes de fabricación de muebles del parque industrial y su influencia en la rentabilidad del periodo” título de contador por universidad autónoma del Perú, señala que en villa el salvador existe un gran número de Mypes que contribuyen con el crecimiento económico de nuestro país; puesto que del total de empresas peruanas, sea estimado que un 98% son microempresas que representan un 42% de la producción bruta interna – PBI y abarca un 55% de trabajadores. Sin embargo, la gran mayoría de las Mypes cuentan con problemas comunes que les impide desarrollarse como empresa.

En el presente estudio se ha analizado las deficiencias de la gestión de formalización de las empresas en villa el salvador, a partir de ello se formuló el siguiente problema: ¿en qué medida la formalización de las Mypes de fabricación de muebles e incide en la rentabilidad? en la justificación determinamos que es pertinente ya que identificamos que se debe mejorar la formalización de las empresas.

Aguilar, Z. y García, A. (2013), en su tesis “Plan estratégico para la industria de muebles en Lambayeque” grado de magíster por universidad católica, señala que la producción de muebles en la región Lambayeque en el último quinquenio años no ha sido muy bien aprovechada por la negativa influencia de nuevos canales como los malls y tiendas por departamento, pero eso no es impedimentos para ofertar productos con un gran potencial gracias a los ebanistas chiclayanos que durante años han preparado diseños que contienen bastantes diseños y colores.

Lima exporta muebles solamente, pero buscamos el 2020 Lambayeque logre ser como la segunda fuerza exportadora de muebles de madera por la calidad e innovación, por eso que essumamente importante que cuando se decida exportar a gran escala, deberán firmarse

convenios que beneficien a ambas partes y que permitan la libre de los productos con un trato preferencial.

Barreto, I. y Gamero, V. (2011), en su tesis “Plan de negocios de muebles para departamentos” grado de magíster por universidad peruana de ciencias aplicadas, señala que es importante masificar la oferta para una adecuada negociación del mobiliario tanto con clientes nacionales como internacionales, ya que los departamentos se están construyendo de manera indiscriminada y están apareciendo cada día más mucha oferta de muebles por la presencia de grandes fabricantes y sobre todo de grandes comercializadores como las cadenas de súper mercados.

Esto se debe a que las grandes empresas han mejorado sus técnicas de concentración y la han convertido en un comercio monopólico y juntos negocian precios más cómodos para poder incursionar en los departamentos y ofrecen muebles, accesorios y servicios especiales. No está demás mencionar que no todo es color de rosa en este sector productivo ya que en muchas ocasiones ha habido una preocupante saturación de mueblerías que han vendido a precios mucho más baratos, pero sin las condiciones mínimas de control de calidad.

Alva, D. y Paredes, D. (2016), en su tesis “Diseño de planta de muebles y de nuevas políticas de inventarios”, título de ingeniero por la universidad católica, señala que los nuevos modelos buscan impactar en los sectores más exigentes de la población y que las empresas se interesan mucho más por muebles fabricados en el Perú y que el sector de fabricación de muebles ha tenido muy buen año y se espera que esta racha continúe en los próximos años.

Cada día se debe innovar la fabricación de muebles con buenos diseños con materiales de muy buena calidad y que garanticen muebles con altas cualidades y con precios sumamente accesibles a la población, que den empleo y oferten productos con alta tecnología y altos estándares de calidad y buscando siempre que se adapten a las necesidades de los clientes, pero haciendo uso exclusivo de mecanismos más óptimos de distribución y comercialización.

Aguilar, Z. y García, A. (2013) en su tesis “Diseño de la distribución de fábrica de muebles” por universidad católica para título de Ingeniero, señalan que la empresa Productora de Muebles, quiere incursionar con fuerza a fin de cubrir la demanda beneficiada por el boom inmobiliario de los últimos tiempos y en donde los riesgos propios del negocio son fácilmente desechados por una adecuada política de gestión de toma de decisiones gerenciales.

Este diseño se relaciona con la estructura de la planta y en donde se deberán instalar adecuadamente todas las maquinarias que incidan directamente en la fábrica y que permitan controlar adecuadamente las materias primas, materiales, suministros, y controlar adecuadamente los costos directos, los costos indirectos, los costos de fabricación, la mano de obra directa e indirecta, los gastos de producción, las ventas realizadas, los gastos por depreciación y la contabilización correcta de todos estos elementos que incidan en la producción.

Delgado, R. (2015), en su tesis “Propuesta para la mejora de la gestión logística en Tablenorte” Título de ingeniero por la universidad Santo Toribio, señala que se analizó el proceso logístico a la distribución de tableros de melanina en la región Lambayeque y en la ciudad de Chiclayo y evaluaron el comportamiento del sector mueblería y en donde se debe competir de manera extrema con muebles exclusivos. Hoy tenemos propuestas de mucho valor en el mercado con calidad y precios razonables.

Esas propuestas buscan generar muchas expectativas en la población lambayecana dando a conocer la serie de diseñadores y los materiales que son 100% calidad y con artesanos netamente de la región con mucha experiencia en su campo tanto en el diseño, ensamblaje, decorado y acabados y sobre todo apoyándose en una adecuada gestión logística que ha permitido que las mueblerías puedan seguir creciendo y abriendo nuevos mercados y nuevas oportunidades.

Castillo, K. y Vela, L. (2017) en su tesis “Modelo de gestión estratégica con enfoque de innovación para la mejora de la competitividad empresarial” por la universidad Pedro Ruiz Gallo, optar el grado de administrador, señalan que las Mypes en el Perú emplean el 60% de

la Población Económicamente Activa, sin embargo, un gran grupo empleado por la Mype son de baja productividad e informales, siendo el 88% quienes presentan un empleo informal.

La presente investigación plantea la formulación de un modelo de gestión estratégica, basado en los principios de planeamiento estratégico y en las herramientas modernas de generación de modelos de negocio e innovación, con el fin mejorar la negociación de la empresa Kaluz. Asimismo, busca contribuir con las Mypes de la región, proporcionando información sobre planeamiento estratégico, desarrollo de modelos de negocio e innovación, adaptada al funcionamiento particular de una Mype

Los empresarios que inician una Mype suelen guiarse por su intuición, experiencia y teniendo como característica ser emprendedores intuitivos muy orientados pero dedicados a la planeación. Dichos factores los conllevan a alcanzar cierto crecimiento comercial, sin embargo, deben privilegiar mucho mejor la rentabilidad de la empresa para aumentar su productividad y sus utilidades.

1.7 Marco Teórico

1.7.1 Expansión de Negocio.

Revista Destino Negocio (2015) señala que existen cinco alternativas para expandir cualquier tipo de negocios:

1. Desarrollar nuevos productos: saber qué desean los clientes según el mercado.
 - a. Analizar si existe suficiente demanda.
 - b. Costo de los productos.
 - c. A como deberán ser vendidos los productos de acuerdo a la planificación de la rentabilidad.

2. Incursionar aún más en el mercado: vender más a tus antiguos clientes.
 - a. Nuevos estudios de mercado para captar nuevos segmentos.
3. Expandir a nuevos mercados:
 - b. Llegar a mercados no consumidores.
4. Nuevos canales de venta:
 - c. Ampliar los canales al consumidor.
5. Hacer Joint Venture:
 - d. Fusionarse con otra empresa del mismo sector, pero sin asumir costos elevados.

Revista Especializada Infocif (2015). Un plan de expansión incluye un análisis de la expansión de la empresa, así como el diagnóstico de esta expansión teniendo en cuenta las características propias de la empresa y el entorno en el que se produciría el crecimiento empresarial. El objetivo es presentar una previsión de crecimiento en volumen de trabajo. Como objetivos secundarios se podrían indicar también tener una guía para realizar la expansión, detectar posibles problemas en la puesta en marcha de esta o hacer una presentación de la empresa frente a inversores, nuevos distribuidores o socios de la empresa o entidades financieras.

Desde un punto de vista de las posibilidades de expansión, es importante para prevenir posibles errores o desviaciones del negocio en el nuevo entorno de trabajo y, además, facilita el acceso a financiación, ya que es un tipo de documentación que se puede presentar a la hora de solicitar créditos o ayudas.

Herranz, M. (2014). La estrategia de expansión se dirige hacia el desarrollo de los productos y mercados de la empresa. Se basa en la ampliación o explotación del negocio o los negocios actuales de la empresa, por lo que supone una estrecha relación con su actividad

actual. Habitualmente se pueden utilizar los mismos recursos técnicos, financieros y comerciales que se emplean para la línea de productos actual.

Esta estrategia de expansión presenta diversas variantes en función de la relación de los productos y mercados que se quieren desarrollar con los actualmente existentes.

1.7.2 Fábrica de Muebles

Revista Plus Empresarial (2017), señala que una fábrica de muebles es donde se diseñan y fabrican muebles de todo tipo para el hogar y para oficinas, y esto ha traído grandes beneficios para los fabricantes y para los diseñadores. La materia prima con la que se elaboran los diferentes modelos de muebles es de óptima calidad y resistencia para garantizar que el producto sea duradero.

El trazado, diseño, ensamblaje, pintado, decorado, ebanistería y acabados tiene un promedio de fabricación de por lo menos tres meses, sin descuidar el nivel de diseño y procurando por todos los medios que este sea totalmente actualizado e innovador y sin tener que descuidar aquellos modelos tradicionales, por lo tanto es importante brindar productos que no necesariamente solicite el cliente, ya que se le puede ofrecer una línea completa de juegos de muebles, de sala, de comedor de diario, sala de estar y juego completo de dormitorio.

1.7.3 Costos por Actividades ABC

Revista SCiELO (2012), señala que los costos son un componente muy importante para todo tipo de empresas. Muchos de estos negocios han asumido el sistema ABC con el fin de analizar del por qué muchas de empresas han preferido este sistema. El costo por actividades tiene características muy especiales y es más preciso que otros sistemas de costos

y lo más importante aún es que puede identificar cuáles son las causas del costo total y esto va a ayudar definitivamente en la operatividad de la empresa.

El ABC requiere de datos obtenidos directamente de la empresa que identifique los inconvenientes que afectan a la contabilidad de costos y hacer las debidas comparaciones con la contabilidad general para establecer cual resultará más oportuna y conveniente a los intereses de la gerencia, debiendo evaluar los costos generales, los costos de los servicios, los costos históricos, los costos estándar, el costo directo y los costos por centros de responsabilidad.

1.7.4 Rentabilidad

Kiziryan, (2015). Es un indicador notable y esencial para la competitividad de las entidades, gira principalmente en el ámbito financiero generando beneficios. La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido de una inversión. Tanto en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial. Se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y/o financieros con el fin de obtener ciertos resultados.

Bajo esta perspectiva, la rentabilidad de una empresa puede evaluarse comparando el resultado final y el valor de los medios empleados para generar dichos beneficios. Sin embargo, la capacidad para generar las utilidades dependerá de los activos que dispone la empresa en la ejecución de sus operaciones.

De Benavides (2012) La rentabilidad es fundamental para el desarrollo porque nos brinda una medida de la necesidad de las cosas. En un mundo con recursos escasos, permite decidir entre varias opciones. Por lo consiguiente no es una medida absoluta porque caminara siempre de la mano del riesgo, donde una persona asume mayores riesgos solo si puede conseguir más rentabilidad.

La rentabilidad económica analiza el capital invertido versus beneficio de los activos. Es una medida del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de su financiación, dado en un determinado periodo

$$RE = \frac{\text{Utilidad antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo Total}} \times 100$$

La rentabilidad financiera o rentabilidad sobre el patrimonio hace referencia a los socios por el esfuerzo de invertir y medir la capacidad que posee un negocio generando riqueza.

$$RF = \frac{\text{UDII}}{\text{Total Patrimonio Promedio}} \times 100$$

Zamora, A. (2011). La rentabilidad es la relación entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y la utilización de las inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

CAPITULO II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 Tipos y diseños de la investigación

2.1.1 Tipo de investigación

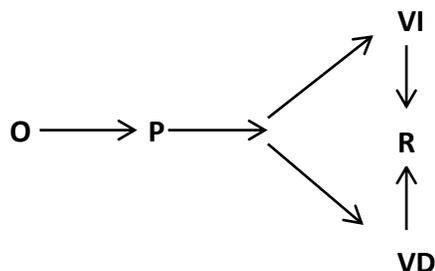
La investigación fue Descriptiva porque buscó hacer la caracterización de una situación creada en particular y en donde se indican los rasgos más característicos o llamados también diferenciadores, mediante la correcta descripción de las actividades, personas y objetos. De la misma manera describió las actividades que ejecuta la empresa y que le permita identificar la importancia de expandir las operaciones de la Mueblería FabriMuebles y el efecto en su Rentabilidad.

En base a estos factores se sustentó la investigación para estructurarla en base a una serie de procedimientos.

2.1.2 Diseño de investigación.

Fue del tipo No experimental ya que no se manipuló las variables de estudio, lo que se hizo fue observar su desarrollo como se están presentando y luego se procedió a su análisis e interpretación, por lo que se recogió la información necesaria de acuerdo a las técnicas señaladas, las que fueron procesadas y debidamente graficadas a fin de que permitan aceptar o rechazar la hipótesis.

El diseño de investigación se representa de la siguiente manera:



Obtenida la muestra se identificó cuáles son los problemas que presenta tanto de la variable independiente “Expansión”, como de la variable dependiente “Rentabilidad” de la Mueblería FabriMuebles Maryori, tal como se da en su contexto para después encontrar la relación entre estas dos variables.

Dónde:

O: Observación

P: Problema

VI: Variable Independiente

VD: Variable Dependiente

R: Resultado

2.2 Variables y Operacionalización

2.2.1 Variables

Variable Independiente: Expansión de la Mueblería.

Variable Dependiente: Rentabilidad.

2.2.2 Operacionalización

Tabla 1
Operacionalización de las Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS/INSTRUMENTOS
Variable Independiente: EXPANSIÓN DE LA MUEBLERÍA	Expansión.		Observación / Guía de Observación.
	Oportunidades de Crecimiento.	Aumento de niveles de ventas.	
	Nuevos mercados.	Participación de nuevos mercados.	Entrevista / Guía de Entrevista
	Acceso a recursos financieros	Captación de nuevos clientes.	Análisis Documental / Fichaje.
		Análisis Crediticio.	
Variable Dependiente: RENTABILIDAD	Rentabilidad Económica.	$RE = \frac{\text{Utilidad antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo Total}} \times 100$	Entrevista / Guía de entrevista
	Rentabilidad Financiera.	$RF = \frac{UDII}{\text{Total Patrimonio Promedio}} \times 100$	Observación / Guía de Observación
	Análisis Dupont.		
			Análisis documental / Fichaje

Fuente: Elaboración Propia.

2.3 Población y muestra

Población

La población estuvo conformada por 2 funcionarios: Gerente y Contador de la Mueblería FabriMuebles Maryori.

Muestra

Estuvo constituida por 2 funcionarios: Gerente y Contador de la mueblería por ser una población pequeña.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Tabla 2
Técnicas de recolección de datos

TÉCNICA	INSTRUMENTO	OBJETIVO
<i>Observación</i>	<i>Guía de Observación</i>	<i>A fin de observar los procesos que lleva a cabo en la actualidad la empresa Mueblería Maryori.</i>
<i>Entrevista</i>	<i>Guía de Entrevista</i>	<i>Dirigida al gerente general de la empresa, así como al contador de Mueblería Maryori acerca de los planes de expansión que tienen planificado.</i>
<i>Análisis Documental</i>	<i>Ficha de Análisis</i>	<i>A fin de obtener documentación sobre la expansión de la empresa Mueblería Maryori</i>

Fuente: Elaboración Propia.

2.5 Métodos de Análisis de datos.

La investigación aplicó el método científico para recoger y analizar la información con datos numéricos y bajo un enfoque cuantitativo a través de instrumentos confiables y valederos proporcionados por la empresa.

Permitió describir los instrumentos de recolección de datos que se han utilizado para procesar la información mediante:

1. La Observación.
2. La Entrevista.
3. El Análisis documental.

La información obtenida fue analizada, procesada e interpretada en el programa Microsoft Excel, tomando como referencia las técnicas de recolección de datos y para el procesamiento y análisis de la información se debió revisar los datos obtenidos, examinando de manera adecuada cada uno de los procesos de producción a fin de hacer las correcciones pertinentes.

2.6 Aspectos éticos.

La investigación ha sido elaborada siguiendo los requisitos establecidos por la universidad en lo que se refiere a la obtención de información de diferentes fuentes de consulta como libros, revistas, periódicos, internet, y no se recurrió a tener que copiar datos, salvo los que fueron necesarios, pero citando las debidas fuentes.

CAPITULO III. RESULTADOS

El presente capítulo nos señala el análisis de los resultados de la investigación y que fueron obtenidos después de aplicados los instrumentos de recolección de datos y que dará las respuestas necesarias a los objetivos trazados y para lo cual se aplicaron entrevistas tanto al Gerente General como al contador externo de la empresa sobre la viabilidad de expandir las operaciones de la Mueblería FabriMuebles Maryori y el efecto que tendrá en su rentabilidad.

Objetivo específico 1:

Analizar las oportunidades de crecimiento de la Mueblería FabriMuebles Maryori, Chiclayo, 2017, se logró y cuyas respuestas se encuentran con sus respectivas interrogantes:

¿Han realizado los respectivos estudios de mercado a fin de evaluar la posibilidad de expandir las actividades de la mueblería?

Gerente General

Con relación a su pregunta debo indicarle que se hizo un sondeo directo entre nuestros clientes, quienes en su mayoría manifestaron su conformidad de que se pudiera expandir las actividades del negocio.

Contador

Esa política es de exclusiva responsabilidad de la gerencia general, pero tengo entendido de que se han hecho los estudios correspondientes que permitan expandir las actividades de la mueblería.

¿Qué medidas de contingencia ha tomado la empresa para considerar la posibilidad de ampliar sus operaciones?

Gerente General

Se han evaluado una serie de alternativas como el estudio riguroso del mercado, considerando que en la región Lambayeque y básicamente en los distritos de Monsefú y Ciudad Etén existen una gran cantidad de mueblerías que abastecen al mercado chiclayano, con costos reducidos y a precios bastante cómodos, pero sin la calidad necesaria de cómo se deberían comercializar estos productos. De la misma manera se ha considerado la posibilidad de comercializar los muebles a través de las grandes cadenas de súper mercados.

Contador

Una de las primeras acciones para afrontar cualquier contingencia relacionada con la expansión de la mueblería está relacionada en delimitar claramente la relación entre los ingresos versus costos y sobre todo medir el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, con sus activos y con el capital, siendo sumamente importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesitará producir aún más para poder rentabilizar sus nuevas inversiones.

Objetivo específico 2:

Identificar el costo beneficio de la expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori, Chiclayo, 2017.

¿Tienen establecidos los costos asociados y las necesidades de inversión para la expansión de la mueblería?

Gerente General

Puedo afirmar con total exactitud que los planes de expansión de la mueblería ya han sido debidamente presupuestados, conjuntamente con el programa de inversiones y que estamos seguros redundará en beneficio de la rentabilidad de la empresa.

Contador

Con respecto a su pregunta, puedo afirmar que el propietario de la mueblería que además es su gerente general, conjuntamente con el suscrito, hemos elaborado el plan de expansión de la mueblería y que ha sido debidamente presupuestado con el respectivo plan de inversiones.

¿Qué acciones debería tomar la empresa para gestionar financiamiento bancario sin afectar los niveles de rentabilidad?

Gerente General

Para llevar a cabo con éxito esta gestión se deberá seleccionar en primer lugar la mejor opción de financiamiento. En segundo lugar, se deberá seleccionar la entidad financiera que nos brinde la mayor confianza para operar sin sobresaltos y en tercer lugar una tasa de interés que nos permitan delimitar de manera adecuada el punto de equilibrio entre los costos financieros a pagar y el gasto o inversión a realizar.

Contador

Considero pertinente que primer se debería establecer y evaluar si el financiamiento bancario implicará la expansión de las actividades de la mueblería a bajo costo y con grandes oportunidades de crecimiento y posteriormente evaluar el costo de las tasas de interés a fin de que no se afecte la rentabilidad de la empresa.

Objetivo específico 3:

Conocer los índices de rentabilidad de la Mueblería FabriMuebles Maryori, Chiclayo, 2017.

¿Después del análisis realizado a los índices de rentabilidad, se ha llegado a establecer que la empresa viene siendo administrada adecuadamente, en tal sentido sírvase indicar que acciones van a tomar a fin de optimizar sus operaciones?

Gerente General

Este es un tema que definitivamente no lo vamos a descuidar, por esta razón y para mejorar los índices de rentabilidad de la empresa se ha decidido incrementar las ventas, disminuir los costos y racionalizar debidamente los gastos a lo estrictamente necesario.

Contador

Como bien lo ha señalado el gerente general, se harán los esfuerzos necesarios a fin de mejorar los procesos operativos y de esta manera optimizar aún más la rentabilidad y la liquidez del negocio.

¿Qué factor considera Usted tendría mayor incidencia en la mejora rentabilidad de la mueblería?

Gerente General

Considero que un factor fundamental está referido a que la mueblería se ha circunscrito a un mercado objetivo centrado únicamente en el distrito de la Victoria y no ha explorado otros segmentos de mercado, por eso esperamos que con la obtención de un financiamiento bancario se puedan expandir las operaciones del negocio.

Contador

Mejorar los niveles de rentabilidad de la mueblería parte en primer lugar por explorar otros nichos de mercado, por eso consideramos y tenemos la plena seguridad de

que al obtenerse el financiamiento bancario será utilizado íntegramente en la expansión de la empresa.

¿Cuáles considera Usted que deberían ser las acciones inmediatas para mejorar la administración de los recursos e incrementar la rentabilidad de la empresa?

Gerente General

Las acciones inmediatas que se debería tomar para mejorar la administración de los recursos e incrementar la rentabilidad de la empresa parten en primer lugar por elegir las mejores estrategias que promuevan ventajas competitivas, duraderas y diferenciadoras y esto con la finalidad de lograr una mayor competitividad y así poder incursionar sin contratiempos en el mercado regional lambayecano.

Contador

Debo precisar en atención a su pregunta, que no basta con satisfacer las necesidades de los clientes, sino crear la mayor cantidad de valor agregado a nuestros productos, conjuntamente con una competitividad estratégica, con rendimientos superiores al promedio del mercado y creando una eficiente cadena de servicios que le permitan a la mueblería optimizar adecuadamente sus recursos en beneficio de la rentabilidad.

¿Con que frecuencia la empresa ha requerido financiamiento bancario para atender sus procesos operativos habituales?

Gerente General

Básicamente se ha requerido financiamiento bancario para atender nuestros procesos operativos cada tres años, pero ha sido requerido fundamentalmente para capital de trabajo

¿Con que frecuencia la empresa ha requerido financiamiento bancario para atender sus procesos operativos habituales?

Gerente General

Considero que no ha sido muy frecuente el requerimiento de financiamiento bancario para atender los procesos operativos habituales, y en lo que a mí respecta, se habrán contabilizado no más de un préstamo cada tres años.

¿Podría indicarnos las estrategias que tienen previstas implementar para lograr un adecuado plan de expansión de la mueblería sin afectar su rentabilidad?

Gerente General

Este es un asunto que lo hemos analizado con detenimiento, por esta razón, para lograr un adecuado plan de expansión de la mueblería sin afectar su rentabilidad, se ha llegado a la conclusión de que fidelizando a los clientes lograremos que este se convierta en un visitante frecuente, porque además y de manera indirecta generará una opinión favorable de nuestros productos en los clientes que adquirirán por primera vez los muebles.

Contador

Hemos previsto un plan de contingencia que comprenderá un control más adecuado de los gastos, la debida racionalización de los costos, gestionar de manera eficiente los inventarios y llevar a cabo un adecuado análisis de la cartera de clientes.

CAPITULO IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Objetivo específico 1:

Analizar las oportunidades de crecimiento de la Mueblería FabriMuebles Maryori, Chiclayo, 2017, se logró y cuyas respuestas se encuentran con sus respectivas respuestas:

Según los sondeos de mercado, si se cuenta con la posibilidad de expandir las actividades de la mueblería, habiéndose realizado un sondeo directo entre los clientes, quienes en su mayoría manifestaron su conformidad de que realice esta expansión y porque los estudios respectivos así lo señalan y que indican que en la región Lambayeque y básicamente en los distritos de Monsefú y Ciudad Etén existe una gran cantidad de mueblerías que abastecen al mercado chiclayano, con costos reducidos y a precios bastante cómodos, pero sin la calidad necesaria y porque además se tiene la posibilidad de comercializar los muebles a través de las grandes cadenas de súper mercados, realizándose un riguroso análisis de la relación entre los ingresos y los costos y sobre todo medir el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, con sus activos y con el capital, siendo sumamente importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesitará producir aún más para poder rentabilizar sus nuevas inversiones.

Objetivo específico 2:

Identificar el costo beneficio de la expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori, Chiclayo, 2017, se logró y los resultados se muestran con las respuestas respectivas:

Se tiene establecido con total exactitud los costos asociados y las necesidades de inversión para la expansión de la mueblería FabriMuebles Maryori, conjuntamente con el correspondiente plan presupuestal y que redundará en beneficio de la rentabilidad de la empresa, acciones que se llevarán a cabo a través de la gestión de financiamiento bancario pero sin afectar los niveles de rentabilidad, seleccionando en primer lugar la mejor opción de financiamiento, en segundo lugar la entidad financiera que brinde la mayor confianza para operar sin sobresaltos y en tercer lugar una tasa de interés que permita delimitar de manera adecuada el punto de equilibrio entre los costos financieros a pagar y el gasto o inversión a realizar, es decir establecer y evaluar si el financiamiento bancario implicará la

expansión de las actividades de la mueblería a bajo costo y con grandes oportunidades de crecimiento. En síntesis, se ha podido identificar el costo beneficio para llevar a cabo la expansión de la Mueblería FabriMuebles Maryori, determinándose que esta operación es totalmente viable de llevarla a cabo al contarse con los planes de inversión, con los estudios de mercado y con el correspondiente presupuesto.

Objetivo específico 3:

Conocer los índices de rentabilidad de la Mueblería FabriMuebles Maryori, Chiclayo, 2017, se logró y sus resultados se muestran con las respuestas respectivas:

Se requiere de una serie de acciones para administrar adecuadamente los índices de rentabilidad, debiendo tomarse una serie de acciones a fin de optimizar las operaciones, incrementar las ventas, disminuir los costos y racionalizar debidamente los gastos a lo estrictamente necesario y de esta manera generar una mayor rentabilidad y liquidez. Para tal efecto se deberá evaluar la posibilidad de no circunscribirse a un solo mercado objetivo que en la actualidad está centrado únicamente en el distrito de la Victoria, sino que se deberán explorar otros segmentos de mercado a fin de que permita expandir las operaciones del negocio, implementando a la vez acciones inmediatas para mejorar la administración de los recursos e incrementar la rentabilidad de la empresa y esto partirá en primer lugar por elegir las mejores estrategias que promuevan ventajas competitivas y así poder incursionar de manera más eficaz en el mercado regional lambayecano con un mejor valor agregado a nuestros productos, con rendimientos superiores al promedio del mercado y creando una eficiente cadena de servicios que le permitan a la mueblería optimizar adecuadamente sus recursos en beneficio de la rentabilidad.

Evaluar la conveniencia de acceder a financiamiento bancario para expandir las operaciones de la Mueblería FabriMuebles Maryori, Chiclayo, 2017 se logró y sus resultados se muestran con las respuestas respectivas:

Los procesos operativos han requerido en algunas ocasiones de financiamiento bancario para atender básicamente la necesidad de capital de trabajo para la fabricación de los productos por parte de la Mueblería FabriMuebles Maryori, habiendo sido solicitados estos créditos cada tres años, pero en la actualidad este nuevo requerimiento de fondos se hará con la finalidad de lograr un adecuado plan de expansión de la mueblería sin afectar su

rentabilidad y que partirá en primer lugar por conseguir la fidelización de los clientes a fin de que se conviertan en visitantes frecuentes, generando a la vez, una opinión favorable de nuestros productos por parte de los clientes que adquirirán por primera vez los muebles y cuyas medidas financieras deberán ir acompañadas de un plan de contingencia que comprenda un control más adecuado de los gastos, la debida racionalización de los costos, la gestión eficiente de los inventarios y el adecuado análisis de la cartera de clientes. Por estas consideraciones es que se hace imperativo acceder a financiamiento bancario con la única finalidad de expandir las operaciones de la empresa sin afectar su rentabilidad por los costos que implicarán tal expansión.

Con relación a las entrevistas realizadas tanto al Gerente General y al Contador de la empresa se presenta la siguiente discusión con sus correspondientes resultados:

Uno de los resultados se observan en la respuesta a la pregunta N° 5 de la entrevista realizada al Gerente General y al contador en la que señalan que la empresa ha tomado medidas de contingencia para considerar la posibilidad de ampliar sus operaciones, habiéndose evaluado una serie de alternativas como el estudio riguroso del mercado, considerando que en la región Lambayeque y básicamente en los distritos de Monsefú y Ciudad Etén existen una gran cantidad de mueblerías que abastecen al mercado chiclayano, con costos reducidos y a precios bastante cómodos, pero sin la calidad necesaria de cómo se deberían comercializar estos productos. De la misma manera se ha considerado la posibilidad de comercializar los muebles a través de las grandes cadenas de súper mercados, así como se señala que una de las primeras acciones para afrontar cualquier contingencia relacionada con la expansión de la mueblería está relacionada en delimitar claramente la relación entre los ingresos versus costos y sobre todo medir el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, con sus activos y con el capital, siendo sumamente importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesitará producir aún más para poder rentabilizar sus nuevas inversiones. Dato que coincide con lo señalado por la Revista Anuario (2016) que precisa que el nuevo diseño mexicano busca impactar en el sector económico y social, los mexicanos comienzan a revalorar lo hecho dentro del país, ya sea una silla, un tapete o una mesa, sobre otras propuestas internacionales. El sector industrial en México, del que forma parte el diseño de muebles, ha tenido buenos resultados. Según la secretaría de hacienda, creció 1% en 2015 y se espera que en el presente año se incremente en 3%, estima el grupo financiero interacciones.

Este comportamiento positivo en lo que toca al sector mueblero tiene lugar en un mercado cada vez más competitivo con jugadores globales. Muchas veces se elige una posición extrema para competir en ese contexto: participar con muebles de diseños exclusivos a precios muy altos, es decir, al crear marcas de lujo, o apostar por piezas fabricadas con materiales de baja calidad que garantizan costos más accesibles, pero demeritan las cualidades. Esas mismas propuestas buscan, además, generar expectativas en el segmento económico del país, al estructurar cadenas y ciclos productivos exitosos colaborando con diversos diseñadores, talleres y estudios, que a su vez se dedican a trabajar con materiales 100% de calidad y con mano de obra nacional, lo que fomenta al mismo tiempo el consumo local.

Información que coincide también con lo señalado por el Fondo Nacional de Desarrollo (2014), en su investigación análisis del sector mobiliario, precisa que el avance del sector construcción de viviendas y oficinas en Colombia ha traído excelentes beneficios para los productores de muebles en el último quinquenio, después de un año muy difícil para los fabricantes, lo que en realidad ha representado un panorama económico demasiado sombrío con la caída de la producción nacional, en la baja de las exportaciones y un preocupante aumento de las importaciones. Las cifras que se manejan en el ministerio de la producción relacionado a estos productos, y los índices generales en las ventas realizadas al por mayor menor, indican que este ha sido uno de los sectores que en los últimos años ha tenido mayores crecimientos en su sector.

Sin embargo, Pymex Perú (2016), en su artículo crea tu empresa de muebles prefabricados”, señala que esta actividad se relaciona con el diseño, elaboración y armado de muebles tipo melamine, entre otros, y se encuentran fabricados con diseños totalmente actualizados tanto para las casas como para oficinas y empresas. La empresa se ha especializado en productos para interiores de vivienda de todo tamaño, especialmente muebles, juego de comedor, bibliotecas, mesas de centro, esquineros, armarios de gran tamaño, puertas corredizas, escaleras internas y externas, pasamanos. La venta incluye además los servicios de un diseñador para la toma de medidas al ambiente en donde estará ubicado la mueblería y el costo de traslado y del personal de apoyo será completamente gratuito como parte de las estrategias de la empresa.

Otro de los resultados se observan en la respuesta a la pregunta N° 8 de la entrevista realizada al Gerente General y al contador en la que señalan que la empresa se ha planteado estrategias para lograr un adecuado plan de expansión de la mueblería sin afectar su rentabilidad y es un asunto que se ha pensado analizar con detenimiento, que comprenderá un control más adecuado de los gastos, la debida racionalización de los costos, gestionar de manera eficiente los inventarios y llevar a cabo un adecuado análisis de la cartera de clientes, por esta razón, para lograr un adecuado plan de expansión de la mueblería sin afectar su rentabilidad, se ha llegado a la conclusión que fidelizando a los clientes se logrará que este se convierta en un visitante frecuente, porque además y de manera indirecta generará una opinión favorable de nuestros productos en los clientes que adquirirán por primera vez los muebles. Dato que coincide con lo afirmado por Godoy, M. (2016), en su tesis la competitividad en las MYPES del sector venta de muebles distrito los olivos señala que las MIPES se han convertido en un sector bastante pujante de la economía del país y da empleo aproximadamente a más del 70% de la Población Económicamente Activa – PEA que se encuentra regularmente ocupada. Los sectores que generan más nivel de empleo según fuentes del Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo corresponden a comercio, telecomunicaciones y servicios y en conjunto cubren más del 55% de la empleabilidad de las MYPES, por esta razón existen serias propuestas que se pueden insertar en la empleabilidad del sector.

Información que coincide también con lo señalado por Barreto, I. y Gamero, V. (2011), en su tesis plan de negocios de muebles para departamentos, señala que es importante masificar la oferta para una adecuada negociación del mobiliario tanto con clientes nacionales como internacionales, ya que los departamentos se están construyendo de manera indiscriminada y están apareciendo cada día más mucha oferta de muebles por la presencia de grandes fabricantes y sobre todo de grandes comercializadores como las cadenas de súper mercados. Esto se debe a que las grandes empresas han mejorado sus técnicas de concentración y la han convertido en un comercio monopólico y juntos negocian precios más cómodos para poder incursionar en los departamentos y ofrecen muebles, accesorios y servicios especiales. No está demás mencionar que no todo es color de rosa en este sector productivo ya que en muchas ocasiones ha habido una preocupante saturación de mueblerías que han vendido a precios mucho más baratos, pero sin las condiciones mínimas de control de calidad.

Sin embargo, Chambi, G. (2016), en su tesis a formalización de las Mypes de fabricación de muebles del parque industrial y su influencia en la rentabilidad del periodo, señala que en villa el salvador existe un gran número de Mypes que contribuyen con el crecimiento económico de nuestro país; puesto que, del total de empresas peruanas, sea estimado que un 98% son microempresas que representan un 42% de la producción bruta interna – PBI y abarca un 55% de trabajadores. Sin embargo, la gran mayoría de las Mypes cuentan con problemas comunes que les impide desarrollarse como empresa. En el presente estudio se ha analizado las deficiencias de la gestión de formalización de las empresas en villa el salvador, a partir de ello se formuló el siguiente problema: ¿en qué medida la formalización de las Mypes de fabricación de muebles e incide en la rentabilidad? en la justificación determinamos que es pertinente ya que identificamos que se debe mejorar la formalización de las empresas.

Otro de los resultados se observa en la respuesta a la pregunta N° 4 de la entrevista realizada al Gerente General y al contador en la que señalan que la empresa ha tomado acciones para gestionar financiamiento bancario sin afectar los niveles de rentabilidad y para llevar a cabo con éxito esta gestión se deberá seleccionar en primer lugar la mejor opción de financiamiento. En segundo lugar, se deberá seleccionar la entidad financiera que nos brinde la mayor confianza para operar sin sobresaltos y en tercer lugar una tasa de interés que nos permitan delimitar de manera adecuada el punto de equilibrio entre los costos financieros a pagar y el gasto o inversión a realizar, así como considerar el bajo costo y con grandes oportunidades de crecimiento y posteriormente evaluar el costo de las tasas de interés a fin de que no se afecte la rentabilidad de la empresa. Dato que coincide con los señalado por la Administración Federal – AFIP (2011), en su investigación fabricación de muebles señala que el sector mueble y colchones, aportaron al fisco ingresos por más de \$ 3,000 mil millones de dólares que representan el 0,3 % del movimiento del país. El impuesto que afectó a esta actividad alcanzó los \$ 107 millones de dólares. Señala que más del 60% de las empresas totales del país son microempresas, el 27% son pequeñas empresas, el 9 % son medianas empresas y el 1% son grandes corporaciones y estas venden más del 38% del total.

Información que coincide también con lo afirmado por Diario Perú 21 (2015), en su artículo diseño de muebles, un espacio para lograr el éxito, señala la fabricación y venta de muebles es un negocio bastante rentable en donde se requiere un máximo esfuerzo para

procurar que el mueble sea de completa calidad en marca, modelo y diseño, debiendo entenderse que no solo se ofrece muebles sino y lo que es más importante mucha comodidad y precios sumamente competitivos. No hay que olvidar que existen muchas oportunidades de negocio que se encuentra reflejado en el crecimiento del consumo de muebles y sus accesorios y sobre la preferencia de los clientes por los muebles de madera y todo tipo de variedades. Los negocios en nuestro país están basados su crecimiento porque se tiene un gran desarrollo forestal, una notable economía con gran crecimiento, estabilización del sol, adecuada infraestructura y una gran cantidad de emprendedores que han visto en el negocio de la mueblería una gran oportunidad de negocio.

Sin embargo Ibacache, J. (2014) en su tesis análisis de empresa de comercialización de muebles multifuncionales en la región metropolitana señala que las empresas del sector en el país en los últimos tres años han presentado un preocupante retroceso en sus operaciones ya que el mercado de Santiago se encuentra bastante saturado por la presencia de cientos de mueblerías que fabrican y ofertan productos sin las condiciones mínimas de seguridad y si presentar altos estándares de calidad y diseño y como es natural, esta situación está generando que la industrial formal disminuya también su calidad y ofrezca productos a bajos precios, razón por la cual los empresarios han pensado en expandir sus operaciones a todo el país y para cuyo efecto tienen planificado solicitar financiamiento bancario que le permita aumentar su producción, el nivel de sus ventas y por ende mejorar su rentabilidad.

Otros de los resultados se observan en la respuesta a la pregunta N° 9 de la entrevista realizada al Gerente General y al contador en la que señalan que si se tiene establecidos los costos asociados y las necesidades de inversión para la expansión de la mueblería al haber sido debidamente presupuestados, conjuntamente con el programa de inversiones y que redundará en beneficio de la rentabilidad de la empresa. Dato que coincide con lo afirmado por la Revista Negocio Rentable (2016) en su artículo fabricar Muebles de Melanina, señala que este rubro se ha convertido en una gran actividad dedicada a la decoración y por lo tanto es el gran motor hoy en día de las empresas y de las personas que buscan un ambiente agradable donde estar o descansar, no importando la condición del usuario, sino únicamente su afán por ser y tener estatus, lo que implica que la melanina es totalmente decorativa y que se ha convertido como la mejor garantía construir todo tipo de

muebles y en muchas ocasiones se están dejando a todo costo para que los clientes puedan disfrutar con nuestros productos.

Información que coincide con lo afirmado por la Revista Plus Empresarial (2017), en su artículo negocio rentable: estudio de decoración de interiores, señala que el avance de este sector ha sido espectacular y ha traído grandes beneficios para los fabricantes de muebles y para los diseñadores de interiores y esta tendencia se mantendrá en los próximos años, cabe destacar como lo señalan los expertos que la materia prima con la que se elaboran los diferentes modelos de muebles sea de óptima calidad y resistencia para garantizar que el producto sea duradero. Es importante indicar que, según la experiencia obtenida con los años, el trazado, diseño, ensamblaje, pintado, decorado, ebanistería y acabados tiene un promedio de fabricación de por menos tres meses, sin descuidar el nivel de diseño y procurando por todos los medios que este sea totalmente actualizado e innovador.

Sin embargo, Gonzales, A. (2016), en su tesis análisis de la industria de muebles señala que su trabajo se basa en la investigación que realizó a un conjunto de empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de muebles de madera de todas las calidades y abarcó un diagnóstico del panorama integral de las áreas que conforman este sector industrial. Se recomienda conocer la estructura y el grado de penetración de este tipo de empresas en el mercado, es decir conocer adicionalmente su área, nivel de producción, calidad de su materia prima, calidad de sus clientes, importancia de sus proveedores, nivel de inversión, recursos materiales, la tecnología de punta, los recursos humanos, las promociones de ventas, las ofertas entregadas, su línea de comercialización, su forma de distribución y como se encuentran fundamentalmente basadas sus proyecciones empresariales.

Plan de Inversiones para la expansión de la mueblería FabriMuebles Maryori

La investigación permitió determinar claramente cuáles son los efectos de expandir las operaciones de la mueblería en bien de la mejora de su rentabilidad y si esta expansión le permitió lograr un mejor posicionamiento en el mercado objetivo. Tomando como base los resultados obtenidos, se ha llegado a la conclusión, que efectivamente si es factible expandir las operaciones del negocio y que en definitiva estas mejoras van a influir en la mejora de los niveles de la rentabilidad de la empresa. En tal sentido, resulta pertinente plantear las siguientes interrogantes:

- ¿Por qué se deberían expandir las operaciones de la mueblería mediante la apertura de una tienda en el centro de Chiclayo?
- ¿Qué relación se encuentra entre expandir las operaciones de la mueblería y la mejora de su rentabilidad?
- ¿Cómo se relaciona la expansión de las operaciones de la mueblería con la mejora en la calidad de los productos?
- ¿Cómo debemos situar la variable expansión de las operaciones con la variable rentabilidad de la empresa?
- ¿Qué variables se deben considerar para mejorar los procesos de diseño y fabricación de los muebles considerando que los productos irán a un nuevo segmento de la población?
- ¿Cómo se delimitarán los efectos de la expansión de las operaciones de la mueblería con sus costos operativos?
- ¿Por qué se debe inferir que la rentabilidad es la base de la mejora de los resultados de la empresa?

Las respuestas a estas interrogantes estarán determinadas por la propuesta de expandir las operaciones de la mueblería y su efecto en la rentabilidad de la empresa, lo que permitirá establecer la relación entre ambas y basados en la relación expansión y

rentabilidad, así, se va a obtener un primer aspecto que se llamará rentabilidad económica o del inmovilizado y en el que se medirá la palanca que requiere la empresa para operar.

Optimización de los procesos en el Área de Producción para la expansión

FabriMuebles Maryori produce todo tipo de muebles de calidad hechos en madera: muebles de sala, comedor, dormitorio, ventanas, puertas, closets, sillas, etc. y que están fabricados en base a madera del tipo cedro, por esta razón se hará un análisis de esta área a fin de establecer si la mueblería se encuentra en condiciones de expandir sus operaciones:

- Dentro del área de producción, se encuentra lo primordial que es el personal para fabricación y venta, por lo tanto, se deberá realizar un control más estricto para el personal que ahí labora mediante libros de control de entrada y salida de los operarios y del personal administrativo de los dos locales.

- Optimizar aún más los controles en los niveles de producción para aprovechar la capacidad instalada a través de órdenes de producción por serie y por pedidos en el libro de control de inventarios que está permitiendo llevar un mejor control de las requisiciones y una producción más eficiente que está procurando no desabastecerse con falta de productos para las tiendas.

- La empresa tiene la capacidad de abastecerse adecuadamente para producir y atender los pedidos en los meses de mayor demanda y cuando lo ha requerido, ha procedido a contratar a personal especializado para el área de producción y para las temporadas de mayores ventas, como son los meses de Mayo, Julio y Diciembre y ocasionalmente en los meses de Abril y Noviembre que son las fechas en que se da el pago de los CT'S.

- La mueblería cuenta con sus procesos productivos y de ventas bien articulados y desarrollados y sobre todo cuenta con un control adecuado desde el inicio de las operaciones hasta la producción final, que le permite evitar fallas en los procesos de producción y un buen control en la calidad del mueble.

- La empresa posee un control de calidad eficiente, desde la adquisición de la materia

prima (humedad de la madera), ya que esta debe pasar por todo un proceso de sacado considerando de que la madera deberá tener el 12% de humedad para que pueda ser procesada. También toma en cuenta el control en el cortado de la madera, ya que esta debe estar bien sistematizado, lo cual impide tener demasiadas mermas por fallas al momento de realizar el corte.

- De igual manera en el proceso de pintado, se lleva un control desde la fumigación del producto antes de pintarlo, para evitar su deterioro, hasta tener en cuenta la calidad en los procesos del terminado de la pintura.
- La mueblería si tiene una muy buena ubicación de la maquinaria para obtener un mayor espacio en el taller, mejorando el sistema de protección de los trabajadores, ya que solo cuentan con algunos medios de seguridad personal.

Inspección del proceso de elaboración de los muebles

La empresa realiza el control de calidad de manera diaria a fin de evitar que el producto corra el riesgo de salir defectuoso y el control se realiza en las siguientes etapas:

- Desde que la madera sale del almacén: se inspeccionará el estado en que se encuentra.
- Cuando se corta la madera.
- Cuando se pinta el mueble.
- Durante el acabado integral del mueble.

Inspección de la condición de la madera

Se realizará una inspección del estado de la madera y que tenga como mínimo 12% de humedad, para que pueda fabricarse un mueble.

- El secado de la madera es de manera natural, dura 20 días este proceso y la madera tiene que estar almacenada y extendida, en un lugar fresco sin exposición al sol, para que no sufra algún daño.
- La madera cuando es comprada al proveedor, lo da con un 80% de humedad, por lo cual es necesario que pase por el proceso de secado.
- Se realizará el control de calidad para cortar las medidas exactas y así no se queden

- algunos sobrantes o mermas de la materia prima.
- Durante este proceso se realizará el control de calidad al momento de hacer las mezclas de las respectivas pinturas para que el mueble pintado obtenga el color adecuado y así poder ofrecer productos de calidad.
 - Al finalizar el proceso de pintado, se inspeccionará que esté conforme y parejo, para luego dar el acabado con el soplete en DD.
 - En el caso de un pedido, el cliente es quien escogerá el color del mueble, para lo cual se debe ser exactos y parejos en el pintado de los muebles y ofrecer el producto con las mejores condiciones.
 - Se verificará que el mueble haya quedado muy bien, sin imperfecciones o fallas, para recién poderlo llevar al almacén y luego a la tienda.

Control del medio ambiente, de las condiciones laborales y del estado de las maquinarias

- La empresa si viene observando escrupulosamente cada proceso productivo, para así, poder determinar en cuál de ellos se está contaminando el medio ambiente. Por esta razón, la empresa no desperdicia los sobrantes de madera como la viruta y el aserrín, ya que estos son vendidos y de esta manera se está evitando la contaminación del medio ambiente.
- La empresa controla la mano de obra por medio de reportes, donde se mide el tiempo, la labor, contabilización, medición de la eficiencia, etc., dándose notable importancia a la seguridad e higiene industrial, pues establece normas preventivas con el fin de evitar accidentes y enfermedades.
- Teniendo en cuenta la seguridad de los trabajadores, la empresa debe intensificar una correcta vestimenta que deben utilizar para que puedan realizar mejor su trabajo y sin riesgos, pues la empresa solo le brinda algunos elementos de protección. Por esta razón se informa a los trabajadores acerca de los equipos de protección individual y las consecuencias de no utilizarlo.

- Por eso se recomienda revisar con frecuencia los protocolos de seguridad para detectar exceso de contaminación, desgaste, roturas, desgarros o agujeros en los equipos de protección, exigiendo que los trabajadores limpien y descontaminen los equipos con frecuencia para asegurar que no recolecten ni absorban sustancias irritantes.
- El jefe de taller cumple esta responsabilidad e informa de manera periódica a la gerencia de alguna falla y las reparaciones que se requieran. La empresa hace en forma trimestral el mantenimiento preventivo de la maquinaria y semanalmente se le hace su limpieza, engrase y afilado de cuchillas.

Control de la Maquinaria y equipos que se requerirán para una adecuada expansión de las operaciones en el centro de la ciudad de Chiclayo

1. Maquinarias requeridas para la expansión

- Cinta: para el corte de la madera.
- Garlopa: rectifica listones y estados de la madera.
- Cepilladora: cepilla y hace rebajes, y rectifica listones o tirantes de madera.
- Tupi: modifica perfiles de piezas de madera, creación de ranuras, galces, molduras.
- Lijadora: para el desbastado y lijado de superficies a trabajar y para acabado fino.
- Esmeril: herramienta impulsada para cortar, para esmerilar y para pulir.
- Compresora: aumenta la presión y desplazar cierto tipo de fluidos, tal como gases y los vapores. para pintar y dar el acabado.
- Taladro: para perforar diversos materiales.
- Camioneta: para el transporte propio de la mueblería.

La mueblería si tiene identificado debidamente el proceso de producción de los muebles y solamente se ha encontrado un pequeño inconveniente en el proceso del armado. Por lo tanto, si tiene muy bien establecido los métodos para reducir los tiempos y actividades actuales en bien del desarrollo de un nuevo proceso de producción para lograr sin contratiempos la expansión de las operaciones de la mueblería al centro de la ciudad de Chiclayo y que comprenderá:

2. Propuesta de nuevos modelos de muebles de sala para la expansión

- Se introducirán dos tipos de muebles: muebles tradicionales hechos de tela y los que están hechos de ultra cuero y todos los muebles incluirán mesa de centro.
- Modelos de muebles de tela: los tradicionales 3-2-1, ovalado 3-2-1, excepcional o esquinero 2-2-1-1 y coperos (puede ser tradicional o esquinero).
- Modelos de muebles de Ultra cuero: Rubí, Riñón, Alforja, Barquito, excepcional, entre otros. Estos son nuevos modelos, más modernos.
- Separadores de ambiente: Según modelo escogido mayormente se hará por pedido.
- Comedores: Comedores de ocho sillas comedores de seis sillas, con una silla adicional.
- Modelos de Comedores: Trianon, Reina, Moñito, Saga, Cuchara, Pedestal, Pechona, entre otros.
- Vitrinas: Hay dos tipos de modelos lineales y esquinadas, de diferentes tamaños de 2 mts., 1.80 cm y 1.50 cm.

3. Propuesta de nuevos modelos de juego de dormitorio para la expansión

- Camas de 2 plazas y de 1.5plazas, las camas incluyen dos veladores y se obsequiará un mini sofá.
- Luego de colocar los últimos acabados del producto, la empresa los protege por dentro y fuera del almacén, para que no sufran daños durante el transporte del producto.
- Los protege con bolsas de polietileno para evitar ralladuras en el producto.

4. Propuesta de proyección de la producción para la expansión

EL objetivo es producir mensualmente para el año 2,018 cuarenta y cuatro (44) variedades de muebles y para el año 2,019 ochenta y nueve (89) variedades, con buenos diseños y buena calidad.

INVERSIÓN INICIAL

DETALLE	TOTAL
<i>Inversiones en activos</i>	2990
<i>Decoración interiores</i>	2300
<i>Inversiones en intangibles</i>	1730
<i>Capital de trabajo</i>	27980
Total	35000

FLUJO DE CAPITAL

RUBROS	0	1	2	3
<i>Activo fijo</i>	2990	0	0	0
<i>Decoración interiores</i>	2300			
<i>Inversiones en intangibles</i>	1730			
<i>Capital de trabajo</i>	27980			
Total	35000	0	0	0

FLUJO OPERATIVO

RUBROS	2017	2018	2019
<i>Utilidad neta</i>	64795.50	70004.33	75604.68
<i>Depreciación</i>	15400	17400	17400
FLUJO OPERATIVO	49395.50	52604.33	58204.68

FLUJO DE CAJA ECONOMICO

RUBROS	0	2017	2018	2019
<i>Flujo de Capital</i>	35000	0	0	0
<i>Flujo Operativo</i>		49395.50	52604.33	58204.68
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	35000	49395.50	52604.33	58204.68

CALCULO VAN Y TIR

RUBROS	%	ECONOMICO
VAN	15%	124,754.00
TIR	-	124%

Tabla 3

Proyección de la proyección de producción de muebles incluyendo el nuevo local - mensual para el año 2018.

DETALLE	UNIDAD
Muebles de sala	18
Mueble de comedor	9
Vitrinas de comedor	3
Juego de camas	6
Roperos de dormitorio	4
Cómodas de dormitorio	4
Total	44

Tabla 4

Proyección de la proyección de producción de muebles incluyendo el nuevo local - mensual para el año 2019.

DETALLE	UNIDAD
Muebles de sala	35
Mueble de comedor	20
Vitrinas de comedor	6
Juego de camas	12
Roperos de dormitorio	9
Cómodas de dormitorio	7
Total	89

Realizando los debidos análisis de las ventas, se concluye que la empresa si conoce el manejo de sus ventas, por lo tanto, conoce también las cantidades a producir para la nueva tienda y según el margen de ventas esperado, pero se tienen grandes inconvenientes cuando se trata de campañas y en donde la empresa no se abastece con su producción. Además, que la prioridad de la empresa, es producir con altos estándares de calidad.

Por estas consideraciones el propietario de la empresa deberá realizar una mayor supervisión y control del proceso productivo para atender debidamente los pedidos de las dos tiendas, razón por la que se deberá delegar funciones en un responsable para el área de diseño y de producción, con conocimiento y experiencia en los procesos de la fabricación y supervisión del trabajo de los operarios y de todas las fases que comprende la producción y se deberá considerar la mejora en el área de finanzas, sobre todo en la preparación de los estados financieros, para poder requerir financiamiento cuando así la empresa lo necesite para desarrollar y mejorar su actividad productiva, realizando el análisis de la situación para determinar la estructura financiera actual y la propuesta respectiva, midiendo el apalancamiento y la rentabilidad y no deberá escatimarse esfuerzos en contratar personal especializado para la mejor racionalización de los recursos.

5. Repotenciamiento del área de logística para la expansión

- Se deberá repotenciar el área logística con algunas mejoras para dicha área.
- Capacitar a un trabajador para que dirija y controle el almacén y que lleve un orden más adecuado en la entrada y salida de materiales, también para que controle los materiales que se tienen en stock y así evitar que se produzcan errores al momento de producir.
- Llevar el un mayor control en los pedidos que se realizan, manejando los procesos de compra de manera semanal mediante orden de compra y con el correspondiente registro de entrada de los materiales.
- Se deberá tener muy en cuenta las fechas de vencimiento de los materiales, verificando de manera permanente que la materia prima esté en condiciones aptas para su fabricación.
- Comprobar diariamente el estado de otros insumos como la tela y demás suministros.
- El almacén estará en constante mantenimiento y se fumigará cada cinco días para evitar polillas y otras plagas que puedan perjudicar la madera y para conservarla

deberá ser ubicada en lugares frescos que no tenga humedad y exposición al sol.

- Establecer un adecuado almacenamiento y conservación de productos terminados.
- Este almacén deberá ser fresco y sin exposición al sol, ya que el producto debe conservarse en las mejores condiciones, porque el sol podría causarle daño a la pintura del producto.
- Se mejorará el proceso de acabado del producto, desde el momento en que sale del taller de producción, hasta que es depositado en el almacén y en donde se harán los acabados finales como: chapas, jaladores, iluminación, etc. Luego de colocarse los últimos acabados, se les protegerá con bolsas de polietileno y así evitar ralladuras.

6. Mejora en los procesos de selección de proveedores

Se deberá continuar trabajando con proveedores rigurosamente seleccionados y para seleccionarlos se deberá tener en cuenta que:

- Deberán proveer de materias primas, insumos, maquinarias y equipos de calidad, así como asignar precios que estén acorde a la calidad del producto solicitado y con costos que guarden relación con su calidad.
- Responsabilidad en los tiempos y en la entrega de los pedidos asumiendo el costo de los traslados.
- Aceptar sin ningún inconveniente las devoluciones de las materias primas defectuosas.

7. Mejora en los estándares de calidad.

- Verificar diariamente el cortado y armado del mueble, comprobando que el pintado este parejo y con el color adecuado.
- La empresa deberá tener en cuenta los tiempos y así evitar errores y demoras, haciendo mucho más efectivos los controles en la calidad de los procesos operativos.

- Se ofrecerá el servicio de post venta para el mantenimiento de los muebles llevando un control más minucioso de las quejas o insatisfacciones que tenga el cliente.
- Mejorar la política de publicidad por medio de las redes sociales, ya que es un medio de fácil acceso a los clientes, así como penetrar a nuevos mercados a través de distribuidores, para así poder aumentar las ventas.
- Establecer alianzas estratégicas con algunas empresas del medio, firmando convenios a fin de dar crédito a sus trabajadores con descuentos a través de la planilla mensual de remuneraciones.

8. Evaluación económica y financiera.

Se hará la correspondiente evaluación financiera al:

- Estado de Situación financiera del año 2017,
- Estado de Situación financiera de los años 2017, 2018 y 2019.
- Estado de Resultados del año 2017,
- Estado de Resultados de los años 2017, 2018 y 2019.
- Estructura de costos y gastos de los años 2017, 2018 y 2019.
- Flujo de caja económica.
- Flujo de caja financiero.
- Ratios financieros.
- Resumen de los costos fijos, variables y gastos fijos.

Para llevar a cabo adecuadamente el plan de inversiones, la empresa tiene planificado requerir financiamiento bancario por la suma de S/. 35,000.00 a ser cancelado en 24 meses y que servirá para implementar la nueva tienda en el centro de Chiclayo según detalle:

Tabla 5

Inversiones en Tangibles e Intangibles para la expansión de la mueblería.

DETALLE	UNIDAD	SUB TOTAL	TOTAL
<i>Decoración de interiores</i>	1	2300.00	2300.00
<i>Laptop</i>	1	1050.00	1050.00
<i>Impresora</i>	1	210.00	210.00
<i>Escritorio</i>	1	190.00	190.00
<i>Luminarias</i>	6	150.00	900.00
<i>Silla gerencial</i>	1	180.00	180.00
<i>Sofá atención al público</i>	1	460.00	460.00
<i>Mercaderías varias</i>	1	27980.00	27980.00
<i>Gastos pre operativos</i>	1	1730.00	1730.00
Total			35000.00

Tabla 6

Inversiones en Tangibles.

DETALLE	UNIDAD	SUB TOTAL	TOTAL
<i>Laptop</i>	1	1050	1050
<i>Impresora</i>	1	210	210
<i>Escritorio</i>	1	190	190
<i>Luminarias</i>	6	150	900
<i>Silla gerencial</i>	1	180	180
<i>Sofá atención al público</i>	1	460	460
Total			2990

Tabla 7

Inversiones en Intangibles.

DETALLE	UNIDAD	SUB TOTAL	TOTAL
<i>Decoración de interiores</i>	1	2300	2300
<i>Gastos notariales</i>	1	400	400
<i>Gastos registrales</i>	1	500	500
<i>Licencias y otros</i>	1	830	830
Total			4030

Tabla 8
Capital de trabajo.

DETALLE	UNIDAD	SUB TOTAL	TOTAL
<i>Muebles de sala</i>	5	1600	8000
<i>Juego de comedor</i>	4	1050	4200
<i>Roperos</i>	3	960	2880
<i>Tocador de dormitorio</i>	3	320	960
<i>Camas de dormitorio 2 1/2 plazas</i>	3	960	2880
<i>Cunas para Bebé</i>	3	490	1470
<i>Reposteros de cocina</i>	3	870	2610
<i>Mesas de centro</i>	5	200	1000
<i>Camas de dormitorio 1 y 1/2 plaza</i>	2	670	1340
<i>Camas de dormitorio 2 plazas</i>	3	880	2640
Total			27980

Tabla 9
Resumen Intangibles

DETALLE	UNIDAD	SUB TOTAL	TOTAL
<i>Gastos notariales</i>	1	400	400
<i>Gastos registrales</i>	1	500	500
<i>Licencias y otros</i>	1	830	830
Total			1730

Tabla 10
Planilla de remuneraciones.

DETALLE	UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL
<i>Gerente general</i>	1	2000.00	2000.00
<i>Jefe de taller</i>	1	1600.00	1600.00
<i>Operarios de taller</i>	4	930.00	2790.00
<i>Contador externo</i>	1	500.00	350.00
<i>Vendedores</i>	3	930.00	1860.00
Total			8600.00

Tabla 11
Servicios generales.

DETALLE	UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL
<i>Agua potable</i>	1	80	80
<i>Energía eléctrica</i>	1	450	450
<i>Alquiler de local</i>	1	1300	1300
<i>Telefonía celular</i>	10	30	300
<i>Internet</i>	1	70	70
<i>Cable</i>	1	75	75
<i>Arbitrios municipales</i>	1	80	80
<i>Publicidad</i>	1	200	200
<i>Útiles de escritorio</i>	1	50	50
<i>Útiles de aseo</i>	1	100	100
			2705

Tabla 12
Resumen Tangibles, intangibles y capital de trabajo.

DETALLE	UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL
<i>Inversiones en activos</i>	1	2990	2990
<i>Decoración interiores</i>	1	2300	2300
<i>Inversiones en intangibles</i>	1	1730	1730
<i>Capital de trabajo</i>	1	27980	27980
<i>Total</i>			35000

Tabla 13
Resumen Planilla, servicios y capital de trabajo.

DETALLE	UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL
<i>Planilla de remuneraciones</i>	1	8600	8600
<i>Servicios generales</i>	1	2705	2705
<i>Capital de trabajo</i>	1	27980	27980
<i>Total</i>			39285

Tabla 14

Resumen tangibles, intangibles, capital de trabajo, servicios y planilla.

DETALLE	UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL
<i>Inversiones mobiliarias</i>	1	2990	2990
<i>Inversiones inmobiliarias</i>	1	4030	4030
<i>Capital de trabajo</i>	1	27980	27980
<i>Servicios generales</i>	1	2705	2705
<i>Planilla de remuneraciones</i>	1	8600	8600
Total			46305

Tabla 15

Resumen porcentual tangibles, intangibles, capital de trabajo, servicios y planilla.

DETALLE	UNITARIO	TOTAL	%
<i>Inversiones mobiliarias</i>	1	2990	6.46
<i>Inversiones inmobiliarias</i>	1	4030	8.7
<i>Capital de trabajo</i>	1	27980	60.43
<i>Servicios generales</i>	1	2705	5.84
<i>Planilla de remuneraciones</i>	1	8600	18.57
Total		46695	100

Tabla 16: *Financiamiento bancario en el BBVA.*

Préstamos Libre Disponibilidad							
Importe a Solicitar :	35,000.00 NUEVOS SOLES		Días de Pago :	1			
Duración Total :	24 meses		Período de Gracia :	-			
Fecha de Solicitud :	20/05/2018		Valor del Bien :	-			
Sub-Producto :	CS01 - LIBRE DISPONIB.		Cuota :	1,674.98			
Tipo Seg. Desgravamen :	Monto Inicial		Importe Seguro Desgravamen :	17.85			
Importe Seguro del Bien :			-Tasa Efectiva Anual	12.650000			
TCEA Referencial de Operación :	13.804518%		Comis. Envío infor. periódica:	-			
NRO	VENCTO	AMORTIZAC.	INTERESES	COMISION(ES) + SEGUROS	SUBVENC	CUOTA	SALDO
001	02/07/2018	1,155.60	501.53	17.85	0.00	1,674.98	33,844.40
002	01/08/2018	1,319.51	337.62	17.85	0.00	1,674.98	32,524.89
003	03/09/2018	1,300.05	357.08	17.85	0.00	1,674.98	31,224.84
004	01/10/2018	1,366.50	290.63	17.85	0.00	1,674.98	29,858.34
005	02/11/2018	1,339.31	317.82	17.85	0.00	1,674.98	28,519.03
006	03/12/2018	1,363.10	294.03	17.85	0.00	1,674.98	27,155.93
007	02/01/2019	1,386.23	270.90	17.85	0.00	1,674.98	25,769.70
008	01/02/2019	1,400.06	257.07	17.85	0.00	1,674.98	24,369.64
009	01/03/2019	1,430.31	226.82	17.85	0.00	1,674.98	22,939.33
010	01/04/2019	1,420.63	236.50	17.85	0.00	1,674.98	21,518.70
011	02/05/2019	1,435.27	221.86	17.85	0.00	1,674.98	20,083.43
012	03/06/2019	1,443.36	213.77	17.85	0.00	1,674.98	18,640.07
013	01/07/2019	1,483.64	173.49	17.85	0.00	1,674.98	17,156.43
014	01/08/2019	1,480.25	176.88	17.85	0.00	1,674.98	15,676.18
015	02/09/2019	1,490.27	166.86	17.85	0.00	1,674.98	14,185.91
016	01/10/2019	1,520.36	136.77	17.85	0.00	1,674.98	12,665.55
017	04/11/2019	1,513.84	143.29	17.85	0.00	1,674.98	11,151.71
018	02/12/2019	1,553.33	103.80	17.85	0.00	1,674.98	9,598.38
019	02/01/2020	1,558.17	98.96	17.85	0.00	1,674.98	8,040.21
020	03/02/2020	1,571.55	85.58	17.85	0.00	1,674.98	6,468.66
021	02/03/2020	1,596.92	60.21	17.85	0.00	1,674.98	4,871.74
022	01/04/2020	1,608.53	48.60	17.85	0.00	1,674.98	3,263.21
023	04/05/2020	1,621.30	35.83	17.85	0.00	1,674.98	1,641.91
024	01/06/2020	1,641.91	15.28	17.85	0.00	1,675.04	0.00
		35,000.00	4,771.18	428.40	0.00	40,199.58	

Fuente: Banco Continental BBVA.

Tabla 17
Proyección de ventas año 2018.

Ventas	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total
La Victoria	8600	10600	13400	14300	22500	11600	19800	10100	9900	10100	11500	22600	165000
Chiclayo	10500	12400	15700	16500	26700	14500	26100	12300	11400	10900	12500	28800	198300
Total	19100	23000	29100	30800	49200	26100	45900	22400	21300	21000	24000	51400	363300

Nota:

La empresa ha estimado un incremento en las ventas para sus dos locales según detalle:

- Incremento del 6% para el año 2018.
- Incremento del 10% para el año 2019

Tabla 18
Pronóstico de ventas año 2018 y 2019.

<i>Partidas</i>	2017	6%	2018	8%	2019
<i>Ventas</i>	363300.00		385098.00		423607.00
<i>La Victoria</i>	165000.00	6%	174900.00	8%	192390.00
<i>Chiclayo</i>	198300.00	6%	210198.00	8%	231217.00

Tabla 19
Estructura de costos y gastos operativos años 2018 y 2019.

<i>PARTIDAS</i>	MENSUAL	2018	2019
<i>Costos operativos</i>			
<i>Materia prima y materiales</i>	13000	156000	171600
<i>Total costos operativos</i>	13000	156000	171600
<i>Gastos administrativos</i>			
<i>Remuneraciones</i>	8600	103200	113520
<i>Agua potable</i>	80	960	1056
<i>Energía eléctrica</i>	450	5400	5940
<i>Alquiler de local</i>	1300	15600	17160
<i>Telefonía celular</i>	300	3600	3960
<i>Internet</i>	70	840	924
<i>Cable</i>	75	900	990
<i>Arbitrios municipales</i>	80	960	1056
<i>Publicidad</i>	200	2400	2640
<i>Útiles de escritorio</i>	50	600	660
<i>Útiles de aseo</i>	100	1200	1320
<i>Gastos bancarios</i>	17.85	214.2	214.2
<i>Intereses préstamo</i>	293.8	3525.63	1459.32
<i>Total gastos administrativos</i>	11616.65	139399.83	150899.52
<i>Total costos y gastos</i>	24616.65	295399.83	322499.52
<i>Depreciación anual</i>	1450	17400	17400
<i>Total costos y depreciación</i>	26066.65	312799.8	339899.04

Tabla 20
Resumen ingresos y Costos.

<i>PARTIDAS</i>	2018	2019
<i>Ingresos por ventas</i>	385098	423607
<i>Costos y gastos operativos</i>	-295399	-322499.52
<i>Total</i>	89699	101108

Tabla 21
Análisis de costos fijos, variables y gastos fijos con depreciación.

<i>PARTIDAS</i>	GASTOS	COSTOS	COSTOS
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS
<i>Materia prima</i>		13000	13000
<i>Remuneraciones</i>			8600
<i>Agua potable</i>			80
<i>Energía eléctrica</i>			450
<i>Alquiler de local</i>	1300		1300
<i>Telefonía celular</i>	300		300
<i>Internet</i>	70		70
<i>Cable</i>	75		75
<i>Arbitrios municipales</i>	80		80
<i>Publicidad</i>	200		200
<i>Útiles de escritorio</i>	50		50
<i>Gastos bancarios</i>	100		100
<i>Intereses leasing</i>	17.85		17.85
<i>Útiles de aseo</i>	293.8		293.8
<i>Total</i>	2486.65	13000	24616.65

Análisis de los Estados Financieros

1. Estado de Situación financiera años 2017.

Tabla 22

Estado de Situación financiera años 2017.

<i>PARTIDAS</i>	2017
<i>Activo</i>	
<i>Activo Corriente</i>	
<i>Efectivo y equivalentes de efectivo</i>	9446.00
<i>Cuentas por cobrar</i>	2339.00
<i>Materia Prima</i>	12767.00
<i>Herramientas</i>	6578.00
<i>Mercaderías</i>	38900.00
<i>Total Activo Corriente</i>	70030.00
<i>Activo no Corriente</i>	
<i>Inmuebles, muebles y equipos</i>	298789.00
<i>Intangibles</i>	123.00
<i>Total Activo no Corriente</i>	298912.00
<i>Total Activo</i>	368942.00
<i>Pasivo</i>	
<i>Pasivo corriente</i>	
<i>Cuentas por pagar</i>	17899.00
<i>Otras cuentas por pagar</i>	19877.00
<i>Total Pasivo corriente</i>	37776.00
<i>Pasivo no corriente</i>	
<i>Deudas a largo plazo</i>	13233.00
<i>Total Pasivo no corriente</i>	13233.00
<i>Total Pasivo</i>	51009.00
<i>Patrimonio</i>	
<i>Capital social</i>	200000.00
<i>Resultados del ejercicio</i>	70245.00
<i>Resultados acumulados</i>	47688.00
<i>Total Patrimonio</i>	317933.00
<i>Total Pasivo y Patrimonio</i>	368942.00

2. Estado de Situación financiera años 2017, 2018, 2019.

Tabla 23

Estado de Situación financiera años 2017, 2018, 2019.

<i>PARTIDAS</i>	2017	%	2018	%	2019
<i>Activo</i>					
<i>Activo Corriente</i>					
<i>Efectivo y equivalentes de efectivo</i>	9446.00	51.94	14351.87	65.81	23796.31
<i>Cuentas por cobrar</i>	2339.00	37.75	3222.00	20.58	3885.00
<i>Materia Prima</i>	12767.00	14.09	14566.00	13.67	16557.00
<i>Herramientas</i>	6578.00	-2.16	6436.00	-15.49	5439.00
<i>Mercaderías</i>	38900.00	6.25	41333.00	22.61	50678.00
<i>Total Activo Corriente</i>	70030.00	14.11	79908.87	25.59	100355.31
<i>Activo no Corriente</i>					
<i>Inmuebles, muebles y equipos: neto</i>	298789.00	-6.18	280332.00	-7.42	259544.00
<i>Intangibles</i>	123.00	52.85	188.00	0.00	188.00
<i>Total Activo no Corriente</i>	298912.00	-6.15	280520.00	-7.41	259732.00
<i>Total Activo</i>	368942.00	-2.31	360428.87	-0.09	360087.31
<i>Pasivo</i>					
<i>Pasivo corriente</i>					
<i>Cuentas por pagar</i>	17899.00	-53.44	8333.00	64.17	13680.00
<i>Otras cuentas por pagar</i>	19877.00	-65.85	6788.00	31.10	8899.00
<i>Total Pasivo corriente</i>	37776.00	-59.97	15121.00	49.32	22579.00
<i>Pasivo no corriente</i>					
<i>Deudas a largo plazo</i>	13233.00	40.86	18640.07	-100.00	0.00
<i>Total Pasivo no corriente</i>	13233.00	40.86	18640.07	-100.00	0.00
<i>Total Pasivo</i>	51009.00	-33.81	33761.07	-33.12	22579.00
<i>Patrimonio</i>					
<i>Capital social</i>	200000.00	0.00	200000.00	0.00	200000.00
<i>Resultados del ejercicio</i>	70245.00	2.92	72298.17	15.85	83756.28
<i>Resultados acumulados</i>	47688.00	14.01	54369.63	-1.14	53752.03
<i>Total Patrimonio</i>	317933.00	2.75	326667.80	3.32	337508.31
<i>Total Pasivo y Patrimonio</i>	368942.00	-2.31	360428.87	-0.09	360087.31

3. Estado de Resultados años 2017

Tabla 24

Estado de Resultados años 2017.

<i>PARTIDAS</i>	2017
<i>Ventas netas</i>	363300.00
<i>Costo de ventas</i>	147169.00
<i>Utilidad bruta</i>	216131.00
<i>Gastos operativos</i>	
<i>Gastos de administración</i>	127955.00
<i>Gastos de ventas</i>	2400.00
<i>Depreciación anual</i>	15400.00
<i>Utilidad operativa</i>	70376.00
<i>Más / Menos: otros ingresos o egresos</i>	
<i>Ingresos financieros</i>	
<i>Gastos financieros</i>	88.00
<i>Intereses financieros</i>	1120.00
<i>Utilidad neta antes de impuestos</i>	70245.00
<i>Impuesto a la renta 1.5%</i>	5449.50
<i>Utilidad después de impuestos</i>	64795.50

4. Estado de Resultados años 2017, 2018, 2019.

Tabla 25

Estado de Resultados años 2017, 2018, 2019.

<i>PARTIDAS</i>	2017	%	2018	%	2019
<i>Ventas netas</i>	363300	6	385098	10.00	423607
<i>Costo de ventas</i>	147169	6	156000	10.00	171600
<i>Utilidad bruta</i>	216131	6	229098	10.00	252007.8
<i>Gastos operativos</i>					0
<i>Gastos de administración</i>	127955	4.15	133260	10.00	146586
<i>Gastos de ventas</i>	2400	0.00	2400	8.00	2592
<i>Depreciación anual</i>	15400	12.99	17400	0.00	17400
<i>Utilidad operativa</i>	70376	8.05	76038	12.35	85429.8
<i>Más / Menos: otros ingresos o egresos</i>					
<i>Ingresos financieros</i>					
<i>Gastos financieros</i>	88	143.41	214.2	0.00	214.2
<i>Intereses financieros</i>	1120	214.79	3525.63	-58.61	1459.32
<i>Utilidad neta antes de impuestos</i>	70245	2.92	72298.17	15.85	83756.28
<i>Impuesto a la renta 1.5%</i>	5449.5	6	5776.47	8.00	6238.59
<i>Utilidad después de impuestos</i>	64795.5	8.04	70004.33	8.00	75604.68

RATIOS FINANCIEROS

1. ÍNDICE DE SOLVENCIA

$$\text{ÍNDICE SOLVENCIA} = \text{ACTIVO CORRIENTE} / \text{PASIVO CORRIENTE}$$

2017

70,030 / 37,776

= 1.85

2018

79,909 / 15,121

= 5.28

Comentario:

La empresa contó en el año 2017 con el importe de S/. 1.85 por cada sol que debe en el corto plazo, mientras que para el año 2018 S/. 5.28, resultado que se considera bastante optimo puesto que lo aceptable debe que el ratio óptimo es 2 o > a 2.

2. ÍNDICE DE LA PRUEBA ÁCIDA

$$\text{ÍNDICE PRUEBA ÁCIDA} = \frac{\text{ACT. CTE.} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

2017	2018
$70,030 - 58,245 / 37,776$	$79,909 - 62,335 / 15,121$
$= 0.31$	$= 1.16$

Comentario:

La empresa contó en el año 2017 con el importe de S/. 0.31 por cada sol que deberá en el corto plazo, mientras que para el año 2018 S/. 1.16, por cada sol que deberá en el corto plazo, teniendo el índice más óptimo para el año 2018, debido a que pagando su deuda le queda aún S/. 0.16.

CAPITAL DE TRABAJO

$$\text{KW} = \text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{PASIVO CORRIENTE}$$

2017	2018
$70,030 - 37,776$	$79,909 - 15,121$
$= 32,254$	$= 64,788$

Comentario:

La empresa contó en el año 2017 con el importe de S/. 32,254 soles, y para el año 2018 S/. 64,788 soles, como capital de trabajo para atender sus requerimientos de materia prima y gastos operativos, obteniendo para el 2018 un aumento en S/. 32,534.

3. ÍNDICE DE LA PRUEBA DEFENSIVA

$\text{PRUEBA DEFENSIVA} = \frac{\text{ACT. CTE.} - \text{INVENTARIOS} - \text{CTAS. POR COBRAR}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$

2017

2018

70,030 – 58,245 – 2,339 / 37,776

79,909 – 62,335 – 3,222 / 15,121

= 0.25

= 0.94

Comentario:

Para el año 2017 contó S/. 0.25 y para el año 2018 S/. 0.94 por cada sol que deberá en el corto plazo lo cual resultará bastante insuficiente para atender sus compromisos.

4. ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

$\text{ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR} = \text{VENTAS NETAS} / \text{CTAS. X C.C}$
--

2017

2018

363,300 / 2,339

385,098 / 3,222

= 155.32

= 119.52

Comentario:

Se interpreta diciendo que para el año 2017 la empresa roto sus cuentas 155.32 veces, y en la misma forma para el año 2018 es de 119.52 veces para la conversión de la cartera a efectivo.

5. PLAZO PROMEDIO DE COBRANZA

$$\text{PROMEDIO DE COBRANZA} = \text{CTAS. X C.C} \times 360 \text{ DÍAS} / \text{VENTAS NETAS}$$

2017	2018
$2,339 * 360 \text{ D} / 363,300$	$3,222 * 360 \text{ D} / 385,098$
$= 2 \text{ D}$	$= 3 \text{ D}$

Comentario:

La empresa demora 2 días para el año 2017 y 3 días para el año 2018, en recuperar las cuentas con sus clientes. Estos resultados son óptimos mostrando la eficiencia en la recuperación de la cartera.

6. PLAZO PROMEDIO DE PAGO

$$\text{PROMEDIO DE PAGO} = \text{CTAS. X PAGAR} \times 360 \text{ DÍAS} / \text{VENTAS NETAS}$$

2017	2018
$17,899 * 360 \text{ D} / 363,300$	$8,333 * 360 \text{ D} / 385,098$
$= 18 \text{ D}$	$= 8 \text{ D}$

Comentario:

La empresa demora aproximadamente 18 días para el año 2017 y 8 días para el año 2018, en realizar sus pagos a sus proveedores.

7. RAZÓN PATRIMONIO ACTIVO

$$\text{RPA} = \frac{\text{PATRIMONIO}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} * 100$$

2017	2018
$317,933 * 100 / 368,942$	$326,668 * 100 / 360,429$
= 86.17	= 90.63

Comentario:

En el año 2017 la empresa financió sus activos totales con sus propios recursos en el orden del 86.17% mientras que para el año 2018 es de 90.63%

8. RAZONES DE ENDEUDAMIENTO

$$\text{RAZÓN DE DEUDA} = \frac{\text{PASIVOS TOTALES}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} * 100$$

2017	2018
$51,009 * 100 / 368,942$	$33,761 * 100 / 360,429$
= 13.62	= 9.36

Comentario:

La empresa para el año 2017 la empresa financió sus pasivos totales con sus propios activos en el orden del 13.62% y el año 2018 en 9.36%.

9. RAZÓN DE COMPOSICIÓN DE DEUDA

$$\text{RCD} = \text{PASIVOS CORRIENTES} / \text{PASIVOS TOTALES} * 100$$

2017	2018
$37,776 * 100 / 51,009$	$15,121 * 100 / 33,761$
$= 74.05$	$= 44.79$

Comentario:

En el año 2017 obtuvo 74.05 % y 44.79 % para el 2018, donde la empresa tiene previsto cancelar su deuda corriente en su totalidad puesto que sus ventas las realiza al contado.

10. RAZONES DE RENTABILIDAD

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE INGRESOS} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}} * 100$$

VENTAS

2017	2018
$64,769 * 100 / 363,300$	$70,004 * 100 / 385,098$
$= 17.82$	$= 18.17$

Comentario:

Afirmando que las ventas realizadas en el año 2017 fueron de 17.82 % y 18.17 % para el 2018 generando una rentabilidad sobre los ingresos.

11. RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

$$RA = \frac{UTILIDAD\ NETA}{TOTAL\ ACTIVOS} * 100$$

2017	2018
$64,769 * 100 / 368,942$	$70,004 * 100 / 360,429$
$= 17.55$	$= 19.42$

Comentario:

Como resultado obtuvimos que la rentabilidad de los activos totales de la empresa para el año 2017 en relación con la utilidad obtenida es del 17.55 % y para el año 2018 fue de 19.42%

12. RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO

$$RP = \frac{UTILIDAD\ NETA}{PATRIMONIO\ TOTAL} * 100$$

2017	2018
$64,796 * 100 / 317,933$	$70,004 * 100 / 326,668$
$= 20.38$	$= 21.43$

Comentario:

Se interpreta que la empresa en el 2017 obtuvo una rentabilidad sobre su patrimonio en el orden del 20.38 % y 21.43 % para el 2018.

Tabla 26
Flujo de caja operativo.

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total
<i>Ventas</i>	19100	23000	29100	30800	49200	26100	45900	22400	21300	21000	24000	51400	363300
<i>Costo de ventas</i>	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	156000
<i>Flujo de Caja</i>	6100	10000	16100	17800	36200	13100	32900	9400	8300	8000	11000	38400	207300
<i>Gastos e inversión</i>													
<i>Sueldos</i>	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	103200
<i>Agua potable</i>	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
<i>Energía eléctrica</i>	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5400
<i>Alquileres</i>	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	15600
<i>Telefonía celular</i>	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
<i>Internet</i>	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840
<i>Cable</i>	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900
<i>Arbitrios municipal</i>	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
<i>Publicidad</i>	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
<i>Útiles oficina</i>	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
<i>Útiles aseo</i>	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
<i>Intereses financie</i>	3526												3526
<i>Préstamo</i>	16360												16360
<i>Gastos financieros</i>	214												214
<i>Intangibles</i>	4030												4030
<i>Capital de trabajo</i>	27980												27980
<i>Inversiones</i>	2990												2990
<i>Gasto e inversión</i>	66385	11285	11285	11285	11285	11285	11285	11285	11285	11285	11285	11285	190520
<i>Flujo neto de caja</i>	-60285	-1285	4815	6515	24915	1815	21615	-1885	-2985	-3285	-285	27115	16780
<i>Saldo inicial</i>	35000	-22303	-23588	-18773	-12258	12657	14472	7143	5258	2273	-1012	-1297	-2428
<i>Aporte empresa</i>	2982												
<i>Saldo final de caja</i>	-22303	-23588	-18773	-12258	12657	14472	7143	5258	2273	-1012	-1297	25818	14352

Tabla 27
Flujo financiero.

<i>PARTIDAS</i>	2018	2019
<i>I. Ventas</i>	385098.00	423607.80
<i>II. Inversión</i>		
<i>Préstamo bancario</i>	35000.00	
<i>Recursos propios</i>	2982.00	
<i>III. Costo del servicio</i>	156000.00	171600.00
<i>Sueldos</i>	103200.00	113520.00
<i>Agua potable</i>	960.00	1056.00
<i>Energía eléctrica</i>	5400.00	5940.00
<i>Alquileres</i>	15600.00	17160.00
<i>Telefonía celular</i>	3600.00	3960.00
<i>Internet</i>	840.00	924.00
<i>Cable</i>	900.00	990.00
<i>Arbitrios municipales</i>	960.00	1056.00
<i>Publicidad</i>	2400.00	2592.00
<i>Útiles oficina</i>	600.00	660.00
<i>Útiles aseo</i>	1200.00	1320.00
<i>Gastos bancarios</i>	214.20	214.20
<i>Intereses préstamo</i>	3525.63	1459.32
<i>Gastos de administración</i>	139399.83	150851.52
<i>IV. Sub Total</i>	89698.17	101156.28
<i>Depreciación</i>	-17400.00	-17400.00
<i>V. Total bruto</i>	72298.17	83756.28
<i>V. Impuestos</i>	-5776.00	-6238.00
<i>VII. Flujo de caja económico</i>	66522.17	77518.28

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Después de los análisis realizados de las oportunidades de crecimiento de la empresa Mueblería FabriMuebles Maryori, cuenta con las mejores oportunidades que le brinda el mercado para expandir sus operaciones al centro de la ciudad de Chiclayo y que en definitiva tendrá un efecto favorable en los índices de su rentabilidad.

Se ha podido establecer claramente que el plan de expansión de la empresa se encuentra totalmente sustentado habiéndose podido identificar el costo beneficio que conlleva dicha expansión y que en definitiva será beneficioso para mejorar los índices de rentabilidad de FabriMuebles Maryori, que incluya el mantenimiento exhaustivo de la maquinaria y equipos.

Mediante la investigación se ha llegado a determinar adecuadamente la mejora en los índices de rentabilidad que se obtendrían al expandir las operaciones de la Mueblería FabriMuebles Maryori, pero esto partirá en primer lugar por realizar mayores controles de calidad a los procesos de fabricación a fin de evitar que los productos corran el riesgo de salir defectuosos.

A través de la evaluación se ha podido evaluar la conveniencia de acceder a financiamiento bancario para expandir las operaciones de la Mueblería FabriMuebles Maryori, habiéndose determinado acceder a un financiamiento que sea el más conveniente para los intereses de la empresa por ser de fácil obtención y menos oneroso.

La evaluación financiera realizada a través de los Estados Financieros ha demostrado de manera fehaciente que el programa de inversiones es totalmente viable y que la rentabilidad está totalmente asegurada en el corto plazo.

RECOMENDACIONES

La gerencia de la empresa deberá encargarse directamente de supervisar el buen funcionamiento de las maquinarias y equipos, realizando oportunamente su mantenimiento y con las debidas inspecciones para que operen adecuadamente.

Se deberá abastecer oportunamente a la nueva tienda con los productos requeridos y otros para que se mantengan en stock, considerando que su desabastecimiento generará una imagen inadecuada en los clientes.

Privilegiar el gusto del cliente en el sentido de acceder a sus requerimientos, ya que él será en muchas ocasiones quien escoja el color, tamaño, diseño y modelo del mueble, debiendo verificarse que el producto haya quedado en las mejores condiciones, sin imperfecciones o fallas y así poderlo retirarlo del almacén y trasladarlo a la tienda.

En el caso del financiamiento, se recomienda cumplir con los pagos en los plazos acordados con la entidad financiera a fin de no generar una mala imagen que pudiera ser contraproducente para futuros endeudamientos financieros.

REFERENCIAS

- Administración Federal – AFIP (2011) *Fabricación de muebles* Disponible en: www.afip.gov.ar/Institucional/boletinImpositivo/.../BI196Noviembre2013.pdf
- Aguilar, Z. y García, A. (2013) *Diseño de la distribución de fábrica de muebles* (Tesis de pregrado) Universidad Católica. Perú Disponible en: www19.iadb.org/intal/icom/wp-content/uploads/2015/10/Revista-ICOM-39.pdf
- Aguilar, Z. y García, A. (2013) *Plan estratégico para la industria de muebles en Lambayeque* (Tesis de postgrado) Universidad Católica. Perú Disponible en: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4608/AGUILAR_GARCIA_VASQUEZ_INDUSTRIA_MUEBLES.pdf?sequence=1
- Alva, D. y Paredes, D. (2016) *Diseño de planta de muebles y de nuevas políticas de inventarios* (Tesis de postgrado) Universidad Católica. Perú Disponible en: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6017/ALVA_DANIEL_PAREDES_DENISSE_DISEÑO_DISTRIBUCIÓN_PLANTA.pdf?sequence=1
- Ansuini, M. y Buleje, S. (2015) *Principales factores para incorporar nuevas tecnologías de comercialización, villa el salvador* (Tesis de postgrado) Universidad Católica. Perú. Disponible en: tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/6831
- Arias, J. y Delgado, L. (2014) *Plan de negocio para la creación de una productora y comercializadora de sillas con capas acolchadas para espaldar* (Tesis de pregrado) Universidad de Chile. Chile Disponible en: http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/maggi_nv/pdf/maggi_nv.pdf
- Barreto, I. y Gamero, V. (2011) *Plan de negocios de muebles para departamentos* (Tesis de postgrado) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Perú Disponible en: repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/324390
- Benavides (2012) *La rentabilidad*. Disponible en: www.novabella.org/la-importancia-de-la-rentabilidad/

- Castillo, K. y Vela, L. (2017) *Modelo de gestión estratégica con enfoque de innovación para la mejora de la competitividad empresarial* (Tesis de postgrado) Universidad Pedro Ruiz Gallo. Perú.
- Chambi, G. (2016) *La formalización de las Mypes de fabricación de muebles del parque industrial y su influencia en la rentabilidad del periodo* (Tesis de postgrado) Universidad Autónoma del Perú. Perú Disponible en: repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/351
- Delgado, R. (2015) *Propuesta para la mejora de la gestión logística en Tablenorte* (Tesis de postgrado) Universidad Santo Toribio. Perú
- Diario Gestión (2015) *Fabrica Ferrini aumentaría fabricación de muebles al extranjero* Disponible en: <https://gestion.pe/empresas/ferrini-aumentaria-fabricacion-muebles-marcas-extranjeras-2145866>
- Diario la Verdad (2014) *Muebles de Melamina y empresas de drywall*. Disponible en: <https://diariolaverdad.pe/muebles-de-melamina-y-empresas-de-drywall-el-futuro-de-la-fabricacion/>
- Diario Perú 21 (2015) *Diseño de muebles, un espacio para lograr el éxito* Disponible en: <https://peru21.pe/emprendedores/disenio-muebles-espacio-lograr-exito-167596>
- Emprendedores (2015) *Tienda de Muebles* Disponible en: <http://uniemprendia.es/muebles-de-oficina-ergonomicos/>
- Fondo Nacional de Desarrollo (2014) *Análisis del sector mobiliario* Disponible en: <http://www.colcapital.org/wp-content/uploads/2016/02/iv.-Informe-Sectorial-Sectores-Inmobiliario-y-Construccion-.pdf>
- Godoy, M. (2016) *La competitividad en las MYPES del sector venta de muebles distrito los olivos* (Tesis de postgrado) Universidad Los Ángeles. Perú. Disponible en: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1051/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_PENA_LIZANO_MERCEDES.pdf?sequence=1
- Gómez, M. (2012) *Tienda de muebles* (Tesis de postgrado) Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente México. México Disponible en:

<https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/3408/TOG%20Manuel%20Alejandro%20Gomez.pdf?sequence=2>

Gonzales, A. (2016) *Análisis de la industria de muebles* *Análisis de la industria de muebles*.

Disponible en: tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8243

Guachilema, C. (2014) *Implementación de centro de comercialización para la empresa Italmueble en Quito* (Tesis de postgrado) Universidad Tecnológica Equinoccial Ecuador. Disponible en:

repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1188/1/58172_1.pdf

Herranz, M. (2014) *La Estrategia de Expansión*. Disponible en:

<https://emprendedoresempresas.wordpress.com/2014/11/26/la-estrategia-de-expansion/>

Ibacache, J. (2014) *Análisis de empresa de comercialización de muebles multifuncionales en la región metropolitana* (Tesis de postgrado) Universidad de Chile. Disponible en:

http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/117077/cf-ibacache_jm.pdf?sequence=1

Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones (2016) Disponible en: <http://biblioteca.cfi.org.ar/wp-content/uploads/sites/2/2015/01/50594.pdf>

Kiziryan, (2015) *Rentabilidad* Disponible en: www.fondoempleo.com.pe/descargas/PRESENTACIONDEL TALLER.ppt

Maldonado, M. (2016) *Análisis del consumidor de muebles para el sector norte de Guayaquil* (Tesis de postgrado) Universidad de Santiago de Guayaquil. Ecuador. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5675/1/T-UCSG-POS-MGM-13.pdf>

Ministerio de Industrias (2012) *Estudios industriales de la MYPES* Disponible en: <https://gestion.pe/noticias-de-micro-pequenas-empresas-7739>

Pymex Perú (2016) *Crea tu empresa de muebles prefabricados* Disponible en: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6017/ALVA_DAN

IEL_PAREDES_DENISSE_DISEÑO_DISTRIBUCIÓN_PLANTA
.pdf?sequence=1

Quimbiulco, C. (2012) *Creación de una empresa dedicada al diseño, y comercialización de muebles en el cantón Quito* (Tesis de postgrado) Universidad Central del Ecuador. Ecuador Disponible en: www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/903

Revista Anuario (2016) *El nuevo diseño mexicano busca impactar en el sector económico y social* Disponible en: <http://www.admexico.mx/disenio/gran-diseno/articulos/marion-cortina-gaia-design-mexico/2581>

Revista Especializada Infocif (2015). *Un plan de expansión*. Disponible en:

<https://noticias.infocif.es/noticia/que-es-y-como-se-elabora-un-plan-de-expansion>

Revista Destino Negocio (2015) *Cinco alternativas para expandir cualquier tipo de negocios* Disponible en: <http://destinonegocio.com/uy/economia-uy/conoce-cinco-alternativas-de-estrategias-de-crecimiento-para-tu-negocio/>

Revista Negocio Rentable (2016) *Fabricar Muebles de Melamina* Disponible en: <http://negociorentablehoy.com/ideas-de-negocios-fabricar-muebles-de-melamina/>

Revista Plus Empresarial (2017) *Negocio rentable: Estudio de decoración de interiores* Disponible en: <https://revistaaxxis.com.co/decoracion/>

Revista SciELO (2012) *Costos por Actividades ABC* Disponible en: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S231329572017000100004&script=sci_arttext&tlng=es

Universidad de Chile (2013) *Influencia de exportaciones de muebles de madera* Disponible en: www.iei.uchile.cl/documentos/estudio-de-caso-completo_95591_0_0948.docx

Zamora, A. (2011) *Rentabilidad y Ventaja Comparativa*. Disponible en:

<http://www.eumed.net/libros-ratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>

ANEXOS

ENTREVISTA

Realizada al Gerente General y Contador

1. ¿Cuáles cree Usted que han sido los factores que más han influido en la baja de la rentabilidad de la empresa?
2. ¿Cuáles cree Usted que deberían ser las acciones inmediatas para administrar adecuadamente los recursos en bien de su rentabilidad?
3. ¿Con que frecuencia la empresa ha requerido financiamiento bancario para atender sus operaciones habituales?
4. ¿Qué acciones debería tomar la empresa para gestionar financiamiento bancario sin afectar los niveles de rentabilidad?
5. ¿Qué medidas de contingencia ha tomado la empresa para considerar la posibilidad de ampliar sus operaciones?
6. ¿Qué medidas correctivas ha tomado la empresa para expandir sus operaciones a fin de que se incremente los niveles de su rentabilidad?
7. Después de los análisis realizados para evaluar la expansión del negocio ¿Han previsto el crecimiento esperado de su mercado?
8. ¿Podría indicarnos las estrategias que tienen previstas implementar para lograr un adecuado plan de expansión de la mueblería?
9. ¿Tiene establecidos los costos asociados y las necesidades de inversión para la expansión de la mueblería?

INFORMACION FINANCIERA

Proyección de ventas año 2018

<i>Ventas</i>	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total
<i>La Victoria</i>	8600	10600	13400	14300	22500	11600	19800	10100	9900	10100	11500	22600	165000
<i>Chiclayo</i>	10500	12400	15700	16500	26700	14500	26100	12300	11400	10900	12500	28800	198300
<i>Total</i>	19100	23000	29100	30800	49200	26100	45900	22400	21300	21000	24000	51400	363300

Nota:

La empresa ha estimado un incremento en las ventas para sus dos locales según detalle:

- Incremento del 6% para el año 2018.
- Incremento del 10% para el año 2019.

Pronóstico de ventas año 2018 y 2019

<i>Partidas</i>	2017	6%	2018	8%	2019
<i>Ventas</i>	363300.00		385098.00		423607.00
<i>La Victoria</i>	165000.00	6%	174900.00	8%	192390.00
<i>Chiclayo</i>	198300.00	6%	210198.00	8%	231217.00

Estructura de costos y gastos operativos años 2018 y 2019

<i>PARTIDAS</i>	MENSUAL	2018	2019
<i>Costos operativos</i>			
<i>Materia prima y materiales</i>	13000	156000	171600
<i>Total costos operativos</i>	13000	156000	171600
<i>Gastos administrativos</i>			
<i>Remuneraciones</i>	8600	103200	113520
<i>Agua potable</i>	80	960	1056
<i>Energía eléctrica</i>	450	5400	5940
<i>Alquiler de local</i>	1300	15600	17160
<i>Telefonía celular</i>	300	3600	3960
<i>Internet</i>	70	840	924
<i>Cable</i>	75	900	990
<i>Arbitrios municipales</i>	80	960	1056
<i>Publicidad</i>	200	2400	2640
<i>Útiles de escritorio</i>	50	600	660
<i>Útiles de aseo</i>	100	1200	1320
<i>Gastos bancarios</i>	17.85	214.2	214.2
<i>Intereses préstamo</i>	293.8	3525.63	1459.32
<i>Total gastos administrativos</i>	11616.65	139399.83	150899.52
<i>Total costos y gastos</i>	24616.65	295399.83	322499.52
<i>Depreciación anual</i>	1450	17400	17400
<i>Total costos y depreciación</i>	26066.65	312799.8	339899.04

Resumen ingresos y Costos

<i>PARTIDAS</i>	2018	2019
<i>Ingresos por ventas</i>	385098	423607
<i>Costos y gastos operativos</i>	-295399	-322499.5
<i>Total</i>	89699	101108

Análisis de costos fijos, variables y gastos fijos sin depreciación

PARTIDAS	GASTOS	COSTOS	COSTOS
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS
<i>Materia prima</i>		13000	13000
<i>Remuneraciones</i>			8600
<i>Agua potable</i>			80
<i>Energía eléctrica</i>			450
<i>Alquiler de local</i>	1300		1300
<i>Telefonía celular</i>	300		300
<i>Internet</i>	70		70
<i>Cable</i>	75		75
<i>Arbitrios municipales</i>	80		80
<i>Publicidad</i>	200		200
<i>Útiles de escritorio</i>	50		50
<i>Gastos bancarios</i>	100		100
<i>Intereses leasing</i>	17.85		17.85
<i>Útiles de aseo</i>	293.8		293.8
Total	2486.65	13000	24616.65

Análisis de costos fijos, variables y gastos fijos con depreciación

PARTIDAS	GASTOS	COSTOS	COSTOS
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS
<i>Materia prima</i>		13000	13000
<i>Remuneraciones</i>			8600
<i>Agua potable</i>			80
<i>Energía eléctrica</i>			450
<i>Alquiler de local</i>	1300		1300
<i>Telefonía celular</i>	300		300
<i>Internet</i>	70		70
<i>Cable</i>	75		75
<i>Arbitrios municipales</i>	80		80
<i>Publicidad</i>	200		200
<i>Útiles de escritorio</i>	50		50
<i>Gastos bancarios</i>	100		100
<i>Intereses leasing</i>	17.85		17.85
<i>Útiles de aseo</i>	293.8		293.8
<i>Depreciación</i>	1450		1450
Total	3936.65	13000	26066.65

Estado de Situación financiera años 2017

<i>PARTIDAS</i>	<i>2017</i>
<i>Activo</i>	
<i>Activo Corriente</i>	
<i>Efectivo y equivalentes de efectivo</i>	9446.00
<i>Cuentas por cobrar</i>	2339.00
<i>Materia Prima</i>	12767.00
<i>Herramientas</i>	6578.00
<i>Mercaderías</i>	38900.00
<i>Total Activo Corriente</i>	70030.00
<i>Activo no Corriente</i>	
<i>Inmuebles, muebles y equipos</i>	298789.00
<i>Intangibles</i>	123.00
<i>Total Activo no Corriente</i>	298912.00
<i>Total Activo</i>	368942.00
<i>Pasivo</i>	
<i>Pasivo corriente</i>	
<i>Cuentas por pagar</i>	17899.00
<i>Otras cuentas por pagar</i>	19877.00
<i>Total Pasivo corriente</i>	37776.00
<i>Pasivo no corriente</i>	
<i>Deudas a largo plazo</i>	13233.00
<i>Total Pasivo no corriente</i>	13233.00
<i>Total Pasivo</i>	51009.00
<i>Patrimonio</i>	
<i>Capital social</i>	200000.00
<i>Resultados del ejercicio</i>	70245.00
<i>Resultados acumulados</i>	47688.00
<i>Total Patrimonio</i>	317933.00
<i>Total Pasivo y Patrimonio</i>	368942.00

Estado de Situación financiera años 2017, 2018, 2019

<i>PARTIDAS</i>	2017	%	2018	%	2019
<i>Activo</i>					
<i>Activo Corriente</i>					
<i>Efectivo y equivalentes de efectivo</i>	9446.00	51.94	14351.87	65.81	23796.31
<i>Cuentas por cobrar</i>	2339.00	37.75	3222.00	20.58	3885.00
<i>Materia Prima</i>	12767.00	14.09	14566.00	13.67	16557.00
<i>Herramientas</i>	6578.00	-2.16	6436.00	-15.49	5439.00
<i>Mercaderías</i>	38900.00	6.25	41333.00	22.61	50678.00
<i>Total Activo Corriente</i>	70030.00	14.11	79908.87	25.59	100355.31
<i>Activo no Corriente</i>					
<i>Inmuebles, muebles y equipos: neto</i>	298789.00	-6.18	280332.00	-7.42	259544.00
<i>Intangibles</i>	123.00	52.85	188.00	0.00	188.00
<i>Total Activo no Corriente</i>	298912.00	-6.15	280520.00	-7.41	259732.00
<i>Total Activo</i>	368942.00	-2.31	360428.87	-0.09	360087.31
<i>Pasivo</i>					
<i>Pasivo corriente</i>					
<i>Cuentas por pagar</i>	17899.00	-53.44	8333.00	64.17	13680.00
<i>Otras cuentas por pagar</i>	19877.00	-65.85	6788.00	31.10	8899.00
<i>Total Pasivo corriente</i>	37776.00	-59.97	15121.00	49.32	22579.00
<i>Pasivo no corriente</i>					
<i>Deudas a largo plazo</i>	13233.00	40.86	18640.07	-100.00	0.00
<i>Total Pasivo no corriente</i>	13233.00	40.86	18640.07	-100.00	0.00
<i>Total Pasivo</i>	51009.00	-33.81	33761.07	-33.12	22579.00
<i>Patrimonio</i>					
<i>Capital social</i>	200000.00	0.00	200000.00	0.00	200000.00
<i>Resultados del ejercicio</i>	70245.00	2.92	72298.17	15.85	83756.28
<i>Resultados acumulados</i>	47688.00	14.01	54369.63	-1.14	53752.03
<i>Total Patrimonio</i>	317933.00	2.75	326667.80	3.32	337508.31
<i>Total Pasivo y Patrimonio</i>	368942.00	-2.31	360428.87	-0.09	360087.31

Estado de Resultados años 2017

<i>PARTIDAS</i>	<i>2017</i>
<i>Ventas netas</i>	363300.00
<i>Costo de ventas</i>	147169.00
<i>Utilidad bruta</i>	216131.00
<i>Gastos operativos</i>	
<i>Gastos de administración</i>	127955.00
<i>Gastos de ventas</i>	2400.00
<i>Depreciación anual</i>	15400.00
<i>Utilidad operativa</i>	70376.00
<i>Más / Menos: otros ingresos o egresos</i>	
<i>Ingresos financieros</i>	
<i>Gastos financieros</i>	88.00
<i>Intereses financieros</i>	1120.00
<i>Utilidad neta antes de impuestos</i>	70245.00
<i>Impuesto a la renta 1.5%</i>	5449.50
<i>Utilidad después de impuestos</i>	64795.50

Estado de Resultados años 2017, 2018, 2019

<i>PARTIDAS</i>	2017	%	2018	%	2019
<i>Ventas netas</i>	363300.00	6	385098	10.00	423607
<i>Costo de ventas</i>	147169.00	6	156000	10.00	171600
<i>Utilidad bruta</i>	216131.00	6	229098	10.00	252007.8
<i>Gastos operativos</i>					0
<i>Gastos de administración</i>	127955.00	4.15	133260	10.00	146586
<i>Gastos de ventas</i>	2400.00	0.00	2400	8.00	2592
<i>Depreciación anual</i>	15400.00	12.99	17400	0.00	17400
<i>Utilidad operativa</i>	70376.00	8.05	76038	12.35	85429.8
<i>Más / Menos: otros ingresos o egresos</i>					
<i>Ingresos financieros</i>					
<i>Gastos financieros</i>	88.00	143.41	214.2	0.00	214.2
<i>Intereses financieros</i>	1120.00	214.79	3525.63	-58.61	1459.32
<i>Utilidad neta antes de impuestos</i>	70245.00	2.92	72298.17	15.85	83756.28
<i>Impuesto a la renta 1.5%</i>	5449.50	6	5776.47	8.00	6238.59
<i>Utilidad después de impuestos</i>	64795.50	8.04	70004.33	8.00	75604.68

Flujo de caja operativo

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total
<i>Ventas</i>	19100	23000	29100	30800	49200	26100	45900	22400	21300	21000	24000	51400	363300
<i>Costo de ventas</i>	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	13000	156000
<i>Flujo de Caja</i>	6100	10000	16100	17800	36200	13100	32900	9400	8300	8000	11000	38400	207300
<i>Gastos e inversión</i>													
<i>Sueldos</i>	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	103200
<i>Agua potable</i>	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
<i>Energía eléctrica</i>	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5400
<i>Alquileres</i>	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	15600
<i>Telefonía celular</i>	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
<i>Internet</i>	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840
<i>Cable</i>	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900
<i>Arbitrios municipal</i>	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
<i>Publicidad</i>	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
<i>Útiles oficina</i>	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
<i>Útiles aseo</i>	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
<i>Intereses financie</i>	3526												3526
<i>Préstamo</i>	16360												16360
<i>Gastos financieros</i>	214												214
<i>Intangibles</i>	4030												4030
<i>Capital de trabajo</i>	27980												27980
<i>Inversiones</i>	2990												2990
<i>Gasto e inversión</i>	66385	11285	11285	11285	11285	11285	11285	11285	11285	11285	11285	11285	190520
<i>Flujo neto de caja</i>	-60285	-1285	4815	6515	24915	1815	21615	-1885	-2985	-3285	-285	27115	16780
<i>Saldo inicial</i>	35000	-22303	-23588	-18773	-12258	12657	14472	7143	5258	2273	-1012	-1297	-2428
<i>Aporte empresa</i>	2982												
<i>Saldo final de caja</i>	-22303	-23588	-18773	-12258	12657	14472	7143	5258	2273	-1012	-1297	25818	14352

Flujo de caja financiero

<i>PARTIDAS</i>	2018	2019
<i>I. Ventas</i>	385098.00	423607.80
<i>II. Inversión</i>		
<i>Préstamo bancario</i>	35000.00	
<i>Recursos propios</i>	2982.00	
<i>III. Costo del servicio</i>	156000.00	171600.00
<i>Sueldos</i>	103200.00	113520.00
<i>Agua potable</i>	960.00	1056.00
<i>Energía eléctrica</i>	5400.00	5940.00
<i>Alquileres</i>	15600.00	17160.00
<i>Telefonía celular</i>	3600.00	3960.00
<i>Internet</i>	840.00	924.00
<i>Cable</i>	900.00	990.00
<i>Arbitrios municipales</i>	960.00	1056.00
<i>Publicidad</i>	2400.00	2592.00
<i>Útiles oficina</i>	600.00	660.00
<i>Útiles aseo</i>	1200.00	1320.00
<i>Gastos bancarios</i>	214.20	214.20
<i>Intereses préstamo</i>	3525.63	1459.32
<i>Gastos de administración</i>	139399.83	150851.52
<i>IV. Sub Total</i>	89698.17	101156.28
<i>Depreciación</i>	-17400.00	-17400.00
<i>V. Total bruto</i>	72298.17	83756.28
<i>V. Impuestos</i>	-5776.00	-6238.00
<i>VII. Flujo de caja económico</i>	66522.17	77518.28

VALIDACION DE INSTRUMENTOS

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Mg. CPC Lupe Cachay Sanchez, Contador Público Colegiado y , Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (Entrevista) elaborada por: Jacqueline Ivón Seclén Barrientos, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: EXPANSIÓN DE LA MUEBLERIA FABRIMUEBLES MARYORI Y EL EFECTO EN SU RENTABILIDAD, CHICLAYO 2017.

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Pimentel, 25 de Abril del 2018



.....
DNI 16680888.

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD

Pimentel, 25 de Abril del 2018

Señor ANTONIO MENDO OTERO
Mg. CPC.
Ciudad.-

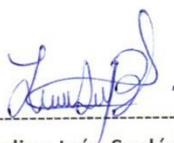
Nos dirigimos a usted para expresarle nuestro afectuoso saludo y la vez manifestarle que el suscrito (a) es estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán. Asimismo, hacer de su conocimiento que en la asignatura de Investigación II, estoy trabajando la Investigación: EXPANSIÓN DE LA MUEBLERIA FABRIMUEBLES MARYORI Y EL EFECTO EN SU RENTABILIDAD, CHICLAYO 2017.

Conociendo su experiencia profesional y méritos académicos, solicito su valiosa colaboración en la validación de contenido de los ítems que conforman el instrumento que utilizaré para recabar la información requerida en la investigación antes mencionada.

Con la seguridad de su aceptación y apoyo en la validación de dicho instrumento, estaré atenta a sus observaciones y recomendaciones que contribuirán para mejorar la versión final de mi investigación.

Agradezco su atención.

Atentamente



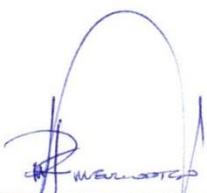
Jacqueline Ivón Seclén Barrientos
DNI N° 48455423

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Mg. CPC Antonio Menido Otero, Contador Público Colegiado y , Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (Entrevista) elaborada por: Jacqueline Ivón Seclén Barrientos, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: EXPANSIÓN DE LA MUEBLERIA FABRIMUEBLES MARYORI Y EL EFECTO EN SU RENTABILIDAD, CHICLAYO 2017.

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Pimentel, 25 de Abril del 2018



Antonio Menido Otero
DNI 165892911

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD

Pimentel, 25 de Abril del 2018

Señor
Mg. CPC. Daemar Giles Saavedra
Ciudad.-

Nos dirigimos a usted para expresarle nuestro afectuoso saludo y la vez manifestarle que el suscrito (a) es estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán. Asimismo, hacer de su conocimiento que en la asignatura de Investigación II, estoy trabajando la Investigación: EXPANSIÓN DE LA MUEBLERIA FABRIMUEBLES MARYORI Y EL EFECTO EN SU RENTABILIDAD, CHICLAYO 2017.

Conociendo su experiencia profesional y méritos académicos, solicito su valiosa colaboración en la validación de contenido de los ítems que conforman el instrumento que utilizaré para recabar la información requerida en la investigación antes mencionada.

Con la seguridad de su aceptación y apoyo en la validación de dicho instrumento, estaré atenta a sus observaciones y recomendaciones que contribuirán para mejorar la versión final de mi investigación.

Agradezco su atención.

Atentamente



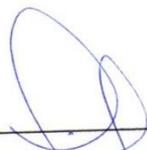
Jacqueline Ivón Seclén Barrientos
DNI N° 48455423

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Mg. CPC Dagmar Giles Saavedra, Contador Público Colegiado y
, Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad
Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos
(Entrevista) elaborada por: Jacqueline Ivón Seclén Barrientos, estudiante de la
Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada:
EXPANSIÓN DE LA MUEBLERIA FABRIMUEBLES MARYORI Y EL EFECTO EN SU
RENTABILIDAD, CHICLAYO 2017.

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración,
contenido y redacción de los ítems.

Pimentel, 25 de Abril del 2018

Da 
.....
Dagmar Giles Saavedra
DNI 43899380