

PE-ECI-132
A 991

**Como crear una empresa de producción de muebles de
madera en el Municipio de San Benito, Petén**
Práctica Empresarial Dirigida -PED-

Evelyn Trinidad Azañón Calderón

Lic. Luís Fernando Tepe, Asesor

Licda. Dora Leonor Urrutia de Morales, Revisora

Santa Elena de la Cruz, Flores, Petén, abril de 2010



B. Upara - I - 14, 2008 - 2, 010

8/100 ..

Autoridades de la Universidad Panamericana

Ing. M.A. Abel Antonio Girón Arévalo
Rector

M. S.c. Alba Rodríguez de González
Vicerrectora Académica

Lic. Mynor Herrera Lemus
Vicerrector Administrativo

Autoridades de la Facultad de Ciencia Económicas

Lic. César Augusto Custodio Cóbar
Decano

Lic. Candido Abimael Reynoso
Coordinador

Tribunal que practicó el Examen Técnico Profesional Privado –ETP-

Lic. Sergio Estuardo Ozaeta
Examinador

Lic. Mario Yanes
Examinador

Lic. Osiel Gálvez Mis
Examinador

Tutoría Y Revisión

Licenciado Luís Fernando Tepe
Tutor

Licenciada Dora Leonor Urrutia de Morales
Revisora



**UNIVERSIDAD
PANAMERICANA**

"Sabiduría ante todo. adquiere sabiduría"

Escuela de Ciencias Económicas
Teléfonos 2261-1663 al 65
Telefax 2261-1663 al 65
Campus Central,
Carretera a San Isidro Zona 16,
Guatemala, ciudad.
Correo electrónico:
cienciaseconomicasupana@ yahoo.com

REF.:C.C.E.E.0002-2010-ACA-A.E.

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.

GUATEMALA, 12 DE ABRIL DEL 2010

De acuerdo al dictamen rendido por el licenciado Luis Tepé, tutor y licenciada Dora Urrutia, revisora de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto –PED– titulada “COMO CREAR UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE MUEBLES DE MADERA EN EL MUNICIPIO DE SAN BENITO, PETÉN”. Presentada por la estudiante Evelyn Trinidad Azañón Calderón, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en el Acta No. 00108, de fecha 30 de octubre del 2009; **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a su graduación profesional como Administradora de Empresas, en el grado académico de Licenciada.


Lic. César Augusto Custodio Cobar

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas.



Nombre completo: Lic. Luis Fernando Tepé Nimatuj
Título: Licenciado en Administración de Sistemas de Información

Dirección: 6ª. Calle, Casa 43, Residenciales Brisas del Valle, Villa Canales
No. Teléfono Of. 2332-1854
No. Teléfono Cel. 5083-7076
No. De Fax 2331-7330
E-Mail: lftepe@yahoo.com.mx

Guatemala, enero 9 del 2009

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana.
Ciudad.

Estimados señores:

En relación al trabajo de asesoría Práctica Empresarial Dirigida (PED), del tema "Como Crear una Empresa de Producción y Comercialización de Muebles de Madera en el Municipio de San Benito, Petén " realizado por Evelyn Trinidad Azañon Calderón, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas; he procedido a la asesoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que la misma cumple con los requisitos para ser sometida al Examen Privado Técnico Profesional (EPTP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Práctica Empresarial Dirigida con la nota de **OCHENTA Y NUEVE** puntos (89).

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lic. Luis Fernando Tepé Nimatuj

Dora Leonor Urrutia Morales de Morales

Licenciada en Pedagogía con Orientación en Administración y Evaluación Educativas.

Maestría en Gerencia Educativa

Dirección. 5ta. Calle 9-74, zona 17 Colonia Lourdes

No. de Teléfono of. 22560351 y 22610289

No. de Teléfono Cel. 525034462

E-mail: dlurrutia@yahoo.com

Guatemala 9 de mayo de 2009

Señores:

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

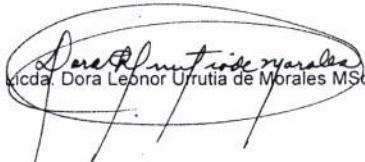
Ciudad.

Estimados Señores:

En relación al trabajo de Práctica Empresarial Dirigida (PED), del Tema: Como crear una empresa de producción y comercialización de muebles de madera en el Municipio de San Benito Peten. Realizado por: Evelyn Trinidad Azañón Calderón, Estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas; he procedido a la revisión del mismo observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que el mismo cumple con los requisitos para ser sometido al Examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Practica Empresarial Dirigida.

Al ofrecermme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Licda. Dora Leonor Urrutia de Morales MSc.



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 196.2010

La infrascrita Directora de Registro y Control Académico de la Universidad Panamericana, hace constar que la estudiante **Azañón Calderón, Evelyn Trinidad** con carné No. **0703807** aprobó con **85** puntos el Examen Técnico Profesional del Programa de Actualización y Cierre Académico -ACA- de la Licenciatura en Administración de Empresas-, el día 30 del mes de octubre del año 2009-.

Para los usos que el interesado estime convenientes, se extiende la presente en hoja membretada a los 7 días del mes de abril del año 2010.-----

Atentamente.

Arq. Vicky Sicajol
Directora
Registro y Control Académico



Vo.Bo. Licda. Alba de González
Secretaria General



Samuel Herrera
CC Archivo

DEDICATORIA

- A DIOS:** Ser supremo que me guía y fuente inagotable de sabiduría que me permitió alcanzar este triunfo.
- A LA VIRGEN MARIA:** Por ser la fuerza que siempre me ha llevado a enfrentar momentos difíciles en mi vida.
- A MIS PADRES:** Bladimir Augusto Azañón Canek y Maria Graciela Calderón Alvarez; por el amor, apoyo y confianza que siempre me han brindado.
- A MI HIJO:** Amilcar Estuardo Pastor Azañón; con todo mi amor, que este triunfo sirva de ejemplo en su vida.
- A MIS HERMANOS:** Perla del Carmen, Rocío de Lourdes, Bladimir Augusto y Keny Aldo; por su cariño, comprensión y consejos.
- A MI ABUELITA:** Maria Sofia Alvarez; por su ejemplo de vida, amor, perseverancia y apoyo incondicional.
- A MIS ABUELOS:** Manuel Salvador Calderón Sandoval (Q.E.P.D.), Ricardo Mejía Cardona (Q.E.P.D.), Casimiro Efraín Azañón Hernández (Q.E.P.D.) y Trinidad Canek Berges (Q.E.P.D.); que Dios los tenga en su santa gloria y elevo una plegaria al cielo en sus nombres.
- A MIS SOBRINOS:** Andrea Mishel, María Alejandra, Greysi Mayte, Mariana Sofia y Aldo Bladimir; que este logro lo tomen para bien en su recorrido por la vida.
- A MIS TIOS(AS):** Con cariño, en especial a Rosa Alba Mejía Álvarez por todo su amor y comprensión.
- A MIS PRIMOS(AS):** Con cariño y aprecio, en especial a Andrea Sofia, Marta Graciela y Reynaldo Giovanni.
- A MIS CUÑADOS (AS):** Que siempre me han manifestado su ayuda y disposición en todo momento. Gracias por su cariño y aprecio.
- A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS:** Gracias por su compañerismo y amistad.

AGRADECIMENTOS

- A:** Lic. Edgar Arturo Bardales y Bardales; Gerente de Recursos Humanos de Centro Norte, por haber permitido que finalice mis estudios universitarios.
- A:** Mis catedráticos que de una u otra forma han sido parte de mi educación profesional.
- A:** Mis Centros Educativos que han forjado mis cimientos educativos y profesionales.
- A:** La Universidad Panamericana.
- A:** La Facultad de Ciencias Económicas.
- A:** Mi tutor Lic. Luis Tepe; por su paciencia y dedicación.
- A:** Mi revisora Licda. Dorita Urrutia de Morales; por su paciencia y dedicación.
- A:** Lic. Cesar Custodio; por su apoyo.
- A:** Los lectores, esperando les sea útil.

Contenido

Contenido	i
Resumen.....	iii
Introducción	iv
Capitulo I.....	1
Marco teorico	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Número y localización de competidores	6
1.3. Capacidad instalada.....	8
1.4. Analisis del mercado	8
1.5. Estrategia competitiva.....	16
1.6. Analisis del entorno	17
1.6.1. Precios:.....	17
1.6.2 Estructura de capital	19
1.6.3. Análisis foda	20
1.6.4. Legalización de la empresa	23
1.6.5. Localización de la empresa	24
1.6.6. Área de organización y recursos humanos.....	27
1.6.7. Área comercial	49
1.6.8. Estrategia de comunicación	54
1.6.9. Área de aprovisionamiento y producción	55
1.6.10. Internet como fuente de información y estrategia competitiva.....	56
Capitulo 2.....	57
Planteamiento del problema.....	57
2.1. Pregunta de Investigación	57
2.2 Objetivos	57
2.2.1. General.....	57
2.2.2. Específicos	57
2.3. Alcances y límites	57
2.4. Aportes	58
2.4.1. A Guatemala	58
2.4.2. A la empresa MADERARTE.....	58
2.4.3. Universidad Panamericana.....	58
Capitulo 3	59
Metodología	59
3.1. Sujetos de investigación y unidades de análisis.....	59
3.1.1. Sujetos.....	59
3.1.2. Unidades de Análisis.....	59
3.2. Instrumentos.....	59
3.3. Procedimientos.....	59
Capitulo 4.....	61
Presentación y análisis de resultados	61

4.1. Estimacion inversion inicial:.....	61
4.2. Costos de operación	64
4.3. Viabilidad del negocio	69
Conclusiones	73
Recomendaciones.....	74
Bibliografía	75

Resumen

El presente informe tiene como objetivo dar a conocer la creación de una empresa de producción y comercialización de muebles de madera en el municipio de San Benito, Petén, la cual lleva por nombre “Maderarte”, generará un nuevo concepto para los clientes con productos de calidad, a bajos precios, fuentes de empleo lo cual beneficia a la población, al inversionista con retorno de capital a mediano plazo.

Se analizaron las estrategias competitivas las cuales abarcaron el número de competidores y su localización, la capacidad instalada y el análisis del mercado.

La empresa cuenta con visión, misión, valores, metas, objetivos y un sistema organizacional funcional para operar de manera eficiente.

Con la elaboración del plan de mercadeo se pudo observar cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de igual forma definir objetivos, analizar la competencia y segmentar el mercado para incentivar el cambio de actitudes personales y técnicas de ventas y lograr un incremento en las mismas.

Se realizó un análisis económico financiero para determinar la viabilidad de la empresa y de esta forma que no sea un riesgo para el inversionista.

Introducción

El Sector Forestal de Guatemala se encuentra conformado por toda clase de empresas, las cuales van desde viveros, enfocados a mejorar la calidad de las plantaciones, hasta industrias de muebles que compiten en el ámbito mundial.

Durante los últimos años, se ha observado un crecimiento de la población Petenera lo que crea más necesidades de empresas que se dediquen a la comercialización de muebles de madera

La Empresa Maderarte, implementará a corto plazo el e-Commerce ya que es un proceso de negocio en el cual la aplicación de la tecnología automatiza las transacciones de los negocios y el flujo del trabajo, disminuye los costos mientras se mejora la calidad de bienes ó servicios y se incrementa la rapidez del servicio de entrega.

La Empresa Maderarte utilizará el e-Business ya que consultará páginas en Internet para contactar a proveedores y hacer negociaciones con los mismos.

Los canales de distribución que se utilizan en la actualidad hacen en algunos casos que los precios sean elevados para el consumidor final, debido a que intervienen varios mediadores.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1. ANTECEDENTES

Evolución del mueble. Su historia está relacionada con la del hombre, se inicia cuando éste trata de sobrevivir a sus necesidades e introduce en sus cavernas lechos de ramas y hojas que fueron los rudimentarios principios de las camas, las sillas y las mesas. La economía nómada impidió el desarrollo de la fabricación del mueble, pero la llegada de la agricultura aceleró su evolución.

En Egipto, 4.000 a. de J.C. se pueden apreciar lujosos muebles de madera (acacia, sicómoro, cedro) con incrustaciones de ébano y marfil, tapizados con ricas telas y decorados con colores llamativos. Son típicas las tallas que representan a los prisioneros como apoyo de mesas y de troncos. El mobiliario asirio y babilónico era de formas parecidas pero más bastas. Los griegos al igual que su arquitectura poseían muebles más delicados, sencillos, que se fabricaban de madera (olivo, ciprés y roble) sus piezas más importante son las de bronce. Desde el 300 a. de J.C. se puede apreciar la ostentación de los romanos, acentuaron la tendencia de enriquecer con oro y plata el mármol tallado de mesas y con marfil los muebles de madera. Con la caída del imperio y la llegada del feudalismo, el mobiliario romano se dividió en dos: el estilo clásico y el bizantino, que es un románico embellecido con tallas, incrustaciones y mosaicos. Entre los pocos ejemplos que quedan de aquella época se puede destacar la cátedra de San Pedro, la silla de Maximiliano, pero de los manuscritos encontrados se adivina que entre los siglos V y XII el mobiliario era macizo y muy pesado, adornado con esmaltes y marfil. Los países nórdicos (imperio carolingio) se inclinaron por el roble tallado. Por esta época aparecieron los pesados arcones de roble, entre los que destaca el de San Millán de la Cogolla, de 1.033 que durante algunos siglos sería pieza indispensable del mobiliario. Los muebles se dejaron influir por la arquitectura y su característica general eran los pliegues y trebolados de origen flamenco, así como por los motivos religiosos. Los castillos y catedrales estaban llenos de muebles de madera que parecían obras arquitectónicas en miniatura, como las sillas de Burgos o Zamora. El estilo gótico invadió toda Europa, excepto Italia, que continuó su tradición para dar paso en el siglo XV al estilo renacentista, que era una vuelta al clasicismo, que al mezclarse con distintos estilos nacionales dio paso a formas peculiares en cada país. Los muebles del primer periodo renacentista

eran sencillos, decorados con molduras o paneles, tallas y pinturas. El arcón se transformó en el cabinet francés, del que deriva el "bargueño" español. En el segundo período del renacimiento los muebles se ajustaban al ambiente palaciego que imperaba en aquellos momentos. La influencia italiana se vio en Francia durante el reinado de Francisco I y en España, donde el afán por el lujo llenó los palacios de muebles que eran verdaderas joyas. En Inglaterra se adhirió con la influencia flamenca, que dio paso al estilo jacobino, que, aunque mantenía cierta similitud con la época Tudor, la adornó con tapizados y esculpidos. Del estilo jacobino lo más destacable fue el court cupboard y el canapé de cabecera adaptable, antecesores del aparador y la chaise-longe.

En los últimos años del renacimiento la complicación del diseño y la cargante decoración fueron los desencadenantes del declive del estilo. De ésta forma, Francia, que creó su propio estilo nacional con la grandeza de los muebles "Luis XIV", típicos por su belleza de trabajos de taraceados, se vio arrastrada al borde de la cursilería por sus excesivas curvas y adornos que abrieron las puertas al estilo rococó de la época de "Luis XV". La tendencia por lo clásico dio lugar al estilo "Luis XVI", en el que la simetría de las formas, la decoración moderada y la pureza del detalle, lograron la máxima perfección alcanzada en el mundo del mobiliario. Tras la caída de la monarquía, fue desplazado por el estilo Napoleón I. Los muebles de ésta época tienen cierta dignidad imperial, pero resultan rígidos, pesados y demasiado incómodos. Mientras, en Inglaterra, la caoba desplazaba al nogal, y se apreciaba la influencia francesa. A mediados del siglo XVIII abundaba en el país el estilo chippendale, del que destacan las sillas con respaldo calado y decorado con volutas que dejan ver la inspiración barroca. La influencia de los países colonizadores llevó hasta las Américas los estilos europeos. En México se aplicó la talla en madera a muebles en cuya decoración se combinaba el estilo español con el de los pintores indígenas; los diseños se inspiraban en el estilo renacentista, que también proliferó en Perú, mientras que el Alto Perú se decidió por el estilo churrigueresco. En general, las tallas hispanoamericanas alcanzaron un alto grado de perfección, como puede verse en los bellos retablos de los conventos quiteños, en los policromados cofres y mesas guatemaltecos y hasta en los artesanados colombianos de estilo mudéjar. Entre los siglos XVIII y XIX la artesanía del mobiliario fue decayendo en Europa. La revolución industrial aplicada al mobiliario, sólo dejó una serie de piezas ramplosas al tener la necesidad de un estilo sencillo que pudiera realizarse a máquina. Esto dio paso a principios del siglo XX a dos tendencias: la restauración de formas antiguas de madera nueva y la necesidad de adaptación a la nueva construcción, sin adornos superfluos. Este último estilo está

inspirado en la arquitectura funcional y se caracteriza por la sencillez de diseño, superficies planas y espaciosas, solidez estructural, otros. El estilo moderno todavía no ha encontrado su pleno desarrollo, porque aparecen nuevos materiales que afectan al diseño, pero que se adapta al edificio contemporáneo. Es muy curioso que la evolución final del mobiliario haya llegado al punto de sencillez y funcionalidad del que partieron los artesanos prehistóricos.

En Guatemala se inician a utilizar las maderas preciosas para la elaboración de muebles desde la civilización Maya los cuales elaboraban muebles rústicos para su uso, a la llegada de los españoles a su territorio, en 1524, los mayas del periodo clásico (alrededor del 800 d. C.) habían dejado de ser una civilización compleja y organizada. Los españoles vienen con otro tipo de cultura por lo que los muebles que elaboraban eran modernos y con tallados especiales.

En la actualidad existen en Guatemala diversas empresas que se dedican a la elaboración de muebles de madera para comercialización nacional y para exportación.

La nueva empresa de producción y comercialización de muebles de madera se denominará “Maderarte”.

El slogan con el cual se lanzará en el mercado es “HACEMOS SUS SUEÑOS REALIDAD”.

Como puede observarse el impacto que causa “Hacemos sus sueños realidad” es que lo que el cliente desee se le puede hacer realidad, en el departamento de Peten no se cuenta con ninguna empresa que trabaje bajo pedidos, las empresas que elaboran muebles de madera en el área central elaboran los muebles y el cliente debe comprar lo que tienen en venta, por lo que Maderarte vendrá a innovar con ese forma de trabajo ya que se contarán con catálogos para que los clientes pidan lo que desean.

Durante la primera etapa de “Maderarte” se tiene contemplado ser una empresa mediana con proyección a mediano plazo (cinco años) crecer y ser una empresa que produzca y comercialice muebles de madera en todo el territorio de Guatemala.

La nueva empresa de producción y comercialización de muebles de madera “Maderarte” comercializará lo siguiente:

Puertas

Amueblados de sala

Amueblados de comedor

Centros de entretenimiento

Camas

Gabinets de cocina

Mesas de centro

Diferenciación:

Con los clientes:

Productos de la mejor calidad.

Entrega a domicilio.

El cliente podrá indicar que mueble desea y como lo desea.

Muebles elaborados con maderas finas a precios accesibles.

Sala de ventas.

Entrega rápida.

• **Con los Accionistas:**

Retorno de capital a mediano plazo.

Crecimiento de la empresa, comercializar en todo el territorio de Guatemala inicia operaciones en el territorio de Petén.

Exportación a México y Estados Unidos de Norteamérica.

La Comisión de Fabricantes de Muebles, COFAMA de AGEXPRONT, se ubica dentro de la parte secundaria del sector, que corresponde a la parte de la industria que da valor agregado a la materia prima y en la que se encuentran diferentes instituciones que velan por la integración y desarrollo de todo el sector forestal de Guatemala. COFAMA agrupa a más de 60 empresas dedicadas a la fabricación de muebles y artesanías de madera, casas prefabricadas y diversos tipos de manufacturas y otros productos forestales.

En cuanto al crecimiento y desarrollo del sector forestal es identificado como uno de los focos de desarrollo para el país, conformándose la oficina del Cluster Forestal de Guatemala y se plantea una

estrategia de desarrollo para el sector. Hoy en día el sector genera un aproximado de 150,000 empleos.

En este contexto, el objetivo principal de COFAMA es diversificar e incrementar las exportaciones de productos de madera. Para esto, la Comisión desarrolla cada año un plan de trabajo el cual se enfoca en cuatro puntos principales: la determinación de la situación actual, capacitación, promoción comercial y el desarrollo de proyectos del sector.

Enfocados en el primer punto, COFAMA ha dado seguimiento a la evolución de las exportaciones y su crecimiento. Se puede observar que en los últimos años las exportaciones de madera y sus manufacturas han experimentado un crecimiento sostenido de 8% anual. En el 2004 las exportaciones de estos productos sumaron los US\$59.87 millones.

A pesar de haber alcanzado una cifra en exportaciones de productos forestales nunca antes lograda y poseer un crecimiento sostenido en los últimos 6 años, la posición de Guatemala en el mercado mundial de estos productos sigue por debajo de países como Estados Unidos, Canadá y China quienes dominan la producción mundial de productos forestales, es China el que presenta el mayor crecimiento.

Se tiene presente el hecho que Guatemala aún representa un mercado pequeño en comparación con otros países, los esfuerzos se han tornado hacia la diferenciación en los productos. Esta tendencia es evidente al contemplar que en el área de Petén se tienen más de 300,000 hectáreas de bosque certificado. La certificación forestal es un tipo de auditoria de calidad que se otorga a las plantaciones que manejan los recursos del bosque de una manera amigable al ambiente. También existe este tipo de certificación en la industria de muebles, se le conoce como Cadena de Custodia y es la herramienta usada por las empresas fabricantes de muebles para garantizarle al cliente que la madera utilizada proviene de bosques manejados.

La oferta total esta constituida por los volúmenes de producción del área central de Petén área donde operará la empresa Maderarte. Sin embargo, en Petén, carece de un sistema de información creible, por lo que la oferta global en este caso, será la producción local.

Según investigaciones realizadas el 84% de la producción de muebles de madera es para consumo local, y el restante 16% para consumo nacional y exportación, principalmente a Estados Unidos y Canadá.

En el Área Central de Petén existen 09 empresas que producen muebles de madera; algunas producen para demanda local y otras a intermediarios para sacar sus productos fuera de Petén. Hay empresas en desventaja competitiva con relación a otros productores del país y centroamericanos, ya que utilizan varios intermediarios en los canales de distribución. Esto trae como consecuencia un alza en el precio del producto.

El producto de mayor interés para los productores locales, es la fabricación de puertas, ya que su complejidad es menor que la de cualquier otro producto.

1.2. NÚMERO Y LOCALIZACION DE COMPETIDORES

No se puede determinar el número exacto de productores, pero el estudio efectuado ubica los siguientes competidores para el proyecto:

CUADRO 1
UBICACIÓN DE LOS COMPETIDORES POR AREA

POBLACION	NUMERO DE TALLERES
San Benito	5
Santa Elena	4
Flores	0

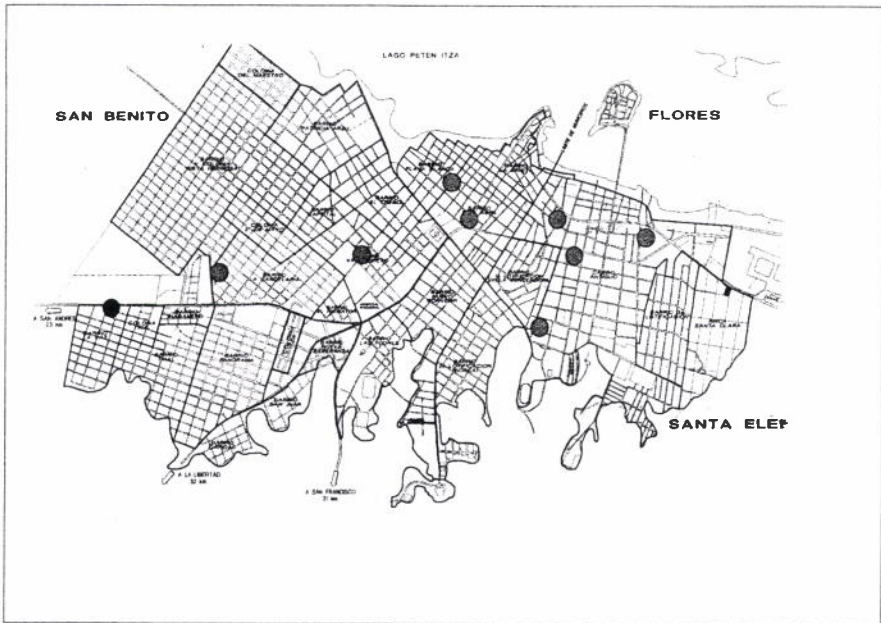
Fuente: elaboración propia

Al analizar el cuadro anterior se nota que los talleres de carpintería están ubicados en tierra firme, por la abundancia de espacio, no así en Flores, donde el espacio es limitado para desarrollar un taller de carpintería con características industriales.

Los productores tienen experiencia en la realización de su oficio, algunos más que otros: el rango de experiencia dentro de los productores va de 04 a 16 años. Todos los entrevistados son dueños de sus

pequeños talleres, y cuentan con ayudantes asalariados quienes en cierta forma quieren independizarse de la parte laboral.

MAPA 1
UBICACION GEOGRÁFICA DEL MERCADO COMPETENCIA ACTUAL, EN FLORES, SANTA ELENA Y SAN BENITO PETEN.



Fuente: Catastro Nacional

Carpinterías del área central ●

1.3. CAPACIDAD INSTALADA

Esta información es difícil de obtener porque los propietarios no permiten hacer una revisión minuciosa de sus talleres; sin embargo se puede mencionar que la capacidad instalada actual no permite al productor principal realizar más de 45 muebles al mes.

Los talleres de carpintería cuentan con el equipo básico indispensable para trabajar: serruchos, barrenos, escuadras, sierras, routers, caladoras, cepillos de mano y mecánicos, entre otros; pero esto no les ha permitido producir con la dinámica y calidad que desean, por lo que con frecuencia se ven obligados a rechazar pedidos, en especial si son volúmenes superiores a su capacidad actual.

1.4. ANALISIS DEL MERCADO

De acuerdo con las estadísticas de producción obtenidas de parte de las empresas productoras que se dedican a esta actividad, en los últimos 5 años, ha sido la siguiente:

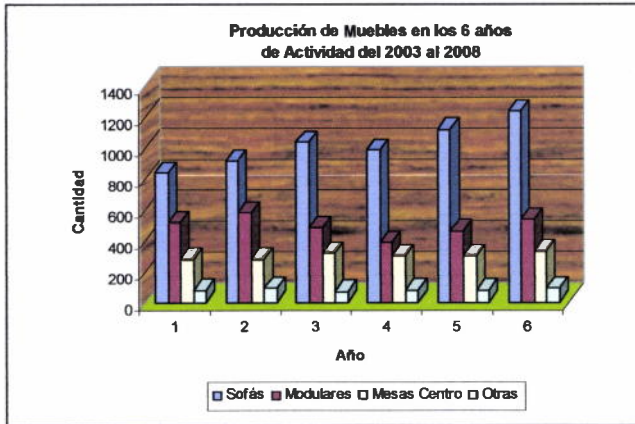
CUADRO 2
PRODUCCION LOCAL DE MUEBLES DE MADERA EN LOS ULTIMOS SEIS AÑOS

AÑO	Sofás	Modulares	Mesas Centro	Otras	Total	Incremento en %
2003	840	520	280	78	1718	0
2004	920	580	280	90	1870	8.85
2005	1040	480	320	70	1910	2.13
2006	984	390	300	80	1754	-8.17
2007	1120	460	300	80	1960	11.74
2008	1238	537	330	90	2189	11.69

Fuente: elaboración propia

GRAFICA 1

PRODUCCION LOCAL DE MUEBLES DE MADERA EN LOS ULTIMOS SEIS AÑOS



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Se estableció que la conducta de la producción local sustenta una tasa de crecimiento promedio anual del 4.38%. En el 2005, se redujo la producción de forma considerable, y en el 2006, el crecimiento fue negativo. Esto por el ingreso de nuevos distribuidores con fuerte capital como Elektra, y La Curacao, entre otros.

En el estudio de la oferta se estableció que existe un gran número de carpinterías o productores artesanales, ubicándose la mayoría en Santa Elena, Petén. El número exacto no se pudo establecer, ya que se reubican, cierran o se diversifican sin control alguno. Sin embargo, se ubicaron 09 empresas productoras como representativas de este sector bajo la categorización de productores artesanas.

Es importante enfatizar, que todos los entrevistados reconocieron que les hace falta conocimiento y habilidades de carácter empresarial, en lo relacionado con aspectos administrativos, contables y de mercadeo.

En Petén, la demanda de los muebles de madera está determinada por el tamaño y precio del producto, y no menos importante sería la calidad de la madera que se utiliza para su elaboración, los consumidores locales se preocupan más por las características (precio, calidad y duración), mientras que para el mercado externo si es importante el tamaño uniforme, color, presentación del producto y por último el precio.

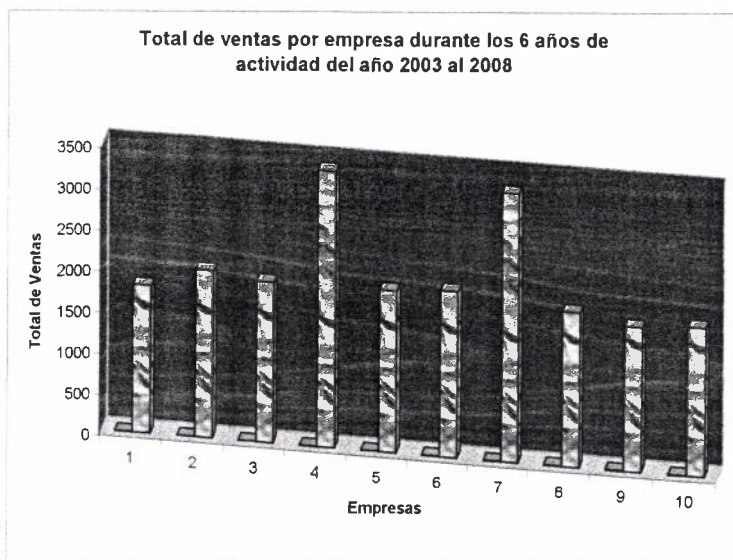
La demanda potencial (mercado meta) está compuesta por la capacidad de consumo de la población del área central, ciudad Flores, Santa Elena y San Benito Petén.

CUADRO 3
DEMANDA HISTORICA EN UNIDADES
AREA CENTRAL DE PETEN

Empresas	Años						Total de Ventas	Porcentaje del Mercado
	2003	2004	2005	2006	2007	2008		
1	229	252	270	305	348	393	1.797	8.21
2	205	293	306	380	400	451	2.035	9.29
3	218	258	383	317	367	414	1.957	8.94
4	476	514	556	550	597	674	3.367	15.38
5	188	227	305	380	410	463	1.973	9.01
6	234	262	310	342	412	465	2.025	9.25
7	456	506	541	550	573	647	3.273	14.95
8	220	264	281	335	370	418	1.888	8.62
9	196	220	234	330	370	418	1.768	8.07
10	191	223	238	340	388	438	1.818	8.3
Total Anual	2613	3019	3424	3829	4235	4781	21,899	
Incremento %	0	15.54	13.41	11.83	10.6	12.90	10.72 Promedio Anual	

Fuente: Elaboración propia

GRAFICA 2
DEMANDA HISTORICA EN UNIDADES
AREA CENTRAL DE PETEN



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Se visualiza la demanda obtenida durante los últimos seis años con un incremento promedio del 10.72% anual, lo que se considera razonable para las expectativas que se tienen.

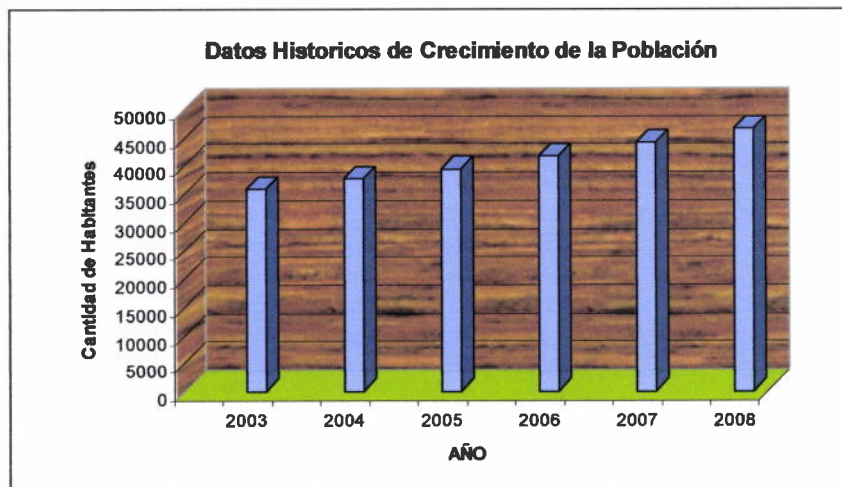
El siguiente cuadro detalla los datos históricos de la población del área central de Petén, en el periodo del 2003 al 2008.

CUADRO 4

Departamento de Petén (Área Central)		
DATOS HISTORICOS DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN		
Año	Habitantes	Tasa de Crecimiento Anual
2003	35,952	0
	36,000	0
2004	37,781	5.09
	38,000	5
2005	39,552	4.68
	40,000	5
2006	41,914	5.97
	42,000	6
2007	44,207	5.47
	44,000	5
2008	46,600	5.42
	47,000	5

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE 2005

GRAFICA 3



Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE 2005

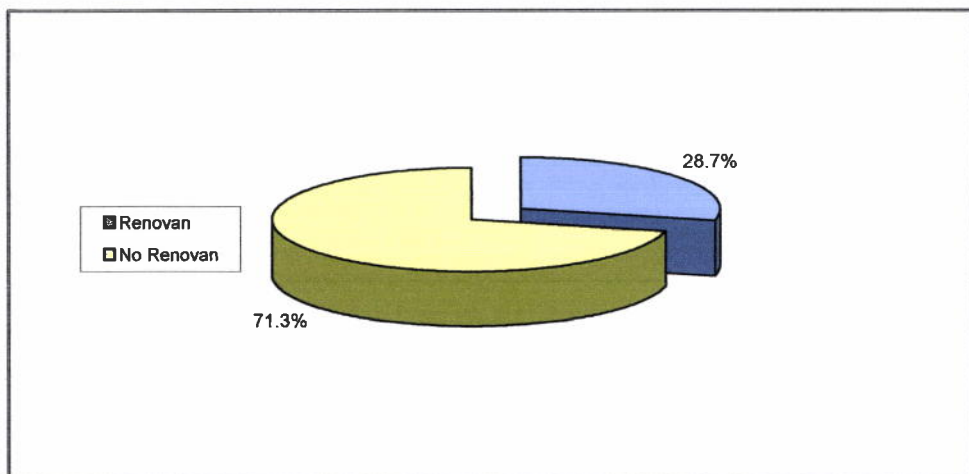
Análisis:

Según la recopilación de datos obtenidos, el cuadro 4 muestra el incremento poblacional en el área central de Petén (Flores, Santa Elena, San Benito) la tasa de crecimiento anual promedio en los últimos seis años es de 5.42%; por lo que se estima que el factor del crecimiento poblacional influirá en la empresa Maderarte.

De acuerdo al estudio realizado se pudo determinar que el 28.7% de las familias (representadas por el número de viviendas), en el área central de Petén, renuevan o compran cada año muebles de madera para su hogar (se incluyen closet, recamaras, amueblado de comedor, equipo de cocina, sofás, modulares, librerías, mesitas de centro, entre otros). Sin embargo, aquí en el área central también se concentra la demanda de los municipios circunvecinos (San Andrés, San José, Santa Ana y San Francisco), cuya regularidad en el cambio de dichos bienes muebles es desconocido.

De acuerdo a la información proporcionada por los comercios, que de sus ventas, el 67.3% es demanda local, y el restante 32.7% es para satisfacer la demanda exógena inmediata antes descrita.

GRAFICA 4
DEMANDA DE MUEBLES DE MADERA
SEGÚN VIVIENDAS DEL AREA CENTRAL PARA EL AÑO 2008



Fuente: elaboración propia

Análisis:

En la grafica 4 se muestra el 28.7% del total de población del área central de Petén (Flores, Santa Elena, San Benito), integrado por familias (representadas por el número de viviendas), que compran muebles de madera, quienes forman el mercado meta.

El siguiente cuadro detalla el número de viviendas y población del área central de Petén.

CUADRO 5

DATOS DE LA POBLACIÓN DEL AREA CENTRAL DE PETEN		
Lugar	Viviendas	Población
Ciudad Flores	578	1,775
%	4.84	4.01
Santa Elena	4,659	16,621
%	38.99	37.60
San Benito	6,711	25,811
%	56.17	58.39
Totales	11,948	44,207
%	100	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE

De acuerdo a la recopilación de datos obtenidos, el cuadro 5 muestra que el área central de Petén cuenta con un total de 11,948 viviendas que hacen un total de 44,207 personas residentes, el mercado meta para la empresa Maderarte será de 19,009 personas las cuales comprenden el 43% del total de la población que según la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida-2006 del Instituto Nacional de Estadística conforman la clase social Media y Alta

**MAPA 2
UBICACION GEOGRAFICA DEL MERCADO ACTUAL
FLORES, SANTA ELENA Y SAN BENITO, PETEN**



Fuente: Catastro Nacional. Petén

1.5. ESTRATEGIA COMPETITIVA

La estrategia competitiva será la fabricación, comercialización y distribución de los muebles de madera, en la actualidad existen en el mercado productores de muebles los cuales venden a un distribuidor esto hace que los precios sean mas altos ya que una empresa produce y luego vende a otra para que lleguen al consumidor final. La empresa Maderarte fabricará, comercializará y distribuirá lo cual hará que pueda manejar precios cómodos para el consumidor final, el canal de comercialización es el siguiente:

Productor:

Quien produce la mercadería para luego venderla.

Realiza las transacciones de compra venta con los clientes y proveedores.

Detallista:

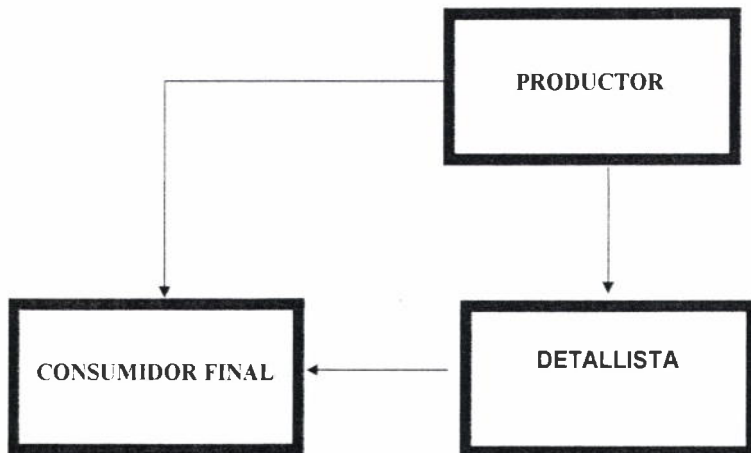
Realiza la función de concentrar y distribuir volúmenes de productos y hacerlo llegar al consumidor final.

Consumidor final:

El Cliente.

Socio estratégico.

**GRAFICA 5
CANAL DE COMERCIALIZACION**



Fuente: elaboración propia

Es recomendable el canal de comercialización propuesto, ya que en la actualidad es el mejor diseñado, el productor, puede vender a detallistas igual que al consumidor final. Es una ventaja competitiva.

1.6. ANALISIS DEL ENTORNO

El sector del mercado a que está orientada la Empresa Maderarte es en el área central de Petén, a todos aquellas personas con gustos y preferencias exclusivos, va dirigido a personas de clase media y alta, ya que los muebles de madera en el mercado se venden a precios moderados, no va dirigido a un nivel de personas de clase baja ya que su economía solo les permite cubrir las necesidades básicas.

1.6.1. PRECIOS:

HISTORICOS:

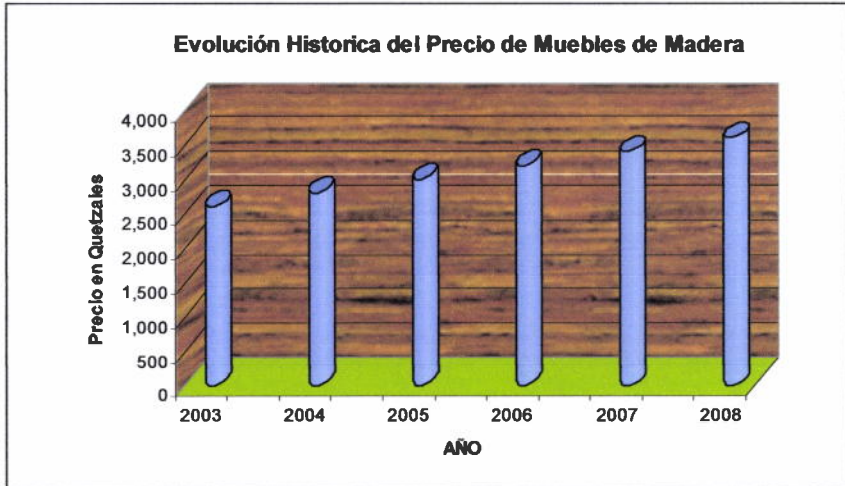
Tomado como base el estudio de mercado realizado en el área central de Petén se pudo observar que el precio de los muebles de madera (sofás, modulares, mesas de centro entre otros se ha incrementado y su tasa promedio ha crecido respecto al año base, lo que demuestra que el precio promedio de los muebles en mención es de Q.3000.00 durante los últimos cinco años.

CUADRO 6
EVOLUCION HISTORICA DEL PRECIO DE MUEBLES
DE MADERA

AÑO	PRECIO EN QUETZALES	% DE VARIACIÓN
2003	2,600	0
2004	2,800	7.69
2005	3,000	7.14
2006	3,200	6.67
2007	3,400	6.25
2008	3,600	5.88
Total promedio	3,100	6.73

Fuente: elaboración propia

GRAFICA 6



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Según los datos del cuadro 6 el promedio anual de variación fue de un 6.73%, y si se considera el 2003 respecto al 2008 la variación fue de 38.46%. Se pudo determinar que los precios de los muebles de madera han sufrido incremento de acuerdo a diversos factores como la variación de la moneda nacional respecto al dólar, gustos y preferencias y nivel de ingresos entre otros.

PRECIOS ACTUALES

El mercado en general es de precios, según el estudio de mercado realizado en el área central de Petén, debido a que los consumidores se guían por el precio, más que por la calidad e imagen del producto. Esto se debe a que el nivel de ingreso del núcleo familiar no es elevado.

Los precios de los principales productos que conforman los muebles de madera son los siguientes:

CUADRO 7

PRECIOS ACTUALES DE LOS MUEBLES DE MADERA EN EL AREA CENTRAL DE PETÉN

No.	Descripción	Precio Mínimo (en Q.)	Precio de Mercado (en Q.)
1	Sofás	3200	3500
2	Modulares	1400	1600
3	Mesas de Centro	500	650

Fuente: elaboración propia

FIJACION DE PRECIOS:

El precio será establecido en función del costo de producción y un margen razonable de ganancia, ya que la estrategia de mercado propuesta es de competir, en precios y calidad.

1.6.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL

El capital para formar la empresa Maderarte lo aportará el propietario quien solicitará crédito al Banco de Desarrollo Rural, el monto a utilizar será el siguiente:

CAPITAL E INVERSIÓN EN ACTIVOS:

A continuación se describe la distribución de la inversión inicial en activos del proyecto.

CUADRO 8 FUENTES Y USOS DE LA INVERSIÓN INICIAL DE ACTIVOS

RESUMEN INVERSIÓN INICIAL		
Activo	Monto (Q.)	(%) Ponderación
Terreno (22,500 m ²)	500.000	21.64%
Construcción Edificio	1.000.000	43.28%
Mobiliario y Equipo	33.800	1.46%
Maquinaria y Herramientas	576.900	24.97%
Vehículo (Pick-up)	160.000	6.93%
Equipo de Computo	39.600	1.71%
Total	2,310,300	100%

Fuente: elaboración propia

En el tabla 8 se observa como se distribuirán los recursos financieros para la puesta en marcha: de acuerdo a las cuentas arriba mencionadas, la mayor inversión se realizará en la construcción del edificio con un 43.28%; maquinaria y herramienta con un 24.97%, terreno 21.64% . vehiculos con un 6.93%, equipo de computo 1.71% y mobiliario y equipo 1.46%.

1.6.3. ANÁLISIS FODA

Luego de observar el mercado y las estrategias que seguirá la empresa Maderarte, a continuación se hace un análisis FODA con los aspectos siguientes:

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Bajo costo de muebles de madera. • Ubicación geográfica accesible. • Tecnología a la vanguardia. • Cumple con estándares de calidad. • Personal con experiencia en el acabado de maderas preciosas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa nueva en el mercado. • Gastos iniciales de operación. • Intereses por financiamiento de capital. • Posicionamiento del producto.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento en todo el Departamento de Peten. • Crecimiento de la población. • Materia prima accesible. • Rentabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia existente. • Protección del medio ambiente. • Inflación. • Impuestos.

Fuente: elaboración propia

ESTRATEGIA DA y DO

MINI - <u>MINI</u> (DA)	MINI - <u>MAXI</u> (DO)
<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de productos nuevos y tecnología de punta. <u>Publicidad masiva y precios accesibles al bolsillo de los clientes.</u> • Buscar financistas que otorguen créditos. <u>Cumplir con los requisitos ambientales según las leyes de Guatemala, para mitigar los impactos.</u> • Buscar los más bajos del mercado o capital sin crédito. <u>Abrir otros nichos de</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de productos nuevos y tecnología de punta. <u>Aperturar otros centros de producción y venta en el Departamento de Petén.</u> • Buscar financistas que otorguen créditos. <u>Elaborar productos para todas las edades poblacionales.</u> • Buscar los más bajos del mercado o capital sin crédito. <u>Construir centros madereros y forestales propios.</u>

<p><u>mercado para soportar la inflación.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Invertiendo en publicidad comunal y buscar medios para comunicar el producto. <u>Hacer obras de caridad y sociales para tratar de bajar los impuestos.</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • Invertiendo en publicidad comunal y buscar medios para comunicar el producto. <u>Ampliando la diversificación de productos y buscando otros nichos de mercado.</u>
<p align="center">ESTRATEGIA FA</p>	<p align="center">ESTRATEGIA FO</p>
<p align="center">MAXI-MINI (FA)</p>	<p align="center">MAXI – MAXI (FO)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad de los productos y mantener los precios. <u>Publicidad masiva y precios accesibles al bolsillo de los clientes.</u> • Apoyando al gobierno local, invirtiendo en proyectos para mejorar las calles donde estén los centros de ventas. <u>Cumplir con los requisitos ambientales según las leyes de Guatemala, para mitigar los impactos.</u> • Mantener una unidad de investigación y diseño actualizado. <u>Abrir otros nichos de mercado para soportar la inflación.</u> • Cumplir con normas internacionales en el mercado de muebles y estandarizar los procesos. <u>Hacer obras de caridad y sociales para tratar de bajar los impuestos.</u> <p>Capacitar a las personas con experiencia y mantenerlos incentivos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad de los productos y mantener los precios. <u>Aperturar otros centros de producción y venta en el Departamento de Petén.</u> • Apoyando al gobierno local, invirtiendo en proyectos para mejorar las calles donde estén los centros de ventas. <u>Elaborar productos para todas las edades poblacionales.</u> • Mantener una unidad de investigación y diseño actualizado. <u>Construir centros madereros y forestales propios.</u> • Cumplir con normas internacionales en el mercado de muebles y estandarizar los procesos. <u>Ampliando la diversificación de productos y buscando otros nichos de mercado.</u> • Capacitar a las personas con experiencia y mantenerlos incentivos.

Fuente: elaboración propia

ANÁLISIS DE PORTER

Porter resume todas las fuerzas que influyen en la competencia de un sector de la economía y las reordena en cinco grupos que constituyen las *cinco fuerzas* de su análisis, para MADERARTE es el siguiente:

1. Poder de negociación de los compradores o clientes: los compradores o clientes son los consumidores finales los que poseen la capacidad de negociación y el poder adquisitivo, el canal de distribución que se utilizará en la empresa Maderarte permitirá llegar a los clientes de forma directa y con precios accesibles siendo una ventaja diferencial y exclusiva de los muebles de madera.

Los clientes se clasificarán en recientes y frecuentes y se analizará el margen de ingreso que representan.

2. Poder de negociación de los proveedores o vendedores: para poder realizar negociaciones con los proveedores la empresa Maderarte evaluará las facilidades con que proporcionará los productos o servicios. la diferencia entre un proveedor y otro consiste en los precios de los productos y servicios que ofrecen en relación a los costos de los mismos.

3. Amenaza de nuevos entrantes: en la actualidad la empresa Maderarte tiene 9 competidores sin embargo el ingreso de nuevas empresas está limitado por el tamaño reducido del mercado siendo esta una barrera, sin embargo la amenaza de nuevos competidores esta latente la empresa maderarte no puede garantizar que en el futuro existan empresas que se dediquen a la fabricación de muebles de madera.

4. Amenaza de productos sustitutos: dadas las características del sector existen amenazas ya que en la actualidad hay 9 empresas que comercializan con los mismos productos sin embargo se manejarán los mejores muebles a precios accesibles y se brindará una excelente atención al cliente para que el comprador no sustituya tan fácilmente el producto que se ofrece.

5. Rivalidad entre los competidores: en el mercado de muebles de madera existe una importante competencia basada en precios, lo cual disminuye los márgenes precio-costos de la industria y aumenta la rivalidad entre los diferentes competidores existentes en el área central de Petén.

La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad del sector; cuanto menos competido esta un sector será más rentable.

1.6.4. LEGALIZACION DE LA EMPRESA

ASPECTOS LEGALES EN EL PROCESO DE AUTORIZACION

La responsabilidad patrimonial de la empresa deberá ser asumida por el propietario y será ilimitada, es decir con derechos y obligaciones a cualquier acto u omisión en que pudiere incurrir la empresa.

Las leyes o normas que regirán a la empresa son los siguientes:

- Constitución Política de Guatemala
- Código de Comercio Decreto 2-70
- Ley Orgánica de la Superintendencia de Administración Tributaria Decreto 1-98
- Código de Trabajo Decreto 1441
- Código Tributario Decreto 6-91
- Ley de ISR Decreto 26-92
- Ley de IVA Decreto 27-92
- Código Civil Decreto – Ley Número 106
- Ley de Áreas Protegidas del CONAP Decreto 27-90
- Ley Orgánica del IGSS Decreto 295 del 30 de Octubre de 1946.
- INAB Decreto 101-96
- Ley de IUSI Decreto 15-98
- Código Municipal. 12-2002
- Ley del Impuesto de Solidaridad Decreto 73-2008

La empresa debe realizar todas las inscripciones legales y fiscales que necesite ante las instituciones correspondientes para su operación comercial y así evitar problemas legales futuros, a continuación se mencionan dichas inscripciones:

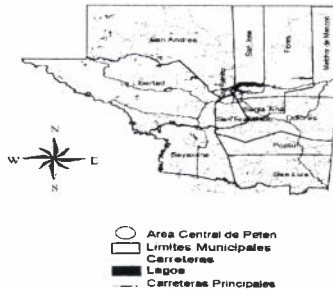
1. Escritura Pública (ver anexo 1).
2. Acta notarial (ver anexo 2).
3. Inscripción de la empresa ante el registro mercantil (ver anexo 3).

4. Inscripción ante la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) (ver anexo 4).
5. Presentar declaraciones juradas (ver anexo 5).
6. Inscripción en el régimen del Seguro Social (I.G.S.S.) (ver anexo 6).
7. Documentos que exige el Ministerio de trabajo (ver anexo 7).
8. Inscripción al Instituto de Recreación de los Trabajadores (IRTRA) (ver anexo 8).

1.6.5. LOCALIZACION DE LA EMPRESA

La Empresa Maderarte estará ubicado en el área central del Departamento de Petén, ya que es un punto clave para el comercio, en dicha área se concentran todas las transacciones entre los demás municipios.

Mapa 3
De PETEN



Fuente: Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta 2007

Nombre del Departamento: Petén

Cabecera departamental: Flores

Población: 390,229 habitantes (censo 2004)

Extensión territorial: 35,854 km²;

- Municipios:** Flores, San José, San Benito, San Andrés, La Libertad, San Francisco, Santa Ana, Dolores, Poptún, San Luis, Sayaxché y Melchor de Mencos.
- Distribución Étnica:** 287,000 (73.8%) no indígenas, 102,240 (26.2%) indígenas.
- Idioma:** Maya Itza, Lacandón, Maya Mopán, Español y en menos cantidad Q'eqchi' e Ixil.
- Altitud:** 127 metros sobre el nivel del mar.
- Clima:** Cálido húmedo subtropical.
- TEMPERATURA:**
- Máxima 35 grados centígrados.
- Mínima 15 grados centígrados.
- Limites territoriales:** Limita al norte con México, al este con Belice, al sur Izabal y Alta Verapaz y al Oeste con México.
- Creación del departamento:** Poblado por los mayas desde el año 400 de nuestra era, fue creado por acuerdo gubernativo del 8 de mayo de 1866.

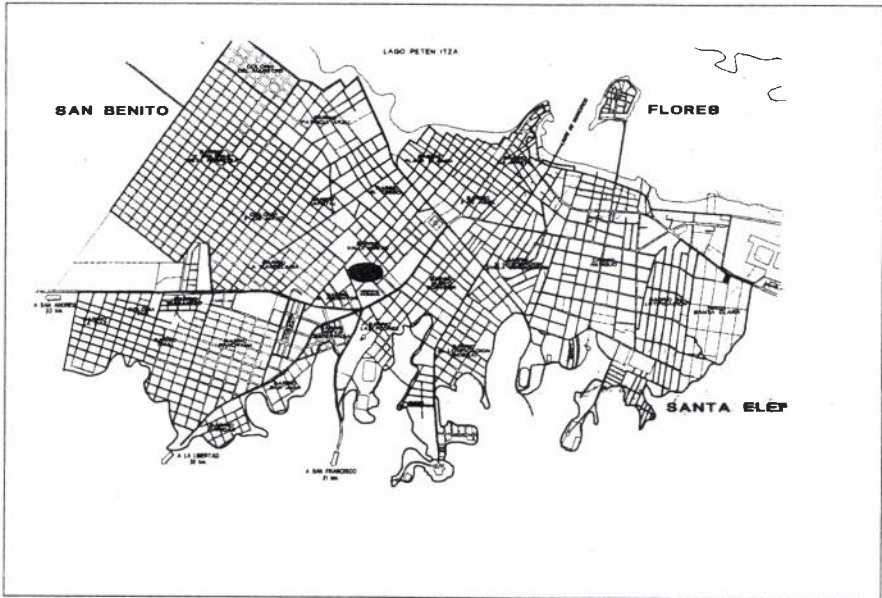
AREA CENTRAL DE PETEN

Esta comprendida por los municipios de Flores, Santa Elena y San Benito. La empresa Maderarte se ubicará en la periferia de San Benito Barrio Valle Nuevo en la 6ta. Avenida, 5-30 zona 1.



MAPA 4

Ubicación geográfica de la Empresa MADERARTE en San Benito, Petén



Fuente: Catastro Nacional año 2008

Empresa Maderarte



1.6.6. AREA DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

MISION

Somos una empresa que fabrica y distribuye muebles de madera de alta calidad y al mejor precio.

VISION

Ser la empresa número uno en la fabricación y distribución de muebles de madera en el departamento de Petén.

METAS

- Crecer en el mercado Petenero.
- Posicionarse en el mercado Petenero.
- Exportar muebles a México y Estados Unidos.
- Garantizar un retorno de capital atractivo.

OBJETIVOS

- Fabricar y distribuir muebles de madera de la mejor calidad a buen precio, dar un servicio de calidad a través de una atención rápida y eficaz.
- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Tener una buena imagen con los clientes, proveedores y trabajadores.
- Incrementar el porcentaje de ventas.

VALORES

La verdadera fortaleza de una empresa no se mide con base a números, sino por los valores que la sustentan. Valores que son el conjunto de principios y normas dicen de dónde vienen, quiénes son, hacia donde van.

A continuación se detallan los valores con los que la empresa Maderarte cuenta:

Responsabilidad: una persona responsable está comprometida con las tareas que se le han asignado. Respeta los lineamientos y normas establecidas para su trabajo. Tiene preocupación por cumplir con lo asignado. Cumple lo que promete.

Respeto: significa aceptar a las personas como son aunque no se compartan las ideas por los diferentes puntos de vista.

Integridad: se debe actuar de acuerdo con lo que se dice y con lo que se considera importante, comunicar las intenciones, ideas y sentimiento de forma directa y estar dispuesto a actuar con honestidad.

Lealtad: se debe guardar la debida fidelidad a la empresa, no deben ser incapaces de traicionar. Deben sentir como propios los objetivos de la organización y estar orgullosos e identificados con el trabajo que realizan.

Trabajo en Equipo: se debe tener la voluntad de colaborar con los demás, sólo así se logran grandes resultados.

La empresa espera que se pueda formar parte de un equipo y trabajar con los otros integrantes, para el logro de las metas.

Eficiencia: es lograr hacer más cosas con menos recursos.

El ahorro y buen uso en el manejo de los recursos depende de los colaboradores. Ésta es una gran responsabilidad.

Pasión: realizar con entusiasmo todas las tareas encomendadas. Dar lo mejor en todos los retos que se presenten y en todas las dificultades que se deban superar.

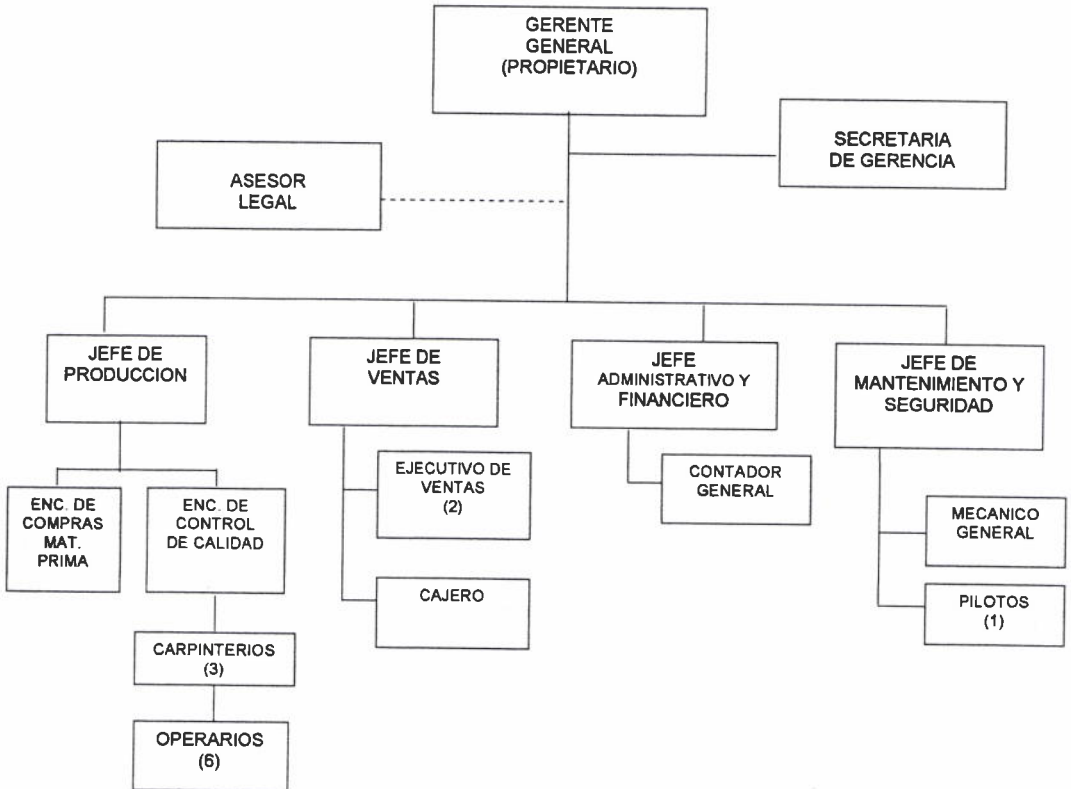
Sinceridad: es un valor que caracteriza a las personas por la actitud congruente que mantienen en todo momento, basada en la veracidad de sus palabras y acciones.

Equidad: debe hacer igualdad para todas las personas no debe tener preferencias ni discriminaciones.

Una persona valiosa, es una persona que posee valores interiores y que vive de acuerdo a ellos. Un hombre vale entonces, lo que valen sus valores y la manera en que los vive.

SISTEMA ORGANIZACIONAL

ORGANIGRAMA 1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS GERENCIA GENERAL

I. IDENTIFICACION

A. Titulo del Puesto - Gerente General	B. Ubicación Administrativa - Gerencia General	C. Jefe Inmediato - Ninguno	D. Subalternos - Secretaria de Gerencia - Asesor Legal - Jefe de Producción - Jefe de Ventas - Jefe Administrativo y Financiero -Jefe de Mantenimiento y Seguridad
--	--	---------------------------------------	---

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto Ejecutar la función de dirección administrativa, económica y financiera de la empresa de conformidad con los objetivos, estrategias, políticas, y normas establecidas para el desempeño eficiente de la misma.	B. Atribuciones <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y controlar de manera eficiente los recursos materiales, humanos y financieros. • Proponer a la junta directiva estrategias y políticas para llevar adelante los planes de la organización. • Determinar las estrategias de trabajo, implantación de sistemas de motivación y sistemas de decisión y control • Análisis e interpretación de estados financieros. • Coordinar la elaboración del presupuesto anual de operación de la empresa. • Representar de manera legal a la empresa en todo acto público, privado o judicial. 	C. Relación de Trabajo Tiene contacto directo con la secretaria de gerencia, Jefes de departamentos y trabajadores en general.	D. Autoridad Delega, evalúa y supervisa funciones
---	--	--	---

Fuente: elaboración propia

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad	B. Experiencia Minima	C. Nivel Educativo	D. Conocimientos y Habilidades	E. Requisitos Especiales:	F. Salario:
30 a 50 años	5 años en adelante en puestos similares	Administración de Empresas, o carrera afin.	Contabilidad gerencial, administración de proyectos, computación.	Excelentes habilidades interpersonales y capacidad de análisis y solución de problemas.	Q.10,000.00 mensuales

Fuente: elaboración propia

Observaciones: Se requerirá dicho descriptor y perfil de puesto en caso que sea necesario contratar un Gerente General.

DESCRIPCION DE PUESTOS SECRETARIA DE GERENCIA

I. IDENTIFICACION

A. Título del Puesto	B. Ubicación Administrativa	C. Jefe Inmediato	D. Subalternos
- Secretaria de Gerencia	- Gerencia General	- Gerente General	

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto	B. Atribuciones	C. Relación de Trabajo	D. Autoridad
Apoya y ejecuta todas las actividades secretariales que el Gerente General requiera.	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir, distribuir y clasificar la correspondencia del Gerente General. • Responder a la correspondencia del Gerente General de acuerdo a instrucciones recibidas. • Tomar las minutas de las reuniones gerenciales que se efectúen. • Coordinar la programación semanal para el uso de los vehículos del proyecto. • Apoyar en la logística para la realización de eventos, talleres, otros. Organizados por la gerencia. • Brindar soporte en las demás actividades que la administración requiera. 	Tiene contacto directo con el Gerente General, Jefes de Departamentos y trabajadores en general.	Evalúa, ejecuta y supervisa instrucciones emanadas por parte de la Gerencia General.

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad	B. Experiencia	C. Nivel Educativo	D. Conocimientos y Habilidades	E. Salario:
20 a 25 años	Minina 3 años como secretaria a nivel de componentes o Dirección Ejecutiva de los mismos.	Diversificado (deseable 1er. Semestre en administración de empresas) Secretaria Bilingüe	Inglés hablado y escrito, manejo de planta telefónica, máquina de escribir, fax; conocimientos de computación.	Q. 2,000.00 mensuales

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS ASESOR LEGAL

I. IDENTIFICACION

A. Título del Puesto	B. Ubicación Administrativa	C. Jefe Inmediato	D. Subalternos
- Asesor Legal	- Gerencia General	- Gerente General	Ninguno

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto	B. Atribuciones	C. Relación de Trabajo	D. Autoridad
Realizar y analizar los estudios legales que a la empresa se le presenten.	<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar legalmente en todo lo concerniente a la relación de la empresa con órganos estatales como Juzgados, Municipalidades, SAT, Ministerio. • Asesorar a la Gerencia General en casos de demandas laborales u otras de distinta naturaleza. 	Tiene contacto directo con la secretaria de gerencia, Jefes de Departamentos y trabajadores en general.	Ninguna

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad	B. Experiencia	C. Nivel Educativo	D. Conocimientos y Habilidades	F. Salario: Q 8,000.00
30 a 50 años	Minina 2 a 3 años de experiencia	Título Universitario Abogado y Notario.	Maestría en Derecho Laboral. Facilidad de expresión escrita y hablada manejo de paquetes de computación.	Según Código de Notariado

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS JEFE DE PRODUCCION**I. IDENTIFICACION**

A. Título del puesto - Jefe de Producción	B. Ubicación Administrativa - Departamento de Producción	C. Jefe Inmediato - Gerente General	D. Subalternos - Encargado de compras y materia prima. - Encargado de control de calidad.
---	--	---	--

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto Administrar, tecnificar y controlar la calidad de la producción de los muebles de madera.	B. Atribuciones <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar las actividades y capacitar, controlar al personal a su cargo. • Velar por el cumplimiento de políticas generales y planes anuales estratégicos. • Planificar la producción que se tendrá semanal, mensual y anual en base al comportamiento del mercado. • Verificar que los resultados obtenidos sean de acuerdo con los planes establecidos. • Implementar sistemas y procedimientos para soportar el proceso de desarrollo del proyecto. 	C. Relación de Trabajo Tiene contacto directo con la secretaria de gerencia, Jefes de Departamentos y subordinados.	D. Autoridad Delega, evalúa y supervisa a subalternos.
--	---	---	--

Fuente: elaboración propia

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad 25 a 45 años	B. Experiencia Minima 3 a 5 años de experiencia.	C. Nivel Educativo Titulo Universitario Ingeniero Industrial	D. Conocimientos y Habilidades Producción de muebles, tecnologías para la producción de los mismos, manejo de personal, capacidad de administración y toma de decisiones.	E. Salario: Q. 7,000.00 mensuales
---	--	---	---	---

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS ENCARGADO DE CONTROL DE CALIDAD

I. IDENTIFICACION

A. Título del Puesto - Encargado de Control de Calidad	B. Ubicación Administrativa - Departamento de Producción	C. Jefe Inmediato - Jefe de Producción	D. Subalternos - Carpinteros - Operarios
--	--	--	---

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto Mantener los procesos de calidad en la producción de muebles de madera.	B. Atribuciones <ul style="list-style-type: none"> Supervisar el proceso de producción con el objetivo de obtener producto de alta calidad para su comercialización. Dirigir y controlar la selección del producto en el área determinada. Coordinar capacitaciones para los colaboradores. Coordinar con el responsable de compras de materias primas los productos adquirirse para mantener la calidad del mueble. 	C. Relación de Trabajo Tiene contacto directo con encargado de compras de materia prima, con el Jefe de Producción, carpinteros y operarios.	D. Autoridad Delega, evalúa y supervisa a subalternos.
--	---	--	--

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad 25 años en adelante	B. Experiencia Minima 3 a 5 años de experiencia.	C. Nivel Educativo Técnico Universitario Administrador de Empresas	D. Conocimientos y Habilidades Calidad Total, ISO 9000, ISO 14,000 y paquetes de computación.	E. Salario: Q.3000,000.00 mensuales
--	--	---	---	---

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS CARPINTEROS				
I. IDENTIFICACION				
A. Título del Puesto - Carpintero (3)	B. Ubicación Administrativa - Departamento de Producción	C. Jefe Inmediato - Jefe de Producción	D. Subalternos - Ninguno	
II. DESCRIPCION				
A. Naturaleza del Puesto Controlar, vigilar y dar mantenimiento a las áreas asignadas.	B. Atribuciones <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de muebles de madera según diseño. • Revisión del diseño de los muebles de madera • Revisión de secado de madera 	C. Relación de Trabajo Tiene contacto con el jefe de producción, con el encargado de control de calidad, con los operarios.	D. Autoridad	
III. PERFIL DEL PUESTO				
A. Rango de Edad 20 años en adelante	B. Experiencia Minima 1 año en el área a desempeñar.	C. Nivel Educativo 3ero. Básico	D. Conocimientos y Habilidades Elaboración de muebles de madera.	E. Salario: Q. 3, 000.00 mensuales

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS OPERARIOS

I. IDENTIFICACION

A. Título del Puesto - Operarios (6)	B. Ubicación Administrativa - Departamento de Producción	C. Jefe Inmediato - Jefe de Producción	D. Subalternos - Ninguno
--	--	--	------------------------------------

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto Controlar, Vigilar y dar mantenimiento a las áreas asignadas.	B. Atribuciones <ul style="list-style-type: none"> • Ensamble de muebles de madera según diseño. • Acabados de los muebles. • Lijado de los muebles. • Sellado de los muebles. 	C. Relación de Trabajo Tiene contacto con el jefe de producción, con el encargado de control de calidad, con los carpinteros.	D. Autoridad
--	---	---	---------------------

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad 20 años en adelante	B. Experiencia Minima 1 año en el área a desempeñar.	C. Nivel Educativo 3ero. Básico	D. Conocimientos y Habilidades Ensamblados, acabados, lijado de muebles de madera.	E. Salario: Q. 2,000.00 mensuales
--	--	---	--	---

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS JEFE DE VENTAS

I. IDENTIFICACION

A. Título del Puesto - Jefe de Ventas	B. Ubicación Administrativa - Departamento de ventas	C. Jefe Inmediato - Gerente General	D. Subalternos - Personal de Ventas
---	--	---	---

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto Incrementar las utilidades por medio de las ventas.	B. Atribuciones <ul style="list-style-type: none"> • Realizar visitas periódicas a clientes importantes. • Autoriza concesión de créditos, descuentos, bonificaciones para la comercialización de muebles de madera. • Coordinar actividades para capacitar al personal sobre estrategias de ventas. • Mantener contacto personalizado con los intermediarios en el mercado. 	C. Relación de Trabajo Tiene contacto con el Gerente General, con los Ejecutivos de ventas y con el Cajero.	D. Autoridad
--	---	---	---------------------

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad 25 a 50 Años	B. Experiencia Minima 3 a 5 años en el área a desempeñar.	C. Nivel Educativo Técnico Universitario	D. Conocimientos y Habilidades Estrategias de ventas y atención al público	E. Salario: Q. 4,000.00 Mensuales mas comisiones sobre ventas
---	---	--	--	--

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS DE EJECUTIVO DE VENTAS				
I. IDENTIFICACION				
A. Título del Puesto	B. Ubicación Administrativa	C. Jefe Inmediato	D. Subalternos	
Ejecutivo de Ventas (2)	- Departamento de Ventas	- Jefe de Ventas	- Ninguno	
II. DESCRIPCION				
A. Naturaleza del Puesto	B. Atribuciones	C. Relación de Trabajo	D. Autoridad	
Incrementar las utilidades por medio de las ventas.	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente en sala de ventas. • Analiza concesión de créditos, descuentos, bonificaciones. • Mantener contacto personalizado con los intermediarios en el mercado. • Presentar al cliente los distintos diseños y precios de muebles de madera. 	Tiene contacto con el jefe de ventas y el cajero.		
III. PERFIL DEL PUESTO				
A. Rango de Edad	B. Experiencia	C. Nivel Educativo	D. Conocimientos y Habilidades	E. Salario:
25 a 35 años	Minima 1 a 3 años en el área a desempeñar.	Técnico Universitario	Estrategias de ventas y atención al público.	Q. 1,600.00 mensuales mas comisiones sobre ventas

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS CAJERO

I. IDENTIFICACION

A. Título del Puesto	B. Ubicación Administrativa	C. Jefe Inmediato	D. Subalternos
- Cajero	- Ventas	- Jefe de Ventas	- Ninguno

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto	B. Atribuciones	C. Relación de Trabajo	D. Autoridad
Recepción de efectivo por ventas.	<ul style="list-style-type: none"> • Cobro a clientes por mueble vendido. • Entregar cuentas del total de venta diario al Jefe de Ventas. 	Tiene contacto con el jefe de ventas y ejecutivo de ventas.	

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad	B. Experiencia	C. Nivel Educativo	D. Conocimientos y Habilidades	E. Salario:
25 a 35 años	Minima 1 a 3 años en el área a desempeñar.	Nivel Medio	En Contabilidad.	Q. 2,000.00 mensuales

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTO JEFE ADMINISTRATIVO FINANCIERO**I. IDENTIFICACION**

A. Título del Puesto	B. Ubicación Administrativa	C. Jefe Inmediato	D. Subalternos
- Jefe Administrativo y Financiero	- Departamento Administrativo y Financiero	- Gerente General	- Contador General y Auxiliar de Contabilidad.

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto	B. Atribuciones	C. Relación de Trabajo	D. Autoridad
Coordina la logística para los proyectos; además se encarga de elaborar con los gerentes de departamentos y monitorear el presupuesto.	<ul style="list-style-type: none">• Asegurar que los sistemas de contabilidad, y todos los aspectos financieros funcionen.• Coordinar las auditorias externas, y analizar los reportes de auditoria y responder a las recomendaciones de los mismos.• Evaluar las inversiones bancarias y los procedimientos para las transacciones bancarias.• Preparar en conjunto con el Contador General, informes de balance de saldos, reportes financieros.• Elaborar con los Coordinadores el Presupuesto Anual.• Coordinar todas las actividades relacionadas con Recursos Humanos.• Coordinar las actividades de los jefes de las otras áreas con el fin de cumplir los objetivos propuestos por la empresa.• Planificar los cambios que sean necesarios, con el propósito de mantener actualizados los planes de ejecución.• Velar por el cumplimiento de las políticas generales y planes estratégicos anuales.	Tiene contacto con el Gerente General, el Contralor General y el Auxiliar de Contabilidad	

	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar que los resultados obtenidos sean de acuerdo con los planes establecidos. • Actualizar, diseñar implantar los sistemas y procedimientos requeridos para soportar el proceso de desarrollo organizacional. 		
III. PERFIL DEL PUESTO			
A. Rango de Edad 25 a 45 años	B. Experiencia Minima 5 a 7 años en el área a desempeñar.	C. Nivel Educativo Título Universitario en la carrera de Administración de Empresas	D. Conocimientos y Habilidades de liderazgo, manejo de conflictos, manejo de personal, trabajo bajo presión, manejo de estrés, contabilidad gerencial y administración de Proyectos. E. Salario: Q. 7,000.00 mensuales

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS CONTADOR GENERAL**I. IDENTIFICACION**

A. Titulo del Puesto	B. Ubicación Administrativa	C. Jefe Inmediato	D. Subalternos
- Contador General	- Departamento Administrativo y Financiero	- Jefe Administrativo y Financiero	- Ninguno

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto	B. Atribuciones	C. Relación de Trabajo	D. Autoridad
Mantener y monitorear el sistema de contabilidad. Asegurar que todas las operaciones contables estén registradas. Analizar y preparar la información financiera, de acuerdo con la legislación vigente y los principios de contabilidad general aceptados.	<ul style="list-style-type: none">• Emitir y monitorear las requisiciones de cheques, para la ejecución de pagos a proveedores, personal y pagos fijos de la organización.• Controlar y registrar de manera contable las cuentas y operaciones de la producción de muebles de madera.• Realizar las operaciones para que se manejen con puntualidad, orden, transparencia y garantizado que las inversiones monetarias sean de forma adecuada ejecutadas.• Procesar y suministrar información para apreciar el funcionamiento de la empresa.• Evaluar la situación financiera de la empresa y efectuar el pago de impuestos.• Recopilar y presentar informes financieros.	Tiene contacto directo con Jefe Administrativo y Financiero y Auxiliar de Contabilidad.	Realiza, delega, evalúa y supervisa informes contables.

Fuente: elaboración propia

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad 30 a 50 años	B. Experiencia Minima 2 año en puestos similares	C. Nivel Educativo y Carrera: Licenciatura en Auditoria y Contaduría Pública.	D. Conocimientos y Habilidades Normas de Contabilidad, Actualización Fiscal, Computación, Office y Windows XP	E. Salario Q. 5,000.00 mensuales
---	--	---	---	--

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS DE JEFE DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD

I. IDENTIFICACION

A. Título del Puesto	B. Ubicación Administrativa	C. Jefe Inmediato	D. Subalternos
- Jefe de Mantenimiento y Seguridad	- Departamento de Mantenimiento y Seguridad	- Gerente General	- Mecánicos y Pilotos

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto	B. Atribuciones	C. Relación de Trabajo	D. Autoridad
Coordinar las labores de mantenimiento y seguridad de las instalaciones de la empresa, durante el horario diurno y nocturno de acuerdo con las especificaciones que se hagan.	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilar las instalaciones, los bienes y los vehículos. • Revisar para que los aparatos y luces no queden encendidos durante la noche • Reportar cualquier situación que observe durante su trabajo. • Mantenimiento de las instalaciones vehículos y maquinaria. • Velar por la seguridad de la empresa. 	Tiene contacto directo con mecánicos, pilotos, gerente general y jefes de departamentos.	Delega, evalúa y supervisa funciones.

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad	B. Experiencia	C. Nivel Educativo y Carrera:	D. Conocimientos y Habilidades	E. Salario
30 a 50 años	Minima 1 año en puestos similares	Ingeniero Mecánico o carrera afín.	Computación y logística.	Q. 7,000.00

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS DE MECANICO GENERAL

I. IDENTIFICACION

A. Título del Puesto	B. Ubicación Administrativa	C. Jefe Inmediato	D. Subalternos
- Mecánico General	- Departamento de Mantenimiento y Seguridad	- Jefe de Mantenimiento y Seguridad	- Ninguno

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto	B. Atribuciones	C. Relación de Trabajo	D. Autoridad
Coordinar todo lo referente al mantenimiento de maquinaria industrial y vehículos para uso de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Dar mantenimiento preventivo a la maquinaria que se utilizara para la producción de muebles de madera y a los vehículos. Velar por el buen uso de los vehículos y la maquinaria. Llevar el control de los servicios de los vehículos y la maquinaria. 	Tiene contacto directo con jefe de mantenimiento, seguridad y pilotos.	Ninguna

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad	B. Experiencia	C. Nivel Educativo y Carrera:	D. Conocimientos y Habilidades	E. Salario
25 a 45 años	Minima 1 año en puestos similares.	Técnico Universitario en Mecánica Industrial.	Mecánica industrial, mecánica automotriz y computación.	Q. 4,000.00

Fuente: elaboración propia

DESCRIPCION DE PUESTOS PILOTOS

I. IDENTIFICACION

A. Título del Puesto	B. Ubicación Administrativa	C. Jefe Inmediato	D. Subalternos
- Pilotos (1)	- Departamento de Mantenimiento y Seguridad	- Jefe de Mantenimiento y Seguridad	- Ninguno

II. DESCRIPCION

A. Naturaleza del Puesto	B. Atribuciones	C. Relación de Trabajo	D. Autoridad
Coordinar todo lo referente a la utilización de vehículos para uso de la empresa.	<ul style="list-style-type: none">• Traslado del producto desde la planta de producción a la sala de ventas y luego al lugar que indique el cliente.• Gestionar los vales de gasolina para obtener la dotación diaria combustible.• Velar por el buen uso de los vehículos.• Limpiar diariamente el interior y exterior de los vehículos.• Llevar el control de los servicios de los vehículos, generan en lo posible un mantenimiento preventivo de los mismos.• Reportar a la persona designada cualquier desperfecto menor o mayor de los vehículos generando su reparación inmediata, para evitar el que éstos queden fuera de servicio.	Tiene contacto directo con el jefe de mantenimiento, seguridad y mecánico general.	Ninguna.

Fuente: elaboración propia

III. PERFIL DEL PUESTO

A. Rango de Edad	B. Experiencia	C. Nivel Educativo y	D. Conocimientos y	E. Salario
25 a 35 años	Minima 1 año en puestos similares	Carrera: 3ero. Básico	Habilidades Licencia profesional (Tipo A), mecánica automotriz y señales de tránsito.	Q. 2,500.00

Fuente: elaboración propia

1.6.7. AREA COMERCIAL

PLAN DE MERCADEO

En Guatemala el mercado de muebles es uno de los más amplios, esto hace atractivo para la competencia. Existen sustanciales empresas que se dedican a la distribución de muebles de madera.

A pesar de existir empresas que ofertan sus productos no está el mercado cubierto en su totalidad, ya que la demanda de muebles de madera es cada día mayor debido al alto costo de los mismos, una gran porción de la población no tiene acceso a ellos y los sustituyen por muebles plásticos.

El ingreso a este mercado de nuevos competidores es una situación latente y que se puede dar en cualquier momento, sin embargo se mantendrán en el mercado aquellos que manejen los muebles de la mejor calidad, al mejor precio y con un servicio excepcional.

Por todas esas razones se toman en cuenta las necesidades de la población, la Empresa "Maderarte" se compromete a producir y distribuir muebles de la mejor calidad y a menor costo así contribuir a una mejor calidad de vida de todos los Peteneros.

ANALISIS FODA DEL PLAN DE MERCADEO

FORTALEZAS:

- Empresa que producirá y comercializara muebles lo cual le permitirá dar un mejor precio.
- Ofrece muebles de la mejor calidad y a gusto y preferencia de los clientes.
- Los precios son accesibles.
- Contará con una gama de muebles.
- Contará con tecnología a la vanguardia.
- Su sistema de distribución satisface necesidades no cubiertas.

OPORTUNIDADES:

- El mercado es receptivo a muebles de bajo precio y mayor calidad.
- Crecimiento a mediano plazo con subdistribuidoras en todo el territorio de Petén.

- Competir con otras empresas que distribuyen muebles.
- A mediano plazo exportar muebles a países como Estados Unidos y México.

DEBILIDADES:

- Es una empresa nueva.
- Tiene que ganar mercado.
- Presupuesto reducido para publicidad y promoción.

AMENAZAS:

- Existen en la actualidad 4 competidores.
- Impuestos y permisos que debe cancelar por la utilización de la materia prima.

OBJETIVO ESTRATEGICO LA EMPRESA “ MADERARTE” EN EL PLAN DE MERCADERO

Producir y comercializar muebles de madera de la mejor calidad, al mejor precio, posicionarse en el mercado como la mejor alternativa para los clientes.

RECURSOS ECONOMICOS

La empresa designara del presupuesto de ventas un 12% para mercadeo ya que es necesario que en cada ciclo que tenga la empresa “Maderarte” realice actividades para mantener las expectativas de los clientes.

DEFINICION DEL MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo serán todas aquellas personas mayores de edad que tengan un ingreso decoroso, que le permite cubrir los gastos alimentarios y no alimentarios, según el Instituto Nacional de Estadística en el año 2006 era de Q 6,574.00 por persona al año.

IDENTIFICACION DE LOS COMPETIDORES DIRECTOS

La competencia directa que tiene la Empresa “Maderarte” son aquellas distribuidoras que venden a los clientes productos similares, son los más importantes por el tamaño de su distribución:

- Distribuidora La Económica
- Elektra
- La Curacao
- Agencia Way

1.6.8. SEGMENTACION DE MERCADO

SEGMENTACION GEOGRAFICA:

- País: Guatemala
- Departamento: Petén
- Clima: Calido
- Región: Urbana

SEGMENTACION DEMOGRAFICA:

- Ingreso: Arriba de Q 6,574.00 (Por persona al año)
- Genero: Masculino – Femenino
- Estado Civil: Soltero – Casado
- Edad: 20 – 60
- Clase Social: Media y Alta
- Ocupación: Profesionales, comerciantes, vendedores, ejecutivos, amas de casa y jubilados
- Origen Étnico: Ladino e indígena

SEGMENTACION PSICOLOGICA:

- Personalidad: Introversa y extroversa
- Estilo de vida: Trabajador

SEGMENTACION CONDUCTUAL:

- Beneficios esperados: Bajo precio, calidad y servicio excepcional.
- Tipo de usuario: Frecuente y eventual

ANALISIS DE MERCADO

La Empresa Maderarte producirá y comercializará muebles de madera en el área central de Petén, abarcan Santa Elena, Flores y San Benito, se tiene planes de crecimiento lo cual cubriría todo el territorio de Peten. En la actualidad tiene 4 competidores directos.

Los muebles de madera que producirá la empresa “Maderarte” va dirigido a personas de clase media y media alta, ya que el principal atractivo será su calidad y su bajo precio además que ofrece una amplia gama de muebles. Se proyecta a personas jóvenes desde los 20 años hasta las personas adultas de la tercera edad debido a que dentro de esta categoría están comprendidas las personas que poseen capacidad económica.

La empresa Maderarte tiene como meta a mediano plazo el crecimiento de nuevos mercados en especial la expansión en todo el territorio de Petén y a mediano plazo la exportación a Estados Unidos y México.

ESTRATEGIA DE MERCADO

ESTRATEGIA DE PENETRACION:

- Con base a márgenes de costos se busca dar un menor precio que la competencia siempre y cuando no afecte los costos y márgenes de utilidad.
- Publicidad, venta personal y promoción de ventas agresiva.

ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE MERCADO:

- Se abarcaran nuevas zonas geográficas para atraer nuevos clientes.
- Se buscaran mercados internacionales.

ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE PRODUCTO:

- Se tendrá una amplia gama de muebles para satisfacer gustos y preferencias de los clientes.

1.6.9. ANALISIS DE LA MEZCLA DE MARKETING

PRODUCTO

Los productos son bienes de comparación, ya que en el proceso de compra, el comprador compara entre las alternativas que se le presentan, por ello se desea resaltar la calidad y el bajo precio de los muebles de madera, con esto se busca fijar en la mente del consumidor los beneficios de los muebles y crear en el cliente el hábito de comprar.

Dichos muebles se encuentran en la etapa de introducción del ciclo de vida del producto, por lo que está consciente que el crecimiento puede ser lento y la inversión aumentará debido a la publicidad y promoción con la cual se apoyará el producto.

PRECIO

Se establecerá un precio bajo para penetrar en el mercado, con el fin de atraer a los compradores y así poder abarcar una porción amplia del mercado. Ofrecer muebles de madera que resalten el bajo costo con relación a los que distribuye la competencia ayudará a la empresa “Maderarte” a posicionarse en el área central de Petén.

PLAZA

La Empresa Maderarte se ubicará en la periferia de San Benito en Barrio Valle Nuevo en la 6ta. Avenida, 5-30 zona 1 ya que es un punto estratégico en donde se ubica el corazón de Petén hay comercio y aglomeración de personas.

PROMOCION

Es importante para al empresa que se realicen promociones cuando se encuentre en la etapa de introducción. Por lo que se llevará a cabo lo siguiente:

Publicidad: Se realizará una campaña publicitaria en el área central de Petén, se utilizará la televisión local para dar a conocer las ventajas de los muebles de madera que produce y comercializa la empresa “Maderarte”.

Promoción de venta: Se realizará descuento del 15% por mueble comprado esto será por tiempo limitado.

Merchandising: Se elaborará lo siguiente:

Bifoliales

Stickers

Mantas

Vinílicas

Mupis (mueble urbano para la publicidad interactiva)

1.6.8. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Los clientes necesitan conocer el producto antes de la compra del mismo y esto se realiza mediante la comunicación.

La comunicación es la manera por la cual la empresa transmite la información de sus productos y la imagen a los clientes. Permite a la empresa conocer las necesidades de los clientes y la reacción que estos tiene con su producto.

La estrategia de comunicación se realizará por medio de la mezcla promocional la cual abarcara lo siguiente:

Publicidad: Es cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de ideas, bienes o servicios que hace un patrocinador identificado. Incluye formas impresas de difusión, exteriores, otros.

Venta Personal: Los ejecutivos de ventas daran a los clientes un servicio personalizado, ya que se encuentran capacitados para poder ofrecer a los clientes los diversos muebles con sus características particulares.

Promoción de ventas: Son los incentivos a corto plazo para fomentar la compra o la venta de los muebles de madera, mediante exhibidores en el punto de venta, premios y descuentos.

Relaciones Públicas: La empresa tendrá con sus empleados, clientes y proveedores relaciones positivas creando un ambiente agradable, lo cual creará una imagen corporativa positiva.

CONTROL

Este proceso le permitirá a la Empresa “Maderarte” garantizar que las actividades reales se ajusten a las actividades proyectadas. El control servirá para monitorear la eficacia de sus actividades, y poder tomar las medidas correctivas que se requieren. Se diseñarán sistemas de retroalimentación para comparar los resultados reales con las normas establecidas, para determinar si existen desviaciones y para medir su importancia, así como para tomar aquellas medidas que se necesiten para garantizar que todos los recursos de la empresa se usen de manera eficaz y eficiente para alcanzar los objetivos de la empresa.

Los pasos para implementar el control son:

Establecer normas y métodos para medir el rendimiento.

Medir los resultados.

Determinar si los resultados corresponden a los parámetros.

Tomar medidas correctivas.

Las razones por las que la Empresa “Maderarte” necesita llevar control son las siguientes:

Le permite a la empresa vigilar los cambios del ambiente así como las repercusiones en el avance de los planes de mercadeo, mantenimiento de la calidad así como enfrentar los cambios y agregar valor.

Se realizarán diferentes presupuestos lo que obligará a la empresa “Maderarte” implementar normas de control rígidas para lograr que los mismos alcancen sus objetivos y ayuden al departamento de ventas con los pronósticos elaborados.

1.6.9. AREA DE APROVISIONAMIENTO Y PRODUCCION

PROVEEDORES

La Empresa “MADERARTE” tendrá los siguientes proveedores:

Baurural: capital inicial.

Grupo Tecún: la maquinaria a utilizar.

Distribuidora la Económica: proveerá de mobiliario para oficina.

Canella: equipo de cómputo, de oficina y vehículos.

Grupo Golan: el equipo y personal de seguridad.

1.6.10. INTERNET COMO FUENTE DE INFORMACION Y ESTRATEGIA COMPETITIVA

Ventajas del Internet:

Las empresas con presencia online, consideran como los principales estímulos para tener presencia en Internet, la mejora de la imagen de marca y mejora del servicio de atención al cliente, esto supone un incremento de las ventas.

Inconvenientes que encuentran las Empresas:

La principal barrera del Comercio Electrónico, para las empresas que no venden online, es considerar su producto inadecuado para el canal, seguido del desconocimiento tecnológico.

CAPITULO 2

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Pregunta de Investigación

¿Con la implementación de la empresa Maderarte, la rentabilidad y recuperación del capital invertido será a corto plazo?

2.2 Objetivos

2.2.1. General

Verificar la rentabilidad de la producción y comercialización de muebles de madera de la empresa Maderarte en el Municipio de San Benito Petén.

2.2.2. Específicos

1. Determinar la oferta mediante el análisis de la competencia local.
2. Conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes locales.
3. Establecer los precios de los muebles de acuerdo a los costos de materia prima y fabricación.
4. Proponer los canales de distribución a ser utilizados en la venta del producto.

2.3. Alcances y límites

La Empresa Maderarte estará ubicado en San Benito, Petén, Barrio Valle Nuevo en la 6ta. Avenida, 5-30el área central de Petén de Zona 1, es un punto clave para el comercio, porque en dicha área se realizan transacciones con los municipios.

Límites:

En relación a la información sobre la capacidad instalada no existe porque los propietarios no permiten que se haga una revisión en los talleres.

El estudio se enfocó en lo siguiente:

- Currículum y presentación de los promotores.
- Selección y presentación de la idea.
- Estrategia competitiva.
- Análisis del entorno.
- Legalización de la empresa.
- Localización de la empresa.
- Área de organización y recursos humanos.
- Área comercial.
- Área de aprovisionamiento y producción.
- Área económica y financiera.
- Viabilidad del negocio: financiera, económica, comercial, tecnológica, medio-ambiente y jurídico-legal.
- Internet como fuente de información y estrategia competitiva.

2.4. Aportes

2.4.1. A Guatemala

Contribuir a que el país crezca, haya más inversión, genere empleos de manera directa e indirecta y dar a conocer los productos nacionales.

2.4.2. A la empresa MADERARTE

La empresa se verá beneficiada a mediano plazo ya que recuperara lo invertido y se posicionará en el departamento de Petén.

2.4.3. Universidad Panamericana

Una fuente de consulta que puede ser utilizada al realizar un proyecto de implementación y aplicación de una empresa.

CAPITULO 3

METODOLOGIA

La metodología que se utilizó para la creación de la empresa fue la siguiente:

3.1. Sujetos de investigación y unidades de análisis

3.1.1. Sujetos

- Comerciantes de muebles de madera de la localidad (oferentes)
- Consumidores (demandantes)

3.1.2. Unidades de Análisis

- Estados de resultados.
- Balance General.
- Flujo de efectivo.
- Punto de equilibrio.

3.2. Instrumentos

- **Encuestas:** Se utilizo para obtener información de los comerciantes de muebles de madera de la localidad y consumidores de los mismos.
- **Análisis Documental:** Se analizara todos los documentos con los que la empresa pueda contar que sean de interés para la investigación.

3.3. Procedimientos

Para la creación de la empresa “Maderarte”, se utilizara lo siguiente:

- **Currículum y presentación de los promotores:** se le da un nombre a la empresa, un slogan, se determina que tamaño tendrá, cual será su mercado objetivo y se determinan las diferencias entre los clientes y accionistas.
- **Selección y presentación de la idea:** se realiza el análisis del mercado y de materia prima.

- **Estrategia competitiva:** se analizan los números de competidores y su localización, la capacidad instalada, análisis el entorno y estrategias competitivas.
- **Análisis del entorno:** se analizan los precios históricos y actuales, la fijación de precios, la estructura que llevará el capital, se realiza un FODA y un análisis de Porter.
- **Legalización de la empresa:** la empresa debe realizar todas las inscripciones legales y fiscales que necesite ante las instituciones correspondientes para su operación comercial y así evitar problemas legales futuros.
- **Localización de la empresa:** la empresa Maderarte estará ubicada en Barrio Valle Nuevo 6ta. Avenida 5-30 Zona 1 San Benito Petén, ya que en dicha área se concentran transacciones entre los demás municipios de Petén.
- **Área de organización y recursos humanos:** se elabora misión y visión de la empresa, se seleccionan los valores con los que se trabajaran, las metas de la empresa, sus objetivos y se define su sistema organizacional.
- **Área comercial:** se elabora plan de mercadeo, análisis FODA, objetivos estratégicos, análisis de la competencia, se segmenta el mercado, se analiza la mezcla de marketing y se elaboran las estrategias de comunicación.
- **Área de aprovisionamiento y producción:** la empresa tendrá varios proveedores de capital así como también de herramientas, equipo y seguridad.
- **Área económica y financiera:** se elabora el análisis de inversión de activos, costos de producción y gastos de operación; también se realiza la proyección a 5 años de las ventas anuales, estado de resultados, balance general y el flujo de caja.
- **Viabilidad del negocio: financiera, económica, comercial, tecnológica, medio-ambiente y jurídico-legal:** para medir la viabilidad de la empresa se realizo análisis de valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, rentabilidad proyectada a 5 años, análisis de sensibilidad, valor de rescate y punto de equilibrio.
- **Internet como fuente de información y estrategia competitiva:** la empresa Maderarte utilizará el e-Business ya que consultará páginas en Internet para contactar a proveedores y hacer negociaciones con los mismos.

CAPITULO 4

PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

4.1. ESTIMACION INVERSION INICIAL:

a) **Terreno y Edificio:** De acuerdo con la información de la Municipalidad de San Benito, la adquisición del terreno asciendo a un total de Q. 500,000.00, por su parte el diseño, construcción y mano de obra del edificio equivale a Q1, 000,000.00, como resultado de la adquisición de dichos activos se tiene un total de Q1, 500,000.00.

b) **Mobiliario y Equipo:** Seguidamente se detalla el equipo de oficina necesario para el personal administrativo y de ventas, responsable de las operaciones de dicha empresa.

CUADRO 9
Detalle de Mobiliario y Equipo

No.	DESCRIPCIÓN	TOTAL (Q.)
5	Sillas Ejecutivas	10,000.00
3	Sillas Secretariales	1,800.00
5	Escritorios Ejecutivos	15,000.00
3	Escritorios Secretariales	3,000.00
4	Archivos	4,000.00
	Total	33,800.00

Fuente: Elaboración propia, con base a precios de mercado.

c) **Maquinaria y Herramientas de Fabricación:** Con base a las tres líneas de producción (sofás, modulares y mesas de centro), a continuación se detalla la maquinaria, equipo y herramientas necesarias para la elaboración de los mismos.

CUADRO 10
Detalle de Maquinaria y Herramientas

No.	DESCRIPCIÓN	MONTO (Q.)
6	Afilador de cuchillas	15,600.00
4	Barreno	5,600.00
1	Brocas	1,300.00
10	Cadenas de llaveros (millar)	2,150.00
4	Caladora 313	8,600.00
1	Caladora BOSCH	2,150.00
1	Caladora de sierra fina de hilo	3,500.00
11	Canteadora	38,500.00
4	Cepilladora de 12	12,000.00
5	Cepilladora WP-00115*	60,000.00
5	Cepillo # 5 Bailey	4,500.00
1	Cepillo # 12	8,500.00
3	Compresor	9,000.00
3	Dado de moldaduras para trabajar en sierra de banco con sus 8 juegos de molduras	4,500.00
4	Lijadora de banda BOSCH	10,000.00
5	Molote	5,000.00
4	Boleadora	40,000.00
4	Machimbradora	80,000.00
5	Pulidora 7"	15,000.00
20	Sierra circular de banco	104,000.00
10	Sierrita circular de banco	50,000.00
10	Sierrita de coladora	10,750.00
12	Routher	36,000.00
10	Lijadora manual	10,000.00
14	Forno TWL - 0870610 para madera	11,200.00
2	Sargentos 4"	1,000.00
2	Sargentos 5"	1,500.00
6	Serrucho corta ángulo	2,700.00
3	Motosierra	15,450.00
8	Martillo con uña	1,000.00
5	Formón	600.00
4	Esmeril	6,800.00
	Total	576,900.00

Fuente: Elaboración propia, con base a precios de mercado

d) **Vehículos:** Según la necesidad inicial del negocio contarán con un vehículo, en el futuro se evaluará si necesitarán adquirir más, el vehículo será tipo pick-up con un costo de Q 160,000.00.

e) **Equipo de cómputo:** Con base a las necesidades que tendrá la empresa se detalla a continuación el equipo de cómputo a utilizar:

CUADRO 11
Detalle del equipo de cómputo

No.	DESCRIPCION	MONTO (Q.)
6	Computadoras	36,000.00
3	Reguladores de voltaje	1,800.00
3	Impresoras	1,800.00
	Total	39,600.00

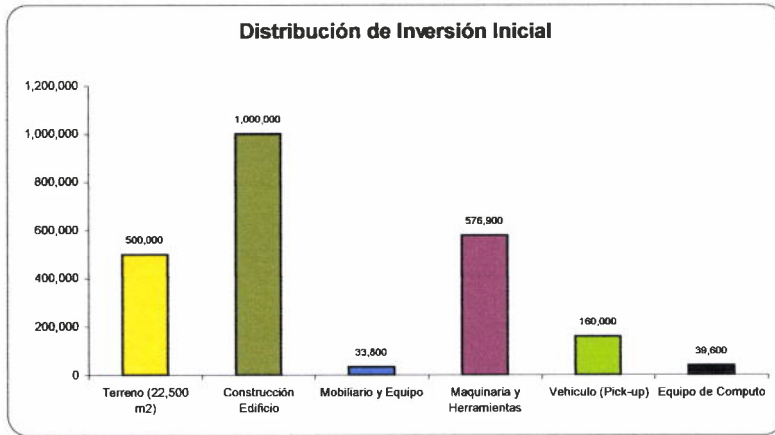
Fuente: Elaboración propia, con base a precios del mercado.

A continuación se presente el resumen de la inversión inicial:

CUADRO 12
RESUMEN DE LA INVERSIÓN INICIAL DE ACTIVO
(Cifras expresadas en Quetzales)

RESUMEN INVERSIÓN INICIAL		
Activo	Monto (Q.)	(%) Ponderación
Terreno (22,500 m ²)	500,000	21.64%
Construcción Edificio	1,000,000	43.28%
Mobiliario y Equipo	33,800	1.46%
Maquinaria y Herramientas	576,900	24.97%
Vehículo (Pick-up)	160,000	6.93%
Equipo de Computo	39,600	1.71%
Total	2,310,300	100%

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

4.2. COSTOS DE OPERACIÓN

Con base al análisis de costos necesario para la elaboración de las líneas de muebles establecidas por la empresa MADERARTE, seguidamente se detalla la materia prima e insumos requeridos.

a) **Modulares:** A continuación se detalla la materia prima e insumos para la elaboración de los modulares que se comercializará en dicha empresa.

CUADRO 13
Detalle por unidad de fabricación para modulares

MATERIA PRIMA E INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	SUBTOTAL (Q.)
Madera cedro tablón	100 pies	1,500.00
Barniz (Sellador)	1 galón	175.00
Tornillos 1 1/2"	1 gruesa	75.00
Lija diferentes tamaños	10 pliegos	50.00
Clavos de 2, 1 y 1/2"	6 libras	60.00
Cola diferente consistencia	1 galón	155.00
Tinner	5 galones	160.00
Mano obra directa	3 personas	950.00
COSTO UNITARIO TOTAL		3,125.00

Fuente: Elaboración propia.

b) **Juegos de sala:** A continuación se detalla la materia prima e insumos para la elaboración de los juegos de sala que se comercializará en dicha empresa.

CUADRO 14
Detalle por unidad de fabricación para juegos de sala

MATERIA PRIMA E INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	SUBTOTAL (Q.)
Madera cedro tablón	110 pies	1,600.00
Barniz (Sellador)	1 galón	150.00
Tornillos 1 1/2"	1 gruesa	75.00
Lija diferentes tamaños	10 pliegos	50.00
Clavos de 2 1/2, 2 y 1/2"	5 libras	41.73
Timer	5 galones	160.00
Durpancl	1 plancha	130.00
Esponjas	2 pliegos	160.00
Tactuclas	1 caja	10.00
Forro para esponja	2 yardas	70.00
Mano obra directa	3 personas	1,114.00
COSTO UNITARIO TOTAL		3,560.73

Fuente: Elaboración propia.

c) **Mesitas de centro:** A continuación se detalla la materia prima e insumos para la elaboración de las mesitas de centro que se comercializará en dicha empresa.

CUADRO 15
Detalle por unidad de fabricación para mesitas de centro

MATERIA PRIMA E INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	SUBTOTAL (Q.)
Madera cedro tablón	4 pies	60.00
Pieza cuadrada de cedro 4 x 4"	4 x 4"	90.00
Barniz (Sellador)	1/4 de galón	40.00
Tinner	1 botella	32.00
Lija diferentes tamaños	3 pliegos	15.00
Cola	1/4 de galón	40.16
Vidrio 5 milímetros de grosor cantos pulidos	1 vidrio	147.00
Mano obra directa	3 personas	200.00
COSTO UNITARIO TOTAL		624.16

Fuente: Elaboración propia.

e) **Gastos Fijos:** Seguidamente se presentan los costos fijos estimados para la operación de la Empresa Maderarte.

CUADRO 16
Detalle de Costos Fijos anuales
Expresado en quetzales

CONCEPTO	MONTO
Sueldos Administrativos y ventas	653,800.00
Intereses sobre financiamiento	600,000.00
Mantenimiento	15,000.00
Gastos de oficina	10,000.00
Combustibles y lubricantes	24,000.00
TOTAL	1,302,800.00

Fuente: Elaboración propia.

f) Costos Variables: Se presentan los gastos variables estimados para la operación de la Empresa Maderarte.

CUADRO 17
Costos variables por unidad de los modulares
Expresado en quetzales

CONCEPTO	MONTO
Electricidad	100.00
Costo unitario por mueble	2,175.00
TOTAL	2,275.00

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 18
Costos variables por unidad de los juegos de sala
Expresado en quetzales

CONCEPTO	MONTO
Electricidad	100.00
Costo unitario por mueble	2,446.73
TOTAL	2,546.73

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 19
Costos variables por unidad de mesitas de centro
Expresado en quetzales

CONCEPTO	MONTO
Electricidad	100.00
Costo unitario por mueble	424.16
TOTAL	524.16

Fuente: Elaboración propia.

f) **Precio de Venta:** A continuación se detallan los precios por unidad que tendrán las líneas de muebles que producirá dicha empresa

CUADRO 20
Precio de ventas por unidad

PRODUCTO	COSTO DE FABRICACION (Q)	(50%) MARGEN DE UTILIDAD DESEADO (Q)	PRECIO DE VENTA (Q)
Modulares	2,275.00	1,137.50	3,412.50
Juegos de Sala	2,546.73	1,273.36	3,820.09
Mesitas de Centro	524.16	262.08	786.24

Fuente: Elaboración propia.

g) **Punto de Equilibrio por línea de Producción:** Se estima el punto de equilibrio para las tres líneas de muebles siguiendo la siguiente formula:

$$P.E.U. = \frac{G.F.}{PV - CV}$$

- G.F. = Gasto fijos
- C.V. = Costos Variables
- P.V. = Precio de Ventas

g.1) Modulares: El punto de equilibrio, tanto en unidades de producción e importe total en quetzales asciende a 646 y 2,204,450.00 respectivamente. A continuación se detalla la tabla resumen No.xx

CUADRO 21
Resumen del punto de equilibrio de la línea de modulares

Costo Variable x Unidad	Precio Venta (Q.)	Unidades Producidas (anuales)	Gastos Fijos (Q.)	Costos Variables (Q.)	Costos totales (Q.)	Ventas (Precio Venta * Unid. Producidas)	Ingreso ante de I.S.R (Ventas- Costo Total)
2,275	3,412.50	0	734,800.00		734,800.00		-Q734,800.00
		300	734,800.00	682,500.00	1,417,300.00	Q1,029,750.00	-Q387,550.00
		600	734,800.00	1,359,000.00	2,099,800.00	Q2,047,500.00	-Q22,300.00
		646	734,800.00	1,469,850.00	2,204,450.00	Q2,204,475.00	Q25.00

Fuente: Elaboración propia

g.2) Juegos de sala: El punto de equilibrio, tanto en unidades de producción e importe total en quetzales asciende a 578 y 2,206,809.94 respectivamente. A continuación se detalla el cuadro resumen No.22

CUADRO 22
Resumen del punto de equilibrio de la línea de juegos de sala

Costo Variable x Unidad	Precio Venta (Q.)	Unidades Producidas (anuales)	Gastos Fijos (Q.)	Costos Variables (Q.)	Costo Total (Q.)	Ventas (Precio Venta * Unid. Producidas)	Ingreso ante de I.S.R (Ventas- Costo Total)
2,546.73	3,820.00	0	734,800.00		734,800.00		-Q734,800.00
		200	734,800.00	608,346.50	1,244,146.50	Q764,018.00	-Q480,128.50
		400	734,800.00	1,018,892.00	1,763,492.00	Q1,528,036.00	-Q235,456.00
		578	734,800.00	1,472,009.04	2,206,809.94	Q2,206,012.02	Q1,202.08

Fuente: Elaboración propia

g.3) Mesitas de centro: El punto de equilibrio, tanto en unidades de producción e importe total en quetzales asciende a 2,804 y 2,204,544.64 respectivamente. A continuación se detalla la tabla resumen No.xx

CUADRO 23
Resumen del punto de equilibrio de la línea de mesitas de centro

Costo Variable x Unidad	Precio Venta (Q.)	Unidades Producidas (anuales)	Gastos Fijos (Q.)	Costos Variables (Q.)	Costo Total (Q.)	Ventas (Precio Venta * Unid. Producidas)	Ingreso ante de I.S.R (Ventas- Costo Total)
524.16	786.24	0	734,800.00		734,800.00		-Q734,800.00
		1,000	734,800.00	524,160.00	1,258,960.00	Q786,240.00	-Q472,720.00
		2,000	734,800.00	1,048,320.00	1,783,120.00	Q1,572,480.00	-Q210,640.00
		2,804	734,800.00	1,469,744.64	2,204,544.64	Q2,204,618.96	Q74.32

Fuente: Elaboración propia

4.3. VIABILIDAD DEL NEGOCIO

CUADRO 24
Detalle de ingresos y egresos

EGRESOS:	ESTIMACION CON FINANCIAMIENTO(Q.)
Gastos Fijos	
Sueldos (Producción, Admón. y Ventas)	653,800.00
Intereses sobre financiamiento	600,000.00
Mantenimiento	15,000.00
Gastos de Oficina	10,000.00
Combustibles y Lubricantes	24,000.00
Costos Variables	
Producto 1 (Modulares)	1,469,650.00
Producto 2 (Juego de Sala)	1,472,009.94
Producto 3 (Mesita de Centro)	1,469,744.64
TOTAL EGRESOS	5,714,204.58
INGRESOS:	
Ventas Producto 1 (Modulares)	2,204,475.00
Ventas Producto 2 (Juego de Sala)	2,208,012.02
Ventas Producto 3 (Mesita de Centro)	2,204,616.96
TOTAL INGRESOS	6,617,103.98

Fuente: elaboración propia

CUADRO 25
Información Inicial para cálculo de Valor Actual Neto
Expresado en quetzales

INFORMACION INICIAL	
INVERSIÓN INICIAL	2,310,300.00
INGRESOS ANUALES	6,617,103.98
VIDA ÚTIL (TIEMPO EN AÑOS)	10
FINANCIAMIENTO (12%)	0.1200

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 26
Valor Actual Neto
Expresado en quetzales

FLUJO FINANCIERO PROYECTADO EMPRESA "MADERARTE"						
AÑO	EGRESOS	INGRESOS	FACT. ACT	EGRESOS ACT.	INGRESOS ACT.	BENEFICIOS NETOS
0	2,310,300.00	0.00	1.00	2,310,300.00	0.00	-2,310,300.00
1	5,714,204.58	6,617,103.98	0.89	5,101,968.38	5,908,128.55	806,160.18
2	5,714,204.58	6,617,103.98	0.80	4,555,328.91	5,275,114.78	719,785.87
3	5,714,204.58	6,617,103.98	0.71	4,067,257.95	4,709,923.91	642,665.96
4	5,714,204.58	6,617,103.98	0.64	3,631,480.31	4,205,289.21	573,808.89
5	5,714,204.58	6,617,103.98	0.57	3,242,393.14	3,754,722.51	512,329.37
6	5,114,204.58	6,617,103.98	0.51	2,591,015.20	3,352,430.81	761,415.61
7	5,114,204.58	6,617,103.98	0.45	2,313,406.43	2,993,241.79	679,835.36
8	5,114,204.58	6,617,103.98	0.40	2,065,541.45	2,672,537.32	606,995.86
9	5,114,204.58	6,617,103.98	0.36	1,844,233.44	2,386,194.03	541,960.59
10	5,114,204.58	6,617,103.98	0.32	1,646,637.00	2,130,530.39	483,893.38
				33,369,562.21	37,388,113.29	VAN = 4,018,551.08

Fuente: Elaboración propia

Análisis:

El valor actual neto del proyecto se enfatiza en el cuadro anterior, que será de Q.4,018,551.08; esto indica que el proyecto es viable y que producirá más que la tasa de inversión pasiva en un banco del sistema.

CUADRO 27
Información inicial para cálculo de Tasa Interna de Retorno
Expresado en quetzales

INFORMACION INICIAL	
INVERSIÓN INICIAL	2,310,300.00
INGRESOS ANUALES	6,617,103.98
VIDA ÚTIL (TIEMPO EN AÑOS)	10
FINANCIAMIENTO (12%)	0.4164

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 28

Tasa Interna Retorno Expresado en Quetzales

FLUJO FINANCIERO PROYECTADO EMPRESA "MADERARTE"						
AÑO	EGRESOS	INGRESOS	FACT. ACT	EGRESOS ACT.	INGRESOS ACT.	BENEFICIOS NETOS
0	2,310,300.00	0.00	1.00	2,310,300.00	0.00	-2,310,300.00
1	5,714,204.58	6,617,103.98	0.71	4,034,315.57	4,671,776.32	637,460.75
2	5,714,204.58	6,617,103.98	0.50	2,848,288.32	3,298,345.33	450,057.01
3	5,714,204.58	6,617,103.98	0.35	2,010,934.99	2,328,682.10	317,747.11
4	5,714,204.58	6,617,103.98	0.25	1,419,750.77	1,644,085.07	224,334.31
5	5,714,204.58	6,617,103.98	0.18	1,002,365.69	1,160,749.13	158,383.44
6	5,114,204.58	6,617,103.98	0.12	633,377.44	819,506.59	186,129.15
7	5,114,204.58	6,617,103.98	0.09	447,174.13	578,584.15	131,410.02
8	5,114,204.58	6,617,103.98	0.06	315,711.75	408,489.23	92,777.48
9	5,114,204.58	6,617,103.98	0.04	222,897.31	288,399.63	65,502.31
10	5,114,204.58	6,617,103.98	0.03	157,368.90	203,614.54	46,245.63
				15,402,484.88	15,402,232.09	VAN = -252.79
						TIRF= 53.64%

Fuente: Elaboración Propia

Análisis:

Luego de los cálculos realizados con los factores de actualización se estableció que la tasa interna de retorno es del 53.64% para 10 años, que es mayor al rendimiento esperado por lo cual es factible.

$$TIRF = TasaAct_Inicial + \left(\frac{VAN_{POSITIVO}}{VAN_{POSITIVO} + VAN_{NEGATIVO}} \right) * TasaAct_Final$$

$$TIRF = 12\% + \frac{4,018,551.08}{4,018,551.08 - 252.79} * 41.64$$

$$TIRF = 12\% + \frac{4,018,551.08}{4,018,298.29} * 41.64$$

$$TIRF = \underline{53.64\%}$$

CUADRO 29 Información inicial para cálculo de Relación Beneficio Costo Expresado en quetzales

INFORMACION INICIAL	
INVERSION INICIAL	2,310,300.00
INGRESOS ANUALES	6,617,103.98
VIDA UTIL (TIEMPO EN AÑOS)	10
FINANCIAMIENTO (12%)	0.1200

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 30
Relación Beneficio Costo

FLUJO FINANCIERO PROYECTADO EMPRESA "MADERARTE"						
AÑO	EGRESOS	INGRESOS	FACT. ACT.	EGRESOS ACT.	INGRESOS ACT.	BENEFICIOS NETOS
0	2,310,300.00	0.00	1.00	2,310,300.00	0.00	-2,310,300.00
1	5,714,204.58	6,617,103.98	0.89	5,101,968.38	5,908,128.55	806,160.18
2	5,714,204.58	6,617,103.98	0.80	4,555,328.91	5,275,114.78	719,785.87
3	5,714,204.58	6,617,103.98	0.71	4,067,257.95	4,709,923.91	642,665.96
4	5,714,204.58	6,617,103.98	0.64	3,631,480.31	4,205,289.21	573,808.89
5	5,714,204.58	6,617,103.98	0.57	3,242,393.14	3,754,722.51	512,329.37
6	5,114,204.58	6,617,103.98	0.51	2,591,015.20	3,352,430.81	761,415.61
7	5,114,204.58	6,617,103.98	0.45	2,313,406.43	2,993,241.79	679,835.36
8	5,114,204.58	6,617,103.98	0.40	2,065,541.45	2,672,537.32	606,995.86
9	5,114,204.58	6,617,103.98	0.36	1,844,233.44	2,386,194.03	541,960.59
10	5,114,204.58	6,617,103.98	0.32	1,646,637.00	2,130,530.39	483,893.38
				33,369,562.21	37,388,113.29	
						VAN = 4,018,551.08
						TIRP= 53.64%
						REL(BC) = 1.12

Fuente: Elaboración propia

Análisis:

El cuadro anterior indica la cantidad de beneficio expresado en valores monetarios por cada Q.1.00 que se invierte. El promedio de retorno es Q.1.12 por cada unidad monetaria invertida.

$$Rel_{B/C} = \frac{Beneficio_{Neto_Actualizado}}{Costos_{Totales_Actualizados}}$$

Relación Beneficio Costo = 37,388,113.29 / 33,369,562.21 = 1.12

CONCLUSIONES

- a) La creación de la empresa Maderarte ubicada en San Benito Petén, es factible por estar ubicada en un lugar estratégico para el comercio.

- b) Se observa el entusiasmo por la implementación de la producción y comercialización de muebles de madera fina para la distribución local, nacional y extranjera.

- c) La estructura organizacional de la empresa Maderarte cumple con los requerimientos establecidos en la Ley.

- d) Los canales de distribución utilizados hacen que los precios sean accesibles al consumidor final.

- e) Con el plan de mercadeo se presentan estrategias para la competitividad ante las empresas que operan en la actualidad.

- f) Con la variedad de muebles de madera fina los clientes prefieren comprar en la empresa Maderarte.

- g) La diversidad de precios de los muebles son accesibles a la capacidad económica que tiene la población y la exportación.

RECOMENDACIONES

- a) Velar por el buen funcionamiento de la empresa, a través de las personas idóneas para que se encarguen del manejo y operación de la misma.
- b) Al inversionista cumplir con las exigencias legales para que la empresa funcione y no tenga inconvenientes con las instituciones que rigen la actividad mercantil.
- c) Buscar la forma de mantener un incremento constante en las ventas, y así lograr mayor rentabilidad.
- d) Al final de cada año, se debe realizar una revisión de precios y costos y ajustarlos a la realidad macroeconómica del país.
- e) Para mejor contribución hacia la sociedad, que la empresa participe en actividades sociales, culturales y deportivas de beneficio para grupos de personas de la comunidad.
- f) Buscar la forma que el pago de tributos sea ecuánime y de acuerdo a las leyes vigentes, para que redunde en beneficio social.

BIBLIOGRAFIA

- Biblioteca de consulta Microsoft Encarta 2007.
- Hernández Andrade Jorge Fidel (2007) Introducción a la Economía. Guatemala: Servicios Profesionales.
- <http://www.ine.gob.gt>
- Koontz Harold y Weihrich Heinz (1998) Administración una perspectiva global. México: McGRAW-HILL interamericana editores S.A. de C.V.
- Kotler Philip (2001) Marketing. México: Pearson Educación.
- Molina M. J. Ernesto R. (1996) Contabilidad de Sociedades Mercantiles. Guatemala, C.A.
- Perdomo Salguero Lic. Mario Leonel (2007) Análisis e Interpretación de Estados Financieros Parte I. Guatemala: Ediciones Contables Administrativas (ECA).
- Perdomo Salguero Lic. Mario Leonel (2005) Análisis e Interpretación de Estados Financieros Parte II. Guatemala: Ediciones Contables Administrativas (ECA).
- Perdomo Salguero Lic. Mario Leonel (2002) Problemas y Soluciones de Contabilidad II. Guatemala: EDECA.
- Piloña Ortiz Gabriel Alfredo (2007) Microeconomía Análisis Económico I. Guatemala: GP Editores.

ANEXOS

1. REQUISITOS QUE DEBE CONTENER LA ESCRITURA PÚBLICA PARA CONSTITUCIÓN DE TODA EMPRESA MERCANTIL, INDIVIDUAL O JURIDICA DE ACUERDO AL CÓDIGO DE COMERCIO DECRETO 2-70 DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA

1. Deberá elaborarse en papel protocolo
2. Número de escritura
3. Nombre del Notario quien realiza la escritura
4. Nombre y las generales de los socios.
5. Denominación de la sociedad
6. Objeto: identificación de todas las actividades que realiza la empresa.
7. Domicilio: donde estará ubicado el negocio de la sociedad.
8. Del plazo social: Plazo definido o indefinido de la sociedad.
9. Capital Social: Enunciar el capital autorizado de la sociedad, como esta dividido y representado por cada uno de los socios, la cantidad que aporta cada socio en acciones y en que banco tendrá operaciones el capital.
10. Responsabilidad de los Accionistas: Obligación del pago acciones de cada accionista.
11. De las Acciones y de los Accionistas: Indicación como estarán representadas las acciones y quien emite los títulos.
12. Contenido de los Títulos: Esto indica la denominación y duración de la sociedad, fecha de escritura, lugar de otorgamiento, notario que autoriza, inscripción en el registro mercantil, monto del capital autorizado, distribución de capital, firmas del presidente del consejo de administración, secretario o representante legal.
13. De los certificados Provisionales de las Acciones: Constituye la emisión de certificados provisionales cuando las acciones suscritas no estén totalmente pagadas, señalando el monto de los llamamientos pagados y serán nominativas y serán canjeables por los respectivos títulos.
14. De las Acciones: Es donde se indica las generalidades de las acciones nominativas o al portador que la empresa emita.

15. Derechos de los accionistas: Son los derechos que tienen todos los accionistas en una empresa, como el derecho a voto en toda clase de asambleas generales de accionistas, la elección de administradores de la sociedad.
16. Los Órganos de la Sociedad: Es la organización como esta formada la sociedad tales como: Asamblea general de accionistas, consejo de administración o representante legal y gerentes generales o especiales.
17. De la Asamblea General de Accionistas: Es el órgano superior de la sociedad, por que en ella se expresa la voluntad social en las materias de su competencia.
18. Clases de Asambleas Generales: Es donde se describe la clase de asamblea que se debe realiza como las ordinarias y las extraordinarias.
19. Del quórum y mayoría en asamblea general ordinaria: Es donde se describe como deberán estar representadas y la cantidad de socios que deberán estar presentes para la toma de resoluciones.
20. Del quórum y mayoría en asamblea general extraordinaria: Como se trata de una asamblea general extraordinaria en esta se indica cuantos deberán estar presentes o representadas del cual se requiere de un mínimo del 60% de las acciones..
21. Requisitos para asistir a las asambleas: Nos da los requisitos mínimos que un accionista debe contar para asistir a estas reuniones.
22. La Asamblea General Ordinaria: Punto en donde se deben anotar las atribuciones de las asambleas generales ordinarias, como el de discutir, aprobar o improbar estados financieros, nombrar y remover administradores, conocer y resolver proyectos de utilidades, conocer y resolver asuntos sometidos a consideración.
23. De la Asamblea General Extraordinaria: Punto donde se dará a conocer y resolver cualquier asunto de modificación, creación, adquisición, aumento o disminución de acciones.
24. Formalidades de las Actas y sus Registros: Da a conocer de actas de las asambleas generales de accionistas, sobre los puntos que se traten quienes la firman y a donde se remite una copia certificada de la resolución tomada.
25. Del Consejo de Administración: En esta se anotará la administración y la dirección del consejo administrativo, el tiempo y los cargos que estarán vigentes.

26. Integración del Consejo de Administración: En esta se anotaran los miembros titulares, según como lo acuerde la asamblea general de accionistas, elige los que estime necesarios con los cargos y atribuciones convenientes.
27. Quórum del Consejo de Administración y Mayoría para Resolver: Se anotará sobre las reuniones y sus decisiones validas con la concurrencia de la mayoría de integrantes, sobre las resoluciones que se adopten.
28. Atribuciones del Consejo de Administración: Es donde se identifica las atribuciones del consejo de administración, tales como: Dirigir y llevar a cabo negocios de la sociedad, atender la organización, velar que se lleven libro de actas en todas las juntas generales, velar que se lleve la contabilidad conforme la ley, nombrar los miembros del consejo y administración y disponer de toda clase de bienes.
29. Del Representante Legal: Es donde se anotará las obligaciones, atribuciones y derechos del consejo de administración en caso la asamblea general de accionistas decida que la sociedad sea administrada por esta persona.
30. Presidencia de las Sesiones: Se anotará quien preside las asambleas de accionistas y sesiones del consejo de administración.
31. Secretaría: Se anotarán las atribuciones que tendrá el secretario electo por los miembros del consejo de administración.
32. De la Representación Legal: Lugar donde se anotará quienes tienen la representación legal en caso de ausencia.
33. De los Gerentes Generales: Es donde se indicará sobre el órgano ejecutivo del consejo de administración y la representación de órganos judiciales, celebración de actos o contratos, nombramiento de personal, otorgamiento de mandatos.
34. De las Gerencias Especiales: Es donde se anotarán que el consejo de administración puede crear estas plazas.
35. De los Mandatarios: En este punto se deberá designar los mandatarios y quienes podrán representarlos para aprobar convenios y transacciones.
36. De la Fiscalización: Lugar donde se hará saber quienes tendrán a su cargo la fiscalización y de quienes dependerá las operaciones que se realizan en la empresa.
37. Del Ejercicio Social: Punto donde se habrá notar el periodo del ejercicio fiscal.

38. Distribución de Utilidades: Punto donde se habrá notar la división y repartición de utilidades de los accionistas en proporción a las acciones pagadas.
39. De la Reserva Legal y de las Reservas Específicas: Es donde deberá declarar las reserva de las utilidades legales y específicas para su capitalización.
40. De la Disolución Total y de la Liquidación: En este se debe hacer notar cualesquiera de las causas por la cual una sociedad se disuelve o se desintegra y la forma de liquidación que se hará.
41. De las Diferencias entre Accionistas: se deben anotar todas las diferencias que existieran entre los accionistas y hacerse notar que el arbitraje se ajustará en forma legal.
42. Transitorio: Punto donde hace notar el representante legal de la empresa con sus generalidades que posee.
43. Aceptación: Artículo donde todos los socios aceptan la representación y el notario da fé de todo lo expuesto.
44. La escritura ya concluida deberá contener un timbre fiscal de Q.100.00 y un notarial de Q.10.00.
45. El valor de la escritura tiene un valor estimado de Q 5,000.00.

2. REQUISITOS QUE DEBE CONTENER EL ACTA NOTARIAL DEL REPRESENTANTE LEGAL DE TODA EMPRESA MERCANTIL, INDIVIDUAL O JURIDICA

1. Descripción del documento y de la empresa.
2. Lugar y fecha.
3. Dirección del notario.
4. Nombre del representante legal.
5. Generales y dirección del representante legal.
6. Estatutos de la empresa.
7. Organización de la empresa.
8. Duración de los miembros de la junta directiva.
9. Las atribuciones del presidente de la junta directiva.
10. Enunciar quien fue electo presidente de la junta directiva y por el tiempo que fue electo.
11. La legalidad del nombramiento.
12. Firmas del Representante legal y la del notario que autentica.

13. La autentica.
14. Sello del abogado y notario.
15. La firma de ante mí, que es la del notario.
16. Lleva un timbre fiscal de Q100.00 y un timbre notarial de Q.10.00.
17. El valor del Acta Notarial tiene un valor estimado de Q 2,000.00.

3. TRAMITE PARA LA INSCRIPCIÓN DE LA EMPRESA ANTE EL REGISTRO MERCANTIL

La inscripción como comerciante individual, empresa o establecimiento mercantil se hará mediante solicitud del interesado se hará al llenar el formulario.

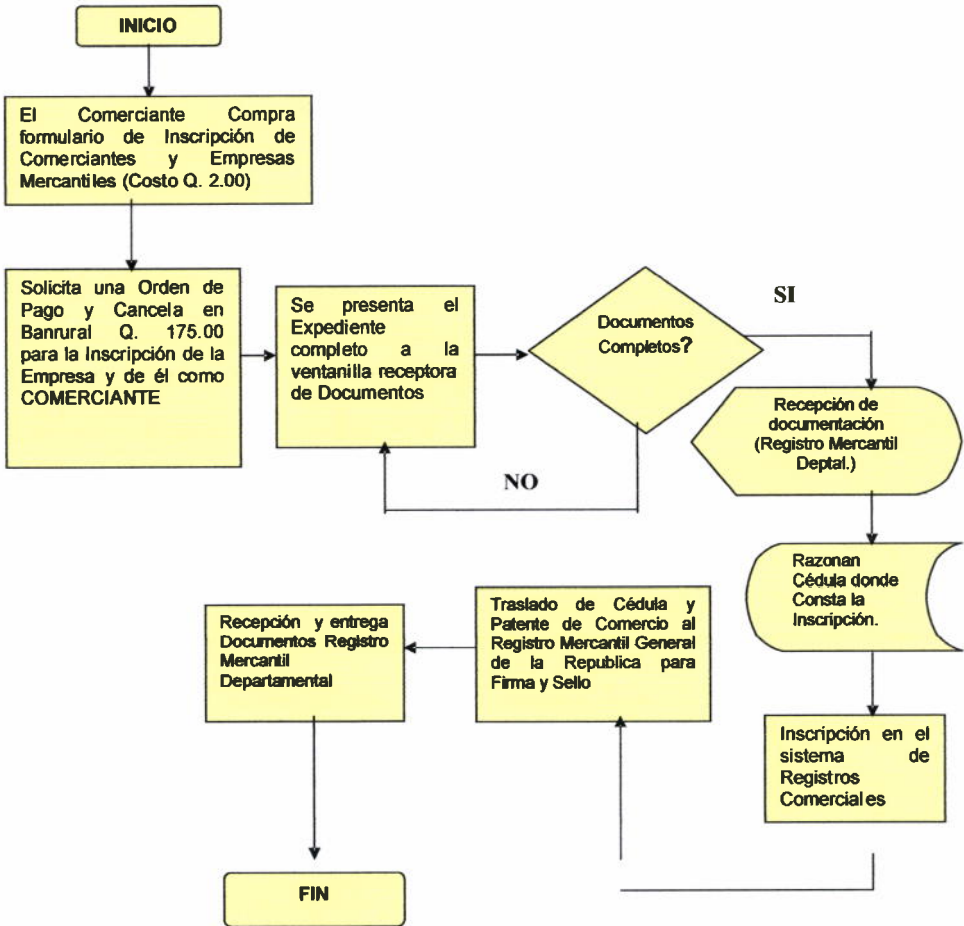
Pasos para la inscripción de una Sociedad Mercantil:

1. Adquirir en el Registro Mercantil el formulario FORM 001 (costo de Q. 2.00), de solicitud de inscripción, para comerciante individual o empresa jurídica.
2. Se llena el formulario, se le adjunta original y una fotocopia legalizada del testimonio de la escritura de constitución de la sociedad.
3. Solicitar en la ventanilla de Recepción de Documentos, una orden de pago y cancelo en la caja del banco la cantidad de Q 275.00 como base más Q.6.00 por cada millar de capital autorizado que tenga la sociedad hasta Q.25,000.00. Así mismo cancelo además Q.15.00 en concepto de honorarios de edicto.
4. Con el pago efectuado, en un fólter tamaño oficio con su respectiva pestaña, ingreso los documentos en la ventanilla de recepción, en donde extienden una contraseña con el número de expediente y devuelven el testimonio original debidamente sellado de recibido.
5. El expediente es traslado a la asesoría jurídica para la calificación de los documentos que se presentan, y si esto está correcto y conforme a la ley, se ordena la inscripción provisional y la emisión del edicto para su publicación.
6. El expediente pasa a operaciones registrales, en donde se inscribe provisionalmente la sociedad, asignándole número de registro, folio y libro de inscripción, y se emite el edicto.

7. El edicto regresa a ventanilla para que sea entregado a la persona que lo haya ingresado, el cual deberá llevar al diario oficial para su publicación.
8. Ocho días después de su publicación del edicto, la persona interesada regresa al Registro Mercantil y presenta:

Memorial solicitando la inscripción definitiva de la sociedad y se acompaña dicho memorial; lo siguiente:
 - a. La página donde aparece la publicación de la inscripción provisional,
 - b. El testimonio original de la escritura, y
 - c. Fotocopia del nombramiento del representante legal previamente inscrito en el registro.
9. Los documentos pasan al departamento de operaciones registrales para que inscribirla definitivamente la sociedad, se razone el testimonio original y se elabore la patente de sociedad y luego pasa a firma del registrados mercantil.
10. El expediente completo pasa a la ventanilla de entrega de documentos, y entregan lo siguiente:
 - a. Testimonio original ya razonado,
 - b. Patente de sociedad a la que se debe adherirle timbres fiscales por valor de Q.200.00.
Con estos documentos, se acredita que la sociedad ha sido inscrita y goza de personalidad jurídica.
11. Cuando la sociedad se inscribe definitivamente, debe realizarse el trámite para inscribir la empresa, propiedad de la sociedad. Para ello deben seguirse los pasos para inscribir una empresa.
12. Dentro de un año máximo, después de inscrita la sociedad, se debe también inscribir el aviso de emisión de acciones (solo para sociedades accionadas), lo que hago siguiendo los pasos respectivos para el aviso de emisión de acciones.

**DIAGRAMA 1
PROCEDIMIENTO DE INSCRIPCIÓN ANTE EL REGISTRO MERCANTIL**



Fuente: elaboración propia

4. TRAMITE DE INSCRIPCION ANTE LA SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (SAT)

La inscripción de los contribuyentes normales se hará de la siguiente manera:

1. Llenar Formulario de Inscripción y Actualización de información de Contribuyentes en el Registro Tributario Unificado, Según Formulario SAT No. – 0014 (costo de formulario Q.1.00).

En el formulario antes mencionado se deberá de indicar la siguiente información:

- ✓ Nombres y apellidos completos de la persona individual, razón social o denominación legal y nombre comercial.
- ✓ Domicilio fiscal.
- ✓ Actividad económica principal.
- ✓ Fecha de iniciación de actividades afectas.

Todo lo anterior tiene su base legal en el Artículo 120 Decreto 2-70 del Código Tributario.

2. Llenar formulario de Solicitud para Autorización de Impresión y Uso de Documentos y Formularios, Según Formulario SAT-No. 0042, debe incluirse la Cédula de Vecindad a la para que autoricen las nuevas facturas se deberá presentar la resolución anterior o la última factura expedida por la empresa y una nueva fotocopia de Cédula de Vecindad.

Lo anterior tiene su base legal en los Art. 29 y 36 Decreto 27-92 Ley del Impuesto al Valor Agregado

3. Llenar Formulario de Solicitud de Habilitación de Libros, Según Formulario SAT-No. 0052, y se presentará la Cédula de Vecindad, además, deberá llevarse los siguientes libros:
 - Libro de Compras y Ventas,
 - Libro Inventarios,
 - Libro Diario,
 - Libro Mayor o Centralizador ,
 - Libro De Estados Financieros, siendo su costo de Q 0.50 por hoja.

Base legal artículo 368 del Decreto 2-70 Código de Comercio y Artículo 37 del Decreto 27-92 Ley del Impuesto al Valor Agregado.

4. Presentar original o fotocopia legalizada y fotocopia simple de la cédula de vecindad del representante legal.
5. Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del pasaporte del representante legal, en caso de ser extranjero.
6. Original y fotocopia simple de la patente de comercio de empresa y patente de comercio de sociedad.
7. Certificación de inscripción provisional ante el Registro Mercantil, en caso de estar en trámite la patente de comercio y de sociedad.
8. Original y fotocopia legalizada y fotocopia simple del primer testimonio de la escritura pública de constitución.
9. Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del acta del nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el registro mercantil.
10. La firma del formulario debe coincidir con la que aparece en la cédula de vecindad.

5. OBLIGACIONES PARA PRESENTAR DECLARACIONES JURADAS

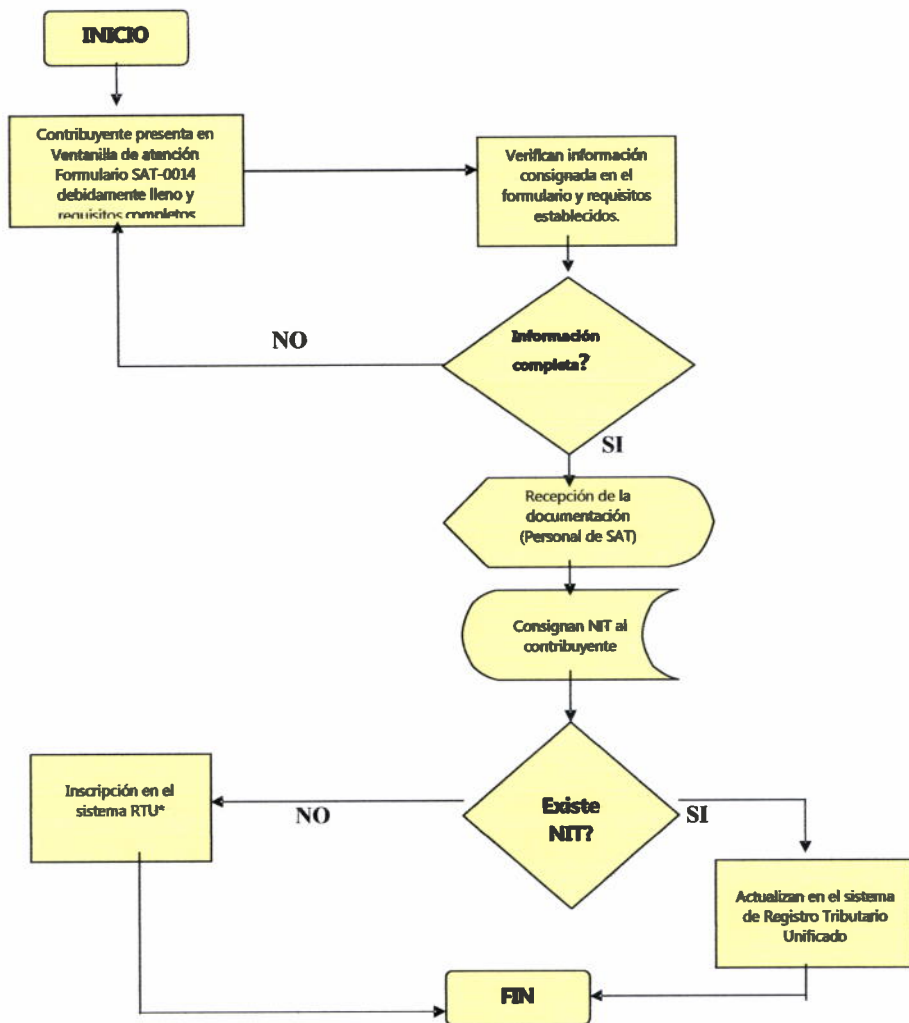
Después de estar legalmente inscrito el contribuyente en el régimen de acuerdo a la empresa, adquirirá las siguientes obligaciones fiscales:

- ✓ **Impuesto al valor Agregado (IVA).** Presentación mensual en formularios SAT-2013, cuyo costo es de Q.1.00, (12% sobre facturación del mes). De conformidad con el artículo 40 y 41 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, se pagará en efectivo, mediante débito o cheque de la cuenta bancaria del contribuyente u otro medio que de acuerdo con sus facultades autorice la Administración Tributaria, dentro del mes

calendario siguiente a cada período de imposición, haciendo uso del formulario ya mencionado.

- ✓ **Impuesto Sobre la Renta (Trimestral):** Presentación trimestralmente en formulario SAT- 1022 se obtienen en forma gratuita en cualquier oficina de SAT. El impuesto se determinará y pagará por trimestres vencidos, la empresa optará por realizar su presentación de la siguiente manera: Según artículo 61 de la Ley de Impuesto Sobre la Renta inciso a) el cual indica lo siguiente: Todos los contribuyentes, excepto aquellos cuya renta provenga exclusivamente de su trabajo personal en relación de dependencia, deberán realizar pagos trimestrales en concepto de Impuesto Sobre la Renta. Para el efecto, podrán optar por determinar el pago trimestral sobre una de las siguientes formas: de las cual la empresa elegirá el inciso a) el cual indica lo siguiente: Efectuar cierres contables parciales o liquidación preliminar de sus operaciones al vencimiento de cada trimestre, para determinar la renta imponible.
- ✓ **Impuesto Sobre la Renta, Declaración Jurada Anual:** Esta declaración se presenta en formulario SAT-1012 y adjuntar los respectivos anexos, deberá de presentar esta declaración en forma anual, 90 días hábiles después de que concluya el periodo fiscal.
- ✓ **Impuesto de Solidaridad (ISO):** La presentación es trimestral en formulario SAT-1601 y electrónicamente formulario SAT-1606, la base imponible de este impuesto la constituye la que sea mayor entre:
 1. La cuarta parte del monto del activo neto, o,
 2. La cuarta parte de los ingresos brutos.

DIAGRAMA 2
PROCEDIMIENTO DE INSCRIPCION ANTE LA SAT



Fuente: elaboración propia

6. TRAMITE PARA LA INSCRIPCIÓN DE TODA EMPRESA MERCANTIL, INDIVIDUAL O JURIDICA, EN EL RÉGIMEN DEL SEGURO SOCIAL (I.G.S.S.)

1. Solicitar los formularios en las oficinas del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, la empresa deberá tener como mínimo un total de cinco trabajadores, los cuales deberán ser inscritos en el Instituto Guatemalteco del Seguro Social.

Documento No. 1: CERTIFICADO DE TRABAJO:

Para solicitar formularios de certificado de trabajo, deberá llenarse la solicitud correspondiente, la cual es entregada por la oficina del Seguro Social a la empresa que lo solicita, la cual lleva los siguientes requisitos:

- a. Cantidad de formularios.
- b. Nombre la empresa o razón social.
- c. Identificar el número patronal.
- d. Dirección, municipio y departamento donde está situada la empresa.
- e. Nombres y apellidos completos de la persona que están autorizados para pedir los formularios.
- f. Numero de cédula
- g. Lugar donde fue extendida.
- h. Lugar y fecha.
- i. Nombre y firma del representante legal.

Documento No. 2: TARJETA PARA FIRMAS REGISTRADAS:

Para identificar los nombres y firmas de las personas autorizadas para realizar cualquier trámite en el Seguro Social se hace a través la tarjeta correspondiente, la cual contiene los requisitos siguientes:

- a. Número patronal.
- b. Nombre el patrono.

- c. Nombre la empresa.
- d. Centro de trabajo.
- e. Dirección.
- f. Podrán registrarse a tres personas, en la cual se deberá indicar los números de cédula, nombres y apellidos completos y la firma correspondiente.
- g. Deberá llevar el sello de la empresa.
- h. Lugar y fecha.
- i. Si hubieren varios centros que correspondan a la misma empresa, deberá llenarse una tarjeta por cada centro.
- j. Cuando se sustituyan firmas deberá usarse una nueva tarjeta y llenarse también en donde se indique la firma de, por la de, debiendo llevar la firma del patrono o representante legal.

Documento No. 3: **CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN PATRONAL**

Para la constancia de inscripción patronal, deberá llenarse el formulario FORM-DRPT-001, el contiene los siguientes requisitos.

- a. Número patronal.
- b. Actividad económica principal.
- c. Ubicación de la empresa.
- d. Patrono.
- e. Dirección.
- f. Municipio,
- g. Departamento.
- h. Empresa.
- i. Dirección de la empresa.
- j. Municipio.
- k. Departamento.
- l. Fecha obligación inscripción IGSS.
- m. Número de trabajadores.
- n. Total de salarios.

- o. Observaciones.
- p. Lugar y fecha.
- q. Jefe división de registro de patrono y trabajadores.

Documento No. 4: INSCRIPCIÓN PATRONAL

Para la inscripción patronal en el Seguro Social, deberá utilizarse el formulario FORM-DRPT-001, del cual hay que llenar los siguientes requisitos:

- a. Datos del patrono.
- b. Patrono, persona individual.
- c. Patrono, persona jurídica.
- d. Datos de la empresa.
- e. Datos generales para persona individual o jurídica.
- f. Lugar y fecha.
- g. Firma del patrono como persona individual o representante legal como persona jurídica.

Documento No. 5: PLANILLA DEL SEGURO SOCIAL

Cuando la empresa ya está inscrita en el Seguro Social, está deberá presentar cada periodo de pago, la planilla de Seguro Social o bien el Formulario DP-1-A, en original, duplicado y triplicado, el cual debe contener la información siguiente:

- a. Número de hojas.
- b. Periodo a que corresponde.
- c. Nombre del establecimiento.
- d. Nombre el patrono o razón social.
- e. Número patronal.
- f. Dirección del establecimiento.
- g. Dirección del patrono.
- h. Número de afiliación del trabajador.
- i. Apellidos y nombres completos del trabajador.

- j. Salario devengado.
- k. Fecha de las altas y bajas.
- l. Total de trabajadores.
- m. Cuotas patronales y laborales por concepto de IGSS, INTECAP E IRTRA.
- n. Lugar y fecha.
- o. Firma del patrono o representante legal
- p. Sello y fecha de oficina receptora.

Documento No. 6. PLANILLA DE AFILIACIÓN

La empresa deberá presentar la planilla de afiliación de la división de registro de patronos y trabajadores de acuerdo al formulario FORM. RPT 3-A, el cual debe contener la información siguiente:

- a. Número patronal.
- b. Nombre del patrono o razón social.
- c. Nombre de la empresa.
- d. Dirección de la empresa.
- e. Departamento de la república donde laboran los trabajadores.
- f. Cogido geográfico.
- g. Apellidos y nombres completos de los trabajadores.
- h. Domicilio del trabajador.
- i. Apellido del esposo.
- j. Sexo.
- k. Fecha de nacimiento.
- l. Cédula de vecindad.
- m. Municipio y departamento donde fue extendida.
- n. Número de afiliación que le corresponde.
- o. Lugar y fecha.
- p. Firma y sello o representante legal.

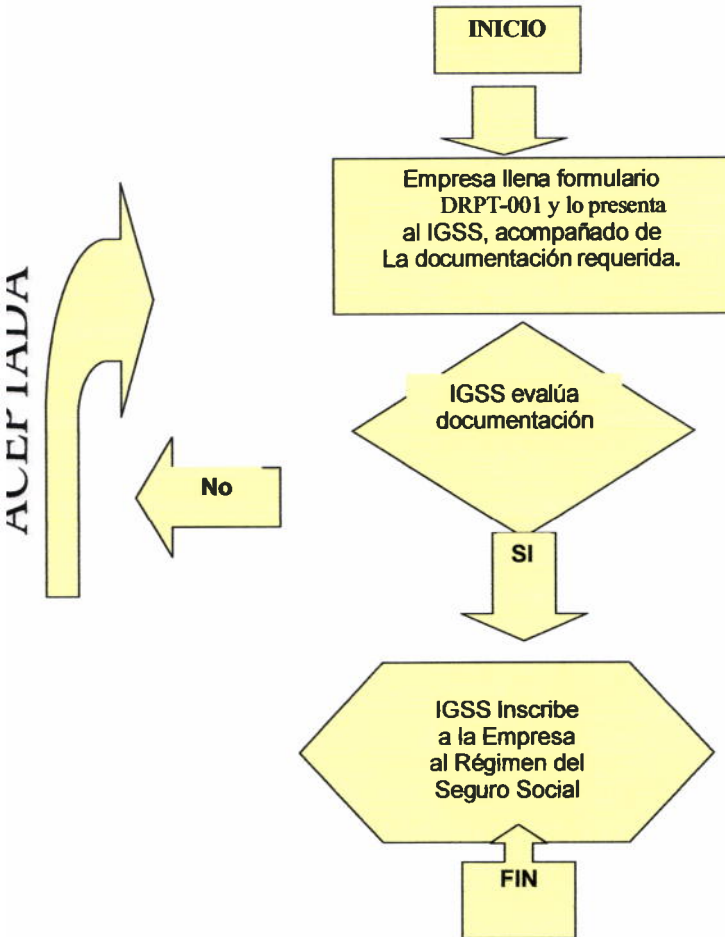
Documento No. 7: **CONSTANCIA DE AFILIACIÓN**

Esta deberá ser entregada al trabajador, la cual debe contener lo siguiente:

- a. Fotografía del trabajador.
- b. Número de afiliación.
- c. Número de cédula.
- d. Apellidos y nombres.
- e. Apellido del esposo.
- f. Número patronal.

DIAGRAMA 3

PROCEDIMIENTO PARA INSCRIPCIÓN ANTE EL INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL



Fuente: elaboración propia

7. MINISTERIO DE TRABAJO

Contratos de Trabajo, Planillas y Recibos:

Los contratos de trabajo se realizarán entre el patrono y los trabajadores, conforme a un contrato individual de trabajo, que será llenado y firmado por ambas partes, y deberá presentarse ante la inspección de trabajo el día en que se empieza la relación de trabajo; además se debe llevar en un formato las planillas y recibos de los pagos que se realizarán a los empleados, los cuales deberán de firmar lo empleados al hacerseles su pago.

Además deberá solicitar lo siguiente:

1. Autorización de contratos de trabajadores
 - o Por medio de presentación de oficio del contador.
 - o Cédula de vecindad del propietario o representante legal.
2. Permiso para laborar días de asueto.
3. Autorización del libro de planilla para menos de diez empleados.
4. Autorización del libro de planilla para más de diez empleados.
5. Informe patronal anual, año inmediato anterior.

8. IRTRA

- Constancia de inscripción en el IGSS.
- Copia de Nombramiento de Representante Legal.
- Planilla con recibos de los primeros tres meses de pagos.

9. GLOSARIO

AGEXPRONT: Asociación gremial de exportadores de productos no tradicionales.

Análisis de sensibilidad: este análisis sirve para determinar que tanto se puede ver afectada la inversión por variables externas entre ellas la inflación, costo de producción, las ventas y tasas de financiamiento.

COFAMA: Comisión de fabricantes de muebles.

Empresa: Es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.

FODA: Es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos o externos de programas y proyectos.

Inflación: Es el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, a lo largo del tiempo, medido frente a un poder adquisitivo.

Punto de Equilibrio: Es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentajes y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades.

Relación Beneficio Costo: Sirve para determinar cuales son los beneficios por cada quetzal que se sacrifica en un proyecto.

Rentabilidad: Es la que se obtiene al realizar una relación entre la inversión inicial y las utilidades al final de cada periodo.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Es una herramienta para la toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión.

Valor Actual Neto (VAN): Es el valor que nos indica que el proyecto es viable y que la empresa producirá más que la tasa de inversión pasiva en un banco del sistema.

Valor de rescate: Es el monto recuperable de un banco de capitalización por la cancelación de un título antes de su vencimiento.

Viable: Es lo que reúne las condiciones necesarias para llevar a cabo un proyecto.