Comercialización Muebles Auxiliares en Hierro Forjado para el Hogar en la Ciudad de Guayaquil.

Diana Zúñiga Bastidas(1), Natalia Cevallos Beltrán(2), Mariana Flores Jordán(3)
Econ. Elma Ramírez Romero (Directora de Tesis)
Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo km 30.5 vía Perimetral. Apartado 09-01-5863. Guayaquil- Ecuador
dzuniga@espol.edu.ec,azflores@espol.edu.ec

Resumen

El mercado de muebles en Guayaquil; en su mayoría se ha enfocado, a la fabricación y venta de muebles de madera, sin dar alternativas nuevas; en cuanto a materiales para muebles. De acuerdo a información proporcionada por el Banco Central del Ecuador, el mercado de muebles ecuatoriano es de aproximadamente USD 130 millones anuales, de este monto alrededor del 50% corresponde a muebles confeccionados artesanalmente, aunque ha ido perdiendo participación conforme las importaciones se han ido incrementando. El mercado de muebles en Guayaquil, en su mayoría, se ha enfocado a la fabricación y venta de muebles de madera sin dar alternativas nuevas en cuanto a materiales para muebles. El presente proyecto a implementar nace con el objetivo de dar opciones al consumidor guayaquileño al momento de decorar el interior de su hogar con una propuesta de muebles auxiliares de hierro forjado estos es Consolas y Estanterías. El mismo que por su naturaleza es resistente al tiempo, y su mantenimiento no es muy costoso. De esta manera brindaremos al cliente el mejor servicio en términos de calidad, precio y originalidad.

Palabras Claves: Comercialización de Muebles Auxiliares en Hierro forjado para el hogar en la Ciudad de Guayaquil

Abstract

The furniture market in Guayaquil, the majority has focused on the manufacture and sale of furniture, without providing new alternatives, in materials for furniture. According to information provided by the Central Bank of Ecuador, the Ecuadorian furniture market is approximately USD 130 million annually, this amount about 50% is furniture made by artisans, but has been losing share in accordance imports have been increasing . The furniture market in Guayaquil, the majority has focused on the manufacture and sale of furniture without providing alternatives in terms of new materials for furniture. To implement this project was conceived with the aim of giving the consumer *choices of Guayaquil at the time to decorate your interior with a proposal for auxiliary furniture is wrought iron these consoles and shelves. The same kind that is resistant to weather, and its maintenance is very expensive. In this way provide the best customer service in terms of quality, price and originality.*

Keyboards: Commercialization of Auxiliary Iron Furniture forged for the home in the City of Guayaquil

1.- ANTECEDENTES DE LOS MUEBLES

El sector manufacturero, excluyendo la refinación del petróleo, ha contribuido históricamente en un 13% al PIB. Las tasas de crecimiento de este sector en los últimos períodos han sido entre 3% y 9%.

De acuerdo al Banco Central, el índice de precios al consumidor a octubre para la división de consumo “muebles y artículos de hogar” fue 2.98% menor a la inflación general, este sector presenta tasas inflacionarias por debajo del 3% en los últimos dos años.

El sector maderero en el Ecuador es uno de los sectores más dinámicos de la economía. En los últimos seis años la producción de madera y elaborados de madera creció 20%, incrementándose en cerca de US$ 50 millones.

Además es un importante generador de divisas, como producto primario el país exportó madera por US$ 43.248 de enero a septiembre 2008. Mientras que por exportaciones del sector industrializado no tradicional “Maderas prensadas y terciadas” ha ingresado al país USD 36.8 millones en promedio desde el año 2000. Hasta septiembre del año 2008 el sector exportó US$ 30 millones.

A inicios del 2008, el sector de muebles en hierro forjado tuvo un crecimiento del 20%[1] con relación al año 2006, debido al incremento en el precio del hierro; el cual se importa desde Asia, quedándose la mayor parte de su producción en dicho país (Asia); por ser uno de los países que más demandan hierro en el sector de la construcción.

En Septiembre del 2008 se registró un decrecimiento en el precio del hierro del 22%[2] debido a la disminución en el sector de la construcción y por ende de las importaciones de hierro por parte de China quienes acaparan la mayor parte de la producción mundial.

Además la recesión económica que vive EEUU ha provocado menor demanda en el hierro y por ende la baja de sus precios.

Nuestra Empresa ofrece una amplia variedad de Muebles Auxiliares en Hierro Forjado, donde nuestro poder de negociación es alto ya que **Decofiness** S.A. Muebles Auxiliares en hierro forjado para el hogar (consolas y estanterías)(Fig 1),

cuenta con una importante alianza estratégica con el proveedor; dándonos la exclusividad de distribución en los productos, ajustándose a las necesidades de los Clientes.

Fig.1 Empresa Decofiness S.A.

2.- JUSTIFICACION DEL TEMA

La propuesta de muebles incluye: Consolas y Estanterías de Hierro Forjado para la decoración.

En la Fig. 2 podemos ver que la materia prima es el hierro, el mismo que después de estar expuesto a altas temperaturas en una fragua, pasa a un yunque donde se lo forja dándole formas diversas y combinándolos con diferentes materiales para obtener variedad de diseños de muebles auxiliares.

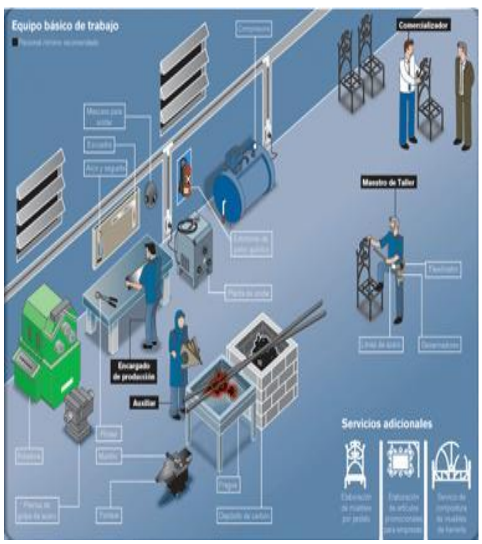

Fig. 2 Proceso de Elaboración de los Muebles Auxiliares En hierro Forjado

Se propone diseños innovadores en colores variados adaptables a cualquier ambiente, cubriendo las expectativas de mercado de un producto diferente, duradero y con estatus.

El enfoque hacia el medio ambiente y el cuidado de la salud de las personas hace que se utilice productos que no afecten el medio ambiente, reduciendo la contaminación atmosférica.

Los productos propuestos cuentan con un valor agregado de alta tecnología, esto es la ***pintura Electrostática***, el cual da un acabado homogéneo de color y aumenta la durabilidad de la misma. Por esta razón nos sentimos orgullosos al poder decir que se ofrece un servicio que brinda un producto único para cada cliente y que a demás, no daña el medio ambiente porque no contiene contaminantes.

3. OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de este proyecto es determinar la factibilidad de implementar una empresa comercializadora de muebles personalizados forjados en hierro en la ciudad de Guayaquil.

4. OBJETIVO ESPECIFICOS

Nuestros objetivos específicos es analizar el entorno micro y macroeconómico de la ciudad de Guayaquil, para evaluar las principales variables socioeconómicas que permitan la instalación de la empresa en la ciudad.

Determinar la viabilidad del mercado en la ciudad de Guayaquil para estimar el número de hogares a los cuales se pueda vender los muebles personalizados forjados en hierro.

Elaborar un plan de marketing que se ajuste a las expectativas de los consumidores, considerando el consumo actual y potencial de estanterías y consolas y la protección al medio ambiente.

Elaborar un estudio técnico que permita encontrar la función de producción optima, con una administración eficiente siguiendo las normas legales para el establecimiento de este tipo de empresas.

Evaluar financiera la implementación de la empresa en la ciudad de Guayaquil, con el fin de demostrar la viabilidad del proyecto propuesto.

5. MERCADO OBJETIVO

De acuerdo a las encuestas realizadas, cabe destacar que el mercado potencial son las mujeres de 25 a 60 años .

Ubicadas en el sector Norte de Guayaquil, de donde se ha escogido las siguientes ciudadelas:

Puerto Azul, Kennedy Norte, Urdenor y Ceibos, cuya población total asciende a 19.560 mujeres, que tienen capacidad adquisitiva y estabilidad económica.

En la Fig 3, Se determina que de la muestra de 384 personas encuestadas, de las 19.560 mujeres en las ciudadelas antes mencionadas, el 83% que corresponde a 16.235 mujeres, se inclinan a la compra de mueble auxiliar en hierro Forjado,

donde el 14% se inclinan por otros modelos como madera, acero, etc., y por último el 3% no le ven utilidad a un mueble auxiliar.Lo cual se muestra en la Tabla 1.

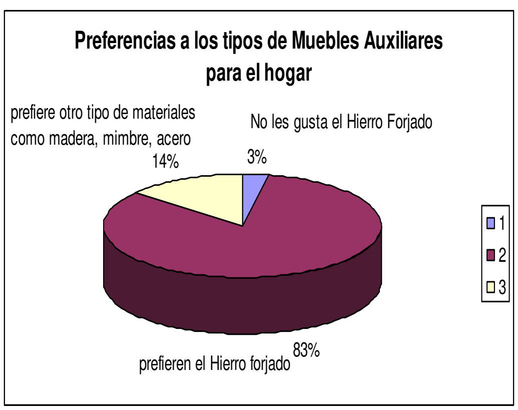

Fig.3 Preferencia a los Tipos de Muebles Auxiliares

Preferencias a los tipo de de Muebles Auxiliares para el Hogar				
Mercado Potencial	**Mercado Específico**	**Muestra n=**	**% de Aceptacion**	
	Puerto Azul		83%	16,235
	Kennedy Norte		14%	2,738
	Urdenor		3%	587
	Ceibos			
TOTAL	19,560			

Tabla 1. Preferencias a Tipos de Muebles Auxiliares

De los resultados de las encuestas aplicadas se obtuvo que: de las 19,560 mujeres que constituyen la sumatoria de las ciudadelas que conforman el mercado global en Guayaquil,

el 41% de las Mujeres prefirió combinar sus Muebles en Hierro Forjado con vidrio; el 26% con madera, el 19% con mármol y el 14% prefirió combinarlo con marmeton.

6. ANALISIS FODA

A continuación, en la Fig. 4 presentamos una matriz en donde se resumen las principales fortalezas y debilidades de la empresa factores internos), así como sus oportunidades y amenazas (factores externos), para conocer los riesgos extrínsecos del negocio a implementar en la ciudad de Guayaquil.

F * Precio * Calidad * Diseños Personalizados * Son elaborados en Nuestro país	D *Costos
O * Variedad limitada de la competencia. * No hay locales que ofrezcan muebles auxiliares en Hierro Forjado.	A *Poca información en el mercado. *Existencia de productos sustitutos

Fig.4 Análisis Foda

FORTALEZAS

Nuestros precios son asequibles puesto que en la encuesta se concluyó que los clientes están dispuestos a pagar: por una Consola un rango de 200 a 300 dólares y por una Estantería un rango de 150 a 240 dólares.

La calidad, de nuestros productos (consolas y Estanterías) son con acabados de primera, porque es un producto totalmente artesanal hecho a mano, y por el acabado que le da la pintura Electrostática con un toque de elegancia.

Contamos con diseños Personalizados en cuanto a color ya que nuestros muebles son fácilmente adaptables, combinan con cualquier tipo de material como madera, vidrio, mármol, mimbre al gusto del consumidor.

Nuestros muebles auxiliares en hierro forjado se destacan por su versatilidad en el diseño otorgando satisfacción al cliente y brindándole así la facilidad de elegir mediante catálogos; la forma en que le gustaría combinar su mueble auxiliar en hierro forjado.

DEBILIDADES

Los costos de producción pueden generar altos precios

OPORTUNIDADES

Variedad limitada de la Competencia, puesto que no cuentan con diseños personalizados, al gusto del cliente.

No hay negocios que expendan muebles auxiliares en Hierro forjado (Consolas y Estanterías).

AMENAZAS

Entrada de nuevos negocios similares al nuestro en el mercado objetivo.

Existencia de productos sustitutos: madera, metal, acero, etc. con precios bajos.

Falta de información, publicidad y exhibición de los tipos de muebles de hierro forjado, quienes los confunden con los metálicos o con los aceros atornillados.

Puesto que en nuestro país muy pocos negocios se enfocan a la industria del Hierro Forjado.

La volatilidad de los precios de la materia prima el Hierro.

7. MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP

Considerando que en el desarrollo de la matriz BCG,(Fig. 5).

Fig.5 Matriz BCG

Los productos de la empresa DECOFINESS.S.A se encuentran ubicado en el cuadrante de interrogación, es por ello que la estrategia idónea a seguir es la de Estructurar.

El objetivo de esta estrategia en incrementar el mercado de esta unidad estratégica de negocio aun teniendo que invertir mucho efectivo.

Hay que, incluso teniendo que renunciar a ingresos a corto plazo para poder llegar a lograrlo.

Esta estructuración es efectiva para los productos que se encuentra dentro del cuadrante de interrogante cuyas participaciones deben crecer para así poder convertirse en productos Estrella.

8. CADENA DE VALOR PORTER

La presente matriz de la Fig. 6 se pretende mostrar las diferentes situaciones competitivas del mercado de muebles de hierro forjado en la ciudad de Guayaquil.

Expresando claramente sus proveedores, competidores, poder de Negociación.

COMPETENCIA POTENCIAL

Grandes empresas que deseen incursionar en el mercado de muebles de hierro forjado como COLINEAL o Muebles El Bosque.

COMPETENCIA DEL SECTOR

Mueblería Diarte, es la precursora del mercado de muebles de hierro forjado en la ciudad de Guayaquil.

Los Muebles Importados, es decir muebles fabricados desde la India a precios que oscilan entre los

USD 600 y USD 1,000, sin haber mayor variedad entre los modelos

Hipermarket, empresa de Guayaquil que recién empezó con la venta de los muebles a precios más económicos que su actual competencia pero no con la calidad y acabados de nuestra empresa.

Que le dan sobriedad a los ambientes.

PROVEEDORES

Nos proporcionarán según Nuestros catálogos de muebles , los diseños según petición de los clientes, en el material que desean combinar, como en el color de dicho mueble

CLIENTES

Esta dirigida a la clase media Alta. Cuyas mujeres tengan un ingreso mensual de 500 a 100 dólares.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los Muebles de mimbre, acero atornillado no tienen calidad en sus acabados.
Muebles de madera

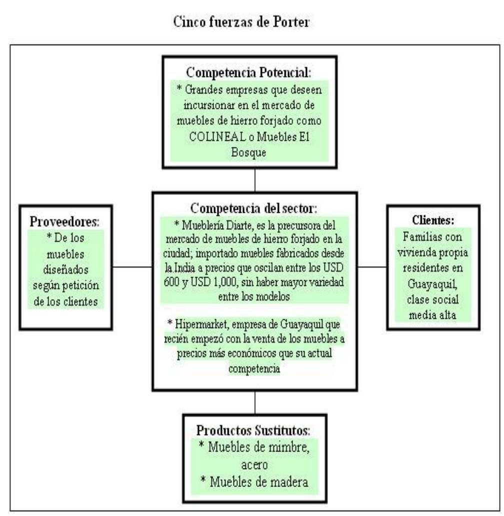

Fig.6 5 Fuerzas de Porter

Para concluir, los lugares que frecuentarían nuestro nicho de mercado para adquirir un Mueble Auxiliar en Hierro Forjado son

El 44% en locales Comerciales(Mueblerías); 37% Talleres Artesanales; 15% Centros Comerciales (Malls) y el 4% en Almacenes de Antigüedad.
Se muestra en la Fig. 7

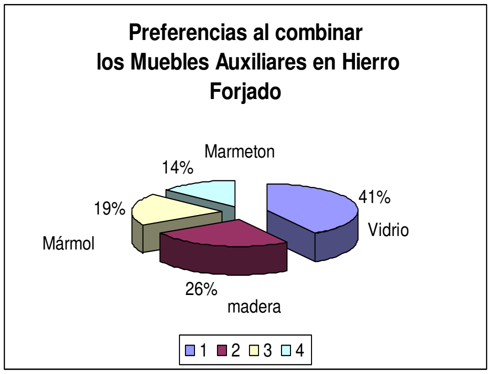

Fig.7 Preferencias del Cliente al combinar los muebles auxiliares en Hierro forjad

Tabla 2. Preferencias al Combinar Muebles Aux

Preferencias al combinar sus Muebles Auxiliares de Hierro Forjado para el Hogar			
Mercado Potencial	**Muestr a n=**	**%e**	**No de personas**
		41%	158,006
		26%	100,199
		19%	73,222
		14%	53,953
TOTAL		100%	385,381

Estrategia de Fijación de Precios

Las estrategias con las cuales se establecen los precios de los productos varían según la fase del ciclo de vida que estén atravesando los productos.

Durante la introducción de los productos al mercado, el cual es nuestro caso, es cuando se produce el proceso más difícil.

Ya que se debe decidir como se posicionará el producto ante la competencia en términos de calidad y precio.

Para ello, la estrategia que se ha escogido para los muebles de hierro forjado de la empresa DECOFINESS, es la *Estrategia de Buen Valor*, de la Fig. 8

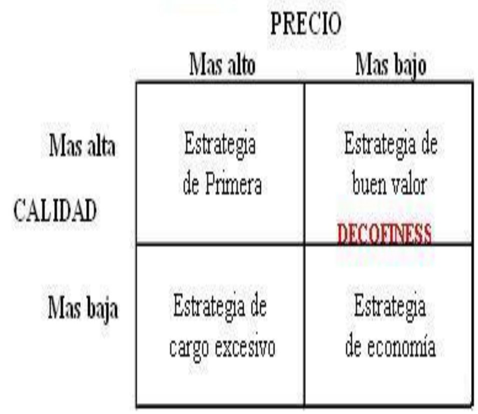

Fig.8 Estrategia de Precios

La cual establece el introducir un producto de alta calidad a un precio competitivo, que es lo que se está haciendo al poner precios entre los USD 210 y 290,
dando a cambio una consola o estantería personalizada de alta calidad.

8. ESTUDIO Y EVALUACION FINANCIERA

El proyecto plantea las siguientes fuentes de financiamiento que se pueden observar en la Fig. 9.

Donde el. 43% se financia mediante aporte de capital de 3 socios y el 57% mediante préstamo a la

Corporación Financiera Nacional(CFN) a una tasa del 12%, con un horizonte de inversión de 5 años.

FINANCIAMIENTO

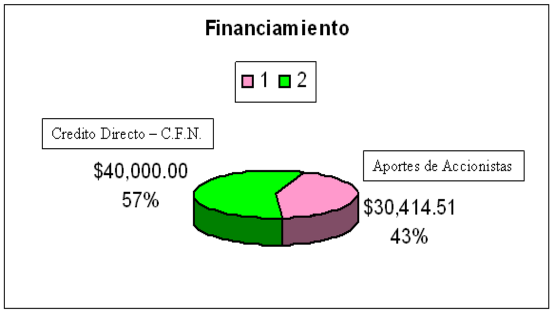

Fig.9 Preferencias de Financiamiento

INGRESOS PROYECTADOS

Los ingresos Proyectado por venta en consolas y estanterías se aprecian en las Fig. 10 y Fig.11

Respectivamente, Para ser conservadores al respecto, y considerando que en nuestro país las estimaciones del Banco Central del Ecuador. hechas sobre la inflación anual no han sido precisamente acertadas.

hemos tomado la ultima tasa que se ha estado cumpliendo a cabalidad hasta la presente fecha (diciembre 2008), sin que existan visos de algún factor que modifique la previsión del instituto para el presente año.

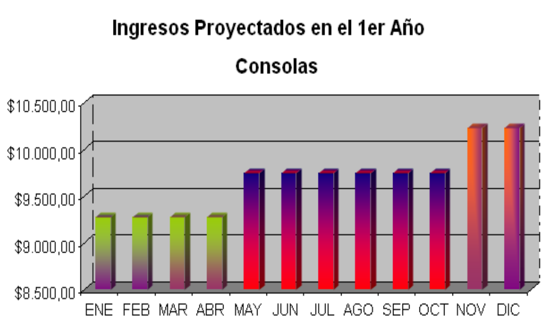

Fig.10 Ingresos Proyectados en el 1er Año de las Consolas

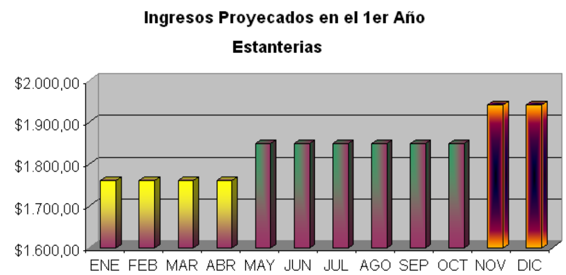

Fig.11 Ingresos Proyectados en el 1er Año de las Estanterías

PUNTO DE EQUILIBRIO

Crystal Ball

El modelo de MonteCarlo simula los resultados que puede asumir el VAN del proyecto.

Mediante la asignación aleatoria de un valor a cada variable pertinente del flujo de caja.

Cada variable asume individualmente valores aleatorios concordantes con una distribución de probabilidades propia para cada una de ellas.

El modelo de simulación de MonteCarlo se diferencia del análisis de sensibilidad de Hertz en que mientras en este último los valores de las variables son definidos sobre la base del criterio del evaluador y de acuerdo con lo que él estima pesimista u optimista,

En el primero se asignan en función a la distribución de probabilidades que se estime para cada una y dentro de un intervalo determinado por el evaluador.

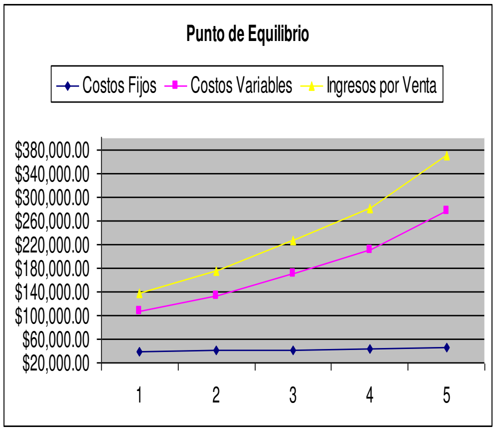

Fig.11 Punto de equilibrio

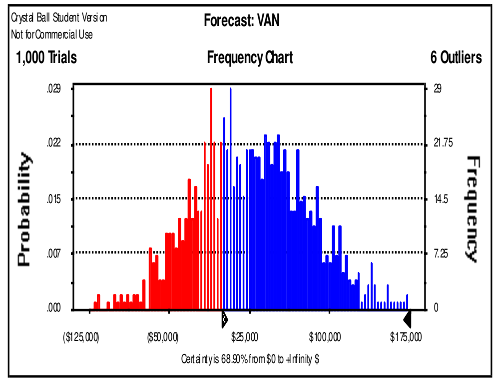

Fig.12 Análisis de Sensibilidad Crystall Ball

8. FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

El proyecto resulta factible desde un punto de vista financiero, por cuanto el VAN y la TIR, tanto del proyecto como del inversionista,

son positivos y superiores a la tasa de descuento estimada, respectivamente.

El proyecto posee un riesgo moderado, de acuerdo a la Simulación de MonteCarlo realizada, por lo que es factible invertir en el mismo.

El flujo de efectivo tiene una proyección a 5 años de inversión y sus montos son los siguientes:

1er año $13.862; 2do año $567; 3er año $20.876; 4to año $40.857 y 5to año $ 92.390.

La evaluación económica determinó que esta inversión aplicada a proyecciones de ventas.

Con incrementos del nivel inflacionario proyectado. refleja un valor actual neto de $25.892 y una TIR del 24.05%. Estos valores hacen que el proyecto sea factible y rentable.

9.- RECOMENDACIONES

Crear alianza estratégicas con proveedores creando cadenas de valores.

Agrupar a pequeños productores creando fuentes de empleo que sientan que su producción está respaldada por un intermediario para la venta de un consumidor final.

En un futuro a medidas que nuestros ingresos se incremente será posible que por medio de Joint Venture .

Decofiness hará una proyección y fondeo de capital con inversiones a fin de incentivar a proveedores para mejorar creando nuevas líneas de producto.

Desarrollar en colaboración con el ministerio de Industrias y Competitividad estrategias comerciales con el fin de que se incentive la importación de hierro y el consumo de muebles de hierro forjado en el Ecuador, con el propósito de atender a este sector y generar nuevas fuentes de empleo.

10. BIBLIOGRAFIA

1 MALHOTRA, Narres K. Investigación de mercados, un enfoque aplicado. Cuarta Edición. Pearson Educación, México, 2004.

2 Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. Octava Edición. Persson Educación, México, 2001.

3 NASSIR SAPAG. Formulación y Evaluación d Proyectos de Inversión, Prentice may.

4 SANTESMASES, Miguel. Marketing Conceptos y Estrategias KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. Décima Edición. Pearson Educación, México. 2001.

5 STEPHEN A. ROSS. Randolph W. Westerfield Jeffrey F. Jaffe .Finanzas Corporativas

6 DOUGLAS R. EMERY, John D. Finnerty. Administración Financiera Corporativa. Prentice Hall 2000.

7 DALY, Novedades de la Herrería Actual (Wrought Iron).

8 EPEDIA Mobiliario en Hierro Forjado Herrería Artesanal

9 MUY ILUSTRE MUNICIPIO DE GUAYAQUIL (Población proyectada Ajustada por Sectores) http/www.guayaquil.gov.ec/

10 CORPORACION FINANCIERA NACIONAL – Créditos Empresariales http//www.cfn.fin.ec
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS – Ingresos Poblacionales por sectores en el Guayas. http//www.inec.gov.ec

11 BANCO CENTRAL DEL ECUADOR – Tasas Inflacionarias http//www.bce.ec