



INSTITUTO DE NEGOCIOS

“HUMANE”

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA
EMPRESA MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES
UBICADA EN SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL
AÑO 2024.”**

TOMO I

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN OPCIÓN
PARA OBTENER EL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN
VENTAS**

MELISSA ALEJANDRA MENOSCAL ORMAZA

GUAYAQUIL - ECUADOR

2024



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES UBICADA EN SANTIAGO DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2024.”		
AUTOR: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza	TUTOR: Ing. Romina Sánchez Amador, MGP	
INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios “HUMANE”	FACULTAD: Administración	
CARRERA: Ventas		
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2024	Nº DE PÁG:	
ÁREA TEMÁTICA: Plan de negocios		
PALABRAS CLAVE: Muebles, ecológico, funcional, reciclaje, tecnología, redes sociales.		
RESUMEN: El presente plan de negocios, abarca la problemática que ocurre actualmente, cuando un cliente del estrato socioeconómico “B” necesita comprar muebles para su casa o departamento, que consta de espacios reducidos, ya que el crecimiento demográfico ha hecho que cada vez las casas sean más pequeñas, lo cual es un reto para las empresas que comercializan muebles; es por esto necesario, la implementación de nuevos muebles con tecnología moderna, que permitan ahorrar espacio y ser una solución al momento de encontrarnos con clientes que necesitan productos que les ofrezcan varias funciones en uno, para provechar cada rincón de su hogar.		
Nº DE REGISTRO: V-EC-12-07	Nº DE CLASIFICACIÓN: V-EC-12-07	
DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI X	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0996581659	E-mail: mmenoscal@es.humane.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA	
	Teléfono: (04) 288 2710	
	Mail: cpazmino@humane.edu.ec	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de octubre 642 y Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios, a mi familia por ser pilares fundamentales en mi vida. A Dios por ser mi guía, por ser quien me sostiene en los momentos de duda, por permitirme creer que todo es posible. A mi familia, porque son mi inspiración, son los que me alientan a seguir adelante, porque creen en mí en todo momento. Especialmente agradecer a mis dos hijas Luciana y Melissa, que sólo con el hecho de existir son la razón de mi vida, de cada paso que doy y por las que quiero ser un ejemplo de superación y que nunca es tarde para prepararse y para triunfar.

Agradecer también a mis maestros, que con tanta dedicación y entrega han dejado sembrados sus conocimientos en mí y me han permitido querer un aún más esta profesión.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mis hijas, Melissa y Luciana, para ellas es cada acción que realizo día a día, porque deseo que siempre se sientan orgullosas de mí.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, febrero del 2024

Yo, **Melissa Alejandra Menoscal Ormaza** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios “HUMANE”, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

Melissa Alejandra Menoscal Ormaza

C.I: 0924369127

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, febrero del 2024.

Certifico que el trabajo titulado “Plan de negocios para la creación de la empresa: Muebles ecológicos y funcionales, ubicada en Santiago de Guayaquil, a partir del año 2024”, ha sido elaborado por Melissa Alejandra Menoscal Ormaza, bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

Ing. Romina Sánchez Amador, MGP

RESUMEN EJECUTIVO

Guayaquil es una ciudad de crecimiento continuo. En la última década, su crecimiento se ha visto reflejado en el área inmobiliaria, extendiéndose e incluso saliendo del perímetro urbano, en urbanizaciones, o condominios que ofrecen guardiana, club con áreas verdes y piscinas, pero que cada vez son construidas en terrenos más y más pequeños, con habitaciones de un promedio de 3 metros x 4 metros, a precios que no todos los habitantes pueden pagar. Por lo que la mayoría de los ciudadanos del estrato socioeconómico “B”, son aquellos que se han establecido en este tipo de urbanizaciones.

Surge aquí la necesidad de crear una línea de muebles funcionales, que brinden comodidad, pero sobre todo aprovechamiento de los espacios. En ciertos países esta industria está muy desarrollada, en Ecuador apenas está comenzando y al no existir una inversión fuerte no se ha podido posicionar este concepto.

Es por esto, que “Muebles ecológicos y funcionales” pretende satisfacer esta necesidad, y posicionar este mensaje que permita llegar a los clientes con productos, de calidad, con garantía, funcionales/convertibles (contienen 3 o más funciones en 1), realizados de materiales reciclados, contando con una empresa ecuatoriana como proveedor (Ecuaplastic), lo cual permitirá en un futuro obtener certificaciones de cuidado del medio ambiente, con beneficios tributarios.

Con el presente proyecto se beneficia principalmente al estrato socioeconómico “B” el cual es el público objetivo de este proyecto, y principalmente al medioambiente, impulsando el consumo de productos realizados con materia prima reciclada.

Las aplicaciones de tecnología en el área de muebles de casa u oficina tienen un potencial muy alto de desarrollarse y crecer, así como el incorporar el cuidado del medio ambiente, le otorgan un valor agregado al producto. Por lo tanto, invertir en “Muebles ecológicos y funcionales” permite abrirle la puerta a un mundo nuevo de posibilidades.

Para llevar a cabo el presente proyecto se requiere de una inversión inicial de \$43885.00 dólares, con la cual se cubren los gastos preoperativos, activos fijos, y se asegura el capital de trabajo para operar en los primeros años de creada la empresa.

Realizado el flujo de caja de acuerdo a los datos ingresados, nos presenta datos positivos y crecientes, lo que denota liquidez. La tasa interna de retorno (TIR) será del 52.90%, es decir, superior a la tasa de retorno esperada (25%), lo que indica que el proyecto será factible. El valor actual neto (VAN) será de \$41292.24 dólares, al término de los 5 años, al ser un resultado positivo denota rentabilidad. La inversión se recuperará en 3 años 2 meses, lo cual es rentable, si se considera que el plazo es de 5 años, y se recuperará antes de su finalización.

Luego de realizado el análisis financiero, se llega a la conclusión de que “Muebles ecológicos y funcionales” es un proyecto que ofrecerá liquidez y rentabilidad.

ABSTRACT

Nowadays, houses and apartments are smaller, due to population growth, and the accelerated growth of the real estate industry; especially in urbanizations that offer security, recreation areas, nearby shopping centers, hospitals, etc., but, with an increasing number of houses, on increasingly smaller plots of land. Due to this change, a solution must be found through innovation in home furniture that takes up less space and has several built-in functions, that is convertible and that allows you to enjoy space and comfort at home.

On the other hand, connectivity and technology occupy a very important place in the lives of families. According to INEC, 69.7% of the population uses the internet and, it is through this technology that businesses are attracting customers, offering services, products that interact with people to have a better experience and feel part of technological development. There is a need to incorporate technology into home products and this will be done through Bluetooth connectivity and voice commands that will turn the lights on and off, allowing you to listen to music while resting, etc.

In addition, the products will be characterized by being ecological. Currently, companies are directing their efforts towards achieving green certifications, with fewer harmful effects on the environment. This approach, through the use of recycled raw materials, will lead to an ecological market.

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES” is a project that will be launched in 2024; It will be a company dedicated to manufacturing and marketing ecological and functional furniture, in response to the needs of the target market.

This company was born from the need for space, modernity and caring for the environment.

The current furniture market has only innovated in design and materials, but not in functionality, therefore, the proposal is to provide unique pieces that allow the customer to have everything they need in a product, for example: a functional field. It can be collected and thus leave space for other activities, it can also be converted into a shelf, a table, etc., combining technology and connectivity and of course, the materials will be the added value, since they will be recycled materials with which we seek to raise awareness among society about the importance of caring for the environment.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.2 Formulación del problema.....	4
1.3 Sistematización del problema.....	4
1.4 Objetivos.....	4
1.5 Justificación práctica.....	5
1.6 Marco Teórico.....	6
1.7 Marco Referencial.....	13
2. CAPÍTULO II. PROPUESTA COMERCIAL.....	15
2.1 Descripción de la empresa.....	15
2.2 Misión, visión, valores, objetivos: general y específicos. Modelo de negocios (Canvas).....	16
2.3 Estrategia genérica, ventajas competitivas.....	18
2.4 Estructura organizacional: Organigrama.....	25
2.5 Plan de marketing.....	26
2.6 Plan de acción para el logro de objetivos.....	39
3. CAPÍTULO III. ANÁLISIS FINANCIERO.....	43
3.1 Supuestos Financieros.....	44
3.2 Inversión requerida.....	46
3.3 Necesidad de nómina.....	47
3.4 Proyección de la demanda.....	48
3.5 Proyección de ventas anuales.....	49

3.6 Proyección de costos anuales.....	50
3.7 Proyección de gastos operacionales anuales.....	51
3.8 Estados financieros.....	52
3.9 Indicadores económicos.....	54
3.10 Punto de Equilibrio.....	55
3.11 Ratios Financieros.....	56
CONCLUSIONES.....	58
RECOMENDACIONES.....	58
BIBLIOGRAFÍA.....	59
ANEXOS.....	62
Anexo 1.....	62
Anexo 2.....	63
Anexo 3.....	64
Anexo 4.....	67
Anexo 5.....	69
Anexo 6.....	72

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	3
TABLA 2: NÚMERO DE EDIFICACIONES Y VIVIENDAS A CONSTRUIR POR REGIONES (INEC)	8
TABLA 3: MODELO CANVAS	17
TABLA 4: ANÁLISIS PESTEL	18
TABLA 5: TIPO DE IMPACTO DE LOS FACTORES DEL ANÁLISIS PESTEL.	20
TABLA 6: MATRIZ FODA.	23
TABLA 7: MATRIZ FOFA-DODA	23
TABLA 8: PRECIO DE PRODUCTOS.	35
TABLA 9:PRIMER OBJETIVO SMART.	39
TABLA 10: SEGUNDO OBJETIVO SMART	40
TABLA 11: TERCER OBJETIVO SMART.	40
TABLA 12: CUARTO OBJETIVO SMART.	41
TABLA 13: QUINTO OBJETIVO SMART.	42
TABLA 14: SUPUESTOS FINANCIEROS.	44
TABLA 15:INVERSIÓN.	46
TABLA 16: CONTRATACIÓN DE PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE VENTAS.	48
TABLA 17: CONTRATACIÓN DE PERSONAL OPERATIVO.	48
TABLA 18: DEMANDA ESPERADA ACTUAL.	49
TABLA 19: VENTAS TOTALES.	50
TABLA 20: COSTOS DE VENTA TOTALES	50
TABLA 21: GASTOS OPERACIONALES: ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS.	51
TABLA 22:ESTADOS FINANCIEROS.	52
TABLA 23: INDICADORES ECONÓMICOS.	54
TABLA 24: PUNTO DE EQUILIBRIO.	55
TABLA 25: RATIOS FINANCIEROS	56

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, las casas y departamentos son más pequeños, debido al crecimiento poblacional y al crecimiento acelerado de la industria de bienes raíces; especialmente en urbanizaciones que ofrecen seguridad, áreas de recreación, centros comerciales cercanos, hospitales, etc., pero, con un número cada vez mayor de casas, en terrenos cada vez más pequeños. Debido a este cambio, se debe encontrar una solución mediante la innovación en muebles para el hogar, que ocupen menos espacio y que tengan varias funciones incorporadas, que sean convertibles y que permitan disfrutar de espacio y comodidad en el hogar.

Por otro lado, la conectividad, la tecnología ocupa un lugar muy importante en la vida de las familias. De acuerdo al INEC, el 69.7% de la población utiliza internet y, es por medio de esta tecnología que los negocios están captando clientes, ofreciendo servicios, productos que interactúan con las personas para tener una mejor experiencia y sentirse parte del desarrollo tecnológico. Existe la necesidad de incorporar tecnología en los productos para el hogar y se lo hará mediante conectividad bluetooth y comandos de voz que encenderán y apagarán las luces, que permitirán escuchar música mientras se descansa, etc.

Además, los productos se caracterizarán por ser ecológicos. En la actualidad, las empresas están dirigiendo sus esfuerzos hacia lograr certificaciones verdes, con menos efectos dañinos hacia el medio ambiente. Este enfoque, a través del uso de materia prima reciclada, permitirá llegar hacia un mercado ecológico.

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES” es un proyecto que se pondrá en marcha en el año 2024; será una empresa dedicada a fabricar y comercializar muebles ecológicos y funcionales, en respuesta a la necesidad del mercado objetivo.

Esta empresa nace de la necesidad de espacio, de modernidad y de cuidar al medio ambiente.

El mercado de muebles en el Ecuador, sólo ha innovado en diseño y materiales, pero no en funcionalidad, por lo tanto, la propuesta es brindar piezas únicas, que le permita al cliente tener todo lo que necesita en un producto, por ejemplo: una cama funcional se puede recoger y así dejar espacio para otras actividades, además se puede convertir en repisa, en mesa, etc., combinando tecnología y conectividad y por supuesto, los materiales serán el valor agregado, ya que serán materiales reciclados con los que buscamos concientizar a la sociedad sobre la importancia de cuidar el medio ambiente.

CAPÍTULO I. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1. CAPÍTULO I. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema.

Tabla 1: *Planteamiento del problema.*

SÍNTOMAS	CAUSAS	PRONÓSTICO	CONTROL DEL PRONÓSTICO
Muebles convencionales no cumplen con los requerimientos y necesidades de los clientes que tienen casas pequeñas.	Los grandes y pequeños fabricantes de muebles no dan importancia a este nicho, no han detectado la necesidad de muebles funcionales que ahorren espacio al cliente.	Al no existir muchas empresas en el mercado nacional que ofrezca muebles ecológicos y funcionales, no existen modelos atractivos, o de materiales amigables con el medio ambiente que cubran los requerimientos y necesidades de los clientes, seguiremos teniendo clientes insatisfechos, especialmente de aquellos que viven en casas o departamentos pequeños. Además, al seguir fabricando muebles con materia prima extraída de bosques o de lugares naturales, donde son necesarios para mantener el ecosistema, se provocará una afectación al medio ambiente.	Por medio de la fabricación de muebles funcionales, tecnológicos y ecológicos, además de la promoción y concientización de la importancia del uso de materiales amigables con el medio ambiente, lograremos mejorar la calidad de vida de las personas que viven en espacios reducidos y que necesitan tener todo en un solo lugar.
Escasa oferta de muebles con maderas ecológicas y recicladas	Al no existir una conciencia sobre el reciclaje y no dar a conocer que sí existen empresas que crean tableros con materiales reciclados de alta calidad y duración, las empresas no se interesan por ofrecer en su portafolio productos realizados con estos materiales, por lo tanto, no hay oferta.		
Falta de espacio dentro de los hogares	Los muebles tradicionales son estáticos, no pueden encogerse, ni expandirse, por lo tanto, el cliente termina con poco espacio en su hogar.		
Los muebles convencionales no ofrecen tecnología (conectividad, comandos de voz, etc.)	La industria de muebles no se ha modernizado aun lo suficiente para entrar en el campo de la tecnología, siendo la tecnología de alta importancia, y mucho más dentro del hogar.		
El precio de muebles funcionales, si es que se los encuentra, es muy alto.	Al no existir una alta demanda, los costos y por ende los precios del producto terminan siendo muy altos, por lo que no resultan convenientes para el cliente.		

1.2 Formulación del problema.

¿Cuál será el impacto de crear la empresa "Muebles ecológicos y funcionales"?

1.3 Sistematización del problema

- ¿Cuál sería el impacto de crear muebles funcionales que ahorren espacio al cliente?
- ¿Cómo lograr causar interés tanto de la sociedad como de la industria, hacia este tipo de muebles?
- ¿De qué manera Los muebles ecológicos y funcionales solucionarán el problema de espacio en el hogar?
- ¿Cuál es el impacto de utilizar tecnología en los muebles ecológicos y funcionales?
- ¿Cuáles serían los costos de fabricación y comercialización de muebles ecológicos y funcionales y cuál sería su ventaja con respecto a costos frente a los muebles tradicionales?

1.4 Objetivos.

1.4.1 Objetivo General.

Determinar el impacto de crear la empresa "Muebles ecológicos y funcionales".

1.4.2 Objetivos específicos.

- Analizar el impacto de crear muebles funcionales que ahorren espacio al cliente.
- Lograr causar interés tanto de la sociedad como de la industria, hacia este tipo de muebles.
- Indicar cómo “muebles ecológicos y funcionales” solucionarán el problema de espacio en el hogar.
- Analizar el impacto de utilizar tecnología en “muebles ecológicos y funcionales”.

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

- Calcular e identificar los costos de fabricación y comercialización de “muebles ecológicos y funcionales” y ¿cuál sería su ventaja con respecto a costos frente a los muebles tradicionales?

1.5 Justificación práctica.

Actualmente se viven tiempos de constante cambio, en los que la tecnología, la preocupación por el medio ambiente, y la multifuncionalidad de las cosas, toman un papel importante dentro de la sociedad.

Muebles ecológicos y funcionales, es un proyecto que combina los tres aspectos; modernizando algo tan importante y básico como son los muebles del hogar. Considerando además que hace algunos años las casas se han comenzado a construir con dimensiones reducidas; esto, debido al incremento de conjuntos residenciales a gran escala, debido a la demanda y la necesidad de encontrar lugares donde exista mayor seguridad, control, etc. El gran problema es que las dimensiones de las habitaciones de las casas son realmente pequeñas ($2.5m^2$ aprox.), y a un costo alto, en comparación con las casas construidas hace varias décadas atrás. Siendo esto uno de los principales problemas al momento de adquirir muebles. Los muebles tradicionales ocupan mucho espacio, ya que son estáticos y no ofrecen mayor funcionalidad, lo que perjudica el tránsito de los miembros del hogar dentro de la habitación.

Analizando este tipo de hogares, mediante una investigación experiencial, incluso personal, tenemos como resultado que los muebles no cumplen con los requerimientos y necesidades de los clientes que tiene casas con espacios reducidos. La falta de espacio, hace que muchas veces, por ejemplo, en un dormitorio, la cama ocupe más de la mitad de la habitación, limitando incluso la movilidad y la circulación de las personas. Se suma a esto que cuando adquieren un mueble deben buscar uno que se adapte al espacio, y muchas veces, se sacrifica lo estético, quedando insatisfechos con su compra.

Por todo lo expuesto es necesario idear muebles que cumplan varias funciones y permitan poder realizar otras actividades dentro del hogar que permita mayor confort y aprovechamiento de los espacios.

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

En la industria del mueble, en la actualidad no existen muchas empresas que ofrezcan muebles funcionales, y las que lo hacen tienen precios muy elevados, debido a que no hay suficiente competencia que obligue a reducir precios, si le sumamos que los costos de fabricación son altos, ya que no se fabrican en el país brazos hidráulicos específicos para esta industria, que sean de alta calidad, entre otros factores.

Otro de los aspectos analizados es la importancia de concientizar a la sociedad sobre el uso de materiales reciclados, se busca demostrar que se pueden lograr diseños únicos, duraderos y de alta calidad con tableros hechos con materiales reciclados, de esta manera contribuir a cuidar el medio ambiente, causando un impacto positivo en la sociedad. En el Ecuador, existen empresas que se han dedicado al reciclaje y a la transformación de este material, tal es el caso de Ecuaplastic, empresa que desde 2008, se ha dedicado a la transformación de plástico y tetrapack para crear tableros, mangueras y cubiertas, respetando al medio ambiente y comprometidos con el desarrollo del país.

Un objetivo a mediano plazo es lograr una certificación de empresa verde, lo que además permitirá tener una retribución económica; en el numeral 13 del artículo 39 de la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenible Fiscal, tras la Pandemia COVID-19, establece: “(...)26.- se podrá deducir el 100% adicional para el cálculo de la base imponible del impuesto a la renta, las donaciones, inversiones y/o patrocinios que se destinen a favor de programas, fondos y proyectos de prevención, protección, conservación, bioemprendimientos, restauración y reparación ambiental debidamente calificados por la Autoridad Ambiental Nacional o a quien ésta designe, conforme la normativa secundaria que expida para el efecto; siempre que esta deducción no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos anuales percibidos en el ejercicio impositivo anterior por el sujeto pasivo inversionista, patrocinador y/o donante. (Producción, 2021).

El compromiso de “Muebles ecológico y funcionales”, será mejorar la calidad de vida de las personas, especialmente de aquellas que viven en casas con espacios reducidos, brindando productos de alta calidad, que incluya tecnología, y que además ayude a conservar el medio ambiente.

1.6 Marco Teórico.

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

“Muebles ecológicos y funcionales” busca posicionarse en el mercado de muebles, como empresa líder en innovación y en cuidado del medio ambiente. Para lo cual es necesario dar a conocer los significados de cada una de las partes y el enfoque que queremos transmitir.

De acuerdo a los datos obtenidos del INEC en el año 2010, en Ecuador, el 51,2% de la población tiene casa propia totalmente pagada y un 7,7% tienen casa propia y la están pagando; lo que indica que la población en Ecuador en su mayoría, apunta a tener una casa propia.



Ilustración 1: Tendencia de la vivienda en Guayas, INEC 2010

En datos más actuales del INEC, destaca lo siguiente: “los resultados de las Estadísticas de Edificaciones (ESED) 1, correspondientes al período 2021. A través de los resultados de la ESED se puede caracterizar y medir el comportamiento del sector de la construcción y del mercado inmobiliario. Así para el año 2021, el número de edificaciones estimados a construir a nivel nacional fue de 30.895, un 24,8% más en relación con el año 2020. El número de viviendas proyectadas fue de 42.787 unidades habitacionales; la superficie total de terrenos prevista para levantar las edificaciones fue de 13.7 millones de metros cuadrados, mientras que el área total para construcción registró 7.6 millones de metros cuadrados aproximadamente. De las potenciales edificaciones, el 89,5% corresponde a nuevas construcciones, en mayor medida **con una finalidad residencial.**” (INEC, 2022)

La costa es la segunda región donde mayor cantidad de viviendas se planifican construir, debido a la alta demanda de vivienda.

Tabla 2: Número de edificaciones y viviendas a construir por regiones (INEC)

Región	Edificaciones a construir	Viviendas a construir
Sierra	15068	23707
Costa	13717	16648
Amazonía	1948	2260
Insular	162	172
Total	30895	42787

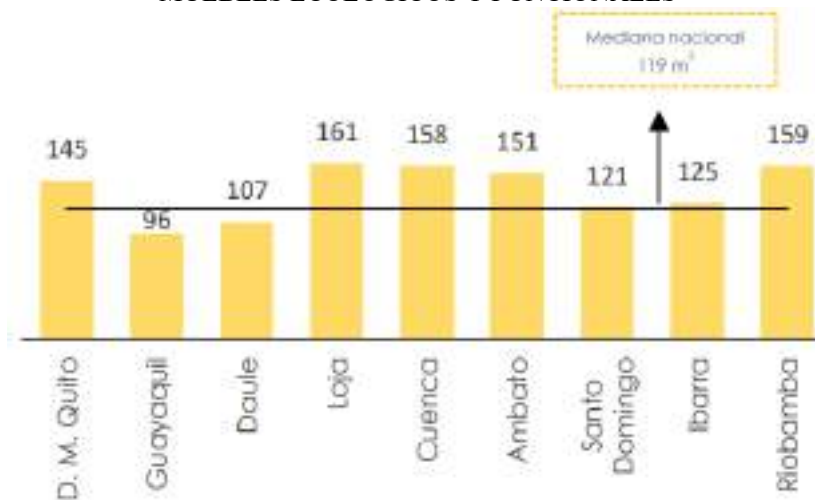
Siendo Guayaquil la segunda ciudad con mayor demanda de edificaciones a construir para el año 2021 como se puede observar en la siguiente ilustración:



Ilustración 2: Edificaciones a construir por principales cantones (INEC, 2022)

En el siguiente cuadro queda demostrado que las viviendas en la ciudad de Guayaquil son las viviendas más pequeñas a nivel nacional, teniendo solo $96 m^2$ en promedio, colocándonos muy por debajo de la mediana nacional que son $119 m^2$.

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”



Fuente: Estadísticas de Edificaciones 2021.

Ilustración 3: Área de construcción según cantones en metros cuadrados. (INEC, 2022)

Si se toma en cuenta que la misma área de construcción es dividida para la misma cantidad de cuartos que en otras ciudades. Podemos establecer que las viviendas en Guayaquil no ofrecen la misma comodidad, que en otras ciudades como se observa en la siguiente imagen:

Cantones	m2 x Vivienda	Cuartos x Vivienda	Costo x Vivienda	Costo por m2
D.M. Quito	145	8	50.000	330
Guayaquil	96	8	35.000	361
Daule	107	8	39.000	492
Loja	161	8	54.000	350
Cuenca	158	8	52.000	354
Ambato	151	7	47.000	340
Santo Domingo	121	7	39.000	300
Ibarra	125	8	38.000	300
Riobamba	159	8	44.000	250

Fuente: Estadísticas de Edificaciones 2021.

Ilustración 4: Resumen de indicadores por principales cantones año 2021 (INEC, 2022)

Es por esto que, consideramos que las nuevas viviendas en las urbanizaciones, o departamentos, tienen dimensiones reducidas, que no satisfacen sus necesidades. Lo que comienza como el sueño de adquirir una casa, puede convertirse en un problema al momento de amoblarla.

1.6.1 Optimización de los espacios.

El problema que pretende solucionar “Muebles ecológicos y funcionales” es principalmente el problema de aprovechamiento de los espacios.

De esta necesidad nace la idea de crear muebles funcionales y ecológicos, que tienen varias funciones en uno.

En la actualidad es una necesidad maximizar los espacios. La mejor opción son los muebles funcionales. Además, que dan mayor movilidad a la habitación, hace que esta sea menos aburrida, y que pueda ser utilizada para varias funciones de acuerdo a las necesidades del momento. Estos muebles son hechos a la medida y al gusto del cliente, lo cual también le permite ser parte del proceso creativo, lo cual le dará mayor valor al producto final.

En el mercado se puede encontrar un sofá/cama o una estantería que puede incorporar una mesa etc. pero en la actualidad, la tecnología, los brazos hidráulicos con una ingeniería más avanzada y que permiten mayor movilidad y mayor seguridad en estos productos, además de sus diseños únicos y creativos, hacen que esta industria esté en crecimiento y sea cada vez más reconocida y valorada.

1.6.2 Huella ecológica.

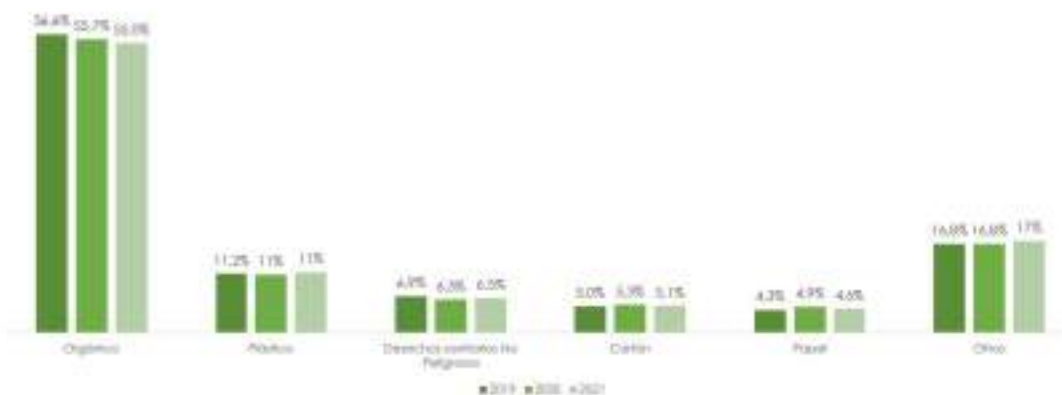
En el país, cada vez hay una mayor conciencia sobre el reciclaje, y al menos en escuelas y colegios hay campañas de concientización, lo que hace que cada día crezca un poco más esta necesidad de utilizar los residuos no orgánicos. La mayoría no sabe cómo hacerlo.



Caracterización de los residuos sólidos en el área urbana



En 2021, entre los residuos sólidos urbanos caracterizados, el plástico representa el 11,4 % y los desechos sanitarios no peligrosos el 6,5 %.



* Otro: correspondiente a vidrio, metales, chatarra, concreto, tierra, lámparas fluorescentes, bombillos, pilas, metal.
Fuente: ANE/INEC. BDC. 2021. Registro de Gestión de Residuos Sólidos.

Ilustración 5: División de los residuos en el área urbana.

Los residuos orgánicos son aquellos que se biodegradan, por acción de las bacterias, del oxígeno etc., como frutas, vegetales, alimentos en general y los no orgánicos son aquellos que no se degradan es decir se mantienen en el tiempo, causando daños a la naturaleza, especialmente si son desechados al mar o ríos como son: el vidrio, papel, chatarra, envoltorios, envases y plásticos. Por lo tanto, los desechos no orgánicos son los de mayor preocupación.

Si bien es cierto, el reciclaje se está aplicando a diferentes industrias, no todas ellas son realmente ecológicas, ya que pueden generar desechos, en un menor porcentaje, pero desechos al fin.

“Muebles ecológicos y funcionales” busca incorporar tableros hechos con materiales reciclados, con los que se construyen muebles únicos, que tienen una larga duración y que permiten realmente cuidar los recursos naturales, y evitar que todos los desperdicios de los que están hechos terminen en el mar o en algún vertedero.

Para la elaboración de los productos se utilizarán tableros fabricados por la empresa ecuatoriana Ecuaplastic Eco Solutions.

A continuación, su conciencia medioambiental que se encuentra publicada en su página web:

“Conciencia Medioambiental:

Ecuaplastic Eco Solutions realiza procesos limpios y eficientes en el consumo de agua y luz. Reutiliza la mayoría de recursos para no generar desperdicios y evita emisiones de CO₂. Al momento de reciclar, la empresa evita que residuos terminen en los botaderos de basura y que se genere contaminación, también, evitamos la producción de materiales con materia prima virgen, evitando de esa manera la generación de CO₂ por procesos industriales para producción de plásticos y otros materiales.

Nosotros somos el eslabón de cierre de la economía circular en varias industrias, ya que reincorporamos en la economía productos que fueron desechados, transformándolos en productos ecológicos de excelente calidad.” (Ecuaplastic, 2022)

Los principales materiales que incorpora son: Cartón, polialuminio, ABS, polietileno de alta y baja densidad, polipropileno; son resistentes al agua, y tienen una larga duración.

La autora del libro “El libro de las 3R”, Susana Martínez nos dice: “En el ámbito ambiental no basta con la eficiencia. Puede reducir la intensidad energética, dar longevidad a los productos y los servicios, pero no sirve de nada si no cambia el uso y la demanda del consumidor” (Bigues, 2013), es por esto que se debe crear conciencia no solo de reciclar, sino también de reducir los desechos, no seguir generando desechos para así realmente lograr un cambio.

1.6.3 Implementación de tecnología.

Desde brazos hidráulicos, resortes blindados y tensores de acero, hasta implementar conectividad bluetooth, son distintos tipos de tecnología que se pueden implementar en estos muebles.

No se puede negar la necesidad de la tecnología, la mayoría de la población tiene a la mano algún dispositivo electrónico. Incluso las casas tecnológicas, son una realidad en la actualidad, donde se puede prender y apagar las luces mediante comandos de voz, abrir y cerrar puertas por medio de dispositivos electrónicos. De acuerdo al INEC, en el año 2023 el 72,7% de la población utiliza internet y el 55,6% tienen un teléfono inteligente (INEC, 2023), es por esto necesario incorporar mecanismos digitales que permitan hacerlo atractivo y funcional para los clientes.

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

El autor Carlos Tobajas García, en su libro “Instalaciones domóticas”, cita lo siguiente acerca de la domótica: “dado que se trata de una tecnología emergente y con grandes perspectivas de futuro en el sector residencial y empresarial” (García, 2014)

La domótica, una tecnología para los hogares que controla aparatos a distancia, interactuando con dispositivos móviles para ejecutar órdenes, serán aplicados en nuestros productos, al inicio lo implementaremos en luces y conectividad bluetooth.

Indicadores de TIC 2023* (Nacional)	Jul-22	Jul-23
Hogares con Acceso a internet (%)	60,4	62,2
Personas que utilizan internet ¹ (%)	69,7	72,7
Personas que tienen celular activado (%)	58,8	59,8
Personas que tienen teléfono inteligente ² (%)	52,2	55,6
Analfabetismo digital ³ (%)	8,2	7,6

Notas:
1. Personas que utilizan internet, se refiere a la población de 5 y más años que ha usado internet en los últimos 12 meses, desde cualquier lugar.
2. Porcentaje de teléfono inteligente – se refiere a la población de 5 y más años con celular activado smartphone con respecto a la población de 5 y más años.
3. Se considera Analfabeta Digital a una persona de 15 a 49 años cuando cumple simultáneamente tres características: 1) No tiene celular activado 2) En los últimos 12 meses no ha utilizado computadores 3) En los últimos 12 meses no ha utilizado internet.
*La información del 2022 corresponde a la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo – Enemdu.

Ilustración 6: Indicadores de Tecnologías de la información 2023 (Nacional)

El plus de cada producto es la utilización de material reciclado. Las empresas están dirigiendo sus esfuerzos hacia lograr certificaciones verdes, con menos efectos dañinos hacia el medio ambiente.

1.7 Marco Referencial

1.7.1 Sostenibilidad: Es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social. (ACCIONA, s.f.)

1.7.2 Muebles funcionales: Se diseñan para llenar un mismo espacio con más de un propósito o cometido, y a la vez maximizar el uso del espacio disponible.

- 1.7.3 Materiales reciclados:** Un material reciclado es aquel que fue producido con los recursos de otro producto u objeto que haya usado. Son productos que experimentaron un proceso de selección y reciclaje, que dio como resultado un nuevo producto, que posteriormente puede volver a ser reciclado (según el tipo de material).
- 1.7.4 Urbanizaciones o zonas urbanizadas:** Localidades, cuyas condiciones de vida ofrecen características urbanas tales como servicio de luz eléctrica, acueducto y alcantarillado, calles pavimentadas, establecimientos comerciales, facilidades de comunicación, escuela secundaria, y otras.
- 1.7.5 Smart Home:** También denominado hogar inteligente, se trata de una vivienda equipada con dispositivos que automatizan las tareas de la casa. Se controlan por medio de aplicaciones, asistentes digitales, comandos de voz y sensores.
(FICADE, s.f.)

CAPÍTULO II. PROPUESTA COMERCIAL

2. CAPÍTULO II. PROPUESTA COMERCIAL

2.1 Descripción de la empresa.

“Muebles ecológicos y funcionales”, es una empresa que fabrica, y comercializa muebles de alta calidad, que tienen varias funciones, optimizan los espacios y además cuentan con tecnología para satisfacer las necesidades de todos en la familia.
MELISSA ALEJANDRA MENOSCAL ORMAZA

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Es una empresa que trabaja en conjunto con sus socios estratégicos para lograr sus objetivos. Incorpora fuerza de ventas, marketing estratégico y un portafolio de productos para todos los gustos de los integrantes del hogar.

2.2 Misión, visión, valores, objetivos: general y específicos. Modelo de negocios (Canvas)

2.2.1 Misión.

- Convertirnos en el año 2024, en la tienda preferida por todos los ecuatorianos de muebles para el hogar.
- Aumentar nuestro portafolio de productos y creando nuevos productos, que sean ecológicos y funcionales.

2.2.2 Visión.

“Ser la empresa de muebles funcionales líder en servicio, calidad e innovación, reconocida a nivel nacional, con un alto nivel de ventas y de clientes satisfechos.”

2.2.3 Valores:

- Honestidad.
- Solidaridad.
- Transparencia.
- Compromiso.
- Perseverancia.
- Coherencia.
- Honradez

2.2.4 Objetivo general (SMART).

EL objetivo principal de nuestra empresa, es convertirse en la elección de preferencia y confianza para la adquisición de muebles multifuncionales y ecológicos, trabajando de la mano con las inmobiliarias de Guayaquil, así mismo con el uso de las

redes sociales. Siendo referentes en calidad, servicio y cuidado del medio ambiente en el año 2024.

2.2.5 Objetivos específicos (SMART).

- Lograr una participación del mercado de muebles, en el segmento “muebles de otros materiales”, del 3% para el primer año, mediante las diferentes estrategias de marketing que realizaremos.
- Lograr reconocimiento de marca del 50% de nuestro mercado meta, que nos identifique como marca, en el primer semestre, mediante campañas de reconocimiento, interactuando con el público mediante la participación en ferias del mueble que se realizan periódicamente en Guayaquil y en redes sociales.
- Lograr en el primer mes, convenios con al menos 3 inmobiliarias de la ciudad de Guayaquil, en el que podamos contar con vendedores en las casas modelo, así como muebles de muestra, permitiéndole al cliente interactuar con los mismos y adquirirlos en el mismo lugar.
- Crear, gestionar, invertir en Instagram, en el primer mes, para dar a conocer nuestra página y productos en Instagram y así llegar a todos los públicos que usan redes sociales. Medir el impacto.
- Lograr la Certificación Ecuatoriana Ambiental Punto Verde Ecoeficiente, en el primer año, lo que aumentará la imagen positiva de la empresa.

2.2.6 Modelo Canvas.

Tabla 3: *Modelo Canvas*

Aliados Clave Vendedores propios Vendedores externos (comisionistas)	Actividades Clave - Publicidad en redes. - Participación en ferias de muebles. - Capacitación e incentivos para vendedores en las distintas urbanizaciones de Guayaquil. - Seleccionar proveedor de materia prima. - Seleccionar 2 talleres para la creación de los muebles.	Propuesta de Valor Muebles ecológicos y funcionales, tiene una propuesta ambientalista y de aprovechamiento de los espacios, con diseño innovador y funcional, brindando confort, tecnología, y preocupación por el medio ambiente.	Relación con el Cliente -Servicio, pre y post venta, brindando un acompañamiento en cada fase del proceso comercial -Formar una comunidad en Instagram, donde se publique y se concientice sobre cuidado del medio ambiente. -Relación directa con el cliente.	Segmentos de Clientes -Activistas medioambientales. -Millennials. -Estrato socioeconómico "B" -Clientes de las urbanizaciones que adquieren una casa o departamento. -Estudiantes que migran a Guayaquil que se hospedan en departamentos o habitaciones pequeñas. -Público en General.
	Recursos Clave -Taller de fabricación de muebles Empresa Ecuaplastic (proveedora de tableros reciclados) - Proveedores de brazos hidráulicos y herrajes -Red Social		Canales -Redes sociales (Instagram) -Whatsapp -Presencial -Teléfono -Correo electrónico	
Estructura de Costes Establecer el costo del producto, considerando que no tendremos un taller propio, y que no somos fabricantes de las diferentes partes del producto (tableros, brazos hidráulicos, herrajes). Asegurarnos de cerrar buenas negociaciones para evitar que el costo sea muy elevado.			Estructura de Ingresos Ingresos por venta de los productos. Monetizar por medio de Instagram. gracias a la comunidad que pretendemos crear y la información que compartiremos.	

2.3 Estrategia genérica, ventajas competitivas

2.3.1 Análisis PESTEL

Tabla 4: Análisis PESTEL

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

POLÍTICO	ECONÓMICO	SOCIAL	TECNOLOGICO	ECOLÓGICO	LEGAL
<p>-Tratados internacionales para las importaciones y exportaciones</p> <p>- Inestabilidad política</p> <p>-Cambio de presidente.</p> <p>-Aumento del riesgo país</p> <p>Aumenta tasas de intereses para la emisión de deuda externa</p> <p>Aumento de tasas de interés para el crédito interno</p>	<p>-El desempleo, subempleo, y empleo no remunerado corresponde al 70% de la población (INEC, 2023)</p> <p>El 30% aprox. tienen un empleo adecuado.</p> <p>Lo que afecta la capacidad adquisitiva de la mayoría de la población.</p> <p>- Inseguridad para invertir</p> <p>Economía que favorece importación, más que a la exportación.</p> <p>-El crecimiento de grupos terroristas y narcotráfico . Obligan a pequeños negocios a cerrar por falta de seguridad, agravando la crisis económica.</p>	<p>-Es incontrolable pero no impredecible.</p> <p>-La llegada masiva de migrantes sudamericanos (Colombiay Venezuela), en los últimos 10 años, ha afectado tanto la seguridad como la economía del Ecuador.</p> <p>-Los ecuatorianos están optando otra vez por migrar a Estados Unidos u otros países de manera ilegal debido al aumento del narcotráfico y la violencia.</p>	<p>-El 72,7% de la población utiliza internet y más de la mitad tienen teléfono inteligente.</p> <p>-La tecnología es una herramienta fundamental en esta época.</p> <p>-Desde el teléfono se pueden manejar tareas del hogar.</p> <p>-Incluir tecnología permite actualizarse y también anticiparse a las innovaciones que trae el futuro.</p>	<p>-Lograr certificaciones verdes</p> <p>-La preocupación por el medio ambiente le da un plus a la empresa.</p> <p>-Cada vez más gente se interesa por cuidar el medio ambiente</p> <p>-Es necesario para el planeta reciclar, reducir el consumo y reutilizar lo más posible.</p>	<p>-Ley de régimen tributario numeral 13 del artículo 39 de la ley orgánica para el desarrollo económico y sostenible fiscal, tras la pandemia de Covid 19: “(...)26.- Se podrá deducir el 100% adicional para el cálculo de la base imponible del impuesto a la renta, las donaciones, inversiones y/o patrocinios que se destinen a favor de programas, fondos y proyectos de prevención, protección, conservación, bioemprendimientos, restauración y reparación ambiental debidamente calificados por la Autoridad Ambiental Nacional o a quien ésta designe, conforme la normativa secundaria que expida para el efecto; siempre que esta deducción no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos anuales percibidos en el ejercicio impositivo anterior por el sujeto pasivo inversionista, patrocinador y/o donante.</p> <p>(Producción, 2021)</p>

Tabla 5: Tipo de impacto de los factores del análisis PESTEL.

FAC- TOR	ASPECT O		TIEMP O (AÑOS)			TIPO DE IMPAC TO		
			CORT O (1-2)	MEDI ANO (2-5)	LARG O (5+)	POSITI -VO	NEGA TIVO	INDI FER ENCI A
POLÍ TICO	ASPECT O P1	Riesgo país	Indefini do	Indefini do	Indefini do	Indefini do	Indefini do	Indefi nido
	ASPECT O P2	Inestabili- dad política			5+		X	
	ASPECT O P3	Aumento de intereses	Indefini do	Indefini do	Indefini do	Indefini do	Indefini do	Indefi nido
ECO NÓ- MICO	ASPECT O E1	El desempleo y empleo no remunera- do es alto.			5+		X	
	ASPECT O E2	Inseguri- dad para invertir.			5+		X	
	ASPECT O E3	Mayor importa- ción que exporta- ción			5+		X	
SO- CIAL	ASPECT O S1	Inmigra- ción sin control			5+		X	
	ASPECT O S2	Emigra- ción por situación país			3		X	
	ASPECT O S3	Aumento de delincuenc ia y terrorismo			3		X	
	ASPECT O T1	La mayoría de la población usa internet			5+	X		

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

TEC- NOL Ó- GICO	ASPECT O T2	Los teléfonos pueden controlar acciones del hogar			3	X		
	ASPECT O T3	Crea moderni- dad			3	X		
	ASPECT O EG1	Lograr certifica- ción verde			1	X		
ECO- LÓGI -CO	ASPECT O EG2	Mayor acogida para empresas verdes						
	ASPECT O EG 3	Es necesario cuidar al medio ambiente.			5+	X		
LE- GAL	ASPECT O I1	Ley de régimen tributario numeral 13 del artículo 39 de la ley orgánica para el desarrollo económico y sostenible fiscal,			3	X		

2.3.2 Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.

2.3.2.1 Rivalidad entre competidores.

El poder de la rivalidad entre competidores es moderado, ya que en el mercado hay pocos competidores que ofrezcan la línea de muebles funcionales, ecológicos y convertibles.

2.3.2.2 Poder de negociación de los clientes.

El poder de negociación de los clientes es medio, ya que se debe manejar un margen para ser negociado sin afectar las ganancias de la empresa, además de ofrecerles las ventajas diferenciales de nuestros productos con el objetivo de que en lugar de ver el precio como un gasto lo vea como una inversión.

2.3.2.3 Poder de negociación de los proveedores.

El poder del proveedor es alto, debido a que el material es único y diferenciado y no tenemos muchos proveedores, que puedan suplir en caso de fallarnos el proveedor principal.

2.3.2.4 Amenaza de productos sustitutos.

El poder de productos sustitutos es alto. Debido a que a pesar de que nuestro producto sea único por sus características, podría suceder que el cliente aun así prefiera el producto tradicional, por diferentes motivos (precio, preferencias, marca, tiempo en el mercado, etc.)

Entre los productos sustitutos que podrían ser una amenaza, están los muebles tradicionales, que si bien es cierto van a ocupar un mayor espacio, no tienen tecnología incluida, pero cumplen con la función esencial que es brindar comodidad y confort. Existen personas que no tienen un interés por probar algo nuevo, y podrían preferir estas alternativas tradicionales.

2.3.2.5 Amenaza de entrada de nuevos competidores.

El resultado es alto. Debemos ser ingeniosos al momento de aplicar las estrategias marketing y elegir a nuestro mercado objetivo, ya que si una empresa ya establecida con muchos años en la industria, crea la misma línea de muebles, considerando que tienen mayor poder económico, un nombre en el mercado y clientes fidelizados, podría ser una gran amenaza.

2.3.3 FODA

MELISSA ALEJANDRA MENOSCAL ORMAZA

Tabla 6: *Matriz FODA.*

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ No fabricamos las partes del producto. ➤ No tenemos variedad de proveedores. ➤ No contamos con una tienda física. ➤ Se requiere de soporte técnico. ➤ Dependemos del taller, para entregar el producto ya que hay productos que son hechos a la medida. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puede haber desabastecimiento y demora en la entrega del producto. ➤ Puede fallar un proveedor y no poder entregar el producto a tiempo. ➤ Es más difícil que el cliente conozca el producto ya que no puede verlo en el momento que él desee al no tener una tienda física ➤ El servicio técnico es un costo adicional que encarece el producto. ➤ Los tiempos de entrega son mayores que los muebles tradicionales.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Producto multifuncional ➤ Es realizado con tableros reciclados ➤ Incorpora tecnología: Tiene bluetooth y puede ser utilizado con comandos de voz mediante Alexa ➤ Precio justo ➤ Brazos hidráulicos con tecnología americana 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El cliente percibirá ahorro ya que no necesita comprar varios productos ya que en uno tiene varios. ➤ Mayor interés por parte de jóvenes y adultos gracias a la tecnología ➤ Acogida por parte de los grupos ambientalistas y millenials gracias a su material reciclado ➤ Atraer clientes del estrato socioeconómico B por su precio que será justo por todos los beneficios y características. ➤ El cliente puede verse atraído por la calidad del producto y mucho más si es importado como sus brazos hidráulicos.

2.3.4 Matriz FOFA -DODA

Tabla 7: *Matriz FOFA-DODA*

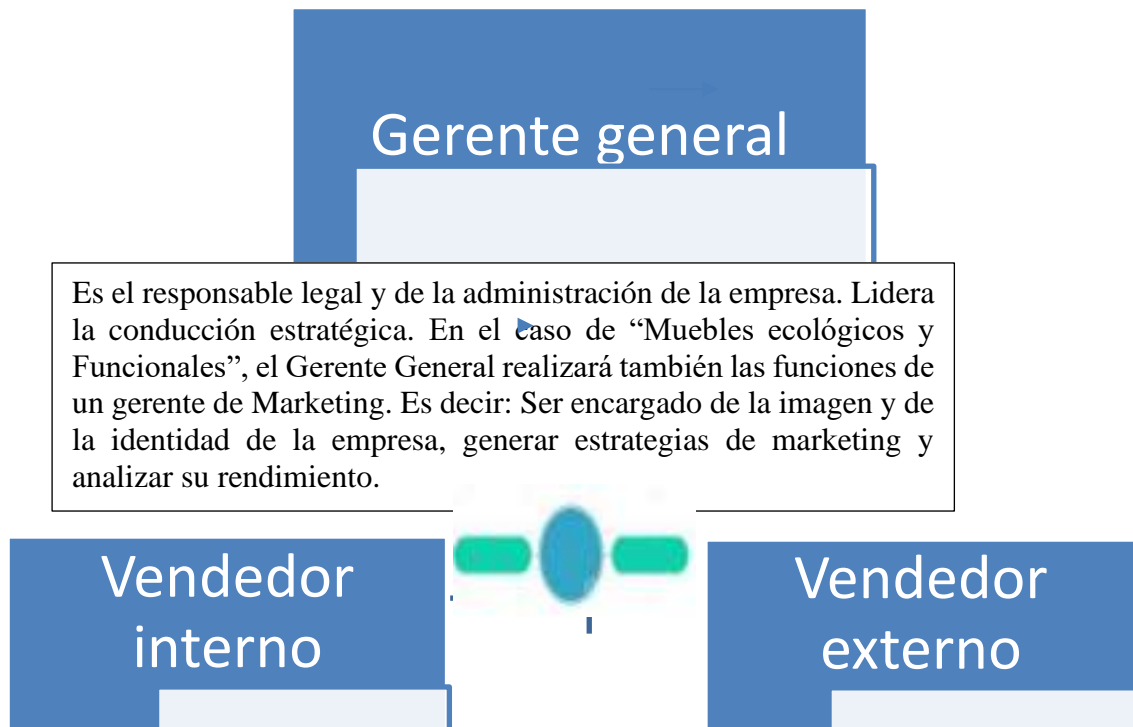
“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

<u>Matriz</u>	<u>de</u>	<u>estrategias</u>	<u>cruzadas</u>
		Oportunidades	Amenazas
		<p>O1 Permite mayor acogida por parte de grupos ambientalistas, millenials, etc</p> <p>O2 El cliente no debe comprar varios productos ya que en uno tiene varios.</p> <p>O3 Lograr a traer a clientes potenciales, como millenials, activistas ecologistas</p> <p>O4 Competir contra muebles funcionales, ya que son muebles hechos a medida lo que da un mayor beneficio</p>	<p>A1 Puede haber problemas de importación, demoras</p> <p>A2 El servicio técnico encarece el producto. Si se daña alguna pieza y es necesario cambiarla el cliente debe esperar más tiempo.</p> <p>A3 Riesgo de desabastecimiento y demora de la entrega.</p> <p>A4 Algún proveedor puede quedarnos mal y no tenemos otros que lo reemplacen.</p>
	Fortalezas	Estrategias para FO	Estrategias para AF
F1	-Es realizado con tableros reciclados	-Realizar posts en Instagram segmentados para este tipo de mercado	-Contar siempre con stock de repuestos, de acuerdo a la demanda. Realizar los pedidos con suficiente tiempo tomando en cuenta que podría ocurrir un imprevisto.
F2	-Producto multifuncional	-Resaltar las ventajas diferenciales mediante posts, comunidades, en redes sociales y a través del personal de ventas.	-Nuestros Proveedores deben darnos garantía de cada parte del producto, si hay algún inconveniente el cliente contará con garantía, y es el proveedor quien realizará la reposición en caso de daño.
F3	-Ahorra gastos al tener varias funciones en 1		
F4	-Brazos hidráulicos con tecnología americana		
	Debilidades	Estrategias para DO	Estrategias para DA

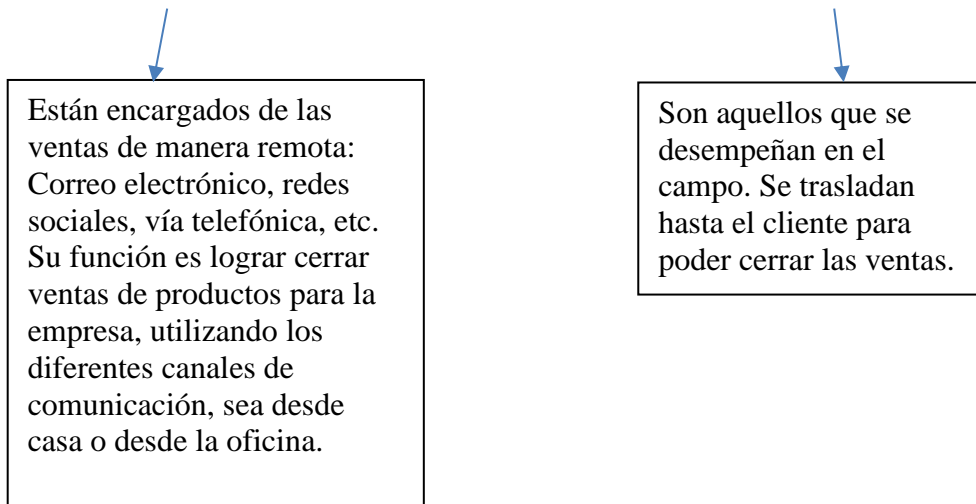
“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

D1	-No contamos con una tienda física.		-Apoyarnos de las redes sociales, que actualmente son la principal fuente de información para este tipo de clientes.		-Gracias a la comunicación y el servicio, lograremos que el cliente espere de una manera positiva su producto, que realmente va a cubrir sus expectativas.
D2	-Dependemos del taller para la entrega del producto.		-Resaltar la importancia de que el producto sea hecho a la medida, resaltando que el tiempo es relativamente mayor pero los beneficios son aún mayores.		-Asegurarnos de tener stock suficiente para poder suplir cualquier demora.
D3	-No fabricamos las partes del producto.				
D4	-No contamos con variedad de proveedores en el mercado				

2.4 Estructura organizacional: Organigrama.



“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”



2.5 Plan de marketing

2.5.1 Aplicación de metodología Design Thinking (User centered design):



Ilustración 7: Design Thinking.

2.5.1.1 Empatizar.

Cuando el cliente adquiere una vivienda, lo hace pensando en tener algo que le pertenezca, que lo pueda decorar a su antojo, que sea un lugar cómodo donde pueda reunirse con familiares, amigos. Pero la limitante que encuentra es el espacio. Las casas para el estrato socioeconómico “B” son pequeñas si las comparamos con las dimensiones y los precios de las que se construían hace 10 o 20 años; los espacios son cada vez más pequeños. Y el reto está en decorar sin sacrificar la comodidad de los ocupantes. Este tipo de cliente busca también diseños modernos, elegantes y funcionales que lo hagan sentir contento con cada uno de sus espacios.

2.5.1.2 Definir.

“Muebles ecológicos y funcionales”, busca cubrir la necesidad de los compradores y habitantes de casas pequeñas, que necesitan tener más espacio, mayor lugar de almacenaje, tecnología y que les permita a su vez cuidar el medio ambiente, todo en un solo producto. Así como, poder contar con productos certificados, que les brinde calidad diseño innovador, precio asequible y ser una solución para los problemas de espacio en el hogar.

Idear.

Crearemos conciencia de la importancia de cuidar el medio ambiente; así como, la importancia de tener mayor espacio en casa a través de compartir con el cliente toda la información de nuestro producto. Mediante la venta de muebles para el hogar que ofrezcan múltiples usos. El producto debe cubrir cada una de las necesidades del cliente, que lo haga atractivo tanto para grandes como para chicos sin tener precios exorbitantes.

2.5.1.3 Prototipado.

En este apartado cabe recalcar, que los muebles pueden ser diseñados a gusto del cliente, adecuándose a los distintos espacios y requerimientos. Los diseños que expondré a continuación serían los que estarán exhibidos en las casas modelo y que servirán para publicidad.

- A. Cama abatible con cajoneras, estanterías con puertas, ropero, luces led, espejo bluetooth.



Ilustración 8: Prototipo Cama "A"

Las camas pueden ser de dos plazas o $1\frac{1}{2}$ plaza.

Medidas de la cama de dos plazas: 2.47 m ancho x 2.55 m alto x 44 cm de profundidad. La cama al bajar, ocupa un espacio de 2,18 m desde la pared hacia el frente.

B. Cama, mueble abatible, con estantería, con luces led, espejo con conectividad bluetooth.



Ilustración 9: Prototipo cama "B".

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Sus medidas son 1.73 m de ancho x 2.20 m de alto. Al encontrarse alzada la cama, su profundidad es de 1.21 m; al encontrarse la cama armada, su profundidad es de 2.20 m

2.5.1.4 Probar.

Debido a que es muy costoso probar nuestros productos, de acuerdo a la aceptación evidenciada en el focus group podemos concluir lo siguiente:

Con estos productos se concluye que podremos: Brindar una solución ecoamigable, tecnológica, funcional y moderna a los problemas de espacio que tiene el cliente, especialmente en casas pequeñas o departamentos y que los usuarios tendrán un producto de calidad, con una empresa que se preocupa por su bienestar y seguridad, brindándoles servicio post venta, y garantía en cada uno de sus productos.

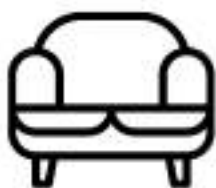
2.5.1.5 Elaboración de prototipo de producto.

Marca:

La Marca de la empresa es “Muebles ecológicos y funcionales”, poniendo en primer lugar la palabra “ecológicos”, ya que esta palabra debe ser la que llame la atención, debido a que en el mercado no encontramos variedad de muebles ecológicos y mucho menos con diseños innovadores y elegantes. La palabra: “funcionales”, le da el distintivo que nos permite encasillarnos en esta línea que aún no es muy explotada en nuestro país.

Logotipo:

El logotipo es algo sencillo y elegante. Consta de un mueble común, dejando a la imaginación en qué se podría convertir o qué otras funciones podrá tener.



MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES

Ilustración 10: Logotipo.

2.5.2 Contexto general del mercado: Factores clave y tamaño.

2.5.2.1 Identificación de necesidad insatisfecha:

La necesidad insatisfecha identificada en el mercado, que comprende al cliente de las inmobiliarias y el mercado en general. En el caso del cliente de las inmobiliarias, clasificados en el estrato socioeconómico “B”, al momento de adquirir una casa en urbanizaciones de La Aurora, vía Samborondón, vía Salitre, vía a la Costa y vía a Daule, que en este estrato en particular, los valores fluctúan entre \$90000 y \$130000 dólares, que son casas pequeñas con dormitorios entre $9m^2$ a $14m^2$, se necesita aprovechar los espacios al máximo para poder tener áreas en las que se puedan realizar otras actividades, como, por ejemplo, en un dormitorio tener espacio para realizar ejercicios, en el caso de los jóvenes poder reunirse con amigos etc.



Ilustración 11: Distribución de una casa promedio en una urbanización.

Los muebles tradicionales, ocupan mucho espacio y son un problema para este tipo de viviendas.

Adicional a esto, en la actualidad el cliente busca tecnología, busca tener conectividad; se ha convertido en una necesidad importante en especial entre los jóvenes a partir de los 12 años y adultos hasta los 40-45 años, que quieren estar siempre actualizados.

2.5.2.2 Oportunidad de negocio

En el mercado ecuatoriano encontramos una oportunidad de negocio en el cliente de estrato socioeconómico “B” que adquiere una vivienda, la cual tiene espacios reducidos. El cliente encontrará en nuestros productos la solución, al encontrar mayor confort y tecnología, además que le permite tener mayor espacio.

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

De igual manera, el uso de redes sociales es sin duda la oportunidad que tendremos para captar al resto de clientes, que viven en espacios pequeños como departamentos, suites para estudiantes, etc. y vean en nuestros productos solución a sus problemas de espacio.

2.5.3 Perfil del cliente: ¿Quién es, dónde está, cómo consume?

2.5.3.1. Segmentación de mercado.

El segmento de cliente en el que nos enfocaremos será:

Población adultos jóvenes entre los 25-34 años, y de los 35-45 años que pertenece al estrato socioeconómico “B”, que compran su primera casa en urbanizaciones de La Aurora, vía Samborondón, vía Salitre, vía a la Costa y vía a Daule; estas viviendas se caracterizan por tener poco espacio, su precio fluctúa entre los 90.000 a 130.000 dólares, las familias que las adquieren tienen en promedio 2 hijos, son personas que buscan aprovechar cada espacio en su nuevo hogar y saben que los muebles tradicionales resultan incómodos y poco funcionales.

El otro segmento de la población, entre los 18-34 años y de los 35-45 años que consume redes sociales y necesita muebles que le ayuden a aprovechar el espacio en sus hogares.



Ilustración 12: Las redes sociales son la principal fuente de información y herramienta de búsqueda en la actualidad.

2.5.3.2 Comportamiento del Consumidor.

“Debido al aumento de la población mundial y la creciente clase media en la mayoría de las regiones del mundo, la demanda de muebles para el hogar está

aumentando, lo que ayuda a que el segmento específico del mercado crezca aún más. Junto con la creciente población más joven y sus preferencias únicas de muebles, la demanda de muebles multifuncionales que cuentan con la máxima capacidad de almacenamiento, diseños innovadores que ahorran espacio y un diseño elegante está impulsando el crecimiento del mercado de muebles. Los jugadores clave se están enfocando en formas de atraer a más clientes mediante la optimización de sus productos de acuerdo con los gustos y preferencias de los consumidores, lo que se prevé que influya en las ventas de muebles para el hogar durante el período de pronóstico”. (MordorIntelligence, 2023)

El consumidor que pertenece al estrato socioeconómico “B” prioriza la comodidad y el aprovechamiento de los espacios. Además, al cliente ecuatoriano le gusta adquirir productos que lo hagan ver como una persona moderna y con conciencia medioambiental (de acuerdo al crecimiento anual del porcentaje de hogares que muestran su preocupación medioambiental, anteriormente expuesto).

El consumidor, al ser un asiduo de las redes sociales, mostrará su aceptación o descontento frente a un producto, es por esto que las redes sociales son armas de doble filo, pueden ser una plataforma para crecer o sepultar un producto o servicio.

El consumidor requiere calidad, servicio pre y post venta, requiere un plan estratégico de marketing que le brinde interés para adquirir los productos que satisfagan sus necesidades. Adicional a esto si hay personas de influencia (influencers) que utilicen y recomienden un producto en las redes sociales, el consumidor se sentirá más seguro de adquirirlo, y, por mostrar un status mayor al que posee en ciertos casos, lo adquirirá sin importar el costo, incluso llegando a endeudarse, es por esto necesario ofrecer facilidades de pago y financiamiento.

El consumidor adulto, específicamente el que adquirirá muebles para su hogar, requiere saber que el producto que está comprando tiene garantía, que en caso de requerirla existirá un personal técnico que resolverá cualquier inconveniente. El necesita saber lo que dicen las demás personas de esta empresa, referencias positivas o negativas antes de adquirir un producto.

El mercado de muebles, también está evolucionando y debido al crecimiento de la población y los espacios cada vez más pequeños, los consumidores están poniendo sus ojos en muebles funcionales, que brinden varias opciones en uno (almacenamiento, tecnología, ser al mismo tiempo cama, sofá, mesa, todo en un solo cuerpo) que supongan una solución a los problemas de espacio, y sobre todo que tengan costos justos.

2.5.4 Estrategia del Producto.

El producto nace como respuesta a los problemas que tienen las personas que compran una vivienda y necesitan optimizar los espacios.

“Los muebles funcionales son aquellos que nos permiten resolver varias necesidades ya que cumplen con más de una función. Es decir, que en un solo mueble podemos tener dos o más muebles. Es por su multifunción y versatilidad que nos permiten optimizar el espacio al máximo” (Magazine Inmobiliario, 2019)

Nuestro producto cuenta con varios modelos que podrán ser seleccionados en un catálogo online. Tendremos desde camas abatibles con ropero, espejo bluetooth, cajoneras, y muebles en un solo cuerpo; hasta muebles para sala con centro de entretenimiento.

Los tableros que se utilizarán para su elaboración, serán de un proveedor que se encarga de elaborar tableros para muebles con material reciclado, el proveedor es Ecuaplastic. Se ha considerado el tablero Ecopak por ser un material que da una segunda oportunidad a los cartones de Tetrapak de desecho, evitando que los mismos terminen en los océanos o vertederos, además, está disponible en varios colores lo que da oportunidad al usuario a seleccionar el color de su preferencia. También elegimos el tablero Greennova ya que está hecho de laminados reciclados, es flexible y liviano.



Ilustración 13: Tableros ecológicos, características y beneficios.

Por otro lado, los brazos hidráulicos, resortes blindados y tensores de acero serán de la mejor calidad, serán adquiridos en Ecuador por medio de un importador cuya procedencia es de Estados Unidos. Son silenciosos y totalmente seguros, pueden soportar el uso y el abuso del producto sin perder su funcionalidad y calidad, constan de garantía de calidad por 3 años,

Los herrajes para rieles, y decoración serán adquiridos en el mercado local.

Los muebles serán realizados por un taller al cual le proporcionaremos los materiales y ellos nos entregarán el mueble listo con las especificaciones que desee el cliente.

El mueble contará con un espejo el cual se puede instalar en el lugar donde desee el cliente y contará con conexión bluetooth. Las luces que tenga el mueble podrán ser activadas por medio de comandos de voz utilizando Alexa.

2.5.5 Estrategia del Precio

Tabla 8: Precio de productos.

PRODUCTO	PRECIO
Cama abatible, con ropero, y cajoneras, mueble de dos puestos, espejo Bluetooth y luces led controladas por Alexa.	1 1/2 plaza: \$1600 2 plazas: \$1700
Cama abatible, mueble de dos puestos, espejo bluetooth y luces led controladas por Alexa.	1 1/2 plaza: \$1300 2 plazas: \$1400
Consola convertible en mesa de seis puestos con espejo bluetooth.	\$900

2.5.6 Estrategia de Distribución.

Los canales de distribución que utilizaremos al no tener una tienda física serán:

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

- Red social Instagram: mediante publicaciones diarias, inversión en los días estratégicos en publicidad, atención oportuna al cliente; de esta manera podremos llegar al cliente de una manera más amigable y siempre disponible.
- Los vendedores de las inmobiliarias, mediante convenios con ellos, ofreciéndoles comisiones por venta de nuestros productos y 1 o 2 días al mes tendremos vendedores nuestros, dedicados a promocionar directamente con el cliente en las casas modelo de las inmobiliarias, instalando nuestro producto para que el cliente pueda tener la experiencia en directo del producto.
- Ferias del mueble o de vivienda, para acercar el producto al cliente, ofrecer asesoría e información.

2.5.7 Promoción.

Muebles ecológicos y funcionales, se centrará en transmitir a sus clientes, la sensación que causa el tener espacio libre en casa: libertad, tranquilidad, disfrute de las actividades que se pueden realizar con mayor espacio.

El tono será de motivación y reflexión, fomenta la imaginación y le da ese impulso al cliente para realizar la compra visualizando lo que puede ganar con nuestro producto, que es mucho más que un simple mueble, es espacio, libertad y diversión.

La promoción se realizará mediante el e-commerce el cual es definido por Caballero Sánchez de Puerta en su libro “Estrategia y organización comercial. Manual Teórico” como: “El comercio electrónico o e-commerce es el intercambio comercial, pago, distribución, publicidad y promoción de bienes y servicios a través de la red” (Puerta, 2016).

La red social que se utilizará será Instagram. Los videos serán por medio de reels, videos cortos que transmitirán lo antes mencionado. La manera en que se dirán las cosas será mediante frases como: “Espacio, libertad y conciencia medioambiental, todo está en tus manos, ¡atrévete a experimentar un cambio en tu estilo de vida!”; con imágenes de una habitación con personas haciendo una coreografía junto a uno de nuestros muebles, con música actual y en tendencia.

2.5.8 Estrategia de personas.

Es necesario crear una cultura empresarial, donde el personal se sienta comprometido, identificado y valorado, lo cual permita su crecimiento, y crear un sentido de pertenencia para poder llevar a la empresa al siguiente nivel. De acuerdo a Arenal Laza en su libro Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales define a la cultura empresarial como: “el conjunto de formas de pensar, de sentir y de actuar que son compartidas por los miembros que componen la organización” (Arenal Laza, 2018)

Para la consecución de las metas se contratará personal altamente capacitado. Que será capaz de resolver inconvenientes que no representen un grado de dificultad mayor.

El manejo de redes sociales será realizado por el gerente General, que se encargará de captar clientes mediante creación de contenido, en una campaña de marketing agresiva en el primer trimestre de creada la empresa y durante todos los años siguientes. Hasta poder contratar personal que realice esta gestión.

Los vendedores que no son directos, sino que nos prestan su servicio, recibirán una comisión del 5% del valor del producto.

Mantener al equipo de ventas motivado, mediante el reconocimiento de su trabajo premiando a los mejores vendedores de manera trimestral con un bono.

2.5.9 Procesos.

Directo: La venta se realiza directamente desde la empresa productora hacia el cliente final, mediante redes sociales, presencia en ferias del mueble y vivienda. El contacto es directamente con nosotros que somos los fabricantes sin ningún intermediario.

En el contacto vía redes sociales, el proceso es: Contacto vía Instagram por medio de publicidad, luego el vendedor le brinda mayor información, ofrece promociones, etc., al concretar la venta, se realiza una visita para toma de medidas y para que el cliente escoja el modelo que más se acomode a sus necesidades, luego, el siguiente paso es el proceso de producción en el taller calificado y finalmente la instalación. El cliente contará con el servicio post venta, en caso de cualquier inquietud, además de la garantía que tiene vigencia de 3 años.

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Indirecto: Nuestro intermediario será del tipo minorista; serán los vendedores de inmobiliarias, los cuales recibirán una comisión por ofrecer nuestro producto al cliente que ya adquirió una casa, esto se logra gracias a la cercanía y el grado de confianza del agente hacia el comprador, que permitirá que tengamos una oportunidad de negocio.

El proceso de venta en este caso será el siguiente: El Vendedor de la inmobiliaria concreta la venta de una casa o departamento, ofrece nuestro producto, lo muestra al cliente, ya que las tendremos en exhibición los días de mayor afluencia en las casas modelo, y de ser concretada la venta, la empresa realizará el contacto directo con el cliente, se ofrece mayor información, ofertas, etc. y luego el servicio de venta y post-venta.

En ambos casos el cliente contará con facilidades de pago mediante tarjetas de crédito.

Las siguientes son las políticas en el proceso de compra que el cliente deberá conocer:

- El producto puede ser pagado en efectivo con un 3% de descuento.
- Si el producto es adquirido vía Instagram, tendremos un botón de pago que será enviado al cliente, haciendo más fácil y rápida la adquisición del producto.
- El producto tiene 3 años de garantía de cualquiera de sus partes.
- No se permite la devolución del mismo.

2.5.10 Estrategia de evidencia física

Nuestro producto es único y diferente gracias a que brinda a sus clientes:

- Cercanía con el producto: El cliente va a poder probar nuestros productos, en ferias, en casas modelo de urbanizaciones (en las urbanizaciones los vendedores de las inmobiliarias al recibir comisiones por venta de nuestro producto estarán capacitados para ofrecerlo a sus clientes). Además, al tener catálogos online que serán proporcionados al momento de interactuar con nosotros mediante Instagram con un diseño explicativo y con ilustraciones muy reales, videos, le dan al interesado la

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

sensación de estar viendo el producto en vivo y en directo, les brindamos atención personalizada y rápida para mantener al cliente interesado.

- Somos los únicos que elaboramos este tipo de muebles con material ecológico (reciclado), lo cual le da un valor agregado de conciencia ambiental al producto.
- Somos de las pocas empresas del mercado de muebles nacional que integra tecnología como luces led, bluetooth manejados por medio de Alexa. Y en un futuro, de acuerdo al éxito que tengan nuestros productos, queremos apuntar a la tecnología robotizada para hacer más fácil el manejo de este tipo de muebles, solo mediante comandos de voz, sin tocar el producto.

2.6 Plan de acción para el logro de objetivos.

2.6.1 Proceso de Desarrollo del Nuevo Producto.

Para lograr los objetivos planteados, es necesario implementar un cronograma con fechas y plazos con cada estrategia a implementar. Es una guía ordenada de todo lo que se realizará durante el año, que define recursos, el personal que estará a cargo y el resultado esperado.

Marca Francés cita en su libro “¿Cómo hacer un plan estratégico de comunicación?” lo siguiente: “La planificación estratégica es básicamente una herramienta de gestión gerencial y ofrece a quien la aplica una estructura sistemática para facilitar precisamente la implantación de la filosofía de calidad total en las organizaciones, fortalecer su desarrollo y alcanzar los objetivos” (Marca Francés, 2018).

Tabla 9: *Primer objetivo SMART.*

Lograr	participación	en el	mercado	del 3%	en el	primer año
MEDIOS (ESTRATEGIAS) ¿Cómo?	Resultado esperado	Equipo	Fecha Inicio	Fecha Fin	Recursos	Indicador de gestión
Campañas de reconocimiento	Que seamos reconocidos como marca	Vendedores externos	1/01/2024	31/12/2024	Dinero Tiempo Red social	Incremento en número de seguidores e interac-

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

						ciones en redes
Campañas de conversión	Lograr que el prospecto compre	Vendedores internos	1/02/2024	31/12/2024	Tiempo Dinero Equipo técnico	Crecimiento en ventas
Campañas de fidelización	Mantener a los clientes interesados	Vendedores internos	2/02/2024	31/12/2024	Vendedores internos Redes sociales	Crecimiento en referidos, en interacciones
Venta directa	Ganar confianza del cliente en nosotros	Vendedores internos y externos.	1/2/2024	31/12/2024	Vendedores directos	Aumento de ventas
Venta indirecta	Que nos envíen referidos	Vendedores externos	1/2/2024	31/12/2024	Vendedores indirectos	Aumento de ventas

Tabla 10: Segundo Objetivo SMART.

Lograr reconocimiento de marca del 50% del mercado meta en el primer semestre						
MEDIOS (ESTRATEGIAS) ¿Cómo?	Resultado esperado	Equipo	Fecha Inicio	Fecha Fin	Recursos	Indicador de gestión
Posteos en redes sociales	Compartir información	Vendedores externos	1/01/2024	30/06/2024	Dinero tiempo	Ganar reconocimiento de marca
Interacción con prospectos	Mantener interés y expectativa	Vendedores externos	1/01/2024	30/06/2024	Dinero tiempo	Ganar reconocimiento de marca
Inversión en redes	Llegar a clientes potenciales	Vendedores externos	1/01/2024	30/06/2024	Dinero tiempo	Ganar reconocimiento de marca
Giveaways en redes	Ganar seguidores	Vendedores externos	1/01/2024	30/06/2024	Dinero un producto Tiempo interacción	Ganar reconocimiento de marca

Tabla 11: Tercer objetivo SMART.

MELISSA ALEJANDRA MENOSCAL ORMAZA

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Lograr en el primer convenio con 3 inmobiliarias de guayaquil						
MEDIOS (ESTRATEGIAS) ¿Cómo?	Resultado esperado	Equipo	Fecha Inicio	Fecha Fin	Recursos	Indicador de gestión
Los vendedores externos deben contactarse con las inmobiliarias	Conseguir interesados	Vendedores	1/01/2024	31/01/2024	Dinero para movilidad. Tiempo material	Acercamiento
Ofrecer comisiones atractivas	Ganarse a los vendedores externos	Vendedores	1/01/2024	31/01/2024	Dinero para movilidad.	Ganar vendedores comisionistas
Mostrar el plan	Incentivar	Vendedores	1/01/2024	31/01/2024	Tiempo	Mantener incentivados a los vendedores
Cerrar el convenio	Tener un aliado	Vendedores	1/01/2024	31/01/2024	Mate-rial	Tener un socio estratégico

Tabla 12: Cuarto Objetivo SMART.

Crear, gestionar invertir en en el primer mes						
MEDIOS (ESTRATEGIAS) ¿Cómo?	Resulta-do esperado	Equipo	Fecha Inicio	Fecha Fin	Recur-sos	Indicador de gestión
Separar recursos destinados a redes sociales	Tener un mayor alcance	Vendedor interno	1/01/2024	31/01/2024	Dine-ro Tiempo	Aumentar seguidores
Invertir en publicidad	Poder llegar a más gente en menor tiempo	Vende-dor interno	1/01/2024	31/01/2024	Dine-ro Tiempo	Aumentar seguidores
Invertir en influencers	Lograr Interés	Vended or interno Influen-cers	1/01/2024	31/01/2024	Dine-ro Tiempo	Aumentar el interés, ventas e interacciones.

Tabla 13: *Quinto objetivo SMART.*

Lograr la	Certifica- ción	Punto verde	Ecoeficien -te	en el	primer	Año
MEDIOS (ESTRATEGIA S) ¿Cómo?	Resultado esperado	Equip o	Fecha Inicio	Fecha Fin	Recur -sos	Indicador de gestión
Inscribir la empresa en este plan	Ganar certifica- ción verde	Técni- co Ventas	1/01/2024	31/12/2024	Dine- ro tiem- po	Aumentar seguidores ambientalis- -tas
Realizar todos los pasos que nos indiquen	Ganar certificació n verde	Técni- co Ventas	1/01/2024	31/12/2024	Dine- ro Tiem- po	Aumentar seguidores ambientalis- -tas

CAPÍTULO III. ANÁLISIS FINANCIERO

3. CAPÍTULO III. ANÁLISIS FINANCIERO

“Dada la incertidumbre que se presenta en el ambiente de los negocios, gran parte de las decisiones que a diario toman las empresas se fundamenta en la visualización de escenarios futuros; es decir, anticipan o pronostican acontecimientos y evalúan los probables resultados de las decisiones actuales”. (Alcócer, 2014)

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Es por esto que es necesario realizar una proyección de todas las variables del negocio para poder tener una visión de lo que podría suceder en el mismo.

“Debido a la gran competencia que existe en los mercados actuales, tanto nacionales como internacionales, es de suma importancia que las empresas cuenten con líderes con una visión global que logren plantear objetivos basados en la interpretación de la información que tienen a su alcance, que sepan analizar cualquier situación y consigan planear alternativas de crecimiento para la empresa ante cualquier contingencia” (Flores Villalpando, 2014)

Con esta premisa, se realiza el análisis financiero para proyectar el negocio en 5 años, tomando en cuenta todas las variables del negocio, incluso los supuestos, ya que no sabemos a ciencia cierta qué podría pasar en este tiempo, pero si podemos realizar una aproximación.

3.1 Supuestos Financieros.

Para tener un análisis financiero que sea lo más aterrizado posible, se emplean los supuestos, lo cual permite realizar cálculos de acuerdo a las variaciones del mercado y de la empresa como tal; con la premisa de que no son estrictamente apegados a la realidad ya que, al menos en Ecuador, los escenarios son inciertos, debido a distintos factores, especialmente políticos, económicos y de seguridad.

Dentro de los supuestos se consideraron las siguientes variables: Variación anual del salario básico, porcentaje de incremento anual de sueldos, el comportamiento de la demanda esperada y el comportamiento de los gastos, considerados en un lapso de 5 años.

A continuación, se detalla la tabla de supuestos:

Tabla 14: *Supuestos financieros.*

	2024	2025	2026	2027	2028
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salarios básicos proyectados	460.00	470.00	480.00	490.00	500.00
Incremento anual de sueldos		2%	2%	2%	2%
Comportamiento de la demanda esperada		3%	10%	10%	5%
Comportamiento de los gastos		3%	3%	3%	3%

Fuente: Investigación de mercado.
MELISSA ALEJANDRA MENOSCAL ORMAZA

3.1.1 Salarios Básicos proyectados:

Para determinar la variación se consideró el aumento del Salario básico unificado dispuesto en Ecuador para el año 2024, el cual se fijó en \$460 dólares, es decir aumentó \$10 dólares con respecto al año 2023.

Es por esto que se estima que éste continúe aumentando en \$10 dólares anuales durante los próximos 5 años.

3.1.2 Incremento anual de sueldos:

De acuerdo al reporte realizado por la consultora Deloitte, las empresas nacionales aumentaron el salario con un incremento promedio de 5.33% en el 2023, y se prevé que para el 2024 el incremento sea de 4.54%. En el año 2023 el 80% de empresas aumentaron el salario en estos porcentajes, pero se considera que en el 2024 menos empresas realicen estos incrementos. (Primicias, 2024)

En el presente proyecto se toma un porcentaje conservador en cuanto a incrementos salariales, siendo éste del 2% anual.

3.1.3 Comportamiento de la demanda esperada:

Se calcula la demanda esperada, considerando el porcentaje de participación que se desea alcanzar en el mercado anualmente durante los próximos cinco años. Todo esto apegado a las estrategias implementadas, que permitirán generar el aumento de la demanda.

3.1.4 Comportamiento de los gastos:

Se proyecta mantenerse en un aumento del 3% anual en el rubro de gastos, entre gastos operativos y de ventas, de acuerdo al incremento anual de sueldos, publicidad, capacitación, movilización, suministros de oficina y comisiones. Considerando los incrementos anuales que podrían realizar las empresas proveedoras o de servicios que afectan directamente a la empresa.

3.2 Inversión requerida.

Para que la empresa “Muebles ecológicos y funcionales” pueda operar en la ciudad de Guayaquil, se necesita determinar la inversión total con la que se pretende financiar la misma, cuyo financiamiento será puro, ya que los recursos serán propios.

La información se encuentra detallada en la siguiente tabla:

Tabla 15:*Inversión.*

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
CAPITAL DE TRABAJO	1. ACTIVO CORRIENTE	1	40000	\$40,000.00		
GASTOS PRE-OPERATIVOS	2. OTROS ACTIVOS	1	1000	\$1,000.00		
COMPUTADORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	1	500	\$500.00	5	\$100.00
IMPRESORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	1	150	\$150.00	3	\$50.00
ESCRITORIOS	MUEBLES & ENSERES	1	200	\$200.00	10	\$20.00
SILLAS	MUEBLES & ENSERES	1	75	\$75.00	5	\$15.00
ANAQUELES	MUEBLES & ENSERES	1	150	\$150.00	10	\$15.00
SISTEMA DE FACTURACIÓN	EQUIPOS DE OFICINA	1	500	\$500.00	10	\$50.00
ACONDICIONADOR DE AIRE	EQUIPOS DE OFICINA	1	400	\$400.00	5	\$80.00
PRODUCTO TERMINADO PARA EXHIBICIÓN	MUEBLES & ENSERES	1	910	\$910.00	10	\$91.00
INVERSIÓN TOTAL				43,885.00		421.00
Inversión Requerida	\$43,885.00					
Financiamiento	Valor	%				
Aportes propios	\$43,885.00	100%				

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza.

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Para determinar la inversión total se tomaron en cuenta 4 variables:

- **Capital de trabajo:** Permitirá que la empresa pueda funcionar los primeros meses, conformado por aportes propios, será de \$40000 dólares y conforma nuestro activo corriente.
- **Gastos pre – operativos:** Fijados en \$1000 dólares lo que nos permitirá realizar un análisis del mercado antes de comenzar nuestras operaciones.
- La adquisición de **activos fijos**, que son todos los activos necesarios para comenzar el proyecto, entre ellos: computadoras, impresoras, escritorios, sillas, anaqueles, sistema de facturación, acondicionador de aire y productos terminados para exhibición, fijados en \$2885 dólares.
- La **depreciación anual** de cada activo fijo.

Al sumar todos estos valores el resultado de la Inversión total será de: \$43885 dólares, como se muestra en la tabla 2.

3.3 Necesidad de nómina.

Para poder llevar a cabo el presente proyecto es necesario contratar personal administrativo, de ventas y operativo.

La nómina administrativa y de ventas estará compuesta de un gerente general, y dos vendedores.

La nómina operativa la conforma un diseñador de muebles que será el encargado de la fabricación y diseño.

El personal administrativo y de ventas estará afiliado al IESS, para lo cual se calculó adicional al sueldo, el décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo y aporte patronal para el primer año; y, para el segundo año y en adelante se suma a estos rubros el fondo de reserva.

Además, se aplican anualmente los incrementos especificados en la tabla de supuestos.

Por otro lado, el personal operativo, no se encontrará afiliado al IESS, ni enrolado a la empresa, por lo tanto, el sueldo está calculado sin incrementos de beneficios sociales, solo se aplicaron los supuestos.

El resumen del cálculo se encuentra en las siguientes tablas:

Tabla 16: Contratación de personal administrativo y de ventas.

Nómina	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	\$1,002.20	\$1,090.31	\$1,112.17	\$1,134.44	\$1,157.15
Vendedor 1	\$640.75	\$696.13	\$710.10	\$724.34	\$738.84
Vendedor 2	\$640.75	\$696.13	\$710.10	\$724.34	\$738.84
Total mensual	\$2,283.70	\$2,482.57	\$2,532.38	\$2,583.12	\$2,634.84

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado por: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza

Mensualmente se desembolsarán por concepto de sueldos de personal administrativo y ventas un promedio de \$2503,32 dólares en los primeros 5 años.

Los datos registrados en la tabla 3 se encuentran en el [anexo 1](#).

Tabla 17: Contratación de personal operativo.

Nómina	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Diseñador de muebles	\$500.00	\$510.00	\$520.20	\$530.60	\$541.22
Total mensual	\$500.00	\$510.00	\$520.20	\$530.60	\$541.22

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado por: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza

Mensualmente se desembolsarán un promedio de \$520,40 dólares mensuales, durante los primeros 5 años.

Los datos registrados en la tabla 4 se encuentran en el [anexo 2](#).

3.4 Proyección de la demanda.

La demanda se estima en base a las necesidades no satisfechas del mercado objetivo, encontrando en “Muebles ecológicos y funcionales” la mejor solución.

La proyección se basa además en la cantidad de dinero que se destinará para la inversión en publicidad, el cual es relativamente alto con respecto al mercado y con el que se busca entrar en el mercado de una manera agresiva, para lograr posicionarse como la única empresa que ofrece muebles ecológicos (realizados con materia prima reciclada) que incorpora tecnología y multifuncionalidad, para cada uno de sus productos. Se pretende lograr crear conciencia medioambiental y aprovechar las

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

necesidades de los diferentes grupos objetivo, destacando nuestras ventajas diferenciales aprovechando el aumento del interés del público por este tipo de productos.

A continuación, se detalla la demanda esperada anual, en los primeros 5 años de funcionamiento, reflejada en el número de ventas anuales de cada producto que ofrece la empresa

Tabla 18: *Demanda esperada actual.*

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza.

Se proyecta un incremento conservador y paulatino de la demanda anual, en total para los primeros cinco años de: 677 unidades

Los datos registrados en la tabla 5 se encuentran en el [anexo 3](#).

3.5 Proyección de ventas anuales.

Para poder determinar las ventas anuales se calcularon los precios de venta al público.

Se calcula el precio de venta al público, de acuerdo a los costos de materia prima, mano de obra, gastos operativos, financieros, obligaciones tributarias, etc., tomando en cuenta los precios de la competencia, considerando las ventajas competitivas propias, calidad y de acuerdo al mercado objetivo que en este caso es el estrato socioeconómico “B”, identificando la necesidad de comodidad, optimización de los espacios y tecnología, por lo cual se les ofrece 3 productos en 1.

Se realiza el cálculo multiplicando la demanda del número de artículos esperada

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	32	48	60	72	84
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	23	24	36	48	60
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	22	24	36	48	60
TOTAL	77	96	132	168	204

para cada año, por el precio de venta al público de cada ítem, lo cual da como resultado un supuesto de lo que se espera obtener de ventas anuales.

En la siguiente tabla se detallan las ventas esperadas anuales por producto:

MELISSA ALEJANDRA MENOSCAL ORMAZA

Tabla 19: Ventas totales.

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	54,400.00	81,600.00	102,000.00	122,400.00	142,800.00
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	32,200.00	33,600.00	50,400.00	67,200.00	84,000.00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	19,800.00	21,600.00	32,400.00	43,200.00	54,000.00
TOTAL	106,400.00	136,800.00	184,800.00	232,800.00	280,800.00

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado por: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza

En el quinto año se pretenden duplicar y sobrepasar las ventas del primer año, teniendo un crecimiento sostenido durante el tiempo. Estos objetivos se pretenden alcanzar en base a la inversión realizada en publicidad y al estudio de mercado detectando las necesidades del mercado objetivo.

Los datos registrados en la tabla 6 se encuentran en el [anexo 4](#).

3.6 Proyección de costos anuales.

Para determinar los costos de cada producto, se toma en cuenta, además de los costos de producción, los sueldos del personal operativo. Se multiplica el costo por la demanda anual esperada de cada producto. Proyectando los costos de venta durante los próximos cinco años.

En la siguiente tabla se detallan los costos totales.

Tabla 20: Costos de venta totales.

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	27,040.00	40,560.00	50,700.00	60,840.00	70,980.00
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	16,100.00	16,800.00	25,200.00	33,600.00	42,000.00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	6,600.00	7,200.00	10,800.00	14,400.00	18,000.00

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

SUELDOS	6,000.00	6,120.00	6,242.40	6,367.25	6,494.59
TOTAL	55,740.00	70,680.00	92,942.40	115,207.25	137,474.59

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado por: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza.

Los datos registrados en la tabla 7 se encuentran en el [anexo 5](#).

3.7 Proyección de gastos operacionales anuales.

Para la realización del presente proyecto fue necesario determinar los gastos operacionales que se generarán anualmente durante los primeros 5 años.

Para determinar los gastos operacionales, se deben tomar en cuenta los gastos administrativos y de ventas, considerando las siguientes variables: Sueldos, servicios básicos, publicidad, capacitación, movilización, suministros de oficina y comisiones.

Es así como se obtienen los resultados detallados en la siguiente tabla:

Tabla 21: *Gastos operacionales: administrativos y de ventas.*

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	27,404.40	29,790.89	30,388.51	30,997.48	31,618.03
SERVICIOS BÁSICOS	1,020.00	1,050.60	1,082.12	1,114.58	1,148.02
PUBLICIDAD	7,200.00	7,416.00	7,638.48	7,867.63	8,103.66
CAPACITACIÓN	100.00	103.00	106.09	109.27	112.55
MOVILIZACIÓN	3,600.00	3,708.00	3,819.24	3,933.82	4,051.83
SUMINISTROS DE OFICINA	240.00	247.20	254.62	262.25	270.12
COMISIONES	1,064.00	1,368.00	1,848.00	2,328.00	2,808.00
TOTAL	40,628.40	43,683.69	45,137.05	46,613.04	48,112.21

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado por: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza

De acuerdo a las variables analizadas, nuestros gastos operacionales muestran un ligero crecimiento año a año, en promedio el valor que se destinará para este rubro durante los primeros 5 años es de \$44834,88 dólares anuales, siendo la variable más representativa como gasto: los sueldos.

Los datos registrados en la tabla 8 se encuentran en el [anexo 6](#).

MELISSA ALEJANDRA MENOSCAL ORMAZA

3.8 Estados financieros.

Para constatar si el proyecto generará liquidez, se desarrolla el informe de estado financiero mediante la proyección del flujo de caja en los primeros 5 años de operaciones de la empresa, lo detallamos a continuación:

Tabla 22: *Estados financieros.*

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
Ventas		106,400.00	136,800.00	184,800.00	232,800.00	280,800.00
- Costo de Ventas		55,740.00	70,680.00	92,942.40	115,207.25	137,474.59
Utilidad Bruta en Ventas		50,660.00	66,120.00	91,857.60	117,592.75	143,325.41
- Gastos desembolsables		40,628.40	43,683.69	45,137.05	46,613.04	48,112.21
- Gastos no desembolsables		1,421.00	421.00	421.00	421.00	421.00
Utilidad Operacional		8,610.60	22,015.31	46,299.55	70,558.72	94,792.19
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores		8,610.60	22,015.31	46,299.55	70,558.72	94,792.19
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		1,291.59	3,302.30	6,944.93	10,583.81	14,218.83
Utilidad antes de Impuesto Renta		7,319.01	18,713.02	39,354.62	59,974.91	80,573.37
- 25% Impuesto Renta		1,829.75	4,678.25	9,838.65	14,993.73	20,143.34
Utilidad antes de Reserva Legal		5,489.26	14,034.76	29,515.96	44,981.18	60,430.02
- 10% Reserva Legal		548.93	1,403.48	2,951.60	4,498.12	6,043.00
Utilidad del ejercicio		4,940.33	12,631.29	26,564.37	40,483.06	54,387.02
+ Gastos no desembolsables		1,421.00	421.00	421.00	421.00	421.00
+ Reserva Legal		548.93	1,403.48	2,951.60	4,498.12	6,043.00
+ Deudas no pagadas en el periodo		3,121.34	7,980.55	16,783.59	25,577.53	34,362.17
- Deudas pagadas			- 3,121.34	- 7,980.55	- 16,783.59	- 25,577.53
Inversión	- 43,885.00				- 150.00	
Flujo de Caja	- 43,885.00	10,031.60	19,314.97	38,740.00	54,046.13	69,635.66

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado por: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza.

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Una vez determinadas las ventas anuales, los costos y los gastos anuales totales, se podrá calcular la utilidad bruta en ventas; luego, la utilidad operacional que es el resultado de la Utilidad bruta en ventas menos los gastos desembolsables y no desembolsables; no se calculan gastos de financiamiento ya que el proyecto es de financiamiento puro; por lo que la utilidad operacional será la misma para la utilidad antes de reparto a trabajadores; a ésta última se le resta el 15% del reparto de utilidades a los trabajadores, luego el 25% del impuesto a la renta, el 10% de la reserva legal, obteniendo la utilidad del ejercicio; para obtener el flujo de caja se suma a la utilidad del ejercicio, los gastos no desembolsables, la reserva legal, las deudas no pagadas en el periodo y se restan las deudas pagadas, así como restar la inversión adicional en cada período. Se observa que en el cuarto año existe un valor negativo de -\$150 dólares, esto se debe a que en aquel año se deberá adquirir una nueva computadora, ya que finalizados los 3 años de uso requerirá ser cambiada.

En este caso el flujo de caja presenta datos positivos, por lo cual se concluye que la utilidad es positiva y creciente, por lo tanto, genera liquidez a la empresa.

Lavalle Burguette menciona en su libro “Análisis financiero” en cuanto a la liquidez lo siguiente: “Es importante señalar que no existe un consenso generalizado sobre el nivel de liquidez que debería ser considerado como apropiado para tal o cual empresa. El estudio de la liquidez está ligado a las operaciones ordinarias, por lo tanto, suele ser diferente para cada empresa y en distintos momentos” (Lavalle Burguette, 2017).

Por otro lado, Chu Rubio define la rentabilidad de una manera simple: “Cuando un negocio provee un bien o servicio, al ingreso adicional que incrementa el patrimonio del dueño se llama «rentabilidad»” (Chu Rubio, 2016).

La importancia de realizar un correcto flujo de caja radica en lo dicho por Morales y Alcocer en su libro “Administración Financiera”: “La comprensión del flujo de efectivo en los negocios es vital para la formulación de políticas y estrategias en la administración del capital de trabajos Debido a que las empresas necesitan efectivo para pagar sus cuentas, el centro de interés está en caja, el efectivo en existencia, o el saldo en efectivo que se mantiene en las compañías”. (Alcócer, 2014)

Del presente informe se puede decir que sí es rentable invertir en “Muebles ecológicos y funcionales”, siempre y cuando se apliquen todas las estrategias de marketing establecidas en el plan de trabajo.

3.9 Indicadores económicos

Para determinar si la ecuación es factible o si el proyecto es rentable o no, se aplican diferentes fórmulas denominadas indicadores económicos; se calculan: la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN), y el Plazo de Recuperación (Payback). Se realiza con los datos que se encuentran en el flujo de caja, tomando en cuenta el mismo periodo de tiempo, es decir cinco años. Si la TIR se encuentra por encima del porcentaje de la tasa de retorno, la ecuación es factible; si el VAN es positivo, la ecuación es factible; y, el Payback refleja en años el momento en el cual se recupera la inversión inicial.

El detalle se encuentra en la siguiente tabla:

Tabla 23: *Indicadores económicos.*

	0	1	2	3	4	5
FLUJO	-\$ 43,885.00	\$ 10,031.60	\$ 19,314.97	\$ 38,740.00	\$ 54,046.13	\$ 69,635.66
VALOR PRESENTE FLUJO	-\$ 43,885.00	\$ 8,025.28	\$ 12,361.58	\$ 19,834.88	\$ 22,137.29	\$ 22,818.21
PAYBACK	-\$ 43,885.00	-\$ 35,859.72	-\$ 23,498.14	-\$ 3,663.26	\$ 18,474.03	\$ 41,292.25

% Tasa de retorno esperada	25%
-----------------------------------	-----

% Aportes Propios	100%
--------------------------	------

Impuestos	36.25%
-----------	--------

TASA DE DESCUENTO	25%
--------------------------	-----

TIR	52.90%	EC. FACTIBLE
VAN	\$ 41,292.25	EC. FACTIBLE
PAYBACK	3.2 años	

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado por: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza

En el presente proyecto la **TIR** es del 52.90% el cual se encuentra por encima del 25% (% Tasa de retorno esperada), lo que indica que la ecuación es factible.

El **VAN** es de \$41292.25 dólares, el cual representa el monto que se percibirá adicional por la inversión al termino de los 5 años y, al ser un resultado positivo, denota rentabilidad.

El **Payback** es de 3.2 años, es decir, que la inversión será recuperada al cumplirse este tiempo, lo cual denota rentabilidad, ya que para ser rentable no debe pasar los 5 años de plazo.

3.10 Punto de Equilibrio

El presente proyecto muestra el punto de equilibrio cuyas variables son los costos y el porcentaje de margen bruto, utilizando los datos de costos fijos y costos variables se determina si la empresa cubre sus costos y variables, esto se da cuando los gastos y ventas tienen el mismo valor.

Su importancia radica en que permite determinar un mínimo del total de ventas proyectadas que se necesitan para cubrir los costos totales.

El porcentaje de equilibrio establece el porcentaje de las ventas al que se debe llegar para que cuando se le resten los costos fijos y variables el resultado sea cero, es decir que no se presenten pérdidas ni ganancias.

El ejercicio se encuentra especificado en el siguiente cuadro:

Tabla 24: *Punto de equilibrio.*

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 42,049.40	\$ 44,104.69	\$ 45,558.05	\$ 47,034.04	\$ 48,533.21
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 50,660.00	\$ 66,120.00	\$ 91,857.60	\$ 117,592.75	\$ 143,325.41
% Equilibrio	83%	67%	50%	40%	34%
VENTAS	\$ 106,400.00	\$ 136,800.00	\$ 184,800.00	\$ 232,800.00	\$ 280,800.00
COSTOS VARIABLES	\$ 55,740.00	\$ 70,680.00	\$ 92,942.40	\$ 115,207.25	\$ 137,474.59
COSTOS FIJOS	\$ 42,049.40	\$ 44,104.69	\$ 45,558.05	\$ 47,034.04	\$ 48,533.21
UTILIDAD	\$ 8,610.60	\$ 22,015.31	\$ 46,299.55	\$ 70,558.72	\$ 94,792.19

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado por: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza.

Para el primer año, como en la mayoría de los emprendimientos el porcentaje es relativamente alto, y es por esto que se cuenta con un capital de trabajo adecuado que permitirá sobrellevar este escenario. En el quinto año este porcentaje disminuye notablemente, siendo el 34% de la venta que se necesita para cubrir los costos totales, lo cual es positivo ya que es factible de alcanzar.

3.11 Ratios Financieros.

Los ratios financieros permiten determinar la situación financiera que la empresa deberá atravesar por el lapso de 5 años. Se consideran los ratios de Liquidez, Rentabilidad, Endeudamiento y Rotación, obteniendo los resultados que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 25: Ratios Financieros.

LIQUIDEZ	ACT. C./PAS. C	16.03 / 1
RENTABILIDAD		
ENDEUDAMIENTO	VENTAS/ACTIVOS	2.03 / 1
ROTACIÓN		
	PASIVOS /ACTIVOS	0.06 / 1

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$ 16.03	\$ 8.69	\$ 6.44	\$ 6.34	\$ 6.74
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$ 46,910.26	\$ 61,366.02	\$ 91,302.98	\$ 136,555.16	\$ 197,406.19
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ ACTIVOS	\$ 2.03	\$ 1.92	\$ 1.68	\$ 1.42	\$ 1.21
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	\$ 0.06	\$ 0.11	\$ 0.15	\$ 0.16	\$ 0.15
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$ 0.06	\$ 0.13	\$ 0.18	\$ 0.19	\$ 0.17
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	48%	48%	50%	51%	51%
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	8%	16%	25%	30%	34%
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	5%	9%	14%	17%	19%
ROA	UT NE/ ACTIVOS	9%	18%	24%	25%	23%
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	10%	20%	29%	29%	27%

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado por: Melissa Alejandra Menoscal Ormaza.

Los ratios de liquidez corresponden a la razón corriente y al capital de trabajo. La razón corriente del presente proyecto es positiva desde el primer año, ya que es de \$16.03 dólares lo cual denota que la empresa puede cubrir sus pasivos corrientes, es decir sus deudas de corto plazo, la interpretación sería que, por cada dólar de deuda, la empresa cuenta con \$16,03 dólares para cubrir la deuda. Luego, la razón corriente comienza a disminuir, debido al incremento de los pagos, detallados en el flujo de caja.

El ratio de rotación que se toma en cuenta es “Rotación del activo corriente”, el cual hace relación entre las ventas totales de la empresa y la inversión en activos.

Durante el primer año la empresa produce \$2,03 dólares por cada dólar de activo que

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

posee, lo cual es positivo ya que casi se duplica su valor; al igual que el ratio de liquidez, este ratio disminuye para los siguientes años, pero en este caso es debido a la depreciación de los activos no corrientes.

El ratio de endeudamiento es de \$0,06 para el primer año de operaciones, lo cual es positivo, ya que este no debe ser mayor a 0.5, lo que indica que las deudas no son mayores a los activos patrimonio o ventas de la empresa. Para calcularlo se toman los datos de endeudamiento y leverage total. En el presente proyecto no se utiliza financiamiento de la banca, por lo tanto, no existe un índice alto en éste ratio.

El ratio de rentabilidad se basa en datos del margen neto y ROA, y a diferencia de los demás ratios, estos presentan un incremento de un año a otro, lo cual denota que la empresa es rentable ya que genera utilidad en forma creciente.

CONCLUSIONES

El Presente proyecto cuenta con gran evidencia de que existe una necesidad de innovación, y no es por una simple moda, sino más bien por mejorar la calidad de vida y comodidad dentro de los hogares del estratosocioeconómico “B”; incluir tecnología, funcionalidad de los muebles del hogar es una forma de modernizar algo que usamos a diario, como una mesa, una cama, que podría ofrecernos un universo de funciones y que al lograr posicionar en la mente del consumidor este concepto, pueda verlo como una verdadera ayuda y solución.

En la parte comercial, es donde se trabajará de una manera agresiva. Lo primero es lograr que el cliente compre la idea, que se adentre en esta nueva ola tecnológica. En la actualidad es mucho más fácil llegar a la audiencia correcta, por medio de redes sociales, y es aquí donde se trabajará de manera constante, creando contenido de valor, contenido vendedor, además del plan que se tiene de poder llevar el producto terminado a las distintas ferias del mueble o vivienda, llevarlo a las casas modelo de las principales urbanizaciones, ofreciendo comisiones a los vendedores de bienes raíces, que logren concretar ventas de nuestros productos.

En la parte financiera luego de realizado el análisis financiero, el flujo de caja, haber establecido cuál será la inversión, la utilidad, el punto de equilibrio, entre otros, podemos concluir que el presente proyecto generará liquidez y rentabilidad. Ya que todos sus parámetros fueron positivos. Permitiéndonos recuperar la inversión en 3 años y 2 meses. El crecimiento se sustentará en la inversión que se realizará en publicidad, lo que permitirá posicionarnos en el top of mind del público objetivo.

Concluyo con un texto tomado del libro Administración Financiera escrito por Alcocer y Morales que nos dice: “La administración del capital de trabajo ayuda para el éxito de la empresa, y debe ser conducida entre el equilibrio y el rendimiento de la empresa. El nivel de liquidez es un aspecto central en la administración del capital de trabajo, pues demasiada liquidez da por resultado la subutilización de los activos usados para apoyar las ventas y es la causa de baja rotación de activos y menor rentabilidad”. (Martínez, 2014).

RECOMENDACIONES

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Se recomienda realizar un estudio de mercado más profundo, ya que, debido al tiempo, no pudo ser concretado. Esto permitirá tener una mejor idea o conocimiento de cuál debe ser el mercado para dirigir todas las estrategias hacia los clientes potenciales.

Se recomienda mantener el esquema de trabajo, mantener la inversión ya que es la base de todo lo que se desea alcanzar. Actualmente, las personas consumen redes sociales diariamente, por lo tanto, es ahí donde se debe ser agresivos.

Se recomienda, hacer énfasis en los materiales ecológicos con los que van a ser realizados los productos, ya que la preocupación por el medioambiente es un tema muy importante, se puede generar un gran impacto al dejar de usar madera u otros derivados de la misma, reduciendo la generación de desechos, dándole vida útil a los desechos, y más que todo apoyando a una marca nacional líder en reciclar este tipo de materiales como es Ecuaplastic.

BIBLIOGRAFÍA

ACCIONA. (s.f.). Obtenido de <https://www.acciona.com/es/desarrollo-sostenible/#:~:text=La%20sostenibilidad%20es%20el%20desarrollo,ambiente%20y%20el%20bienestar%20social.>
MELISSA ALEJANDRA MENOSCAL ORMAZA

- Alcócer, M. y. (2014). *Administración Financiera*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Arenal Laza, C. (2018). *Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales*. Logroño: Editorial Tutor Formación.
- Bigues, J. (2013). *El libro de las 3R, reducir, reutilizar, reciclar*. Ned Ediciones.
- Chu Rubio, M. (2016). *Finanzas para no financieros: (5 ed.)*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Ecuaplastic. (2022). Obtenido de <https://www.info.ecuaplastic.com/>
- Ecuaplastic. (2022). Obtenido de <https://www.info.ecuaplastic.com/index.php/empresa/sostenibilidad>
- FICADE. (s.f.). Obtenido de <https://www.grupoficade.com/blog/que-es-un-smart-home>
- Flores Villalpando, R. (2014). *Análisis de estados financieros*. México D.F.: Editorial Digital UNID.
- García, C. T. (2014). *Instalaciones domóticas*. Cano Pina, S.L. Ediciones CEYSA.
- INEC. (JULIO de 2022). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2021/3.%202021_ESED_Boletin_tecnico.pdf
- INEC. (Julio de 2023). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- INEC. (2023). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Trimestre_II/2023_II_Trimestre_Mercado_Laboral.pdf
- Lavalle Burquette, A. (2017). *Análisis Financiero*. México D.F.: Editorial Digital UNID.
- Magazine Inmobiliario. (2019). Obtenido de <https://magazineinmobiliario.com.ar/la-magia-de-los-muebles-funcionales/#:~:text=Los%20muebles%20funcionales%20son%20aquellos,opti mizar%20el%20espacio%20al%20m%C3%A1ximo.>
- Magazine Inmobiliario. (Julio de 2019). Obtenido de <https://magazineinmobiliario.com.ar/la-magia-de-los-muebles-funcionales/#:~:text=Los%20muebles%20funcionales%20son%20aquellos,opti mizar%20el%20espacio%20al%20m%C3%A1ximo.>
- Marca Francés, G. (2018). *Cómo hacer un plan estratégico de comunicación Vol. IV*. Barcelona: Editorial UOC.
- Martínez, M. C. (2014). *Administración Financiera*. México: Grupo Editorial Patria.

MordorIntelligence. (2023). Obtenido de

<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/furniture-market>

Primicias. (20 de noviembre de 2023). Obtenido de

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-estado-deuda-costos/>

Primicias. (21 de Enero de 2024). *Primicias*. Obtenido de

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/empresas-salarios-aumento-estudio/#:~:text=Empresas%20nacionales%20subir%C3%A1n%20m%C3%A1s%20el%20salario&text=En%20este%20grupo%2C%20los%20incrementos,estiman%20subir%203%2C58%25.>

Producción. (29 de Noviembre de 2021). Obtenido de

<https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/12/Ley-Organica-para-el-Desarrollo-Economico-y-Sostenibilidad-Fiscal-tras-la-Pandemia-Covid-19.pdf>

Puerta, C. S. (2016). *Estrategia y organización comercial. Manual teórico*. Madrid: Editorial CEP, S.L.

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1.

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Gerente General	\$800.00	\$66.67	\$38.33		\$97.20	\$1,002.20
Vendedor 1	\$500.00	\$41.67	\$38.33		\$60.75	\$640.75
Vendedor 2	\$500.00	\$41.67	\$38.33		\$60.75	\$640.75
Total mensual	\$1,800.00	\$150.00	\$115.00		\$218.70	\$2,283.70

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
---	--	--	--	--	--	--

MELISSA ALEJANDRA MENOSCAL ORMAZA

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Gerente General	\$816.00	\$68.00	\$39.17	\$68.00	\$99.14	\$1,090.31
Vendedor 1	\$510.00	\$42.50	\$39.17	\$42.50	\$61.97	\$696.13
Vendedor 2	\$510.00	\$42.50	\$39.17	\$42.50	\$61.97	\$696.13
Total mensual	\$1,836.00	\$153.00	\$117.50	\$153.00	\$223.07	\$2,482.57

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Gerente General	\$832.32	\$69.36	\$40.00	\$69.36	\$101.13	\$1,112.17
Vendedor 1	\$520.20	\$43.35	\$40.00	\$43.35	\$63.20	\$710.10
Vendedor 2	\$520.20	\$43.35	\$40.00	\$43.35	\$63.20	\$710.10
Total mensual	\$1,872.72	\$156.06	\$120.00	\$156.06	\$227.54	\$2,532.38

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Gerente General	\$848.97	\$70.75	\$40.83	\$70.75	\$103.15	\$1,134.44
Vendedor 1	\$530.60	\$44.22	\$40.83	\$44.22	\$64.47	\$724.34
Vendedor 2	\$530.60	\$44.22	\$40.83	\$44.22	\$64.47	\$724.34
Total mensual	\$1,910.17	\$159.18	\$122.50	\$159.18	\$232.09	\$2,583.12

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Gerente General	\$865.95	\$72.16	\$41.67	\$72.16	\$105.21	\$1,157.15
Vendedor 1	\$541.22	\$45.10	\$41.67	\$45.10	\$65.76	\$738.84
Vendedor 2	\$541.22	\$45.10	\$41.67	\$45.10	\$65.76	\$738.84
Total mensual	\$1,948.38	\$162.36	\$125.00	\$162.36	\$236.73	\$2,634.84

Anexo 2.

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Diseñador de muebles	\$500.00					\$500.00
Total mensual	\$500.00	\$0.00	\$0.00		\$0.00	\$500.00
PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Diseñador de muebles	\$510.00						\$510.00
Total mensual	\$510.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$510.00
PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3							
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%		Total
Diseñador de muebles	\$520.20						\$520.20
Total mensual	\$520.20	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$520.20
PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4							
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%		Total
Diseñador de muebles	\$530.60						\$530.60
Total mensual	\$530.60	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$530.60
PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5							
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%		Total
Diseñador de muebles	\$541.22						\$541.22
Total mensual	\$541.22	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$541.22

Anexo 3.

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 1 (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada mes)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	EN ER O	FE BR ER O	M A R Z O	AB R I L	M A Y O	JU N I O	JU L I O	A G O S T O	SE PTI EM BR E	O CT UB RE	NO VI EM BR E	DI CI EM BR E	T O T A L A Ñ O 1
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	32
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23

"MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES"

Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
TOTAL	4	6	6	6	5	7	7	7	7	7	7	8	7

COMPORTAMIENTOS DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECEMBRE	TOTAL AÑO 2
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
TOTAL	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96

COMPORTAMIENTOS DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECEMBRE	TOTAL AÑO 3
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
TOTAL	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	132

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
TOTAL	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
------------------------------	-------	---------	-------	-------	------	-------	-------	--------	------------	---------	-----------	-----------	-------------

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	84
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
TOTAL	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204

Anexo 4.

**VENTAS
PROYECTADAS:
AÑO 1**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	EN ER O	FE BR ER O	M AR ZO	AB RI L	M AY O	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SE PT IE M BR E	OC TU BR E	NO VI E M BR E	DI CI E M BR E	TO TAL AÑO 1
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	3,400.00	3,400.00	3,400.00	3,400.00	3,400.00	5,100.00	5,100.00	5,100.00	5,100.00	5,100.00	5,100.00	6,800.00	54,400.00
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	1,400.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	32,200.00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	900.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	900.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	19,800.00
TOTAL	5,700.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	7,100.00	9,700.00	9,700.00	9,700.00	9,700.00	9,700.00	9,700.00	11,400.00	106,400.00

**VENTAS
PROYECTADAS:
AÑO 2**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	EN ER O	FE BR ER O	M AR ZO	AB RI L	M AY O	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SE PT IE M	OC TU BR E	NO VI E M	DI CI E M	TO TAL AÑO 2
-------------------------------------	----------------	-------------------	----------------	----------------	---------------	----------------	----------------	-----------------	-------------------	-------------------	------------------	------------------	---------------------

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

									BR E		BR E	BR E	
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	6,8 00. 00	6,8 00. 00	6,8 00. 00	6,8 00. 00	6,8 00. 00	6,8 00. 00	6,8 00. 00	6,8 00. 00	6,8 00. 00	6,8 00. 00	6,8 00. 00	6,8 00. 00	81, 600 .00
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	33, 600 .00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	1,8 00. 00	1,8 00. 00	1,8 00. 00	1,8 00. 00	1,8 00. 00	1,8 00. 00	1,8 00. 00	1,8 00. 00	1,8 00. 00	1,8 00. 00	1,8 00. 00	1,8 00. 00	21, 600 .00
TOTAL	11, 40 0.0 0	11, 40 0.0 0	11, 40 0.0 0	11, 40 0.0 0	11, 40 0.0 0	11, 40 0.0 0	11, 40 0.0 0	11, 40 0.0 0	11, 400 .00	11, 400 .00	11, 400 .00	11, 400 .00	136 ,80 0.0 0

**VENTAS
PROYECTADAS:
AÑO 3**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	EN ER O	FE BR ER O	M AR ZO	AB RI L	M AY O	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SE PT IE M BR E	OC TU BR E	NO VI E M BR E	DI CI E M BR E	TO TA L AÑ O 3
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	8,5 00. 00	8,5 00. 00	8,5 00. 00	8,5 00. 00	8,5 00. 00	8,5 00. 00	8,5 00. 00	8,5 00. 00	8,5 00. 00	8,5 00. 00	8,5 00. 00	8,5 00. 00	102, 00 0.0 0
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	4,2 00. 00	4,2 00. 00	4,2 00. 00	4,2 00. 00	4,2 00. 00	4,2 00. 00	4,2 00. 00	4,2 00. 00	4,2 00. 00	4,2 00. 00	4,2 00. 00	4,2 00. 00	50, 400 .00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	2,7 00. 00	2,7 00. 00	2,7 00. 00	2,7 00. 00	2,7 00. 00	2,7 00. 00	2,7 00. 00	2,7 00. 00	2,7 00. 00	2,7 00. 00	2,7 00. 00	2,7 00. 00	32, 400 .00
TOTAL	15, 40 0.0 0	15, 40 0.0 0	15, 40 0.0 0	15, 40 0.0 0	15, 40 0.0 0	15, 40 0.0 0	15, 40 0.0 0	15, 400 .00	15, 400 .00	15, 400 .00	15, 400 .00	15, 400 .00	184 ,80 0.0 0

**VENTAS
PROYECTADAS:
AÑO 4**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	EN ER O	FE BR ER O	M AR ZO	AB RI L	M AY O	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SE PT IE M	OC TU BR E	NO VI E M	DI CI E M	TO TA L
---	------------------------	-------------------------------	------------------------	------------------------	-----------------------	------------------------	------------------------	-------------------------	-------------------------------	-------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

									BR E		BR E	BR E	AÑ O 4
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	10,200.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	122,400.00
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	67,200.00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	43,200.00
TOTAL	19,400.00	19,400.00	19,400.00	19,400.00	19,400.00	19,400.00	19,400.00	19,400.00	19,400.00	19,400.00	19,400.00	19,400.00	232,800.00

**VENTAS
PROYECTADAS:
AÑO 5**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	EN ER O	FE BR ER O	M AR ZO	AB RI L	M AY O	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SE PT IE M BR E	OC TU BRE	NO VI E M BR E	DI CI E M BR E	TO TA L AÑ O 5
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	142,800.00
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	84,000.00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	54,000.00
TOTAL	23,400.00	23,400.00	23,400.00	23,400.00	23,400.00	23,400.00	23,400.00	23,400.00	23,400.00	23,400.00	23,400.00	23,400.00	280,800.00

Anexo 5.

**COSTOS
PROYECTA
DOS: AÑO 1**

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	EN ER O	FE BR ER O	M AR ZO	AB RI L	M AY O	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SE PT IE M BR E	OC TU BR E	NO VI EM BR E	DI CI EM BR E	TO TA L AÑ O 1
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	1,6 90. 00	1,6 90. 00	1,6 90. 00	1,6 90. 00	1,6 90. 00	2,5 35. 00	2,5 35. 00	2,5 35. 00	2,5 35. 00	2,5 35. 00	2,5 35. 00	3,3 80. 00	27, 040 .00
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	70 0.0 0	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	16, 100 .00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	30 0.0 0	60 0.0 0	600 .00	600 .00	300 .00	600 .00	600 .00	600 .00	600 .00	600 .00	600 .00	600 .00	6,6 00. 00
SUELDOS	50 0.0 0	50 0.0 0	500 .00	500 .00	500 .00	500 .00	500 .00	500 .00	500 .00	500 .00	500 .00	500 .00	6,0 00. 00
TOTAL	3,1 90. 00	4,1 90. 00	4,1 90. 00	4,1 90. 00	3,8 90. 00	5,0 35. 00	5,0 35. 00	5,0 35. 00	5,0 35. 00	5,0 35. 00	5,0 35. 00	5,8 80. 00	55, 740 .00

**COSTOS
PROYECTA
DOS: AÑO 2**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	EN ER O	FE BR ER O	M AR ZO	AB RI L	M AY O	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SE PT IE M BR E	OC TU BR E	NO VI EM BR E	DI CI EM BR E	TO TA L AÑ O 2
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	3,3 80. 00	3,3 80. 00	3,3 80. 00	3,3 80. 00	3,3 80. 00	3,3 80. 00	3,3 80. 00	3,3 80. 00	3,3 80. 00	3,3 80. 00	3,3 80. 00	3,3 80. 00	40, 560 .00
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	1,4 00. 00	16, 800 .00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	60 0.0 0	60 0.0 0	600 .00	600 .00	600 .00	600 .00	600 .00	600 .00	600 .00	600 .00	600 .00	600 .00	7,2 00. 00
SUELDOS	51 0.0 0	51 0.0 0	510 .00	510 .00	510 .00	510 .00	510 .00	510 .00	510 .00	510 .00	510 .00	510 .00	6,1 20. 00
TOTAL	5,8 90. 00	5,8 90. 00	5,8 90. 00	5,8 90. 00	5,8 90. 00	5,8 90. 00	5,8 90. 00	5,8 90. 00	5,8 90. 00	5,8 90. 00	5,8 90. 00	5,8 90. 00	70, 680 .00

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

**COSTOS
PROYECTA
DOS: AÑO 3**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	EN ER O	FE BR ER O	M AR ZO	AB RI L	M AY O	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SE PT IE M BR E	OC TU BR E	NO VI EM BR E	DI CI EM BR E	TO TA L AÑO 3
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	4,2 25. 00	4,2 25. 00	4,2 25. 00	4,2 25. 00	4,2 25. 00	4,2 25. 00	4,2 25. 00	4,2 25. 00	4,2 25. 00	4,2 25. 00	4,2 25. 00	4,2 25. 00	50, 700 .00
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	2,1 00. 00	2,1 00. 00	2,1 00. 00	2,1 00. 00	2,1 00. 00	2,1 00. 00	2,1 00. 00	2,1 00. 00	2,1 00. 00	2,1 00. 00	2,1 00. 00	2,1 00. 00	25, 200 .00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	90 0.0 0	90 0.0 0	900 .00	900 .00	900 .00	900 .00	900 .00	900 .00	900 .00	900 .00	900 .00	900 .00	10, 800 .00
SUELDOS	52 0.2 0	52 0.2 0	520 .20	520 .20	520 .20	520 .20	520 .20	520 .20	520 .20	520 .20	520 .20	520 .20	6,2 42. 40
TOTAL	7,7 45. 20	7,7 45. 20	7,7 45. 20	7,7 45. 20	7,7 45. 20	7,7 45. 20	7,7 45. 20	7,7 45. 20	7,7 45. 20	7,7 45. 20	7,7 45. 20	7,7 45. 20	92, 942 .40

**COSTOS
PROYECTA
DOS: AÑO 4**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	EN ER O	FE BR ER O	M AR ZO	AB RI L	M AY O	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SE PT IE M BR E	OC TU BR E	NO VI EM BR E	DI CI EM BR E	TO TA L AÑO 4
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	5,0 70. 00	5,0 70. 00	5,0 70. 00	5,0 70. 00	5,0 70. 00	5,0 70. 00	5,0 70. 00	5,0 70. 00	5,0 70. 00	5,0 70. 00	5,0 70. 00	5,0 70. 00	60, 840 .00
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	2,8 00. 00	33, 600 .00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	1,2 00. 00	1,2 00. 00	1,2 00. 00	1,2 00. 00	1,2 00. 00	1,2 00. 00	1,2 00. 00	1,2 00. 00	1,2 00. 00	1,2 00. 00	1,2 00. 00	1,2 00. 00	14, 400 .00
SUELDOS	53 0.6 0	53 0.6 0	530 .60	530 .60	530 .60	530 .60	530 .60	530 .60	530 .60	530 .60	530 .60	530 .60	6,3 67. 25

"MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES"

TOTAL	9,600.60	9,600.60	9,600.60	9,600.60	9,600.60	9,600.60	9,600.60	9,600.60	9,600.60	9,600.60	9,600.60	9,600.60	115,207.25
--------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-------------------

**COSTOS
PROYECTA
DOS: AÑO 5**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	EN ER O	FE BR ER O	M AR ZO	AB RI L	M AY O	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SE PT IE M BR E	OC TU BR E	NO VI EM BR E	DI CI EM BR E	TO TA L AÑ O 5
Cama convertible con ropero, cajoneras, mueble, espejo bluetooth y luces led	5,915.00	5,915.00	5,915.00	5,915.00	5,915.00	5,915.00	5,915.00	5,915.00	5,915.00	5,915.00	5,915.00	5,915.00	70,980.00
Cama convertible con mueble, espejo bluetooth y luces led	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	42,000.00
Consola convertible, mesa de seis puestos y espejo bluetooth	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	18,000.00
SUELDOS	541.22	541.22	541.22	541.22	541.22	541.22	541.22	541.22	541.22	541.22	541.22	541.22	6,494.59
TOTAL	11,456.22	11,456.22	11,456.22	11,456.22	11,456.22	11,456.22	11,456.22	11,456.22	11,456.22	11,456.22	11,456.22	11,456.22	137,474.59

Anexo 6.

**GASTOS
OPERACIONALES
PROYECTADOS:
AÑO 1**

GASTOS OPERACIONALES	EN ER O	FEB RE RO	MA RZ O	AB RIL	MA YO	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SEP TIE MB RE	OC TU BR E	NO VI EM BR E	DI CI EM BR E	TO TA L AÑ O 1
-----------------------------	------------------------	--------------------------	------------------------	-------------------	------------------	------------------------	------------------------	-------------------------	----------------------------------	-------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

SUELDO S	2,28 3.70	2,28 3.70	2,28 3.70	2,28 3.70	2,28 3.70	2,2 83. 70	2,2 83. 70	2,2 83. 70	2,28 3.70	2,2 83. 70	2,28 3.70	2,2 83. 70	27,4 04.4 0
SERVICIOS BÁSICOS	85.0 0	85.0 0	85.0 0	85.0 0	85.0 0	85. 00	85. 00	85. 00	85.0 0	85. 00	85.0 0	85. 00	1,02 0.00
PUBLICIDAD	600. 00	600. 00	600. 00	600. 00	600. 00	600. 00	600. 00	600. 00	600. 00	600. 00	600. 00	600. 00	7,20 0.00
CAPACITACIÓN	100. 00												100. 00
MOVILIZACIÓN	300. 00	300. 00	300. 00	300. 00	300. 00	300. 00	300. 00	300. 00	300. 00	300. 00	300. 00	300. 00	3,60 0.00
SUMINISTROS DE OFICINA	20.0 0	20.0 0	20.0 0	20.0 0	20.0 0	20. 00	20. 00	20. 00	20.0 0	20. 00	20.0 0	20. 00	240. 00
COMISIONES	57.0 0	80.0 0	80.0 0	80.0 0	71.0 0	97. 00	97. 00	97. 00	97.0 0	97. 00	97.0 0	114 .00	1,06 4.00
TOTAL	3,44 5.70	3,36 8.70	3,36 8.70	3,36 8.70	3,35 9.70	3,3 85. 70	3,3 85. 70	3,3 85. 70	3,38 5.70	3,3 85. 70	3,38 5.70	3,4 02. 70	40,6 28.4 0

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 2

GASTOS OPERACIONALES	EN ER O	FEB RE RO	MA RZ O	AB RIL	MA YO	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SEP TIE MB RE	OC TU BR E	NO VIE MB RE	DI CI EM BR E	TO TA L AÑO 2
SUELDO S	2,48 2.57	2,48 2.57	2,48 2.57	2,48 2.57	2,48 2.57	2,4 82. 57	2,4 82. 57	2,4 82. 57	2,48 2.57	2,4 82. 57	2,48 2.57	2,4 82. 57	29,7 90.8 9
SERVICIOS BÁSICOS	87.5 5	87.5 5	87.5 5	87.5 5	87.5 5	87. 55	87. 55	87. 55	87.5 5	87. 55	87.5 5	87. 55	1,05 0.60
PUBLICIDAD	618. 00	618. 00	618. 00	618. 00	618. 00	618. 00	618. 00	618. 00	618. 00	618. 00	618. 00	618. 00	7,41 6.00
CAPACITACIÓN	103. 00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	103. 00
MOVILIZACIÓN	309. 00	309. 00	309. 00	309. 00	309. 00	309. 00	309. 00	309. 00	309. 00	309. 00	309. 00	309. 00	3,70 8.00

MELISSA ALEJANDRA MENOSCAL ORMAZA

"MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES"

SUMINISTROS DE OFICINA	20.60	20.60	20.60	20.60	20.60	20.60	20.60	20.60	20.60	20.60	20.60	20.60	247.20
COMISIONES	114.00	114.00	114.00	114.00	114.00	114.00	114.00	114.00	114.00	114.00	114.00	114.00	1,368.00
TOTAL	3,734.72	3,631.72	3,631.72	3,631.72	3,631.72	3,631.72	3,631.72	3,631.72	3,631.72	3,631.72	3,631.72	3,631.72	43,683.69

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 3

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECEMBRE	TOTAL AÑO 3
SUELDOS	2,532.38	2,532.38	2,532.38	2,532.38	2,532.38	2,532.38	2,532.38	2,532.38	2,532.38	2,532.38	2,532.38	2,532.38	30,388.51
SERVICIOS BÁSICOS	90.18	90.18	90.18	90.18	90.18	90.18	90.18	90.18	90.18	90.18	90.18	90.18	1,082.12
PUBLICIDAD	636.54	636.54	636.54	636.54	636.54	636.54	636.54	636.54	636.54	636.54	636.54	636.54	7,638.48
CAPACITACIÓN	106.09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	106.09
MOVILIZACIÓN	318.27	318.27	318.27	318.27	318.27	318.27	318.27	318.27	318.27	318.27	318.27	318.27	3,819.24
SUMINISTROS DE OFICINA	21.22	21.22	21.22	21.22	21.22	21.22	21.22	21.22	21.22	21.22	21.22	21.22	254.62
COMISIONES	154.00	154.00	154.00	154.00	154.00	154.00	154.00	154.00	154.00	154.00	154.00	154.00	1,848.00
TOTAL	3,858.67	3,752.58	3,752.58	3,752.58	3,752.58	3,752.58	3,752.58	3,752.58	3,752.58	3,752.58	3,752.58	3,752.58	45,137.05

GASTOS OPERACIONALES

“MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES”

PROYECTADOS:

AÑO 4

GASTOS OPERACIONALES	EN ER O	FEB RE RO	MA RZ O	AB RIL	MA YO	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SEP TIE MB RE	OC TU BR E	NO VIE MB RE	DI CI EM BR E	TO TA L AÑO 4
SUELDO S	2,58 3.12	2,58 3.12	2,58 3.12	2,58 3.12	2,58 3.12	2,5 83. 12	2,5 83. 12	2,5 83. 12	2,58 3.12	2,5 83. 12	2,58 3.12	2,5 83. 12	30,9 97.4 8
SERVICIOS BÁSICOS	92.8 8	92.8 8	92.8 8	92.8 8	92.8 8	92. 88	92. 88	92. 88	92.8 8	92. 88	92.8 8	92. 88	1,11 4.58
PUBLICIDAD	655. 64	655. 64	655. 64	655. 64	655. 64	655 .64	655 .64	655 .64	655. 64	655 .64	655. 64	655 .64	7,86 7.63
CAPACITACIÓN	109. 27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	109. 27
MOVILIZACIÓN	327. 82	327. 82	327. 82	327. 82	327. 82	327 .82	327 .82	327 .82	327. 82	327 .82	327. 82	327 .82	3,93 3.82
SUMINISTROS DE OFICINA	21.8 5	21.8 5	21.8 5	21.8 5	21.8 5	21. 85	21. 85	21. 85	21.8 5	21. 85	21.8 5	21. 85	262. 25
COMISIONES	194. 00	194. 00	194. 00	194. 00	194. 00	194 .00	194 .00	194 .00	194. 00	194 .00	194. 00	194 .00	2,32 8.00
TOTAL	3,98 4.59	3,87 5.31	3,87 5.31	3,87 5.31	3,87 5.31	3,8 75. 31	3,8 75. 31	3,8 75. 31	3,87 5.31	3,8 75. 31	3,87 5.31	3,8 75. 31	46,6 13.0 4

**GASTOS OPERACIONALES
S
PROYECTADOS:
AÑO 5**

GASTOS OPERACIONALES	EN ER O	FEB RE RO	MA RZ O	AB RIL	MA YO	JU NI O	JU LI O	AG OS TO	SEP TIE MB RE	OC TU BR E	NO VIE MB RE	DI CI EM BR E	TO TA L AÑO 5
SUELDO S	2,63 4.84	2,63 4.84	2,63 4.84	2,63 4.84	2,63 4.84	2,6 34. 84	2,6 34. 84	2,6 34. 84	2,63 4.84	2,6 34. 84	2,63 4.84	2,6 34. 84	31,6 18.0 3
SERVICIOS BÁSICOS	95.6 7	95.6 7	95.6 7	95.6 7	95.6 7	95. 67	95. 67	95. 67	95.6 7	95. 67	95.6 7	95. 67	1,14 8.02

"MUEBLES ECOLÓGICOS Y FUNCIONALES"

PUBLICIDAD	675.31	675.31	675.31	675.31	675.31	675.31	675.31	675.31	675.31	675.31	675.31	675.31	8,103.66
CAPACITACIÓN	112.55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	112.55
MOVILIZACIÓN	337.65	337.65	337.65	337.65	337.65	337.65	337.65	337.65	337.65	337.65	337.65	337.65	4,051.83
SUMINISTROS DE OFICINA	22.51	22.51	22.51	22.51	22.51	22.51	22.51	22.51	22.51	22.51	22.51	22.51	270.12
COMISIONES	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00	2,808.00
TOTAL	4,112.52	3,999.97	3,999.97	3,999.97	3,999.97	3,999.97	3,999.97	3,999.97	3,999.97	3,999.97	3,999.97	3,999.97	48,112.21